



วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต  
(เปลี่ยนชื่อจาก วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต  
เพื่อให้ตรงกับ ISSN ที่ได้รับจากหอสมุดแห่งชาติ เมื่อ พ.ศ. 2543)

ปีที่ 21 ฉบับที่ 2 มกราคม-มิถุนายน 2569 E-ISSN 3027-8902

### วัตถุประสงค์การจัดพิมพ์

เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความคิด ผลงานวิจัย และผลงานวิชาการด้านมนุษยศาสตร์ อันเป็นการศึกษาด้านภาษา วัฒนธรรม  
ปรัชญา ประวัติศาสตร์ และศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

### ที่ปรึกษาทิตติมศักดิ์

ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์

### ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์พิเศษจางงัก ทองประเสริฐ ราชบัณฑิต สาขาศรกรศาสตร์ ราชบัณฑิตยสภา  
ศาสตราจารย์ ดร.สิริจิตต์ เดชอมรชัย อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาฝรั่งเศส วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต  
Prof. Dr. JUNG, Hwan-Seung อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาเกาหลี วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต  
Prof. Dr. Klaus Jürgen Ries อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาอังกฤษ วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยสุดา ม้าไฉ อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาฝรั่งเศส วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

### บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญจิกา ศรีอุดม อาจารย์ประจำภาควิชามนุษยศาสตร์ วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

### กองบรรณาธิการ

#### กองบรรณาธิการภายใน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชดา ลาภใหญ่	อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.สายัณห์ กอเสถียรวงศ์	อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาญี่ปุ่น วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.นครเทพ ทิพย์สุภราชฎ์	อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาอังกฤษ วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
อ.ฐนวิษณ์ ไกรเพิ่ม	อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาฝรั่งเศส วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

#### ออกแบบปกวารสาร

คุณธนพล ปานพรหม เจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุนการศึกษา วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

#### จัดรูปเล่มวารสาร

คุณนัยนา คำแดง เจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุนการศึกษา วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

#### ฝ่ายเทคนิคและสนับสนุนระบบวารสารออนไลน์

คุณอาทิตย์รา บุญศิริกาญจน์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุนการศึกษา วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

## กองบรรณาธิการภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.จรัญ มะลูลีม

ศาสตราจารย์ ดร.โสรัจจ์ หงศ์ลดารมภ์

Professor Dr. Chen Xi

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์

รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลศักดิ์ กิ่งคำ

รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร พุทธาพิทักษ์ผล

รองศาสตราจารย์ ดร.สุพงศ์ ตั้งเคียงศิริสิน

รองศาสตราจารย์ ดร.สุณีย์รัตน์ เนียรเจริญสุข

รองศาสตราจารย์ ดร.ดารินทร์ ประดิษฐ์ทัศนีย์

รองศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา นิพัทธ์สุขกิจ

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร ดาบเพชร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพร ภู่งศ์พันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดุลย์ คนแรง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งอรุณ โรจนรัตน์ดำรง ไชยศรี

ดร.นภ อึ้งโพธิ์

ดร.ศศิณัฐ สรรคบูรณารักษ์

ดร.สิริวรรณ จุฬากรณ์

คณะศิลปวิทยาลักษณ์านาชาติอิสลามศึกษา มหาวิทยาลัยเกริก

ข้าราชการบำนาญ ภาควิชาปรัชญา คณะอักษรศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Beijing Normal University

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยนานาชาติภาษาและวัฒนธรรมจีน

มหาวิทยาลัยเกริก

ข้าราชการบำนาญ ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ผู้อำนวยการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาญี่ปุ่น คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาอังกฤษ คณะอักษรศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณบดีคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

รองคณบดีฝ่ายพัฒนาศักยภาพองค์กร คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าราชการบำนาญ ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

อาจารย์ประจำภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาจีน ภาควิชาภาษาตะวันออก

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาจีน คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าราชการบำนาญ ภาควิชาภาษาฝรั่งเศส คณะอักษรศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวารสารศิลปศาสตร์

ปีที่ 21 ฉบับที่ 2 มกราคม-มิถุนายน 2569

รศ.ดร.ศิริพร ดาบเพชร	รศ.ดร.กษมา สุวรรณรักษ์	รศ.ดร.ยุทธนา เกื้อกุล
รศ.ดร.บุญยเสนอ ตริวิเศษ	รศ.สุวัฒนา เลี่ยมประวัตติ	ผศ.ดร.เมธาวี ยุทธพงศ์ธาดา
ผศ.ดร.อดิศักดิ์ นุชมี	ผศ.ดร.อัครอรอยะ บินเซ็ง	ผศ.ดร.บุญเลิศ วิวรรณ
ผศ.ดร.ศิวริน แสงอาวุธ	ผศ.ดร.ณัฐพร ไทยจงรักษ์	ผศ.ดร.ฐิติภา สิ้นธุรัตน์
ผศ.ดร.กรกฤษ มีมงคล	ผศ.ดร.วิศรุต เลาะวิถิ	ผศ.ดร.อัครุเลาะ หนู่มสุข
ผศ.ดร.วรเทพ ว่องสรรพการ	ผศ.สหัสสนชัย หริรักษาพิทักษ์	ดร.บัณฑิต อารอมัน
ดร.อภินันท์ วงศ์กิตติพร	อ.ณัฐ บุญธนาธีร์โชติ	อ.วิชณพงศ์ สุขสาคร

### เจ้าของ

วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

52/347 หมู่ที่ 7 ถนนพหลโยธิน 87 ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

โทรศัพท์ 0 2997 2200-30 ต่อ 1221-3 โทรสาร 0 2997 2200-30 ต่อ 1222

Website <http://www.rsu.ac.th/jla/>

### กำหนดการออกวารสาร

ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 กรกฎาคม-ธันวาคม และ ฉบับที่ 2 มกราคม-มิถุนายน

### การพิจารณาบทความ

1. บทความมีผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชานั้น ๆ หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบประเมินอย่างน้อย 3 คน
2. บทความของบุคลากรภายในได้รับการตรวจประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ส่วนบทความอื่น ๆ ได้รับการตรวจประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิภายใน และ/หรือภายนอก ซึ่งไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียน และเป็นการตรวจประเมินแบบ double-blinded review
3. บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้ทั้งหมดได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว

บทความหรือข้อเขียนในวารสารฉบับนี้ ลิขสิทธิ์เป็นของผู้เขียน  
ความคิดเห็นใด ๆ ที่เป็นความคิดเห็นส่วนตัวและอยู่ในความรับผิดชอบของผู้เขียน  
กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้อง หรือรับผิดชอบต่อความคิดเห็นดังกล่าว

## บรรณาธิการแถลง

บทความในวารสารฉบับนี้ ส่วนใหญ่เป็นบทความวิจัยที่นำเสนอผลการศึกษาศึกษาของคณาจารย์เพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอนและที่เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา เป็นบทความภาษาไทย 4 บทความ บทความภาษาอังกฤษ 3 บทความ และบทความวิชาการ 2 บทความ ซึ่งอาจแบ่งกลุ่มตามเนื้อหาได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ภาษาและวัฒนธรรม

บทความส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ “ภาษา” โดยวิเคราะห์การใช้ภาษาในบริบทและ “สื่อ” ที่ต่างกัน ได้แก่ โฆษณาในนิตยสารระดับสากล ป้ายธุรกิจในพื้นที่ต่างๆ ภาษาศาสตร์ปริชาน การปนใช้ภาษาอังกฤษในภาพยนตร์ไทย และการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทย

*อภิชญา ยอดคำ และมนตรี ตั้งพิชัยกุล* ศึกษาโฆษณาอุตสาหกรรมการเงินและอุตสาหกรรมสื่อในนิตยสาร Forbes Asia ในประเด็นการใช้ถ้อยคำแสดงบทบาทระหว่างผู้เขียนกับผู้อ่าน ควบคู่ไปกับองค์ประกอบด้านการออกแบบภาพ ถือเป็นการนำเสนอแง่มุมใหม่ในการวิเคราะห์วาทกรรมพหุสื่อ รวมทั้งแนวทางเชิงปฏิบัติสำหรับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในบริบทของการโฆษณาในระดับสากล ใน “Metadiscourse Markers and Visual Elements in International Business Magazine Advertisements A Study of The Finance and Media Industries”

ส่วน *สุนทร ภูรีปริชาเลิศ และนครเทพ ทิพย์ศุภราชภูรี* วิเคราะห์การใช้ภาษาและความหมายที่ปรากฏในป้ายธุรกิจและบริการในพื้นที่เมืองเอก ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ดังกล่าว โดยอาศัยกรอบแนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษาใน “Language Features of Signage in Mueang Ake Area, Pathum Thani Province, in Perspective of Linguistic Landscape”

การวิเคราะห์รูปแบบการใช้ภาษาอีกแบบหนึ่ง คือ “A Study of English Code-mixing Used by LGBTQ+ Characters in the ‘Pee Nak’ Film Series” ของ *จิรัชุทธิ์ ต่างจิตร์, ณีฐฎพล คุปต์ธน์โรจน์ และ วิษณุพงษ์ สุขสาคร* ที่ศึกษาการปนภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวละครที่มีความหลากหลายทางเพศในภาพยนตร์ชุด “พี้นาค” เพื่อสำรวจการปรับการปนภาษาอังกฤษเหล่านั้นให้เป็นแบบไทย ๆ

เจษฎา ศรีวัฒนเมธากุล, สุธาสินี ปิยพสุนทร และชัชวดี ศรลัมภ์ วิเคราะห์รูปการใช้ภาษาที่เป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์แสดงอารมณ์สุข และอารมณ์เศร้าของผู้ใช้ภาษาไทย จากผลงานรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน ที่พิมพ์เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2522-2566 แล้วนำเสนอบทความเรื่อง “อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในภาษาไทย: การศึกษาตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน” เป็นหลักฐานทางภาษาเกี่ยวกับวิธีการทางปริชานที่คนไทยใช้สร้างมโนทัศน์ประสบการณ์ทางอารมณ์

นอกจากการวิเคราะห์การใช้ภาษาแล้ว บุญยเสนอ ตริวิเศษ, ประยูทธ จิตรราช, ยุพาวดี อาจหาญ, สันติภาพ ชารัมย์, พิพัฒน์ ประเสริฐสังข์, สมศักดิ์ พันธุ์ศิริ และอรรพรรณ ฤทธิศรีธร ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาทักษะการอ่านวิเคราะห์และการตีความสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ขั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ” และสรุปได้ว่า การจัดการเรียนรู้ตามหลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ขั้น สามารถพัฒนาทักษะการอ่านวิเคราะห์และการตีความของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับการยอมรับในระดับสูงจากนักศึกษา

ส่วนบทความวิจัยอีก 2 บทความ และบทความวิชาการอีก 2 บทความ เกี่ยวข้องกับ “วัฒนธรรม” ในประเด็นที่แตกต่างกัน ได้แก่ บทความวิจัยที่สะท้อนความสำคัญของอุตสาหกรรมฮาลาลในประเทศไทย บทความวิชาการเกี่ยวกับจิตรกรรมชื่อก้องในอดีต ที่ส่งอิทธิพลถึงศิลปะนานาชาติประเภท-นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และบทความแนะนำหนังสือที่เป็นพื้นฐานให้ผู้อ่านเข้าใจประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่

ประเทศไทยเป็น “ครัวของโลก” ที่ผลิต “สินค้าฮาลาล” ได้สอดคล้องกับความต้องการของทั้งโลกมุสลิมและนานาชาติประเทศที่ชาวมุสลิมเดินทางไปเยือน โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดในระดับ Top 10 ของโลก เนื่องจากประเทศไทยผลิตสินค้าหลากหลายชนิดมากกว่าบางประเทศที่ส่งออกสินค้าเพียงไม่กี่อย่าง เช่น เนื้อไก่ อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงขึ้น ทำให้วิศรุต เลาะวิถี และมนัส บุญชม ได้สำรวจเอกสารเพื่อวิเคราะห์บทบาทของ “นวัตกรรมฮาลาล” ในฐานะปัจจัยชี้ขาดต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย ให้เติบโตอย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ จึงเสนอบทความเรื่อง “นวัตกรรมฮาลาล: โอกาสและความท้าทายในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย” ในขณะที่ อติศักดิ์ นุซมี มุ่งศึกษาและวิเคราะห์พัฒนาการ โครงสร้าง และบทบาทของมาตรฐานฮาลาลโลกจิสติกส์ของประเทศไทย เนื่องจากการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลในบริบทโลกปัจจุบันมิได้จำกัดอยู่เพียงกระบวนการผลิต แต่ต้องให้ความสำคัญกับการจัดเก็บ การขนส่ง และการกระจายสินค้าในฐานะกลไกเชิงระบบที่เชื่อมโยงการผลิตเข้ากับตลาด จึงเสนอบทความเรื่อง “การพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลกจิสติกส์ของประเทศไทย: ความท้าทายและปัญหาในการตรวจรับรองฮาลาล”

จรรยา โกมุทร์ตานนท์ ให้ความสำคัญกับ “เสรีภาพนำทางประชาชน” ของเออแลน เดอลาครัวซ์ ที่สะท้อนความสมจริงของเหตุการณ์ปฏิวัติเดือนกรกฎาคม 1830 เมื่อชาวกรุงปารีสลุกฮือขึ้นก่อการจลาจลต่อต้านระบอบกษัตริย์อย่างกล้าหาญ จึงกล่าวถึงที่มาและความหมายของภาพเขียนนี้ การใช้สัญลักษณ์ที่สื่อถึงเสรีภาพ เสมอภาค ภราดรภาพ ชัยชนะของประชาชน ตลอดจนอิทธิพลของภาพเขียนนี้ที่มีต่อผลงานศิลปะอื่น ๆ อย่างหลากหลายตราบจนถึงปัจจุบัน เช่น วรรณศิลป์ จิตรกรรม ประติมากรรม ดนตรี

ก่าพล ปิยะศิริกุล แนะนำหนังสือเรื่อง “ประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่” ของ รองศาสตราจารย์ ดร. กรพนัช ตั้งเขื่อนขันธ อาจารย์ประจำสาขาเอเชียศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อตีความประวัติศาสตร์จีน ตั้งแต่ก่อนการเกิดสงครามฝิ่น ไปจนถึงการสถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นศตวรรษที่จีนต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อันเนื่องมาจากการคุกคามของตะวันตก ขณะเดียวกัน ยังเป็นโอกาสให้จีนต้องปรับตัวเพื่อแสวงหาโอกาสในการพัฒนาประเทศอย่างทันสมัย แหล่งข้อมูลที่หลากหลายทำให้ตีความประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ได้รอบด้าน ยิ่งกว่าเดิม เป็นหนังสือที่มีคุณค่าแก่การผู้เริ่มต้นศึกษาประวัติศาสตร์จีน

กัญฐิกา ศรีอุดม  
บรรณาธิการ

## สารบัญ

## หน้า

## บทความวิจัย

Metadiscourse Markers and Visual Elements in International Business Magazine Advertisements A Study of The Finance and Media Industries <i>Apitchaya Yortkham and Montri Tangpijaikul</i>	9
Language Features of Signage in Mueang Ake Area, Pathum Thani Province, in Perspective of Linguistic Landscape <i>Soonthorn Pooreprechalerd and Nakonthep Tipayasuparat</i>	25
A Study of English Code-mixing Used by LGBTQ+ Characters in the “Pee Nak” Film Series <i>Jirayut Thangjit, Nattapon Kuptanaroaj and Witsanuphong Suksakhon</i>	47
อุปถัมภ์เชิงมโนทัศน์ของอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในภาษาไทย: การศึกษาตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน <i>เจษฎา ศรีวัฒนเมธากุล, สุธาสินี ปิยพสุนทรา และชัชวดี ศรีลัมพ์</i>	69
การพัฒนาทักษะการอ่านวิเคราะห์และการตีความสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของ ศิวกานท์ ปทุมสูติ <i>บุญยเสนอ ตริวิเศษ, ประยุทธ์ จิตรราช, ยุพาวดี อาจหาญ, สันติภาพ ชาร์มย์, พิพัฒน์ ประเสริฐสังข์, สมศักดิ์ พันธุ์ศิริ และอรรพรรณ ฤทธิศรีธร</i>	89
นวัตกรรมฮาลาล: โอกาสและความท้าทายในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย <i>วิศรุต เลาะวิถี และมนัส บุญชม</i>	105
การพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลกจิตติศาสตร์ของประเทศไทย: ความท้าทายและปัญหา ในการตรวจรับรองฮาลาล <i>อดิศักดิ์ นุชมี</i>	119

**บทความวิชาการ**

- “เสรีภาพทางประชาชน” ที่มา ความหมาย และอิทธิพล  
จรรยา โกมุทร์ตานนท์ 135

**บทความแนะนำหนังสือ**

- แนะนำหนังสือ ประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่  
กำพล ปิยะศิริกุล 151

Metadiscourse Markers and Visual Elements in International Business  
Magazine Advertisements A Study of the Finance and Media Industries

ถ้อยคำแสดงบทบาทและองค์ประกอบการออกแบบภาพ  
ในโฆษณานิตยสารธุรกิจระดับสากลจากอุตสาหกรรมการเงินและอุตสาหกรรมสื่อ

*Apitchaya Yortkham\* and Montri Tangpijaikul\*\**

*อภิชนา ยอดคำ และมนตรี ตั้งพิชัยกุล*

Receiving Date: September 7, 2025 / Revising Date: October 14, 2025 / Accepting Date: October 16, 2025

### Abstract

This study investigates the use of Interactional Metadiscourse Markers (IMMs) and visual grammar elements in international business magazine advertisements from two key industries: finance and media. Drawing on Hyland's (2005) Metadiscourse Model and Kress and van Leeuwen's (2006) Grammar of Visual Design (GVD), the researchers explore how linguistic and visual features are strategically employed to persuade readers. Thirty English-language advertisements, 15 from each industry, published in Forbes Asia, were analyzed using a mixed-methods approach. The quantitative findings revealed that while self-mentions are the most frequently used in both industries (39 times in finance and 42 times in media), the media sector showed a higher frequency of attitude markers (22 times) and self-mentions, whereas the finance sector employed more engagement markers (30 times) and boosters (21 times). Hedges were rarely used in both sectors (3 times in finance and 1 time in media). The qualitative findings explained how IMMs served distinct communicative purposes across industries. The visual analysis indicated that finance advertisements emphasized credibility and authority through formal layouts and indirect gazes, while media advertisements used vivid colors, direct gazes, and expressive visuals to build interpersonal connection. This study contributes to multimodal discourse analysis and offers practical implications for international advertising strategies.

---

\*Student, Master of Arts in English for International Communication, Faculty of Humanities, Kasetsart University  
email: apitchaya.yo@ku.th

\*\*Associate Professor, Ph.D. Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities, Kasetsart University  
email: fhummtt@ku.ac.th

**Keywords:** Interactional metadiscourse, Visual components, Multimodal, Advertising discourse

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ถ้อยคำแสดงบทบาทระหว่างผู้เขียนกับผู้อ่าน (Interactional metadiscourse markers) ควบคู่กับองค์ประกอบด้านการออกแบบภาพในโฆษณานิตยสารธุรกิจระดับสากลจากสองอุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ การเงินและสื่อ โดยอิงกรอบแนวคิดการใช้ภาษาของ Hyland (2005) และทฤษฎีไวยากรณ์เชิงภาพของ Kress และ van Leeuwen (2006) ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยโฆษณาจำนวน 30 ชิ้น จากนิตยสาร Forbes Asia ถูกวิเคราะห์ผ่านวิธีการแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า การอ้างอิงถึงผู้เขียน (self-mentions) เป็นกลวิธีด้านภาษาที่ปรากฏมากที่สุดทั้งสองอุตสาหกรรม โดยพบในกลุ่มการเงินจำนวน 39 ครั้ง และ 42 ครั้งในกลุ่มสื่อ อย่างไรก็ตาม โฆษณาในกลุ่มสื่อใช้ถ้อยคำแสดงทัศนคติ (Attitude markers) จำนวน 22 ครั้ง และการอ้างตน (Self-mentions) จำนวน 42 ครั้ง ซึ่งเป็นปริมาณที่มากกว่า ขณะที่โฆษณาด้านการเงินเน้นการใช้ถ้อยคำเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement markers) จำนวน 30 ครั้ง และการส่งเสริมความน่าเชื่อถือ (Boosters) จำนวน 21 ครั้ง ในด้านองค์ประกอบภาพนั้น โฆษณาในกลุ่มการเงินมักใช้การออกแบบที่หลีกเลี่ยงการสบสายตากับผู้อ่านโดยตรงเพื่อสร้างการเชิญชวนทางอ้อม ส่วนโฆษณากลุ่มสื่อนั้นจะเน้นการใช้ภาพสีสด การสบสายตาโดยตรงกับผู้อ่านเพื่อดึงดูดความสนใจ รวมถึงการใช้องค์ประกอบที่สื่อถึงอารมณ์เพื่อสร้างความเชื่อมโยงทางความรู้สึก งานวิจัยนี้นำเสนอแง่มุมใหม่ในการวิเคราะห์วาทกรรมพหุสื่อ และเสนอแนวทางเชิงปฏิบัติสำหรับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในบริบทของการโฆษณาระดับสากล

**คำสำคัญ:** ถ้อยคำแสดงบทบาทระหว่างผู้เขียนกับผู้อ่าน, องค์ประกอบเชิงภาพ, พหุสื่อ, วาทกรรมเชิงโฆษณา

### Background of the Study

In the context of international business communication, advertisements in global magazines such as Forbes Asia serve not only to inform but also to persuade readers across cultures. Forbes, known for its global reach and credibility, tailors its content to a leadership that includes business owners, investors, and professionals interested in finance, economics, and innovation. To effectively target this audience, advertisements must be strategically constructed using both linguistic and visual elements.

Print advertisements, by nature, are multimodal comprising both textual and visual components. The textual portion of an advertisement typically includes a headline and body copy, while the visual aspect consists of imagery, layout, and stylistic elements. These components interact to create a unified persuasive message (Belch & Belch, 2004). The headline is considered the most crucial textual element, often displayed in a larger font to

immediately attract attention and entice the reader to engage with the rest of the content (Arens, Weigold, & Arens, 2009). Sub-headlines, taglines, and slogans may also be used to emphasize the brand's identity or campaign message. While a tagline communicates the broader image or philosophy of the brand, a slogan is often tied to specific products or campaigns (Tryana & Satelah, 2019). A notable example is Apple Inc., which uses the tagline "Think Different" to represent the brand's philosophy of creativity and innovation. In contrast, its product-specific slogans vary across campaigns: "iThink, therefore iMac" (1998), "Life is random" (iPod Shuffle, 2005), and "Thinnovation" (MacBook Air, 2008). These slogans are concise, memorable, and strategically crafted to reflect each product's identity while maintaining consistency with the overall brand image. Such use of text demonstrates how headlines and slogans work together to attract attention, convey values, and reinforce brand recognition. The body copy complements the headline by providing detailed information, telling a story, or reinforcing the brand's voice. Effective copywriting not only informs but also appeals emotionally through stylistic techniques such as dramatization or humor (Belch & Belch, 2004). Importantly, the textual content often works in tandem with visual strategies. Visual components including symbols, imagery, color schemes, and typography serve to enhance readability, trigger emotional responses, and reinforce brand identity (Messaris, 1997; Lester, 2013). For example, a close-up photo of a juicy burger in a warm, red-toned background can immediately stimulate appetite, while a minimalist image of a smartphone on a white background may communicate simplicity, elegance, and modernity. Layout is the spatial organization of these elements and plays a significant role in directing the viewer's attention. A strong layout employs principles of visual hierarchy to guide the reader's gaze, ensuring that key information such as the product name, message, or call to action is effectively communicated (Chamblee & Sandler, 1992). Symmetrical layouts often suggest stability and reliability, suitable for finance or healthcare industries, whereas asymmetrical designs may convey energy and modernity, resonating with youth-oriented or lifestyle products.

Linguistically, one of the key strategies in persuasive communication is the use of Interactional Metadiscourse Markers (IMMs), which include hedges, boosters, attitude markers, engagement markers, and self-mentions (Hyland, 2005). These markers allow advertisers to express stance, build rapport, and guide reader interpretation. Prior research has shown that IMMs are frequently used in advertising to increase credibility and engagement (Fuertes-Olivera et al., 2001; Xiaoqin, 2017). Visually, advertisements communicate through image

composition, gaze, and salience, which can be systematically analyzed using Kress and van Leeuwen's (2006) Grammar of Visual Design (GVD). GVD categorizes visual meaning into representational, interactive, and compositional dimensions. While interactive Metadiscourse markers are more suited to academic writing where clarity and coherence are prioritized, interactional Metadiscourse markers are particularly valuable in advertising contexts, where the goal is to influence and engage. Studies have affirmed the persuasive function of these markers across genres including job advertisements, business communication, and digital media (Fu, 2012; Al-Subhi, 2022). The integration of IMMs and visual design in advertisements strengthens the rhetorical impact of the message and facilitates deeper audience engagement.

Therefore, this research investigates the combined use of interactional Metadiscourse markers and visual grammar elements in print advertisements from Forbes Asia, with a particular focus on the finance and media industries. The study aims to explore how these multimodal components function together to construct persuasive messages for an international audience. By integrating linguistic and visual analyses, the study contributes to a deeper understanding of how multimodal persuasive strategies differ across industries and offers practical implications for designing more effective global advertising campaigns.

## Literature Review

The theoretical foundation of this study rests on two primary frameworks: Hyland's (2005) model of interactional Metadiscourse and Kress and van Leeuwen's (2006) Grammar of Visual Design. These frameworks provide insight into how linguistic and visual resources are employed in written texts, especially advertisements, to shape meaning, convey attitude, and influence audiences.

Hyland (2005) defines Metadiscourse as the linguistic resources writers use to structure their text and build a relationship with readers. His framework distinguishes between two types: Interactive and Interactional Metadiscourse. This study focuses on the interactional dimension, which highlights the writer's presence, stance, and engagement with the audience. Interactional Metadiscourse Markers (IMMs), including hedges, boosters, attitude markers, engagement markers, and self-mentions, are commonly used to enhance credibility, express commitment, and involve readers in the message. These markers have been shown to contribute to rhetorical effectiveness in various contexts, such as academic writing (Dafouz, 2008), job postings (Fu, 2012), and business discourse (Xiaoqin, 2017).

A recent study examined their use in social media advertisements (Al-Subhi, 2022), further supporting their relevance in persuasive communication. This study draws upon five key strands of literature: (1) international business magazines, (2) advertising within these publications, (3) advertising discourse, (4) Metadiscourse in advertisements, and (5) visual components in advertising. Together, these areas provide a comprehensive foundation for understanding the linguistic and visual strategies used in global business advertising.

International business magazines have evolved significantly to accommodate a globalized readership. No longer limited to reporting news, these publications now offer expert commentary, interviews, and analysis to meet the needs of professionals across various cultures (Meyer et al., 2023; BarNir et al., 2003). The global nature of their readership necessitates balancing culturally specific content with universal themes (Cutler et al., 1992). Within this context, advertising plays a pivotal role, not merely as a promotional tool but as a strategic extension of the magazine's authority and tone. Ads featured in these publications leverage the magazine's credibility to align the brand with values such as prestige, reliability, and thought leadership (Frith & Mueller, 2010; Nelson & Paek, 2007). Because of the selective and high-caliber audience, advertisements in international business magazines emphasize precision in both language and design. As global marketing becomes increasingly sophisticated, the synergy between advertiser and publisher will continue to shape how messages are crafted and received (Kapferer, 2012).

Unlike traditional discourse, advertising discourse is designed with a specific commercial intent to persuade, influence, and ultimately sell (Karlsson, 2015). Persuasion relies heavily on clarity and relatability; therefore, the language must be both accessible and engaging. Advertising not only transmits information but also builds emotional and psychological associations through both linguistic and visual cues (Myers, 1994; Al-Subhi, 2022). Fuertes-Olivera et al. (2001) classified advertising formats into digital, broadcast, outdoor, and print with this study focusing on print advertisements found in international magazines.

Print advertisements integrate four core components: headline, body copy, visual elements, and layout (Belch & Belch, 2004). Each serves a unique role in structuring and enhancing the advertisement's overall impact. Headlines function as attention-grabbing tools, typically employing larger fonts to capture viewer interest at first glance. Sub-headlines and taglines further reinforce the brand's identity and message, distinguishing between image-driven taglines and product-oriented slogans (Tryana & Satelah, 2019). Body copy

elaborates on the brand or product narrative, often reflecting campaign-specific themes such as humor, dramatization, or value propositions. The effectiveness of the body text lies in its ability to link the written and visual components into a cohesive message (Belch & Belch, 2004). Visual elements, including imagery, symbols, color, and typography, serve as potent communicative devices. These elements often function metaphorically, shaping viewer perception and emotional response (Messaris, 1997; Lester, 2013). For instance, warm tones like red and orange evoke energy and passion, while cool tones like blue suggest calmness and trust. Similarly, typography reinforces brand identity; sans-serif fonts may suggest innovation, while serif fonts evoke tradition. Layout orchestrates the spatial arrangement of these elements. A clear visual hierarchy guides the reader's eye and prioritizes key messages, such as product names or calls to action (Chamblee & Sandler, 1992; Wheildon, 1995). The layout's balance whether symmetrical for stability or asymmetrical for dynamism further reinforces the tone of the brand message. To illustrate the impact of multimodal elements in advertising, the Forbes Asia advertisement provides a compelling case, as depicted in Figures 1.

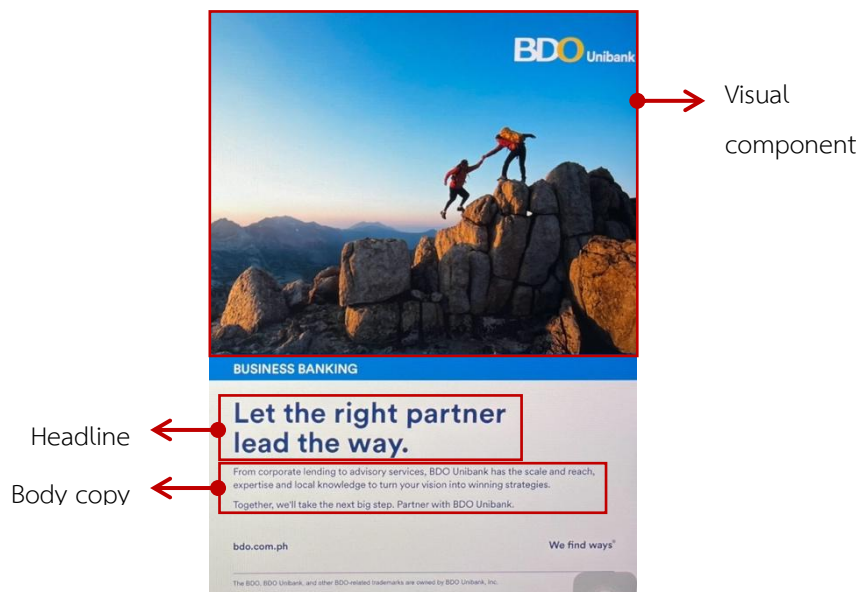


Figure 1 Advertisement from Forbes Asia

In Figure 1, the visual features two climbers supporting one another, symbolizing the brand's core values of collaboration and guidance. This imagery is effectively complemented by the headline, "Let the right partner lead the way," which aligns seamlessly with the depicted narrative. Further reinforcing the message, the body text elaborates on BDO

Unibank's service offerings, strengthening the theme of trust and partnership through both visual storytelling and verbal communication.

Complementing the textual perspective is Kress and van Leeuwen's (2006) grammar of visual design (GVD), which provides a systematic approach for analyzing how images function as semiotic resources. Their model identifies three metafunctions: representational, interactive, and compositional meanings. Representational meaning focuses on what is depicted; interactive meaning relates to the engagement between image and viewer through gaze, size of frame, perspective, and modality; while compositional meaning refers to how visual elements are arranged to guide attention and convey emphasis, using techniques such as salience, information value, and framing. GVD has been applied in various fields of multimodal discourse analysis, such as visual literacy, digital media, and advertising (Caple, 2008; Ping, 2018; Walton & Marsden, 2002). Recent research has shown the growing significance of visual elements in multimodal advertising discourse. Ping (2018), for example, applies Kress and van Leeuwen's Visual Grammar framework to evaluate a website that integrates both text and imagery, finding that the site lacks both informational richness and visual clarity—highlighting how insufficient visual design can undermine message comprehension. Almeida (2009) analyzes fashion doll advertisements and demonstrates that visual features like eye contact and close-up framing are strategically used to foster emotional engagement and social bonding with the viewer. Similarly, Ly and Jung (2015) examine fashion magazine ads and argue that the use of visual positioning and gaze direction plays a crucial role in constructing meaning and persuading the audience. Collectively, these studies confirm the centrality of visual grammar in shaping the way advertisements communicate values, identities, and appeals.

Previous studies integrating both linguistic and visual analysis have emphasized the need for a multimodal perspective in understanding how meaning is constructed. However, few comparative studies have examined how IMMs and visual strategies differ across business sectors in advertising. By focusing on two contrasting industries: finance and media. This study aims to fill that gap and contribute to the growing body of multimodal discourse research in international business communication.

## Methodology

This study employed a mixed-methods approach to analyze both linguistic and visual elements in international business magazine advertisements. The data were drawn from 20 issues of *Forbes Asia*, a well-known international business magazine, published between 2019 and 2021, resulting in a total of 190 English-language advertisements across various sectors. Through a set of inclusion of important criteria for advertisement which are headline and body copy, 98 advertisements were identified as eligible for analysis. Subsequently, the advertisements were categorized by business types to identify dominant advertising sectors. Finance and media industries were selected for detailed comparison due to their frequency prominence. From these two categories, a purposive sample of 30 advertisements, 15 from each industry, was selected for in-depth analysis. This selection allows for a balanced comparison each accounting for 15.3% or 15 advertisements of the dataset.

The linguistic analysis was guided by Hyland's (2005) Interpersonal Model of Metadiscourse, focusing on five types of Interactional Metadiscourse Markers (IMMs): hedges (e.g., *might*, *perhaps*) signal uncertainty or caution, allowing writers to withhold full commitment, boosters (e.g., *clearly*, *indeed*) express confidence and help reinforce authority, attitude markers (e.g., *fortunately*, *surprisingly*) convey the writer's emotional stance, self-mentions (e.g., *we*, *our company*) establish authorial presence and credibility, and engagement markers (e.g., *you*, *consider*) directly involve the reader and create rapport. Each advertisement's copy was manually annotated and cross-checked by two trained coders, with intercoder reliability reaching 90% agreement. The quantitative phase used frequency counts and proportional comparisons to identify IMM patterns across the two industries.

For the visual analysis, Kress and van Leeuwen's (2006) Grammar of Visual Design (GVD) framework was applied. The analysis covered key elements under *representational meaning which identifies whether images convey narrative processes (action-based scenes, e.g., a person holding a product) or conceptual processes (static, symbolic depictions, e.g., a product floating against a background)*, *interactive meaning which explores how visual choices such as gaze (direct vs. indirect), and perspective (power dynamics)*, and *compositional meanings which evaluates layout structure such as information value (left-right and top-bottom positioning) and salience (visual prominence)*, with particular attention to how gaze, camera angle, color use, salience, and information value contribute to

meaning-making and viewer engagement. The qualitative interpretation drew connections between these visual strategies and the corresponding linguistic markers.

By combining these two frameworks, the study offers a comprehensive, multimodal examination of persuasive strategies in international business advertising a contribution that deepens our understanding of how textual and visual elements co-construct meaning and engage audiences across distinct professional domains.

## Results

This study explored the use of Interactional Metadiscourse Markers (IMMs) and visual elements in business advertisements, with a particular focus on samples from Forbes Asia. From a broader dataset of 98 advertisements across various sectors, an exploratory analysis identified the finance and media industries as the most prominent, each contributing 15 advertisements (30 in total) to the core analysis. These industries were chosen due to their frequency and communicative significance in the magazine.

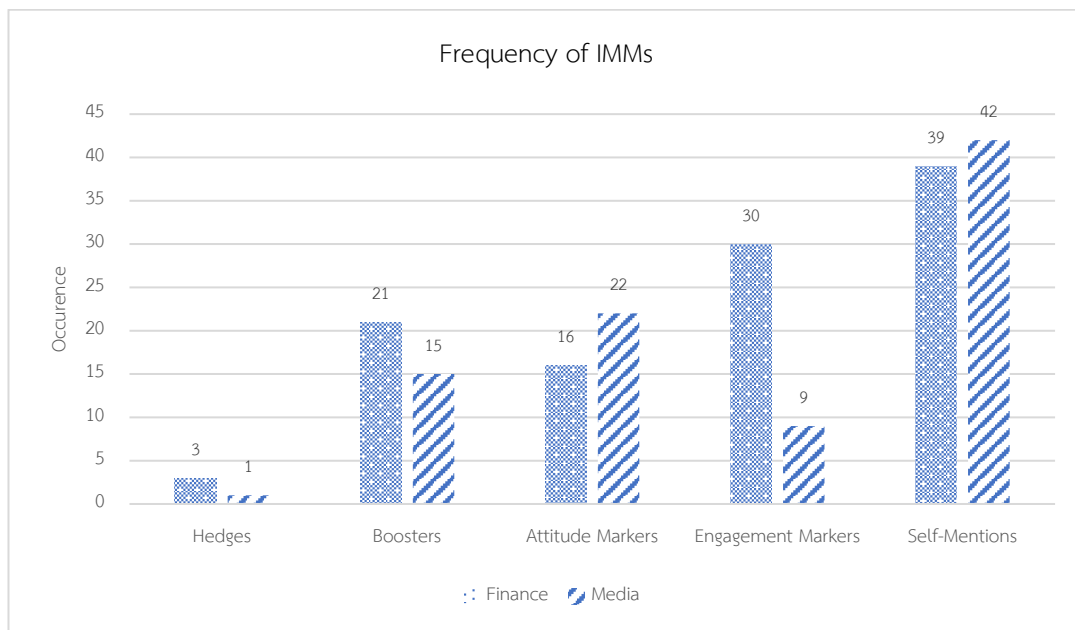


Figure 2 represents frequency of IMMs found in two industries

The quantitative analysis reveals that self-mentions are the most frequent IMMs in both finance (39 instances) and media advertisements (42 instances). This emphasizes a consistent emphasis on brand voice, authority, and identity. Engagement markers follow as the second most common in finance ads (30), signaling efforts to involve the reader and foster trust, particularly for decisions involving investment or financial planning. In contrast,

media advertisements prioritize attitude markers (22), suggesting a stronger focus on emotional tone and expressive content. Boosters rank third in both industries (21 in finance, 15 in media), used to reinforce certainty, assertiveness, and positive brand attributes. Hedges are the least used (3 in finance, 1 in media), reflecting a general avoidance of linguistic uncertainty in persuasive business contexts. These trends suggest finance ads lean towards confidence-building and structured authority, while media ads adopt a more emotive and inspirational tone. Functionally, self-mentions (e.g., “we,” “our”) serve as strategic tools to assert speaker presence. In finance, they build credibility and a sense of responsibility. In media, they foster relatability and humanize the brand. Engagement markers such as “you” and direct calls-to-action were more prevalent in finance, encouraging participation and trust. Although media advertisements used these less frequently, they still appeared in slogans and invitations (e.g., “join us”), often supported by visuals. Boosters functioned as credibility enhancers in finance (e.g., “ensure,” “proven”), while in media, they added energy and dramatic flair (e.g., “change the game,” “verified”). Attitude markers expressed evaluation; finance ads emphasized reliability and competence, while media ads leaned on creativity and emotional resonance. Hedges, rarely employed, appeared in cautious or predictive language (e.g., “might,” “could”). Their scarcity across both industries indicates a preference for strong, declarative messaging.

The visual analysis, guided by Kress and van Leeuwen’s (2006) *Grammar of Visual Design* (GVD), covered three dimensions: representational, interactive, and compositional meanings. **Representational Meaning:** Both industries predominantly employed conceptual visuals over narrative visuals. Conceptual images emphasized abstract values such as innovation and trust, while narrative elements depicting actions or interactions were less common. **Interactive Meaning:** Media advertisements used more direct gaze types, close-up shots, and frontal angles than finance, suggesting stronger viewer engagement. Finance favored long shots and indirect gazes to convey professionalism. Color saturation was high in both, but more varied in media, enhancing emotional appeal. **Compositional Meaning:** Both industries placed key visuals and text prominently in top and bottom zones. Media ads often utilized centered and bottom placement for informational balance, and showed more outstanding elements and weak framing, indicating flexibility and dynamism. Finance ads leaned towards structured layouts and strong framing, signaling clarity and reliability. The highlight examples that represent conceptual meaning are shown below.



Code: 191103UOB

Code: 190809CNN

Figure 3 Images represent conceptual representative

Figure 3 illustrates conceptual representative where the headline invites interpretation and the accompanying image conveys abstract ideas rather than presenting a straightforward narrative. Whereas examples showing narrative representation are shown in Figure 4.



Code: 200601MAN

Code: 200702CNN

Figure 4 Images represent narrative representative

Both visuals exemplify narrative representations, in which the depicted participants are actively engaged in events or interactions. The storyline emerges more clearly, with the imagery complementing the headline to convey progression, intent, or transformation.

Overall, the results demonstrate that finance and media industries adopt distinct multimodal strategies aligned with their communicative objectives. Finance advertisements tended to emphasize credibility through structured visuals and assertive language, while media advertisements predominantly highlight emotional connection through expressive design and tone. These multimodal features contribute to persuasive messaging tailored to their respective audiences.

## Discussion

This study explored how Interactional Metadiscourse Markers (IMMs) and visual strategies are employed in finance and media advertisements featured in *Forbes Asia*. The findings reveal clear distinctions in linguistic and visual approaches between the two industries. Finance advertisements frequently used self-mentions and boosters to convey authority, confidence, and corporate reliability, whereas media advertisements employed more attitude markers to enhance emotional resonance and brand personality. The media sector also displayed a higher frequency of self-mentions, suggesting a more personalized, conversational tone. In contrast, the finance industry adopted more engagement markers than expected, indicating an effort to appear responsive while maintaining a professional stance. The minimal use of hedges across both sectors—contrary to earlier studies that emphasized cautious tone in business communication—suggests a growing preference for assertiveness and clarity in modern advertising discourse. This confirms the notion that Metadiscourse use is highly context-sensitive, shaped by the branding goals and communicative conventions of each industry.

Visually, both sectors relied primarily on conceptual representation, using static imagery to symbolize brand identity or abstract ideas. Finance advertisements favored formal visual cues such as indirect gaze, high-angle shots, and institutional settings to convey credibility and professionalism. Media advertisements, on the other hand, included more narrative elements and dynamic visual engagement—such as direct gaze, frontal angle, and expressive facial features—to create a sense of intimacy and relatability. From a compositional perspective, finance layouts emphasized clarity and structure, with consistent placement of key content on the right or top to signal forward movement and stability. Media layouts were more flexible, with vibrant color palettes and varied information positioning that reflected creative energy. These findings highlight how visual grammar

elements are carefully adapted to meet the persuasive needs of each industry and align with Kress and van Leeuwen's (2006) framework.

The study demonstrates the value of a multimodal perspective in understanding advertising discourse. By combining Hyland's Metadiscourse model and Kress and van Leeuwen's visual grammar, this research contributes to the theoretical integration of verbal and visual communication in business advertising. Practically, the results offer insights for marketers and copywriters: finance brands might benefit from integrating more emotional or engagement-based language, while media brands could strengthen credibility with strategic self-mentions. Future studies are encouraged to expand the dataset across diverse media platforms and cultural settings, or to incorporate audience perception to enrich the understanding of multimodal persuasion. Ultimately, this study affirms that language and visuals do not function separately, but co-construct meaning to influence readers in contextually meaningful ways.

## Conclusion

This study analyzed the use of interactional Metadiscourse markers and visual strategies in finance and media advertisements in Forbes Asia, using Hyland's (2005) framework and Kress and van Leeuwen's (2006) Grammar of Visual Design. The results show that finance advertisements rely more on boosters and self-mentions to assert credibility and authority, while media advertisements tend to use attitude markers to create emotional resonance and brand personality. Contrary to prior studies, finance ads also employed more engagement markers suggesting a shift toward a more audience-aware tone in complex service communication.

Visually, most ads in both sectors utilized conceptual representations such as static portraits, buildings, or logos to convey symbolic meaning and brand identity. Narrative visuals were more commonly found in media ads, supporting dynamic storytelling and emotional appeal. In terms of interactive meaning, both industries primarily used offer gaze and close-up or medium shots, but finance ads often included more distant framing and oblique angles, reinforcing professionalism. Compositionally, finance ads leaned toward structured layouts with given-new and real-ideal placement, while media ads favored more dynamic and attention-grabbing arrangements with strong salience and framing.

These findings suggest that while both sectors strategically combine language and image, they prioritize different persuasive goals: finance tends to emphasize stability and

trust, whereas media predominantly highlights creativity and connection. This supports the relevance of multimodal discourse analysis and offers insights for marketers and researchers aiming to understand how text and visuals work together in shaping audience perception. However, despite growing research in this area, few studies have directly compared the combined use of Interactional Metadiscourse Markers (IMMs) and visual grammar across different industries particularly between the finance and media sectors in international advertising contexts. This study therefore seeks to address this gap and contribute to a more comprehensive understanding of multimodal persuasion in global business communication.

## References

- Al-Subhi, A. S. (2022). Metadiscourse in online advertising: Exploring linguistic and visual metadiscourse in social media advertisements. *Journal of Pragmatics*, 187, 24-40.
- Arens, W. F., & Weigold, M. F. (2009). *Contemporary advertising* (11th ed.). McGraw-Hill.
- BarNir, A., Gallagher, J. M., & Auger, P. (2003). Business process digitization, strategy, and the impact of firm age and size: the case of the magazine publishing industry. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 790-791.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. (6th ed.). McGraw-Hill.
- Caple, H. (2008). Intermodal relations in image nuclear news stories. In A. Baldry & E. Montagna (Eds.) *Multimodal semiotics: Functional analysis in contexts of education*. (pp. 125–138). Equinox Publishing.
- Chamblee, R., & Sandler, D. M. (1992). Business-to-business advertising: Which layout style works best? *Journal of Advertising Research*, 32(6), 39–46.
- Cutler, B. D., Javalgi, R. G., & Erramilli, M. K. (1992). The visual components of print advertising: A five-country cross-cultural analysis. *European Journal of Marketing*, 26(4), 7-20.
- Dafouz-Milne, E. (2008). The pragmatic role of textual and interpersonal metadiscourse markers in the construction and attainment of persuasion: A cross-linguistic study of newspaper discourse. *Journal of pragmatics*, 40(1), 95-113.
- Frith, K. T., & Mueller, B. (2010). *Advertising and societies: Global issues*. (2nd ed.). Peter Lang.
- Fu, X. (2012). The use of interactional metadiscourse in job postings. *Discourse Studies*, 14(4), 399-417.
- Fuertes-Olivera, P. A., Velasco-Sacristán, M., Arribas-Baño, A., & Samaniego-Fernández, E. (2001). Persuasion and advertising English: Metadiscourse in slogans and headlines. *Journal of Pragmatics*, 33(8), 1291–1307.
- Hyland, K. (2005). *Metadiscourse: Exploring interaction in writing*. London: Continuum.
- Kapferer, J. N. (2012). *The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking*. (4th ed.). Kogan Page.
- Karlsson, S. (2015). *Advertising as discourse: A study of print advertisements published in The New Yorker*. (Bachelor's thesis, Linnaeus University, Sweden).

- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). **Reading images: The grammar of visual design**. Routledge.
- Lester, P. M. (2013). **Visual communication: Images with messages** (6th ed.). Cengage Learning.
- Messaris, P. (1997). **Visual persuasion: The role of images in advertising**. SAGE Publications.
- Myers, G. (1994). **Words in Ads**. Edward Arnold.
- Nelson, M. R., & Paek, H. J. (2007). A content analysis of advertising in a global magazine across seven countries: Implications for global advertising strategies. **International Marketing Review**, 24(1), 64-86.
- Ping, K. (2018). A visual grammar analysis of Lesaffre's website. **Advances in Language and Literary Studies**, 9(6), 38-41.
- Tryana, T., & Satelah, S. (2019). Presupposition of slogan in *The Jakarta Post* advertisement. **Proceedings Universitas Pamulang**, 9(1), 118-130.
- Walton, M., Vuković, V., & Marsden, G. (2002). "Visual literacy" as challenge to the internationalisation of interfaces: A study of South African student web users. In **CHI '02 extended abstracts on Human factors in computing systems** (pp. 530-531).
- Wheildon, C. (1995). **Type & layout: Are you communicating or just making pretty shapes?** Strathmoor Press.
- Xiaoqin, L. (2017). Exploring the rhetorical use of interactional metadiscourse: A comparison of letters to shareholders of American and Chinese financial companies. **English Language Teaching**, 10(7), 232-241.

## Language Features of Signage in Mueang Ake Area, Pathum Thani Province, in Perspective of Linguistic Landscape

### ลักษณะทางภาษาของป้ายชื่อสถานประกอบการในชุมชนเมืองเอก จังหวัดปทุมธานี ที่สัมพันธ์กับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์

*Soonthorn Pooreprechalerd\* and Nakonthep Tipayasuparat\*\**

สุนทร ภูรีปรีชาเลิศ และนครเทพ ทิพยคุรุราษฎร์

Receiving Date: March 28, 2026 / Revising Date: May 13, 2026 / Accepting Date: May 15, 2026

#### Abstract

The research objectives were to study the linguistic landscape of business and service signage in Mueang Ake area, a large residential community in Pathum Thani Province, and to analyze the language use and meanings conveyed through these signs, which reflect the social and cultural identity of the target area. The study relied on 237 purposively selected business signs located along the four main roads in Mueang Ake. The data were classified according to the types of businesses and services and analyzed statistically using frequencies and percentages.

The results revealed that the signs collectively contained a total of seven languages: Thai, English, Chinese, Japanese, Korean, German, and Spanish. This demonstrates that Mueang Ake is a multilingual area that reflects natural linguistic diversity and multilingualism influenced by globalization. Among all signs, consumer goods businesses were the most prevalent, followed by healthcare and beauty businesses. As for font size and visibility of bilingual signs, Thai script was found to be the most visible and most prominent. Regarding linguistic function, the wording on the sign primarily served an informational function about product and service details, followed by contact information. As for the symbolic function, it was found that signs with store names that are partially consistent or related to the business were more common than signs with store names not consistent or related to the business. This demonstrated that signage played a crucial role in creating a modern and international image for communication, as well as establishing a

---

\*Student, Master Degree Program “English for Professions”, College of Liberal Arts, Rangsit University,  
email soonthompdpq9988@gmail.com

\*\*Instructor, Master Degree Program “English for Professions”, College of Liberal Arts, Rangsit University,  
email nakonthep@yahoo.com

distinctive and attractive presence that encouraged visitors to purchase products or use services at the location through advertising and public relations based on the place's name.

The study also revealed the influence of commercial, cultural, modernity, and local beliefs that affected this area. Moreover, the study demonstrated the role of the linguistic landscape as a communication tool that connects social identity and marketing in the Mueang Ake area.

**Keywords:** Linguistic landscape, Mueang Ake area, Signs, Signage, Language analysis

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษา (linguistic landscape) ของป้ายธุรกิจและบริการในพื้นที่เมืองเอกซึ่งเป็นชุมชนที่อยู่อาศัยขนาดใหญ่ในจังหวัดปทุมธานี และวิเคราะห์การใช้ภาษาและความหมายที่ถ่ายทอดผ่านป้ายต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ดังกล่าว การศึกษาใช้ข้อมูลจากป้ายธุรกิจ จำนวน 237 ป้าย ที่คัดเลือกแบบเจาะจงจากถนนสายหลัก 4 สาย ในชุมชนเมืองเอก ข้อมูลจัดประเภทตามลักษณะของธุรกิจและบริการ และนำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยค่าความถี่และร้อยละ โดยอาศัยกรอบแนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษา

ผลการวิเคราะห์พบว่าป้ายธุรกิจในชุมชนเมืองเอกมีการใช้ภาษาทั้งหมด 7 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ภาษาเยอรมัน และภาษาสเปน แสดงให้เห็นว่าเขตชุมชนเมืองเอกเป็นพื้นที่แห่งความเป็นพหุภาษา บ่งชี้ถึงความหลากหลายอันเป็นลักษณะธรรมชาติของภาษาที่เกิดขึ้นกับพื้นที่ดังกล่าว อีกนัยหนึ่งความเป็นพหุภาษามีผลมาจากปรากฏการณ์ “โลกาภิวัตน์” ส่วนการจำแนกป้ายตามธุรกิจและบริการพบว่าสินค้าอุปโภคบริโภคมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม ด้านขนาดและความเด่นชัดของตัวอักษรของป้ายสองภาษาพบว่า พบว่าอักษรภาษาไทยมีขนาดใหญ่และเด่นชัดมากที่สุด ด้านหน้าที่ของภาษาพบว่าข้อความบนป้ายส่วนใหญ่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รองลงมาคือข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อ ส่วนหน้าที่เชิงสัญลักษณ์พบว่าป้ายชื่อร้านที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ มีจำนวนมากกว่าป้ายชื่อร้านที่ไม่สอดคล้องกับธุรกิจ แสดงให้เห็นว่า ป้ายชื่อสถานที่มีส่วนสำคัญในการสร้างความทันสมัย ความเป็นสากลในการติดต่อสื่อสาร รวมถึงสร้างความโดดเด่นและความดึงดูดใจในการโน้มน้าวให้ผู้คนที่พบเห็นได้เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการสถานที่ดังกล่าวผ่านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์จากชื่อสถานที่

ผลการศึกษาข้างสะท้อนแนวโน้มด้านพาณิชย์ วัฒนธรรม ความทันสมัย และความเชื่อท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อพื้นที่ดังกล่าว อีกทั้งยังแสดงให้เห็นบทบาทของภูมิทัศน์ทางภาษาในฐานะเครื่องมือสื่อสารที่เชื่อมโยงอัตลักษณ์ทางสังคมและการตลาดในพื้นที่เมืองเอก

**คำสำคัญ:** ภูมิทัศน์ทางภาษา, พื้นที่เมืองเอก, ป้าย, ป้ายโฆษณา, การวิเคราะห์ภาษา

## Introduction

Linguistic landscape (or LL) studies can be seen as a sub-field of both sociolinguistics and applied linguistics, concerned with the “written form” of languages in public space (Cenoz & Gorter, 2006: 2) especially emphasizing “multilingual settings” (Coulmas, 2009: 14). This involves investigation of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings of a given territory, region, or urban agglomeration (Landry & Bourhis, 1997: 25). The linguistic landscape reflects an area’s social, cultural, and economic characteristics. Signage, for example, serves as a medium to attract people’s attention and communicate marketing information. They can also showcase the appropriate choice of language, presentation format, and design to align with the target group in that area. Studying the linguistic landscape through signage provides an in-depth perspective on the relationship between language and social identity, reflecting the changes and developments of society at both the local and national levels.

The Linguistic Landscape serves multiple significant functions in public spaces, influencing communication, cultural identity, representation, and power dynamics. Firstly, its communication function is evident in road signs, advertisements, and billboards, which provide essential information about directions, services, and social expectations. These elements guide people in navigating public spaces and understanding societal norms (Cenoz & Gorter, 2009). For instance, bilingual road signs in multilingual regions help local and international drivers interpret traffic instructions accurately. Secondly, LL plays a symbolic role in expressing cultural identity. The choice of language on signs often reflects local heritage and customs. For example, the presence of indigenous languages alongside national languages can affirm the importance of preserving cultural heritage (Landry & Bourhis, 1997). A study by Cenoz and Gorter (2009) found that signs written in Basque, alongside Spanish and English, in the Basque Country emphasized the cultural pride of the region.

Currently, studies of the linguistic landscape in Thailand are found in culturally diverse areas, such as the research of Pikulthong (2011), Seangyen (2015), Sarot and Kraisame (2019), Kaewbut and Muangkaew (2020), Meemongkol (2021), Anantawan and Buakaw (2022), and Pluemsuit (2023) among others. These studies clearly reflect the social and cultural characteristics, and reveal the functions and uses of language on signs, showing how they communicate with those who see them.

Meemongkol (2021) studied the linguistic landscape of Sukhumvit Soi 3 (Nana Nuea) and Sukhumvit Soi 63 (Ekkamai), and examined the linguistic and cultural diversity reflected in these areas. The findings indicated that most signs are restaurant signs, followed by hotel signs. Signs exhibited between 1 and 5 languages, with English being the most common language. Regarding the size and prominence of letters, English letters were found to be the largest and most prominent. In terms of cultural diversity, three prominent themes reflected in the study of the linguistic landscape were identified: the imitation of alphabetical styles from one language to another; the presence of pets as part of the family; and the transliteration of words and characters related to culture. The findings were beneficial to the study of linguistic diversity and multiculturalism of downtown areas in Bangkok.

Boonmalert and Hongsuwan (2024) studied the linguistic landscape of place names in the Chiang Mai municipal area, Chiang Mai Province, and found that the place names used a total of 9 languages, demonstrating that it was a multilingual area resulting from the phenomenon of “globalization”. The linguistic strategies used in place signs in Chiang Mai province exhibited distinctive characteristics. These strategies could be categorized into 5 types: word blending, loanwords, abbreviations, homophones, and expressive words. This reflected the significant role of place name signage in creating modernity and internationalization in communication, as well as establishing a distinctive and attractive presence that encouraged passersby to purchase products or use services at that location through advertising and public relations based on the place names.

The review of the literature on linguistic landscapes, nevertheless, revealed that studies done in Bangkok suburban areas are relatively few, particularly those focusing on LL of Rangsit and other business areas in Pathum Thani Province. Population data from 2566-2567 shows that the registered population is approximately 1.2 million, but including the unregistered population, the number rises to almost 1.9 million, making it the province with the highest population growth rate among the provinces surrounding Bangkok (Pathum Thani Provincial Office, 2025). Furthermore, Rangsit has a long and rich history, being a multilingual and multicultural area with numerous businesses and services, ranging from small shops to shopping malls that have increased in proportion to the population. Currently, there are 7 such malls. Muang Ake area is one of the districts in Rangsit that stands out and is well-known to locals because it is a major commercial area adjacent to housing estates and communities. A study of cosmetics stores frequented by students from both private and public universities in Pathum Thani province found that imported branded cosmetics are

particularly popular, with 84.16% of respondents indicating a strong preference for these products (Sakulaobromdee & Khongsawatkiat, 2011). This may lead to the need for more modern and foreign-language signage and advertising in shops and advertisements. Furthermore, with numerous schools and universities, the area has undergone modern changes, providing valuable information that highlights the distinctive characteristics of a multilingual and multicultural society.

There are 4 main roads that connect various areas within Muang Ake area, namely Ake Prachin, Ake Taksin, Ake Burapha, and Ake Udorn. They are important routes of economics, society, and education, as reflected in the linguistic landscape visible in the area in many aspects. These roads allow for various trades and businesses, such as restaurants, shops, institutions, and other service businesses. The advertising and business signs in this area signal the competitive business and marketing environment, with eye-catching language and design used to attract customers. The roads run around Rangsit University, a major educational institution that draws a diverse population of both Thai and international students, creating a community with varied cultural backgrounds.

The reason why this area was chosen is the diverse linguistic landscape along the four main roads. For example, there is the use of Thai alongside English, Chinese as the main language on signs, and local Thai dialects used as selling points for certain shops. In addition, the linguistic landscape along the roads reflects social and economic changes, such as the growth of small and medium-sized enterprises (SMEs) and online businesses. It also highlights the shift in consumer behavior, with a growing emphasis on the image of the shop or business. This includes the increasing demand for attractive and creative shop designs that communicate the products being sold and stand out rather than focusing solely on product quality, as was the case in the past. All in all, this study addresses the framework of linguistic landscape to help understand the role of language as a communication tool that reflects social and cultural changes within the community, and naming strategies of business as shown in the language used on shop signs.

### **Objectives of the Study**

This study aims 1) to investigate the language patterns of signage in Muang Ake, Pathum Thani Province, and 2) to analyze the function of the business and service commercial signs in the area.

## Research methods

### 1. Data collection

The researcher collected data by walking along the 4 roads: Ake Prachim, Ake Taksin, Ake Burapha, and Ake Udorn and taking photos using a smartphone camera during May 2025. A total of 237 photos of business and shop signs were taken from public areas. They were from the shops on both sides of the roads, the total distance of which was 6.9 kilometers. All photos did not include individuals and were used for educational purposes only.

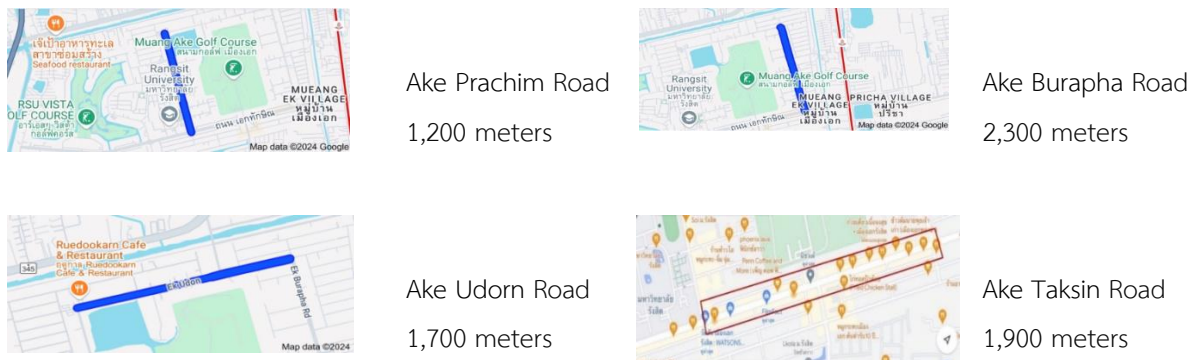


Figure 1: Data collecting areas (pictures from Google Maps)

In this study, the researcher used the data selection criteria proposed by Rekhililit (2020), which include physical characteristics and location criteria. These criteria can be classified into three types:

**1. Major signs:** These are permanently installed signs that are physically difficult to move or cannot be moved, as shown in Figure 2.

**2. Extended signs:** These signs have physical characteristics that can be moved or changed. But it is a sign that stores regularly install, such as a Japanese flag sign, a sign with wheels on the bottom, or a sign located along the sidewalk, as shown in Figure 3.

**3. Door and window signs:** These are signs attached to doors or windows. However, they are signs that take a long time to install or are permanent, such as adhesive stickers or large posters, as shown in Figure 4.



Figure 2: Major sign



Figure 3: Extended sign



Figure 4: Door or window sign

Additionally, the content of the business signs selected for this research must include at least two components. Apart from the shop name, a sign may include phone numbers, and business hours, excluding logo, symbols, or illustrations. As for the materials used for the sign, the researcher does not consider paper or temporary materials such as flyers, campaign signs, or announcement boards. Electronic signs are excluded. The selected signs must be visible, with all texts easily readable, made of durable materials that can be seen to last for a period of time.

## 2. Analysis of data: The researcher identified four steps as part of the analysis:

Step 1: Collecting 237 signs that meet the selection criteria as mentioned above. Every sign must be classified with information about the type of business or service it represents. The researcher uses the business classification criteria based on the conceptual framework by Pikulthong (2011), which divides businesses into five categories: 1) Consumer goods business: restaurants, beverage shops, and bakery stores, 2) Retail, wholesale, and general service business, 3) Healthcare, beauty, and wellness service business, 4) Accommodation and Housing business, and 5) Education and tourism business.

Step 2: Analyzing the language data on the signs by applying the concept of Linguistic Landscape as proposed by Landry and Bourhis (1997). The researcher uses Microsoft Word to create tables and process the data through Microsoft Excel to generate charts.

Step 3: Categorizing the signs based on the number of languages on each; namely, how many signs with one language, two languages, and three languages, and also the number of signs for each type. Also, identify which language was shown in the largest and most prominent font size, and how many signs fall into each category. The signs should be sorted out before the data were summarized.

Step 4: Examining the data for each sign by analyzing the role of the language to see whether it serves an informational or symbolic function. The conceptual framework is displayed below.

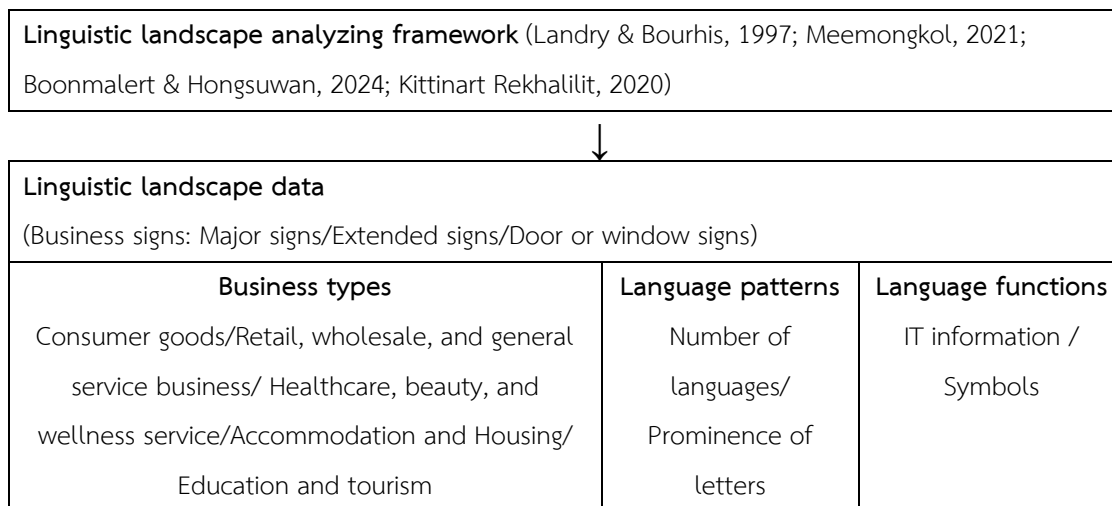


Figure 5: Conceptual framework of the study

### Research Findings

The types of businesses and services displayed on all signs were categorized and classified according to its objectives before the presentation of research results. The data were then analyzed in terms of linguistic landscape based on the framework of Landry and Bourhis (1997) as follows:

#### Objective 1: To investigate the language patterns of the business and service commercial signs

##### 1.1 The types of signs and business and service categories

Table 1: Format of language appearing on the signage as classified by business types

Language format on signs	Consumer Goods	Retail wholesale and general service	Healthcare beauty and wellness service	Accommodation	Education and tourism	Total	Percentage
Monolingual signs	55	16	28	5	2	106	44.7%
Bilingual signs	42	27	35	5	3	112	47.3%

Trilingual signs	16	0	3	0	0	19	8%
Total	113	43	66	10	5	237	100%
	47.68%	18.14%	27.85	4.22%	2.11%		

Table 1 shows the frequency of various types of businesses and services. It reveals that 44.7% of the signs are monolingual, the most common language in consumer goods businesses. At a lower percentage, the second most common type is signs for retail and general services. Bilingual signs account for 47.3%, with the highest occurrence in consumer goods businesses. Additionally, businesses in the medical, beauty, and wellness also have bilingual signs in a similar proportion. Trilingual signs make up 8%, found exclusively in consumer goods businesses, and healthcare and wellness service.

### 1.2 Linguistic diversity of signs

The study observed 237 business signs along the 4 main roads in Muang Ake area and the purposive sampling method was used to collect the data. The results are presented in the following table.

**Table 2: Language patterns appearing on the signage**

Language format on signs	Language on signs	Number of signs	Percentage
Bilingual signs	English-Thai	107	45%
	English-Chinese	2	0.85%
	Chinese-Thai	2	0.85%
	Korean-English	1	0.42%
	Total	112	47.3%
Monolingual signs	Thai	68	28.7%
	English	38	16%
	Total	106	44.7%
Trilingual signs	English-Thai-Japanese	8	3.37%
	English-Thai-Chinese	4	1.7%
	English-Thai-German	3	1.26%
	English-Thai-Korean	3	1.26%
	English-Thai-Spanish	1	0.42%
	Total	19	8%
<b>Grand total</b>		<b>237</b>	<b>100%</b>

As seen in Table 2, the signs were classified into three main language forms. The most common are bilingual signs, at 47.3%. The second most common are monolingual signs, at 44.7%, followed by trilingual signs, at 8%. The breakdown of monolingual signs shows that 28.7% are in Thai, and 16% are in English.

There are 4 language pairs for bilingual signs, most commonly English-Thai, making up 45%. This is followed by English-Chinese and Chinese-Thai signs, equally at 0.85%. Among all, there is only one Korean-English, making up the third (2%) in the rank. Regarding the trilingual shop signs, the most common is English-Thai-Japanese (2.52%), and second to that is English-Thai-Chinese (1.7%). Examples of the different types of signs are shown in the Figures below.



Figure 6: Monolingual sign (Thai)



Figure 7: Monolingual sign (English)

Figure 6 shows an example of a monolingual sign in Thai, which displays the shop's name, details about the services, phone number, and prices.

Figure 7 shows a case of a monolingual sign in English, displaying the name of the shop and the services provided by the business.



Figure 8: Bilingual sign (English-Thai)



Figure 9: Bilingual sign (Chinese-Thai)

Figure 8 shows an example of a bilingual sign featuring both English and Thai on the same sign. The Thai text “หอพักแวนต้าเพลส” is displayed using Thai characters, positioned above the English text “Vanda Place,” which is written using the Latin alphabet. If we consider the phrase, the word “Vanda” is an English proper noun written in English letters, while the word “Place” is an English term that means “a place to stay,” which serves as a

description of the business. This bilingual sign highlights both the business name and a description of the type of service offered.

Figure 9 shows a bilingual sign using both Chinese and Thai text. The Thai text displays the name of the shop, “ต้า-หว่าน-เมี้ย,” which corresponds to the Chinese characters “大碗面的面” (pronounced “dà wǎn miàn”) and means “big bowl noodles,” describing the business’s highlight and product offering. The next line of Chinese text, “每天都要见面呀,” translates to “I want to see you every day,” adding a friendly or welcoming touch to the sign, aimed at inviting customers.



Figure 10: Trilingual sign (Chinese-English-Thai)

Figure 10 illustrates of a trilingual sign, using Chinese, English, and Thai. The Thai text showcases the shop’s name, “ฮ็อตเกิร์ล,” which corresponds to the English text “Hot Girl.” The most striking part of the sign is the Chinese text, which is divided into two sections. The first part, written in large characters, “辣妹” (pronounced “Là-mèi”), directly translates to “Hot Girl”. The second part, “麻辣烫” (pronounced “Málà-tàng”), refers to a type of Chinese hot pot dish that the restaurant specializes in. The owner’s practical goal to cater to clients who speak multiple languages is evident in the sign’s use of three languages, which enhancing accessibility and appealing to a broader audience.

Considering the overall language used on all shop signs, it was found that signs using Thai were the most prevalent, including monolingual, bilingual, and trilingual signs, totaling 190 signs (80.16%). This is because Thai is a standard language, meaning it is accepted as the official language for official communication and education nationwide. Furthermore, Thai is the national language, or the standard language primarily used for communication within the country (Nimmanheminda et al, 2009, cited in Boonmalert & Hongsuwan, 2024). Naming places using the Thai language is considered a common language for communication in the area. It serves to inform people about the place name, type of product, location, meaning of the name, as well as quality and services, which helps them make informed decisions that meet their needs.

### 1.3 Size and prominence of letters on the signs

This study focuses specifically on the signs' largest and most visible letters without considering the layout of the text or the order in which the languages appear. Figure 11 shows a sign with two languages, Thai and English. The visual impact of the larger Thai text is clearly larger. This shows that the Thai language dominates the sign and is easier to see than the English text. This suggests the letter sizes significantly influence the visibility and prominence of the language on the sign.



Figure 11: Thai script larger and more prominent than English

Table 3: Prominence of letters on bilingual and trilingual signage

Language format on signs	Size and visibility	Number of signs	Percentage
Bilingual signs	Thai larger than English	54	41.2%
	English larger than Thai	52	39.7%
	Thai larger than Chinese	2	1.52%
	English larger than Japanese	1	0.76%
	English larger than Korean	1	0.76%
	English larger than Chinese	1	0.76%
	Chinese larger than Thai	1	0.76%
	<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>85.5%</b>
Trilingual signs	Thai largest	8	6.1%
	Chinese largest	4	3%
	English largest	3	2.3%
	Japanese largest	3	2.3%
	Spanish largest	1	0.76%
	<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>14.5%</b>
	<b>Grand total</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Table 3 shows that the language with the most prominent and largest letters on bilingual signs is Thai, which appears larger and more noticeable than English (41.2%). The second most common case is when the English text is larger and more prominent than the Thai text, accounting for 39.7% of the signs. In terms of trilingual shop signs, there are 8 boards where Thai text is the largest, making up 6.1% of all. And second to Thai, 4 trilingual signs were found with Chinese text the most prominent, and this accounts for 3%.

Regarding the foreign languages used, it was found that there were 167 shop signs using English, including monolingual, bilingual, and trilingual signs, representing 70.46%, making it the second most numerous after Thai signs. This is likely due to the Muang Ake area being home to a large university and having a significant number of foreigners residing and working there, resulting in English being easily understood by foreigners for communication. In addition, the use of English is of paramount importance in business communication, serving as a tool for creating added commercial value for products and services in that location (McKay, 2002). The use of English to express positive feelings in this way also reflects a shared perception within the region that Western culture is the norm for prestige, luxury, high standards, and modernity (Methidharma, 2017, cited in Boonmalert & Hongsuwan, 2024).

The use of Chinese, Japanese, and Korean in place names on signs is likely to stem from the rise of communication technology as a medium for connecting information and entertainment with a large number of people in the area. This has led to the development of pop culture—things created and disseminated through various mass media, such as food culture expressed through TV series, which people in the area tend to imitate to express their tastes (Kacha, 2011, cited in Boonmalert & Hongsuwan, 2024). This has led to a change in the food consumption habits of local people, shifting from consuming local food to consuming trendy foods. This is especially true for younger generations who embrace trendy culture and appreciate novelty and different flavors. Having a wide variety of food choices has resulted in them adopting trendy eating habits, transforming the area into a hub of trendy culture (Grant, 2002).

## **Objective 2: To analyze the functions of the business and service commercial signs**

### **2.1 Informational function**

According to the research findings, 171 signs come up with an informational function, with the majority providing information in Thai. In terms of contact information, 97

signs included phone numbers for contact, 22 signs provided contact information through Line, and 22 listed Facebook as a contact platform. Tik Tok and QR codes were the least common contact methods, appearing on only 3 signs. In addition, regarding business hours, 53 signs included opening and closing times, most of which used Thai for communication. And 32 signs were found with pricing information for products or services offered. As shown in Table 4 below, other information like branches, menus, and year established was also found. The details are displayed in the table below.

**Table 4: Details of the informational functions of the signage**

Informational Function	Frequency
1. Product and service details	171
2. Contact Information	
- Phone number	97
- Facebook	20
- Line	22
- Instagram	9
- e-mail	3
- Tik Tok	1
- QR Code	2
3. Business hour	53
4. Other	
- Prices	32
- Branch	15
- Menu	4
- Year established	3

It can be suggested from the data that, currently, communication technology and social media have transformed the role of store signage from mere name-displaying signs into modern, proactive marketing tools. Connecting to the online world via QR codes, LINE OA, or NFC tags allows customers to scan and receive promotions, follow pages, or make purchases instantly. Modern signs must have attractive, contemporary, or unique designs to encourage customers to take photos, check in, and share on social media, fostering word-of-mouth marketing without incurring additional costs. With the emphasis on clarity in content and promotions, social media communication prioritizes quick decision-making (Sujittavanich

& Khongkhaluang, 2020). Therefore, store signage must adapt to use concise messaging and clear promotions to respond to customer behavior that demands information quickly. Overall, technology has transformed store signage from mere information display devices into mobile advertising and interactive media that effectively drives sales and builds an online presence.

## 2.2 Symbolic functions

The research findings show that, out of all 237 signs, 145 business names (61.2%) are related to the nature of the business, while 92 (38.8%) are not. This is shown in the pie chart below.

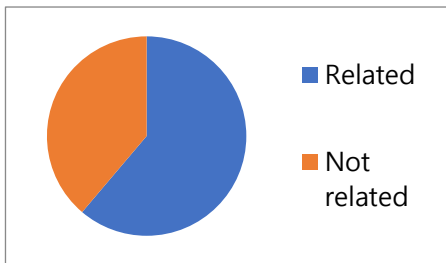


Figure 12: Relationship between business names and nature of the products or service

The investigation of language functions of all shop signs in Muang Ake area focused only on signs with at least two components rather than just the business name. For example, a sign might include the business name, type of business, and contact information. As a result, all signs included in the study serve informational and symbolic functions. In terms of the informational function, two categories were identified.

1) Business names related to the type of business: This refers to signs where the company name is closely tied to the goods and services it provides. For example, a name that reflects a specific product category the business specializes in or a restaurant name that hints at the type of cuisine it offers. One example is “Say Chic,” a dental clinic that uses its name to play on the common photography phrase “say cheese,” replacing it with “chic” to emphasize a stylish approach to dentistry. Saying “cheese” is a popular photographic technique to produce a smile which is associated to the mouth by nature.

2) Business names not related to the type of business: This category includes names that do not directly reflect or characterize the business or service provided. These names may be simple or abstract, aiming instead to create a specific image or evoke an emotional response. This can be seen in the case of “อารยา” (Araya), a Thai health massage

parlour, whose name means “noble” or “exalted” in Thai. The name does not directly reflect the business’s services. Instead, it serves a symbolic function, conveying a sense of elegance or high status, which aligns with the tastes and preferences of the target customers. This name helps create a particular atmosphere or identity for the business, even though it does not directly describe the service offered.



Figure 13: Dental clinic “Say Chic”



Figure 14: Sign of “Araya” massage parlour

## Conclusion and Discussion

The study’s results, which classified business signs by type of business and service, reveal that the area is characterized by significant language and cultural diversity. This is particularly evident in the community area of Muang Ake, which hosts many businesses catering to consumption, especially Thai restaurants, international cuisine, beverage shops, and dessert stores. These findings align with the research conducted by Meemongkol (2021), which also identified restaurants as the most common type of business sign, particularly in the areas of Sukhumvit Soi 3 (Nana Nuea) and Sukhumvit Soi 63 (Ekamai).

The areas of Ekamai and Muang Ake are similar in terms of their inhabitants, as reflected in the study results. The main difference in the case of monolingual signs is that MeeMongkol’s study primarily focused on English. Another study by Pikulthong (2011) found that businesses most used bilingual signs, specifically Thai and English. The result is consistent with the current study, which found that most shops used bilingual signs, specifically Thai-English. On the other hand, the research by Pluemsuit (2023) found that most shops used bilingual signs, primarily in Thai and English. Although the surveyed areas in both studies were close to each other, a closer examination of the findings in this current study reveals that the number of Thai-only and English-only signs and bilingual signs (Thai-English) differ by only one.

This result reflects that the population in this area has a high demand for consumer goods as it consists of residents, school students, and university students. Most of these individuals are already knowledgeable in languages, particularly English. This suggests a community of educated people, with occasional visitors who may use the services from time to time. There are also many types of accommodation, both permanent and semi-permanent, in the area. The use of languages other than Thai in signs in this study reflects the value and importance placed on multilingual communication by business owners. They do not rely only on Thai, the community's primary language, but also show a willingness to serve a wider customer base and recognize the significance of using other languages.

Furthermore, businesses in the community show great importance in creating a strong brand image and identity for their businesses and services. This is evidenced by the logos, symbols, and product/service images on signs, which serve as powerful communication tools. They are not allowing customers to recognize business information quickly. But also help create a memorable image of the business, making it more appealing to potential customers.

Another noticeable trend in signs is the growth of technology, such as the inclusion of social media applications or QR codes, seen in up to 40 stores. This technological adoption reflects the community's comfort with digital tools and enhances businesses' accessibility to a larger client base. Additionally, these modern designs and creative messaging reflect the competitiveness of businesses in the area, a hallmark of Muang Ake as a small economic hub within Pathum Thani Province.

The study on linguistic diversity in signs found that most signs were bilingual, specifically in English-Thai. The next most common type of sign is Thai-only monolingual. Notably, the language choices on the signs are often influenced by the primary customer base or the group of potential customers. The findings regarding the types of businesses and services in the area indicate that 145 signs are related to consumer goods. From the analysis of language choice on these signs, this may also be linked to legal requirements and regulations concerning business signage.

According to the Signboard Tax Act B.E. 2534, signs with only Thai characters are subject to the lowest tax rate, with 68 signs in this study fitting that category. There are 112 bilingual signs (English-Thai, English-Chinese, Chinese-Thai, and Korean-English) in total. According to the criteria, signs that feature Thai characters alongside foreign languages are taxed more than those with only Thai characters but are still taxed less than signs that use

only foreign characters. This indicates that the inclusion of foreign languages on signs reflects the reality of today's society, which is truly multilingual and multicultural.

This aligns with the concept of Landry and Bourhis (1997) regarding the study of linguistic diversity, which provides a good understanding of the linguistic landscape. This is because the community in this area includes residents, teachers, professors, students, and people from different countries, both Thai and foreign. As a result, business owners have adapted by creating modern and internationally recognized names for their shops and services. This international recognition clearly reflects the influence of linguistic diversity on business practices, catering to the customer base in this area, who use languages other than Thai.

With regard to the size and prominence of bilingual signs, the findings reveal the adaptability of English, which is more prominently used than Thai, particularly in medical, beauty, and health businesses. This adaptability extends to other sectors like retail, wholesale, general services, and hospitality businesses. It is not just because English is a global language but also because it is utilized in ways that reflect the local characteristics of the community. The blending of Thai and English characters on signs, as noted by Huebner (2006), is a testament to this adaptability, reflecting not just translation needs but also consumer culture and the influence of creating a modern, global image—particularly in commercial and tourist areas.

The study of the function of business signs found that signs serving an informational purpose most frequently provide details about products and services in Thai. This is to target the local consumers, who are native speakers, to help them quickly and clearly understand the product or service details. The intention is to give customers enough information to help them decide quicker so they can visit the store immediately when they see the sign. Contact details are also included, the most frequent being phone number. Since numbers are universal, anyone who sees the sign, regardless of nationality, can access this information. If a customer needs to inquire further or more clarification on the information on the sign regarding the products or services offered, at least they can make initial contact via the phone number listed. It helps facilitate the customer's decision to visit the business more conveniently.

Regarding the symbolic function of signs, the study of the alignment between business names and the type of business offered revealed that more store names are related to the business or service than those that are not. In other words, business owners

use signs to help customers better remember the store and its services. For signs where the store name aligns with the business or service, the alignment often relates to the products offered, such as in the case of ‘The Tiew’ (a noodle shop). On the other hand, names that do not directly related but still connect with the business are typically based on the location or the owner’s name, such as ‘Mala Na Mo’ or ‘Kamolphan Pharmacy.’ Some store names, like “Pee Ya” (พี่ยะ) or “Cox”, have nothing to do with a coffee shop business they are running. These entrepreneurs pick store names to reflect their brand or to appeal to client preferences that complement their goods and services.

## Recommendations

### 1. General Suggestions

#### 1.1 Suggestions for Future Research

Future studies should focus on the linguistic landscape in other business districts with linguistic diversity. Interviewing people in those communities would also be beneficial to learn about their opinions and attitudes toward linguistic and cultural diversity in connection to the language shown on signs. Additionally, research should look into language-related subjects, such as how language is translated on signs. Specifically, the study could investigate whether the meaning of multilingual signage changes or remains the same after translation. Another area of interest could be the mixing and switching of languages, such as signs that use multiple languages in a single sentence and how such language combinations reflect different cultural diversities.

#### 1.2 Expanding the Scope of Study

More research should be conducted to better understand the marketing influence of signs, for example, interviews with customers who frequently use businesses or residents. The study might determine how individuals react when they view a business sign. For example, do they feel compelled to use the service because of the message on the sign, the attractive design, or the emotional appeal conveyed by the sign that reflects the business’s identity?

### 2. Suggestions for Application

2.1 The data from this research can be used to analyze trends in designing appropriate signage for businesses and shops, such as using Thai alongside English in a clear and easy-to-understand format to accommodate both residents and foreigners.

2.2 The findings from this study can be applied to provide guidance on language use, helping business owners, community members and foreign customers better understand each other. This can foster coexistence and smooth adaptation between people in a society with diverse social and cultural backgrounds.

2.3 The data obtained from this research can serve as a foundational resource for businesses to understand the needs of the local population regarding the businesses. The data can help analyze target markets, such as surveying whether the customers using the services are more likely to be Thai or foreign. This analysis help guide future business development by identifying the kinds of firms that appeal to cultures. The company sign's designs that successfully interact with the target market or clients can also be guided by this information. For example, if a restaurant is located next to a university or dorm, the sign should include more than just a phone number; it should also include a social media account or a QR code that may be used to contact the establishment directly. Customers could use this to schedule a time to use the service or place an order.

### References

- Anantawan, C., & Buakaw, S. (2022). A linguistic landscape study of Tha Sadet Market, Nong Khai Province. *Humanity and Social Science Journal, Ubon Ratchathani University*, 13(1), 101-134.
- Cenoz, J., & Gorter, D. (2006). Linguistic landscape and minority languages. *International Journal of Multilingualism*, 6(3), 175–185.
- Cenoz, J., & Gorter, D. (2009). *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*. Multilingual Matters Ltd: Great Britain.
- Coulmas, F. (2009). *Linguistic landscaping and the seed of the public sphere*. In Shahomy, E. & Gorter, D. (eds), Routledge.
- Development plan (2023-2027). (2025). Pathum Thani Provincial Office. [http://www.pathumthani.go.th/new\\_web/webplan/image/1.pdf](http://www.pathumthani.go.th/new_web/webplan/image/1.pdf)
- Grant, E. (2002). *A short history of Laos*. Bangkok: Silkworm Book.
- Huebner, T. (2006). Linguistic landscape in the city of Bangkok. *International Journal of the Sociology of Language*, 18(2), 1-12
- Kaewbut, P., & Muangkaew, N. (2020). Linguistic landscape study of labels and business name: A case study of Surat Thani international airport. *Humanity and Social Science Journal, Ubon Ratchathani University*, 11(2), 225-253.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49.
- McKay, S.L. (2002). *Teaching English as an international language: Rethinking goals and perspectives*. Oxford: Oxford University Press.
- Meemongkol, G. (2021). Linguistic landscape of Soi Nananua and Soi Ekamai. *Humanity and Social Science Journal, Ubon Ratchathani University*, 12(1), 66-88.
- Pikulthong, S. (2011). Business classification for linguistic landscape studies. *Journal of Business and Language*, 20(3), 45-67.
- Pluemsuit, A. (2023). Linguistic landscape of Muang-Ake community, Rangsit, Pathum Thani. *Kasalongkham Research Journal, Chiang Rai Rajabhat University*, 17(2), 22-25.
- Rekhalilit, K. (2020). Data selection criteria in linguistic landscape research: A framework for analysis. *Journal of Linguistic Landscape Studies*, 15(3), 112-125.
- Seangyen, C. (2015). Linguistic landscape on billboards in Mueang District, Udon Thani Province. *Mekong Chi Mun Art and Culture Journal*, 1(2), 13-36.

- Sakulaobromdee, O., & Khongsawatkiat, K. (2011). Marketing factors influencing buying cosmetic of students in universities located in Pathumthani Province. *Journal of Finance, Investment, Marketing and Business Management*, 1(3), 23-38.
- Sarot, T., & Kraissame, S. (2019). Urban multilingualism: A case study of the relationship between linguistic landscape and business in North Nana. *Journal of Language and Culture*, 38(1), 25-40.
- Sujittavanich, M. & Khongkhaluang, D. (2020) Guidelines for social media marketing communications in generation net. *Journal of Roi Kaensarn Academi*. 5(2) (July-December 2020) 152-166.
- Thailand. (1967). *Signboard Tax Act, B.E. 2510* (No. 2510) and its amendment in 1991, B.E. 2534. Royal Thai Government

## A Study of English Code-mixing Used by LGBTQ+ Characters

### in the “Pee Nak” Film Series

#### การศึกษาการปนภาษาอังกฤษที่ใช้โดยตัวละครกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ในภาพยนตร์ชุด “พี้นาค”

*Jirayut Thangjit\**, *Nattapon Kuptanaroaj\*\** and *Witsanuphong Suksakhon\*\*\**

จิริยุต ต่างจิตร์, ณัฐพล คุปต์ธนโรจน์ และวิษณุพงษ์ สุขสาคร

Receiving Date: March 12, 2026 / Revising Date: April 29, 2026 / Accepting Date: May 12, 2026

#### Abstract

The objectives of this study were to examine the characteristics of English code-mixing used by LGBTQ+ characters in the Pee Nak film series and to investigate its nativized features. Data were collected from the Thai-language dialogues of the two characters “First” and “Balloon” across four films: Pee Nak (2019), Pee Nak 2 (2020), Pee Nak 3 (2022), and Pee Nak 4 (2024). A total of 197 code-mixed lexical items were transcribed exclusively from the target characters’ Thai dialogues, cross-checked against official subtitles for accuracy, and analyzed using the frameworks of Ho (2007) and Kannaovakun and Gunther (2003). The findings revealed that nouns dominated the code-mixed items (78.17%), followed by verbs (8.63%) and adjectives (6.60%). Based on Ho’s (2007) framework, the three most frequent linguistic patterns were proper nouns (59.64%), lexical words (27.80%), and short forms (4.48%). Regarding nativized features, the results showed that the three most frequent processes for adapting English elements into Thai discourse were truncation (33.33%), hybridization (30%), and reduplication (20%). Ultimately, the study demonstrates that English code-mixing is a systematic linguistic adaptation serving as a stylistic tool in scriptwriting to reflect LGBTQ+ identities and contemporary Thai language evolution.

**Keywords:** Films, Code-mixing, Nativized Features, Pee Nak

---

\* Lecturers in Bachelor’s Degree Program “English Language Department”, College of Liberal Arts, Rangsit University, email: jirayut.t@rsu.ac.th

\*\* Lecturers in Bachelor’s Degree Program “English Language Department”, College of Liberal Arts, Rangsit University, email: nattapon.k@rsu.ac.th

\*\*\* Lecturers in Bachelor’s Degree Program “English Language Department”, College of Liberal Arts, Rangsit University, email: witsanuphong.s@rsu.ac.th

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือเพื่อศึกษาลักษณะของการปนภาษาอังกฤษ (English code-mixing) ที่ใช้โดยตัวละครกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) ในภาพยนตร์ชุด “พี้นาค” และเพื่อสำรวจการปรับให้เป็นแบบไทย (nativized features) ของการปนภาษาดังกล่าว ข้อมูลถูกเก็บรวบรวมจากบทสนทนาภาษาไทยของตัวละครสองตัว คือ “เฟิร์ส” และ “บอลลูน” จากภาพยนตร์จำนวนสี่ภาค ได้แก่ พี้นาค (2019) พี้นาค 2 (2020) พี้นาค 3 (2022) และ พี้นาค 4 (2024) โดยรวบรวมคำศัพท์ที่มีการปนภาษาได้ทั้งหมด 197 รายการ จากการถอดบทสนทนาและตรวจสอบความถูกต้องร่วมกับคำบรรยายใต้ภาพ จากนั้นจึงวิเคราะห์โดยใช้กรอบแนวคิดของ Ho (2007) และ Kannaovakun & Gunther (2003) ผลการศึกษาพบว่าคำนามเป็นประเภทของคำที่มีการปนมากที่สุด (ร้อยละ 78.17) รองลงมาคือคำกริยา (ร้อยละ 8.63) และคำคุณศัพท์ (ร้อยละ 6.60) เมื่อพิจารณาตามกรอบแนวคิดของ Ho (2007) พบว่ารูปแบบทางภาษาที่พบบ่อยที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ คำนามเฉพาะ (ร้อยละ 59.64) คำศัพท์ทั่วไป (ร้อยละ 27.80) และคำย่อ (ร้อยละ 4.48) ในส่วนของลักษณะการปรับให้เป็นแบบไทย จากการวิเคราะห์คำที่มีการปรับเปลี่ยน จำนวน 30 คำ พบว่าลักษณะที่เกิดขึ้นบ่อยที่สุดสามอันดับแรกในการปรับองค์ประกอบภาษาอังกฤษให้เข้ากับวาทกรรมภาษาไทย คือ การตัดคำ (ร้อยละ 33.33) การสร้างคำผสมสองภาษา (ร้อยละ 30) และการซ้ำคำ (ร้อยละ 20) การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการปนภาษาอังกฤษเป็นการปรับตัวทางภาษาอย่างมีระบบ ซึ่งทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงลีลาในการเขียนบทเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่ม LGBTQ+ และวิวัฒนาการของภาษาไทยร่วมสมัย

**คำสำคัญ:** ภาพยนตร์, การปนภาษา, ประเภทการปนภาษา, พี้นาค

### Introduction

As a result of globalization, language contact has become a common feature of communication among people across nationalities. The advent and expansion of modern phenomena such as transnational mobility, digital media, and global economic networks have contributed to the emergence of multilingual communities in which speakers are frequently exposed to more than one language in everyday interaction (Pennycook, 2007). To facilitate communication, multilingual speakers, rather than maintaining strict boundaries between languages, tend to draw on a range of linguistic resources in fluid and dynamic ways (García & Wei, 2014). That is to say, within such communicative environment, code-mixing as well as code-switching have been commonly attested in the interactions exchanged among speakers, serving both structural and sociolinguistic functions (Poplack, 1980).

In the Thai context, globalization has also positioned the country as a crucial and noteworthy arena for international business, tourism, and education, where interaction among people of diverse nationalities has become increasingly common. Although Thai language remains the national and dominant mother tongue, English now plays a crucial role

as a second language in many domains of Thai society (Baker, 2012). Its significance is particularly evident in the education system, where English has been made a compulsory subject for students at all levels nationwide (Baker & Jarunthawatchai, 2017). As a result, Thai speakers are frequently exposed to English through formal instruction, professional settings, and digital media. This exposure potentially creates suitable conditions for sustained language contact and the emergence of Thai-English code-mixing phenomena (Snodin, 2014)

Considering Thai-English code-mixing in particular, previous studies have demonstrated that English elements are often inserted into a predominantly Thai grammatical frame, typically in the form of lexical items, with some undergoing nativization processes in order to blend into Thai linguistic contexts. Such insertions can be found across a wide range of sources and platforms, including people's everyday conversations, written discourse such as books, newspapers, and online texts, as well as various forms of media, including songs, television programs, and film scripts (Kannaovakun & Gunther, 2003; Tanabut & Tipayasuparat, 2019; Kuptanaroaj et al., 2020; Somsin & Suksakhon, 2022; Thangjit & Srinoparut, 2023). Furthermore, several previous studies have proposed plausible factors that may account for this phenomenon in the Thai context. These include the communicative efficiency of code-mixing, as it allows speakers to select words that more precisely convey their intended meanings; the linguistic and educational backgrounds of speakers, particularly those with substantial exposure to English through their professions or formal education; and broader social trends that shape speakers' attitudes toward the incorporation of English into Thai as a fashionable or socially desirable practice (Somsin & Suksakhon, 2022 and Thangjit & Srinoparut, 2023).

Apart from the aforementioned factors contributing to code-mixing phenomena, gender has also been identified as a significant variable influencing the use of English lexemes in Thai linguistic contexts. Research suggests that speakers of different gender identities may display varying degrees of code-mixing behavior. For example, findings reported in Kuptanaroaj et al. (2020) indicate that LGBTQ-identified speakers tend to employ English lexical items more frequently in conversational discourse compared to other gender groups. This tendency has been associated with sociocultural positioning and community practices, particularly in domains such as entertainment and lifestyle media, where English usage is relatively prominent. In addition, such groups are often linked with stylistic and expressive language use, in which code-mixing serves as an important communicative and identity-marking resource.

Media discourse provides a particularly valuable site for examining code-mixing practices, as scripted dialogue often reflects socially recognizable speech styles and identity representations while remaining accessible for systematic linguistic analysis. Film dialogue, in particular, enables focused investigation of patterned language use associated with specific character types and social identities. Nevertheless, despite the growing body of research on Thai-English code-mixing, relatively limited attention has been paid to its systematic characteristics in character discourse, especially in relation to LGBTQ-identified characters in Thai film scripts. This suggests that the role of code-mixing in representing identity within mediated contexts remains insufficiently explored.

More broadly, most existing studies on Thai-English code-mixing have focused on general language use in everyday communication, education, or online contexts, often emphasizing structural patterns and broad social motivations. While gender has been considered as a factor, it is typically discussed in a general way rather than examined within specific discourse settings. As a result, there is still limited understanding of how code-mixing functions as a resource for constructing identity in scripted media. This study therefore addresses this gap by examining the structural and functional characteristics of Thai-English code-mixing in the dialogue of LGBTQ-identified characters in Thai film scripts.

To address the research gap outlined above, the film *Pee Mak* was selected as the primary source of data due to its cultural prominence and its distinctive use of language in character dialogue. As one of the most commercially successful Thai films, *Pee Mak* combines a historical setting with contemporary humor, where characters often shift between different linguistic styles. Notably, several central characters are widely recognized as representing LGBTQ identities within Thai popular culture and are characterized by highly expressive and stylized speech. These characters also play a major role in the narrative and contribute a large proportion of the film’s dialogue, making them particularly relevant for examining patterns of code-mixing. For this reason, *Pee Mak* provides a suitable context for investigating how Thai-English code-mixing functions in the construction of identity in mediated discourse.

### **Objectives of the study**

1. To examine the characteristics of English code-mixing used by LGBTQ+ characters in the “Pee Nak” film series
2. To investigate the nativized features of English code-mixing employed by LGBTQ+ characters in the “Pee Nak” film series

## Literature Review

Code-mixing is a linguistic phenomenon in which elements from one language are incorporated into another, resulting in the simultaneous presence of multiple linguistic systems within a single speech event. It is commonly defined as the embedding of lexical items and grammatical features from one language into the structural framework of another (Poplack, 1980; Myers-Scotton, 2002). Rather than involving simple alternation between languages, code-mixing typically occurs within a single sentence or conversational turn, reflecting the flexible language practices of bilingual and multilingual speakers shaped by their linguistic competence and sociocultural backgrounds. From a structural perspective, Muysken (2000) conceptualizes code-mixing as a sentence-level phenomenon and proposes a typology comprising insertion, alternation, and congruent lexicalization, which accounts for the diverse ways linguistic elements from different languages interact within a single utterance. In bilingual and multilingual communities, code-mixing frequently emerges from sustained language contact in everyday communication, often blurring functional boundaries between languages. Wardhaugh (2014) notes that code-mixing involves the introduction of elements from another language while the topic of discourse remains unchanged. Such mixing may occur at multiple linguistic levels, including phonology, morphology, lexis, grammar, and orthography, and is widely regarded as part of broader language contact phenomena (Bokamba, 1989; Muysken, 2000; Kannaovakun & Gunther, 2003; Ho, 2007).

The influence of English on Thai media has become increasingly prominent, revealed through the widespread use of English loanwords, hybrid forms, and English–Thai code-mixing across diverse genres and platforms. Studies of Thai television series, films, and reality shows consistently reveal frequent insertion of English lexical items, often in the form of nouns through processes such as transliteration, loan blending, and intra-sentential code-mixing, reflecting both communicative efficiency and stylistic considerations in media language (Kuptanaroaj, 2021; Kuptanaroaj et al., 2020; Kuptanaroaj et al., 2024). Research on reality television programs, including *The Face Thailand*, indicates that English is strategically employed to construct modern, globalized identities while fulfilling practical communicative functions (Daho et al., 2024). Similarly, the works of contemporary directors such as Nawapol Thamrongrattanarit demonstrate systematic intra-sentential mixing in which English elements undergo nativization processes, including truncation and hybridization to conform to Thai linguistic structures (Kuptanaroaj et al., 2024). Beyond broadcast media, English also shapes lexical creativity in Thai online discourse communities and public-facing digital content, including YouTube travel programs, where English–Thai code-mixing serves expressive,

identity-related, and audience-oriented purposes (Kanchanabundhu & Trakulkasemsuk, 2022). Collectively, these findings suggest that English functions in Thai media not only as a practical linguistic resource but also as a stylistic and symbolic marker of contemporary Thai social identity.

In Thai society, the LGBTQ+ community utilizes English code-mixing not merely for practical communication, but as a crucial linguistic strategy to construct a distinct identity and stylize social interactions (Kuptanaroaj et al., 2020). Often highly exposed to English through modern spheres like the entertainment and fashion industries, these speakers leverage their bilingual skills to project a superior, globalized identity (Kuptanaroaj et al., 2021). To achieve this, they frequently employ creative word-formation strategies, such as nativizing English words with entirely new, humorous, or sarcastic meanings, to make their discourse highly expressive and entertaining (Kanchanabundhu & Trakulkasemsuk, 2022). Ultimately, this vibrant conversational style not only reflects Thai LGBTQ+ culture but has also heavily influenced the everyday vocabulary adopted in broader mainstream media and daily chats.

To systematically analyze how English elements are localized within Thai discourse, the framework proposed by Kannaovakun and Gunther (2003) was specifically selected for this study. This framework was chosen because it directly addresses the linguistic realities of the Thai context, providing a comprehensive lens to demonstrate that English code-mixing is not merely random borrowing, but a systematic linguistic adaptation. By employing this framework, the study can effectively reveal how speakers actively manipulate English vocabulary, undergoing morphological, and semantic integration, to conform to Thai linguistic constraints and conversational rhythms. According to this framework, such nativization processes in the Thai context can be categorized into six major types based on their formal and functional features. First, truncation refers to the shortening of English loanwords when they are adopted into Thai usage. For example, the English word “promotion” is commonly truncated to “โปร” (pro) in Thai. Second, hybridization involves the combination of English lexical items with Thai morphemes to form mixed constructions. For instance, “สายชาร์จ” (charging cable) merges the Thai noun “สาย” with the English word charge. Third, conversion occurs when an English word shifts its grammatical category after being integrated into Thai discourse. For example, in the utterance “เขาโดน номินี” (He is nominated), the English noun “nominee” in this Thai context is reanalyzed and used as a verb, reflecting a change in word class within Thai sentence structure. Fourth, semantic shift refers to changes in meaning that English words undergo within the Thai sociocultural context. For example, the English word

“แฟน” (fan) in Thai often denotes a romantic partner rather than an admirer, extending beyond its original literal meaning. Fifth, reduplication involves the repetition of an English lexical item to express emphasis. For instance, in expressions such as “โอเค โอเค” (okay okay), the repeated use of the English word “okay” functions to convey agreement or reassurance. Finally, word order change represents a syntactic adaptation in which English compound structures are reordered to fit Thai grammatical patterns. Since Thai typically places modifiers after nouns, English adjective–noun constructions are often reversed in code-mixed forms, for example, “แฟชั่นวินเทจ” (fashion vintage) which follows Thai noun–modifier order instead of the correct English order “vintage fashion”.

To systematically capture these diverse structural patterns, the framework proposed by Ho (2007) was specifically selected for this study. This framework was chosen because it provides a comprehensive classification of code-mixed items, allowing the researchers to identify the precise linguistic levels that LGBTQ+ characters predominantly employ. By applying this framework, the study can yield deeper insights into the structural preferences and grammatical constraints of Thai–English code-mixing. According to Ho (2007), code-mixing can be examined in terms of the linguistic units involved, that is, the level and form of language elements embedded in the mixing process. At the most basic level, code-mixing may involve letters of the alphabet or acronyms formed from sequences of letters representing abbreviated terms or institutions, such as UN, GDP, or SMS. Another common category is short forms, which consist of abbreviated or clipped elements derived from longer English expressions, such as แอป (app), which is shortened from the word application. Code-mixing also frequently occurs through the use of proper nouns, including names of individuals, places, or organizations, such as “กูเกิ้ล” (Google) and ลอนดอน (London), which retain their specific referential meaning when inserted into another language. In addition, lexical words, that is, content words such as nouns, verbs, adjectives, and adverbs, are widely used and embedded as independent lexical units; examples include English items such as “อัปเดต” (update) and ออนไลน์ (online). Apart from lexical words, code-mixing may also appear in the form of phrases, which refer to combinations of words that function as a unit within a sentence but do not form a complete sentence on their own. These units lack a full subject–predicate structure, as illustrated by examples such as “เดอะเบสชอยส์” (the best choice) and “ไฟนอลโปรเจกต์” (final project). Furthermore, incomplete or minor sentences refer to fragments or partial structures that lack a complete subject–predicate relationship. For instance, the expression “ซาวดีกู๊ด” (sounds good) lacks an explicit subject; therefore, it does not create a complete proposition on its own. At a higher structural level,

code-mixing may involve single full sentences that are grammatically complete and convey a complete meaning, as well as two-sentence units, in which two sequential or related sentences function together as a cohesive discourse unit. This classification illustrates the range and structural complexity of code-mixing, extending from minimal linguistic elements to sentence-level and discourse-level constructions.

## Research Methodology

### Data Collection

The data for this study were collected from the Pee Nak film series, consisting of Pee Nak (2019), Pee Nak 2 (2020), Pee Nak 3 (2022), and Pee Nak 4 (2024), all of which are accessible via Netflix Thailand, a streaming platform. The study focused exclusively on Thai-language dialogues spoken by the two main LGBTQ+ characters, “First” and “Balloon”, who appear consistently throughout the film series. The purposive selection of these two characters was based on their prominent roles and distinctive personality traits as highly expressive, modern LGBTQ+ individuals. Throughout the franchise, they serve as the primary comedic and dramatic anchors whose communicative styles heavily rely on performative expression and stylization. “First” and “Balloon” represent ideal subjects for this study. Their continuous presence provides a rich, consistent dataset of authentic-sounding code-mixed dialogues that brilliantly reflect the vibrant linguistic practices of the contemporary Thai LGBTQ+ community.

To extract the data systematically, only dialogues containing instances of English code-mixing were selected for analysis. In this context, Thai functions as the structural base, and English elements are inserted without changing the topic of discourse. The data were obtained by repeatedly viewing the films on Netflix, transcribing the relevant Thai dialogues produced by the selected characters, and strictly cross-checking them against official subtitles to ensure accuracy. Dialogues spoken by other characters or in languages other than Thai were completely excluded.

Regarding the counting method, each instance of English code-mixing embedded within a Thai conversational turn was individually extracted, assessed, and recorded as one unit. If a character repeated the same code-mixed word in different contexts or scenes, each utterance was counted as a separate occurrence to accurately reflect the frequency of usage in actual conversational flow.

### Data Analysis

The data analysis was conducted in multiple stages. First, all transcribed dialogues were carefully examined to identify instances of English code-mixing. To ensure accuracy and prevent the misrepresentation of quantitative findings, the analysis employed two distinct, complementary frameworks rather than a single synthesized model, due to their differing analytical purposes and unequal data scopes. For stability and reliability in data classification, clear criteria were established to distinguish between general code-mixed items or direct borrowings and nativized items. An English lexical item was classified as a “direct borrowing” if it was incorporated into Thai utterances without any morphological or semantic alteration, preserving its original structure and meaning (e.g., “drone,” “check,” and “lottery”). Each occurrence was then classified according to Ho’s (2007) framework, which categorizes code-mixing based on linguistic units into seven types: letters of the alphabet, short forms, proper nouns, lexical words, phrases, incomplete sentences, and single full sentences. Conversely, an item was strictly classified as “a nativized feature” only if it exhibited observable systematic linguistic adaptation, whether morphological or semantic, to conform to Thai linguistic constraints. Based on the framework of Kannaovakun and Gunther (2003), the criteria for determining a nativized item require the word to demonstrate at least one of six specific adaptation processes: (1) truncation (shortening to suit Thai phonotactics), (2) hybridization (combining with Thai morphemes), (3) conversion (shifting grammatical category), (4) semantic shift (changing meaning within the Thai sociocultural context), (5) reduplication (repetition for emphasis), or (6) word order change (reordering to fit Thai syntax). Any code-mixed item lacking these six specific features was excluded from the nativization analysis.

Subsequently, a smaller subset of 30 identified code-mixed items that exhibited adaptation were analyzed using the theoretical framework proposed by Kannaovakun and Gunther (2003) to examine the processes of nativization of English in Thai discourse. This analysis focused on how English elements were structurally and semantically adapted to conform to Thai linguistic patterns.

In addition, the code-mixed items were classified according to English word classes, such as nouns, verbs, adjectives, and adverbs. Each instance of code-mixing was individually examined, assessed, and recorded. The frequency of each category was then calculated, and the prevalence of each classification was presented as percentages.

Finally, the results were interpreted and discussed in relation to the research objectives, leading to conclusions regarding the characteristics and nativized features of English code-mixing used by the LGBTQ+ characters in the Pee Nak film series.

## Results

The data collected on English code-mixing in the Pee Nak Film Series (2019-2024) were systematically classified using two complementary analytical frameworks. Ho’s (2007) framework was applied to describe the linguistic patterns of English code-mixing, while Kannaovakun and Gunther’s (2003) framework was employed to analyze the nativization features of the code-mixed terms.

**Table 1: Classification of English Word Classes**

English Word classes	Frequency	Percentage
Noun	154	78.17
Verb	17	8.63
Adjective	13	6.60
Interjection	10	5.08
Adverb	3	1.52
Pronoun	0	0
Conjunction	0	0
Preposition	0	0
<b>Total</b>	<b>197</b>	<b>100</b>

Table 1 presents an analysis of the parts of speech identified for each individual word (a total of 197 lexical items). Nouns were predominant, occurring 154 times (78.17%). This was followed by 17 verbs (8.63%), 13 adjectives (6.60%), 10 interjections (5.08%), and 3 adverbs (1.52%). Pronouns, conjunctions, and prepositions were not observed in this study.

**Table 2: Examples of English Word Classes**

English Word classes	English Word	Code-mixing in the Conversation
Noun	Drone	นี่มัน <b>โดรน</b> ใครเนี่ย
Verb	Check	แม่ <b>เช็ค</b> ดูก่อนนะใช่คนจริงหรือเปล่า
Adjective	Local	กูอยากกินอาหารแบบ <b>โลคอล</b> ๆ
Interjection	OK	<b>โอเค</b>
Adverb	Now	โทรหาโพลี <b>สโนว์</b> เลยค๊ะ

Table 2 provides exemplifications of the five English word classes identified in the study. For example, the English noun “drone” appears within the Thai utterance “นี่มันโดรนใครเนี่ย” (Whose drone is it?). The verb “check” functions as an action verb within the Thai syntactic structure, as exemplified in “แม่เช็คดูก่อนนะใช่คนจริงหรือเปล่า” (Girl, check first, okay? Is he the real deal or not?). Additionally, the adjective “local” is employed to modify a noun in “กูอยากกินอาหารแบบโลคอลลๆ” (I wanna eat some local food). The interjection “OK” is utilized independently as an acknowledgment. Lastly, the adverb “now” is used within the discourse to specify the timing of an action or to underscore urgency, as demonstrated in “โทรหาโพลิส ขวา เลยค๊ะ” (Call the police right now).

According to Ho’s (2007) framework, there are seven categories of English code-mixing based on linguistic patterns, comprising letters of the alphabet, short forms, proper nouns, lexical words, phrases, incomplete sentences, and complete sentences.

**Table 3: English Code Mixing Based on Ho’s (2007) Classification**

Linguistic Patterns of English Code-mixing	Frequency	Percentage
Proper Nouns	133	59.64
Lexical Words	62	27.80
Short Forms	10	4.48
Incomplete Sentences	6	2.69
Phrases	5	2.24
Single Full Sentences	4	1.79
Letters of the Alphabet	3	1.35
<b>Total</b>	<b>223</b>	<b>100</b>

Table 3 describes the findings according to Ho’s (2007) classification. Proper nouns demonstrate the highest frequency with 133 items (59.64%), followed by 62 lexical words (27.50%), 10 short forms (4.48%), 6 incomplete sentences (2.69%), 5 phrases (2.24%), 4 single full sentences (1.79%), and 3 letters of the alphabet (1.35%), respectively.

It should be noted that the total number under Ho’s (2007) classification (223 items) is higher because the analysis includes not only lexical items but also larger units such as phrases, incomplete sentences, full sentences, and alphabetic forms.

Table 4: Examples of Proper Nouns

Thai Transliteration	Proper Noun	Code-Mixing in the Conversation
ยูทูป	YouTube	กูรูนี้ะมึงจะแอบถ่ายคุณโท ไปลงช่อง <u>ยูทูป</u> อะไรของมึงนะ
สกายนิวส์	SKY News	ว้าย <u>สกายนิวส์</u> เริ่มถามได้เลยค่ะ
บอลลูน	Balloon	ไม่ต้องเสือกอี <b>บอลลูน</b>

Table 4 illustrates three instances of proper nouns that appeared in the context. For example, the English term “YouTube” signifies a website where individuals can view and share videos, as exemplified in the Thai context “กูรูนี้ะมึงจะแอบถ่ายคุณโท ไปลงช่องยูทูปอะไรของมึงนะ” (I know you’re trying to secretly film Khun Tho and post it on your YouTube channel). The term “SKY News” refers to a British free-to-air television news channel, a live-stream news network, and a news organization, as illustrated in the context “ว้าย สกายนิวส์ เริ่มถามได้เลยค่ะ” (Oh! Sky News, you may start with your questions now). Another example is derived from the term “Balloon.” This term refers to the main character of this series, Balloon.

Table 5: Examples of Lexical Words

English Word	Part of Speech	Code-Mixing in the Conversation
Drone	Noun	นี่มัน <u>โดรน</u> ใครเนี่ย
Check	Verb	แม่ <u>เช็ค</u> ดูก่อนนะใช่คนจริงหรือเปล่า
Local	Adjective	กูอยากกินอาหารแบบ <u>โลคอล</u> ๆ
Now	Adverb	โทรหาโพลิส <u>นาว</u> เลยค่ะ

Table 5 illustrates four instances of lexical words employed in English-Thai code-mixing. These items—“drone,” “check,” “local,” and “now”—are incorporated into Thai utterances without morphological alteration, serving as direct lexical borrowings. The English noun “drone” is present in the utterance “นี่มันโดรนใครเนี่ย” (Whose drone is it?), where it is phonologically adapted into Thai as “โดรน” while preserving its original meaning. Similarly, the verb “check” in “แม่เช็คดูก่อนนะใช่คนจริงหรือเปล่า” (Girl, check first, okay? Is he the real deal or not?) functions as an action verb within a Thai syntactic framework. Furthermore, the adjective “local” is used to modify a noun in “กูอยากกินอาหารแบบโลคอล ๆ” (I wanna eat some local food). Finally, the adverb “now” is employed in the discourse to indicate the time of an action or to emphasize urgency, as demonstrated in “โทรหาโพลิสนาวเลยค่ะ” (Call the police right now).

Table 6: Examples of Short Forms

Short Forms	Full Forms	Code-Mixing in the Conversation
Ball	Football	เตะบอลมั้งคะ
Air	Air-conditioner	ไม่มีแอร์เอออะไรเลย
Pro	Promotion	มีโปรมัยคะ แบบว่าโปรแก้คำสาป แล้วไล่ผีด้วยคะ

Table 6 illustrates three instances of short forms that are comparable to truncations within the framework proposed by Kannaovakun and Gunther (2003). One example involves the word “ball” in the phrase “เตะบอลมั้งคะ” (I’m probably playing football, right?), which functions as a shortened form of “football.” Another example is “air,” a shortened form of “air-conditioner,” as demonstrated in the statement “ไม่มีแอร์เอออะไรเลย” (There is no air-conditioning or anything at all). Furthermore, the term “pro,” originating from “promotion,” exemplifies the shortened form within the Thai context in the sentence “มีโปรมัยคะ แบบว่าโปรแก้คำสาป แล้วไล่ผีด้วยคะ” (Do you have any promotional packages for curse removal and exorcism?)

Table 7: Examples of Incomplete Sentences

Incomplete Sentences	Code-Mixing in the Conversation
Good morning	เย่, เย่. กู๊ด มอนิ่ง!
OK	โอเค

Table 7 illustrates two instances of incomplete English sentences identified in the series: “OK” and “Good morning.” These expressions are used as standalone utterances within Thai conversations. Although structurally incomplete, they serve pragmatically as greetings and acknowledgments in the interaction.

Table 8: Examples of Phrases

Thai Phrases	English Phrases	Code-Mixing in the Conversation
นิวซีรี่ส์	New Series	เขาเรียกว่านิวซีรี่ส์จ๊ะ
กรุ๊ปบี	Type B	มึงสีต้องเปิด มึงเกิดวันเสาร์มึงก็เลือดกรุ๊ปบีเหมือนกันแหละ

Table 8 demonstrates two examples of English phrase insertions within Thai-English code-mixing. The phrase “new series” appears in a dialogue indicating a recently surgically enhanced appearance, wherein the character states, “เขาเรียกว่านิวซีรี่ส์จ๊ะ” (It is what they refer to as a “new series.”) Similarly, Type B is employed in a discussion relating to personality traits associated with blood types, as exemplified by the utterance “มึงสีต้องเปิด

มีงเกิดวันเสาร์มีงก็เลือดกรุ๊ปบีเหมือนกันแหละ” (You should be the one to open it. You were born on a Saturday—you must be blood type B as well.)

**Table 9: Example of Single Full Sentences**

Single Full Sentences	Code-Mixing in the Conversation
It’s so dangerous.	อิทส์โซเดนเจอร์รัส แล้วก็เสี่ยงมากๆด้วย

Table 9 presents an example of complete English sentences identified within the series. ‘It’s so dangerous’ was employed as a complete utterance in Thai discourse. Unlike lexical or phrasal insertions, these examples exemplify sentence-level switching, wherein the English clauses preserve their full grammatical structure.

**Table 10: Example of Letters of the Alphabet**

Letters of the Alphabet	Full Forms	Code-Mixing in the Conversation
CF	Confirm	ใครสนใจซีเอฟได้เลย

Table 10 illustrates one instance of alphabetic letters employed in Thai–English code-mixing, specifically the expression “CF.” In the sequence, CF (derived from “confirm”) appears in a conversation wherein a participant inquires, “ใครสนใจซีเอฟได้เลย (Anyone interested can confirm your order now.),” indicating that any interested party may proceed to confirm their order. This abbreviation is frequently used as shorthand in online commerce and social media communications.

According to the framework proposed by Kannaovakun and Gunther (2003), six categories of English code-mixing are identified based on nativized features. These categories include truncation, hybridization, reduplication, semantic shift, word order, and conversion.

**Table 11: Classification of Code-Mixing Words with Nativized Features**

Nativized Features	Frequency	Percentage
Truncation	10	33.33
Hybridization	9	30
Reduplication	6	20
Semantic Shift	4	13.33
Word Order	1	3.34
Conversion	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

Table 11 presents the findings according to the framework proposed by Kannaovakun and Gunther (2003), which categorizes six types of nativized features across the 30 words examined. Truncation was the most prevalent, accounting for 10 words (33.33%). This was followed by hybridization (9 words, 30%), reduplication (6 words, 20%), semantic shift (4 words, 13.33%), and word order (1 word, 3.34%), whereas conversion was not found in this study.

**Table 12: Examples of Truncation**

Truncated Forms	Full Forms	Code-Mixing in the Conversation
Pro	Probation	แบบนี้ฉันไม่ให้ผ่าน <b>โปร</b> นะ
Mens	Menstruation	พี่เป็น <b>เมนส์</b> ค่ะ
Ver	Over (Exaggerated)	หืม อีนี้อต อย่า <b>เวอร์</b> ค่ะ มึงแค่ไม่เคยฉันเย็นค่ะ

Table 12 shows the instances of truncation predominantly utilized in this study. An example includes the word “โปร” in the phrase “แบบนี้ฉันไม่ให้ผ่าน**โปร**นะ” (I’m not gonna let you pass probation like this.), which is an abbreviation of “probation.”

Another example is “เมนส์,” a truncation of “menstruation,” as seen in “พี่เป็น**เมนส์**ค่ะ” (I am on my period). Additionally, the term “เวอร์,” derived from “over,” exemplifies truncation in the Thai context “หืม อีนี้อต อย่า**เวอร์**ค่ะ มึงแค่ไม่เคยฉันเย็นค่ะ” (Hey, do not exaggerate. You’ve never had dinner with me.)

**Table 13: Examples of Hybridization**

Hybridized Forms	Full Forms	Code-Mixing in the Conversation
กาแฟ arabica	Arabica Coffee	เราจะต้องการ <b>กาแฟ</b> arabicaไปทำไมถ้าเรามีผู้ชายทำให้ตาสว่างขนาดนี้
เครื่องบิน jet	Jet Plane	มันไวยิ่งกว่า <b>เครื่องบิน</b> jetอีก
ไม้ selfie	selfie stick	มึงเอา <b>ไม้เซลฟี</b> ใหม่ ถ้าหน้ามึงจะยื่นขนาดนี้

Table 13 displays the characteristics of hybridization, which was identified as the second most common. An English term was combined with a Thai term to create a new word while preserving the original meaning. For instance, “กาแฟ arabica” (Arabica Coffee) derives from the Thai context “เราจะต้องการ**กาแฟ**arabicaไปทำไมถ้าเรามีผู้ชายทำให้ตาสว่างขนาดนี้” (Why would we need Arabica coffee when we have a man who keeps us this wide awake?). In this example, “กาแฟ” is a Thai word uttered in the beginning syllables, whereas “arabica” is an English word spoken in the ending syllables. The second example is “เครื่องบิน jet” (Jet Plane) within the Thai context “มันไวยิ่งกว่า**เครื่องบิน**jetอีก” (He’s even faster than riding a jet

plane). In this instance, “เครื่องบิน” is a Thai word spoken in the beginning syllables, whereas the English word “jet” is retained at the last syllable in this context.

Another example also derives from “ไม้ selfie” (Selfie Stick), which originates from the Thai context of “มีงเอาไม้เซลฟี่ไหม ถ้าหน้ามีงจะยื่นขนาดนี้” (Do you want a selfie stick, since your face is sticking out that much?). The explanation is that “ไม้” is a Thai word, pronounced with the first syllable, while “selfie” is an English word, pronounced with the final syllables.

Table 14: Examples of Reduplication

Reduplicated Forms	English Word	Code-Mixing in the Conversation
Top Top	Top	ฉันเจ็ขอเป็นปูนาผัดผงกะหรี่ แต่ขอเป็นกะหรี่ตัว <b>ท็อป ๆ</b> นะจ๊ะ
Local Local	Local	กูอยากกินอาหารแบบ <b>โลคอลล ๆ</b>
Chill Chill	Chill	เอาพอม ๆ นะ มีงถ่ายแบบเอาฟิล แบบเฮ้ย ตื่นมาสวยเลย เอา <b>ชิล ๆ</b>

Table 14 indicates that certain words appear in reduplicated forms. In this study, six such instances were identified, including the example “top top” in the Thai context of “ฉันเจ็ขอเป็นปูนาผัดผงกะหรี่ แต่ขอเป็นกะหรี่ตัว**ท็อป ๆ** นะจ๊ะ” (Then I will have stir-fried field crab in curry powder, but please make it a premium one). Similarly, “local local” and “chill chill” are reduplicated forms of the same words with identical meanings in Thai, as exemplified by “กูอยากกินอาหารแบบ**โลคอลล ๆ**” (I wanna eat some local food) and “เอาพอม ๆ นะ มีงถ่ายแบบเอาฟิล แบบเฮ้ย ตื่นมาสวยเลย เอา**ชิล ๆ**” (Keep it slim. You handle the shoot with a relaxed, “just woke up looking great” vibe). These words are emphasized or used to convey a stronger meaning because they highlight importance or intensity.

Table 15: Examples of Semantic Shift

Semantic Shifted Forms	English Word	Code-Mixing in the Conversation
Mouth	Gossip	มีง <b>เมาท์</b> ซะเสียงดัง มีงกลัวเขาไม่รู้เรื่อง
Tour	a situation in which an individual faces mass criticism or backlash, particularly on social media	<b>ทัวร์</b> เพิ่งเริ่มคะ

Table 15 illustrates examples of semantic shifts. For example, the English term “mouth” has experienced a semantic transition from denoting the opening in the face used for speaking, eating, and other functions, to referencing the discussion of others’ private lives, often disapprovingly, within the Thai context—demonstrated by the sentence “มีง**เมาท์**ซะเสียงดัง”

ตั้ง มึงกลัวเขาไม่รู้อะไร” (You are gossiping so loudly. Are you concerned that they might not hear you?). The word “tour,” which traditionally signifies a journey undertaken for leisure involving visits to various towns or countries, has in this context been employed metaphorically to describe a situation where an individual faces widespread criticism or backlash, particularly on social media, as exemplified by the Thai phrase “ทัวร์เพิ่งเริ่มค่ะ” (The backlash is only just beginning).

**Table 16: Example of Word Order**

Word Ordered Form	English Word	Code-Mixing in the Conversation
Tour Con	Concert Tour	บอกค่ะหลวงลุง แต่พวกเราติด <u>ทัวร์คอน</u> กัน

Table 16 illustrates an example of word order variation. In the Thai context, “บอกค่ะหลวงลุง แต่พวกเราติดทัวร์คอนกัน” (Yes, Venerable Sir, but we’re busy with concert tours), the phrase “tour con” was used instead of the correct English order “Concert Tour.” Notably, the word “con” was also abbreviated, retaining only its first syllable from “concert.” In the previous example, the English code’s word order shifted when mixed with Thai.

### Discussion and Conclusion

The findings from the analysis of code-mixing in Pee Nak (Seasons 1–4) indicate that the construction of character dialogues, which reflect authentic communication within a specific linguistic community at a particular period, employs code-mixing as a deliberate linguistic strategy, underscoring its widespread presence in everyday language use.

In terms of the preference for English lexical classes selected and mixed into Thai sentences, across 197 lexical items gathered and analyzed, nouns show overwhelming dominance (78.17%) in the dataset. Such a strong preference for nouns aligns with previous studies on code-mixing, which posit that content words, nouns in particular, are the most frequently borrowed or inserted elements in bilingual discourse (Srithep & Teeranon, 2025; Sainiyom, 2024). A plausible reason might lie in the characteristics of nouns themselves, including their syntactic independence, cultural transferability, and semantic concreteness.

To illustrate this, nouns could normally function as standalone lexical units and could be inserted into a sentence without disrupting the grammatical structure of the host language, unlike other function words such as conjunctions or pronouns, which are highly bound to grammatical structure (Myers-Scotton, 1993). Most nouns also denote objects, brands, or culturally specific concepts, with some originating from global or English-dominant contexts. When such concepts are brought into a new linguistic community, the English form

is often retained since they could link to a global association (Pennycook, 2017). Furthermore, nouns tend to be semantically concrete and easily recognizable across language, so they can be borrowed or inserted with ease and minimal ambiguity (Zenner, Speelman, & Geeraerts, 2012).

From the results, it is also noticeable that when borrowed and mixed into Thai sentences, English lexical items are not merely inserted but actively localized. This is evident in the finding that 30 of 197 lexical items exhibit nativization, as suggested by Kannaovakun and Gunther (2003). Among these 30 items, truncation emerged as the most frequent process (33.33%), followed by hybridization (30%) and reduplication (20%). These processes reflect attempts to adapt borrowed lexical items to conform to Thai linguistic constraints.

Truncation, such as “ไปร,” “เม็นส์,” and “เว้อร์,” demonstrates phonological adaptation and linguistic economy, in which English lexical items are shortened to suit Thai phonotactic patterns and conversational rhythm. Hybridization, as seen in “กาแฟ arabica” and “ไม่ selfie,” illustrates morphological blending, where Thai and English morphemes are combined and treated as compound structures. According to Somsin and Suksakhon (2022), hybridization is often employed when an English word alone is insufficient to convey a complete or culturally appropriate meaning, or when the addition of a Thai lexeme enhances clarity and comprehensibility. In addition, reduplication, such as “top top,” “local local,” and “chill chill,” clearly reflects the influence of Thai linguistic characteristics on English lexemes, as repetition in Thai is commonly used to emphasize or intensify meaning. Collectively, these processes demonstrate that English code-mixing in the films reflects systematic linguistic adaptation shaped by phonological, morphological, and semantic integration rather than random borrowing.

Apart from the analysis of nativization processes, the analysis of code-mixing based on Ho’s (2007) framework also yields additional insight into the structural patterns of English code-mixing. The findings reveal that proper nouns account for the highest frequency (59.64%), followed by lexical words (27.80%), while sentence-level switching remains relatively rare (1.79%). Regarding proper nouns, their dominance can be claimed to be under the influence of Thai addressing practices, particularly the use of nicknames. Culturally, Thai people generally address one another using nicknames, which may be either Thai or English. This is evident in the series *Pee Nak*, where most characters possess English nicknames. Therefore, it is not surprising that proper nouns are found with the highest frequency. Nevertheless, other proper nouns such as brands, institutions, and platforms often lack naturalized Thai equivalents, making direct borrowing the most practical linguistic choice. In

such cases, retaining the English form preserves recognizability and authenticity, especially in references to globally recognized entities.

Nevertheless, the findings also show that the use of full English sentences and incomplete clauses in replacement of Thai equivalents is low in frequency. This reflects that, among Thai people, switching at the syntactic level is quite uncommon. In order to produce complete English clauses, speakers need to temporarily shift the grammatical framing, which could possibly increase processing demands and reduce comprehensibility for Thai-speaking audiences in general. This claim is supported by Myers-Scotton's (1993) Matrix Language Frame model, in which bilingual interaction generally involves one language that serves as the structural base, known as the matrix language, while the other language provides embedded lexical items. In the present case, Thai acts as the matrix language by maintaining the syntactic structure of the dialogue, whereas English appears mainly as inserted lexical elements. Switching at the clause level would necessitate a temporary change in the grammatical framework, making it more structurally marked and therefore less common than insertion at the word level.

As gender was used as the criterion for selecting characters as the source of dialogues for the analysis, this study focuses on the main characters who are classified as LGBTQ+. The findings indicate that code-mixing appears to function as one of the linguistic strategies used to represent the communicative style of LGBTQ+ characters in the series. This observation is consistent with previous studies, such as Kuptanaroaj et al. (2020), who reported that English code-mixing was highly prevalent in dialogues among LGBTQ+ characters in Thai media. Such patterns may reflect stylized representations of social interaction within LGBTQ+ communities, particularly in popular culture contexts. In addition, Kanchanabundhu and Trakulkasemsuk (2022) suggest that Thai LGBTQ+ speakers frequently employ creative word-formation strategies to produce expressive and entertaining discourse. Hence, these findings support the interpretation that code-mixing in the present dataset functions not only as a linguistic choice but also as a resource for identity construction and performative expression.

The findings of this study provide several implications for language learning, scriptwriting, and the understanding of contemporary Thai language use. In terms of language learning, the dominance of lexical-level code-mixing and the systematic adaptation of English words suggest that bilingual exposure through media may influence how learners integrate English into Thai communication. Instead of considering code-mixing as a language error or deficiency, it can be viewed as a sign of bilingual ability, where speakers combine two

languages while still maintaining Thai grammatical structure. Regarding scriptwriting, the results show that code-mixing can be used as a stylistic tool to construct character identity, especially in portraying modern, urban, and LGBTQ+ characters. The use of English words and their localized forms may help make dialogues sound more authentic and relatable to contemporary audiences. More broadly, this study contributes to the understanding of how Thai language is changing in the context of globalization. English is not only borrowed randomly, but it is adapted and integrated into Thai in systematic ways. This reflects how language evolves through media influence and social interaction in present-day Thai society.

Although the findings shed light on the code-mixing phenomenon reflected through LGBTQ+ characters, the study also presents several limitations. First, it should be noted that the dataset is restricted to dialogues produced by LGBTQ+ characters in the film; therefore, their speech may not fully represent the broader range of code-mixing practices used by other characters or across different social groups in Thai media. Further investigation and comparative analysis across diverse datasets would be beneficial. In addition, although the Pee Nak series spans multiple years, it still represents a relatively narrow corpus. Variations in genre, directorial style, or production context across other Thai films or media platforms are not taken into account, which may limit the generalizability of the findings to broader media discourse. Furthermore, while the frameworks proposed by Ho (2007) and Kannaovakun and Gunther (2003) provide a strong descriptive analytical foundation, incorporating additional frameworks may be necessary to capture the full range of code-mixing nuances, particularly those that are emerging or context-specific.

## References

- Baker, W. (2012). English as a lingua franca in Thailand: Characterisations and implications. **Englishes in Practice**, 1(1), 18–27. Retrieved from <https://eprints.soton.ac.uk/395235/>
- Baker, W., & Jarunthawatchai, W. (2017). English language policy in Thailand. **European Journal of Language Policy**, 9(1), 27–44. <https://doi.org/10.3828/ejlp.2017.3>
- Bokamba, E. G. (1989). Are there syntactic constraints on code-mixing? **World Englishes**, 8(3), 227–292. <https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.1989.tb00669.x>
- Daho, S., Saechin, K., & Whanchit, W. (2024). English code-mixing in Thai reality television show: The Face Thailand Season Four (All-stars). **Journal of Communication in Scientific Inquiry (JCSI)**, 4(1), 79–88. Retrieved from <https://ejournal.unimap.edu.my/index.php/jcsi/article/view/1052>
- García, O., & Wei, L. (2014). **Translanguaging: Language, bilingualism and education**. Palgrave Macmillan. Retrieved from <https://link.springer.com/book/10.1057/9781137385765>
- Ho, J. W. Y. (2007). Code-mixing: Linguistic form and socio-cultural meaning. **The International Journal of Language Society and Culture**, 21, 23–30. Retrieved from <https://educ.utas.edu.au/users/tle/JOURNAL/Issues/Issue21/21-3.pdf>
- Kanchanabundhu, K., & Trakulkasemsuk, W. (2022). Shift to impress: How Thai LGBTs create new terms in their daily chats. **REFlections**, 29(3), 621–637. <https://doi.org/10.61508/refl.v29i3.262413>
- Kannaovakun, P., & Gunther, A. C. (2003). The mixing of English and Thai in Thai television programs. **Manusya: Journal of Humanities**, 6, 66–80. Retrieved from <https://digital.car.chula.ac.th/manusya/vol6/iss2/3/>
- Kuptanaroaj, N., Srinoparut, S., Vichulta, B., & Chomaithong, K. (2020). English code-mixing in the Thai television series. *The Diary Tootsies the Series Season 2*. **Journal of Liberal Arts, Rangsit University**, 15(2), 51–64. Retrieved from <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/jla/article/view/1582>
- Kuptanaroaj, N., Srinoparut, S., Suksakhon, W., Vichulta, B., Chomaithong, K., & Nimmannit, S. (2021). A study of English loanwords in the Thai television series *The Diary Tootsies Season 1*. **Journal of Liberal Arts, Rangsit University**, 16(2), 42–55. Retrieved from <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/jla/article/view/2130>
- Kuptanaroaj, N., Thangjit, J., Suksakhon, W., & Srinoparut, S. (2024). English code-mixing in the films directed by Nawapol Thamrongrattanarit. **Journal of Liberal Arts, Rangsit University**, 19(2). Retrieved from <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/jla/article/view/3417>

- Muysken, P. (2000). **Bilingual speech: A typology of code-mixing**. Cambridge University Press.
- Myers-Scotton, C. (1993). **Social motivations for codeswitching: Evidence from Africa**. Oxford University Press.
- Myers-Scotton, C. (2002). **Contact linguistics: Bilingual encounters and grammatical outcomes**. Oxford University Press.
- Pennycook, A. (2007). **Global Englishes and transcultural flows**. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203088807>
- Pennycook, A. (2017). **The cultural politics of English as an international language**. (2nd ed.). Routledge.
- Poplack, S. (1980). Sometimes I'll start a sentence in Spanish y termino en español: Toward a typology of code-switching. **Linguistics**, 18(7–8), 581–618.  
<https://doi.org/10.1515/ling.1980.18.7-8.581>
- Sainiyom, N. (2024). **Thai-English code-switching and code-mixing in bilingual communication Contexts** (Master's thesis, Thammasat University). Retrieved from [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2024/TU\\_2024\\_6521040235\\_20915\\_30347.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2024/TU_2024_6521040235_20915_30347.pdf)
- Snodin, N. S. (2014). English in Thailand: A sociolinguistic profile. **World Englishes**, 33(3), 381–400. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780192855282.013.16>
- Somsin, P., & Suksakhon, W. (2022). English code-mixing in the series *The Gifted*. **Journal of Liberal Arts, Rangsit University**, 18(1), 90–105. Retrieved from <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/jla/article/view/2894>
- Srithep, N., & Teeranon, P. (2025). English code-mixing in Thai appeared in Line stickers. **Trends of Humanities and Social Sciences Research**, 13(2), 90–104. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/Humanties-up/article/view/286614>
- Tanabut, T., & Tipayasuparat, N. (2019). An Analysis of English Code-mixing in the Television Series U-Prince. **KKU Research Journal of Humanities and Social Sciences (Graduate Studies)**, 7, 112–120. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/gskkuhs/article/view/189933>
- Thangjit, J., & Srinoparut, S. (2023). English code-mixing in the Thai TV series “Suptar 2550”. In **Proceedings of the RSU National Research Conference 2023** (pp. 131–139). Pathum Thani, Thailand. Retrieved from <https://rsucon.rsu.ac.th/files/proceedings/RSUSOC2023/IN23-125.pdf>
- Wardhaugh, R. (2014). **An introduction to sociolinguistics**. (7th ed.). Wiley-Blackwell.
- Zenner, E., Speelman, D., & Geeraerts, D. (2012). Cognitive sociolinguistics meets loanword research: Measuring variation in the success of anglicisms. **Cognitive Linguistics**, 23(4), 749–792. <https://doi.org/10.1515/cog-2012-0023>

## อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในภาษาไทย:

## การศึกษาตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน\*

## Conceptual Metaphor of Happiness and Sadness in the Thai Language:

## A Cognitive Linguistics Approach

เจษฎา ศรีวัฒนเมธากุล\*, สุธาสินี ปิยพสุนทร\*\* และชัชวดี ศรีลัมพ์\*\*\*

Jessada Sriwattanametakul, Suthasinee Piyapasuntra and Chatchawadee Saralamba

วันรับบทความ 27 ตุลาคม 2568 / วันแก้ไขบทความ 8 มกราคม 2569 / วันตอบรับบทความ 26 มกราคม 2569

## บทคัดย่อ

การศึกษารูปภาษาที่แสดงอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในเชิงเปรียบเทียบสามารถสะท้อนให้เห็นระบบมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาในสังคมใดสังคมหนึ่ง บทความวิจัยเรื่องนี้มุ่งอธิบายระบบมโนทัศน์ของคนไทยผ่านการวิเคราะห์รูปภาษาที่เป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์แสดงอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าของผู้ใช้ภาษาไทย ข้อมูลการศึกษาได้มาจากผลงานรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน และตีพิมพ์เผยแพร่ตั้งแต่ พ.ศ. 2522 จนถึง พ.ศ. 2566 การวิเคราะห์นี้อยู่บนพื้นฐานกรอบความคิดทางภาษาศาสตร์ปริชาน รวมถึงทฤษฎีอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ ทฤษฎีดั้งแบบ ผังภาพ และทฤษฎีการตีความควบคู่กับแนวคิดเกี่ยวกับอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า ผลการวิจัยพบว่า มโนทัศน์อารมณ์สุขปรากฏ 5 มโนทัศน์ ได้แก่ อารมณ์สุขเป็นความสว่าง อารมณ์สุขเป็นทิศทางขึ้น อารมณ์สุขเป็นของเหลว อารมณ์สุขเป็นทรัพย์สิน และอารมณ์สุขเป็นอาหาร ในขณะที่มโนทัศน์อารมณ์เศร้ามามี 4 มโนทัศน์ ได้แก่ อารมณ์เศร้าเป็นความมืด อารมณ์เศร้าเป็นทิศทางลง อารมณ์เศร้าเป็นของเหลว และอารมณ์เศร้าเป็นอาหาร การวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์เหล่านี้สะท้อนถึงการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบของประสบการณ์ระหว่างวงความหมาย ซึ่งเผยให้เห็นโครงสร้างเชิงมโนทัศน์พื้นฐานของผู้ใช้ภาษาไทย กล่าวโดยสรุปแล้ว การศึกษานี้ได้ให้หลักฐานทางภาษาเกี่ยวกับวิธีการทางปริชานที่คนไทยใช้สร้างมโนทัศน์ประสบการณ์ทางอารมณ์

**คำสำคัญ:** อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์, ภาษาศาสตร์ปริชาน, อารมณ์สุข, อารมณ์เศร้า, ภาษากับวัฒนธรรม

\*บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุซงึนพนธ์เรื่อง “แบบจำลองปริชานในอุดมคติของอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในภาษาไทย”  
หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

\*\*นักศึกษาลูกศรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อีเมล ajarnjessadasr@gmail.com

\*\*รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

\*\*\*รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

## Abstract

The comparative study of linguistic expressions that convey happiness and sadness offers valuable insights into the conceptual system of language users within a given society. This research aims to elucidate the conceptual system of Thai speakers through an analysis of linguistic expressions functioning as conceptual metaphors for happiness and sadness in the Thai language. Data were drawn from literary works that had won the Southeast Asian Writers Award (S.E.A. Write Award) and had been published between 1979 and 2023. The analysis is grounded in cognitive linguistic frameworks, including Conceptual Metaphor Theory, Prototype Theory, Image Schema, and Construal Theory, in conjunction with theoretical perspectives on the emotions of happiness and sadness. The findings reveal five conceptual metaphors of happiness—Happiness is brightness, Happiness is up, Happiness is liquid, Happiness is property, and Happiness is food—and four conceptual metaphors of sadness—Sadness is darkness, Sadness is down, Sadness is liquid, and Sadness is food. The analysis demonstrates that these conceptual metaphors reflect systematic mappings between domains of experience, thereby uncovering the underlying conceptual organization of Thai speakers. Overall, the study provides linguistic evidence for the cognitive mechanisms through which Thai people conceptualize emotional experiences.

**Keywords:** Conceptual metaphor, Cognitive linguistics, Happiness, Sadness, Language and culture

## บทนำ

ภาษาศาสตร์ปริชาน (cognitive linguistics) ได้รับความสนใจจากนักภาษาศาสตร์และมีการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความหมายไว้เป็นจำนวนมาก อาทิ อุปลักษณเชิงมโนทัศน์ (conceptual metaphor) พหุนัย (polysemy) พื้นที่ทางความคิด (mental space) ผังภาพ (image-schema) และการหลอมรวมมโนทัศน์ (conceptual blending) เป็นต้น คุณลักษณะที่น่าสนใจประการหนึ่งของภาษาศาสตร์ปริชานคือการมุ่งเน้นที่การศึกษาความหมาย (Lee, 2001) สอดคล้องกับข้อความตอนหนึ่งของ Evans & Green (2006) ที่ว่าความหมายทางภาษาที่แสดงออกมาของผู้คนทำให้เห็นโครงสร้างมโนทัศน์ (conceptual structure) และปฏิเสธไม่ได้ว่า อุปลักษณ (metaphor) เป็นอีกหนึ่งประเด็นในภาษาศาสตร์ปริชานที่ได้รับการเผยแพร่ผลงานออกไปอย่างกว้างขวาง (Lakoff & Johnson, 1980)

Lakoff & Johnson (1980) ได้อธิบายเรื่องอุปลักษณแนวใหม่โดยเสนอมุมมองเกี่ยวกับทฤษฎีอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ (conceptual metaphor theory) ในการศึกษาอุปลักษณตามแนวภาษาศาสตร์พบว่าอุปลักษณมีอยู่ทั่วไปในชีวิตประจำวันขณะที่มนุษย์ใช้ภาษาซึ่งส่งผลต่อกระบวนการคิดและการกระทำของมนุษย์ อุปลักษณจึงเป็นลักษณะของการใช้ภาษาเปรียบเทียบและเป็นตัวแทนการอธิบายเรื่องระบบความคิดที่ต้องทำความเข้าใจ รวมถึงการให้เหตุผลของผู้ใช้ภาษา (Lakoff & Turner, 1989; Saralamba, 2005; 2007a; 2007b)

การถ่ายโยงอุปลักษณ์จากวงความหมายหนึ่งไปยังวงความหมายอื่นทำให้ผู้คนเข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรมได้ง่ายยิ่งขึ้น ทั้งยังทำให้เข้าใจได้ว่าผู้ใช้ภาษาในสังคมใดสังคมหนึ่งจะมีระบบความคิดหรือระบบโน้ตทัศน์อย่างไร นั้น เราพิจารณาได้จากการใช้ภาษาของผู้คนในสังคมนั้น ๆ (Saralamba, 2005, p.8; 2008b, p.61; 2014, pp.89-91) ผู้วิจัยนำประเด็นเกี่ยวกับอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าโดยนำอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ตามแนวภาษาศาสตร์ปริชานมาศึกษา เนื่องจากอารมณ์เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ที่เกิดขึ้นได้ทุกวันและมีความเป็นสากล (Strongman, 2003, pp.2-3; Kövecses, 1990; p.34; 1995, p.4; 2007, p.1) รวมทั้งยังเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน (Izard, 1972, pp.51-52) นอกจากนี้ ผู้คนมักจะถ่ายทอดความหมายเหล่านั้นด้วยถ้อยคำแสดงอารมณ์ไปสู่ผู้อื่นภายใต้เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม (Wilson & Lewandowska, 2012, p.29)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในภาษาไทย เพื่ออธิบายระบบโน้ตทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทย แม้ว่าจะมีนักวิชาการได้ศึกษาวิจัยงานในลักษณะที่คล้ายกันก็ตาม เช่น อุปลักษณ์ความสุขในบล็อกไทย (Klinnamhom, 2013) อุปลักษณ์ความทุกข์ในภาษาไทย (Eakapont, 2015) ความทุกข์คือโรค: อุปลักษณ์มโนทัศน์ที่สะท้อนผ่านรูปคำอุปลักษณ์ในภาษาไทย (Eakapont & Wongpinunwatana, 2017) แต่งานวิจัยเหล่านี้ยังไม่มีผลงานใดที่ศึกษาและวิเคราะห์ทั้งอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในคราวเดียวกัน อนึ่ง ผู้วิจัยเลือกผลงานที่ได้รับรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียนมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ เนื่องจากคณะกรรมการที่ตัดสินรางวัลเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีความเชี่ยวชาญด้านภาษาไทยคือนักวิชาการวรรณกรรม รวมถึงนักเขียน ผลงานจึงเป็นที่ประจักษ์ชัดในด้านคุณภาพ และถือเป็นตัวแทนของผู้ใช้ภาษาในยุคสมัยเดียวกับผู้วิจัย บทความวิจัยนี้จึงสามารถเกิดองค์ความรู้ใหม่และเป็นแนวทางในการต่อยอดการศึกษาภาษาศาสตร์ปริชาน ตลอดจนบูรณาการกับการศึกษาในแง่มุมอื่น ๆ ได้อย่างกว้างขวางต่อไป

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาระบบโน้ตทัศน์ของคนไทยจากรูปภาษาที่เป็นอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์แสดงอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน

### ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่องอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในภาษาไทย: การศึกษาตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน ผู้วิจัยทบทวนแนวคิดอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ (Conceptual Metaphor) ของเลคอฟฟ์และจอห์นสัน (Lakoff & Johnson, 1980) ทฤษฎีต้นแบบ (Prototype theory) ของโรช (Rosch, 1975) ผังภาพ (Image-schema) การสร้างรูป (Embodiment) แนวคิดเกี่ยวกับอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า (Conceptual of happiness and sadness) ผู้วิจัยจะสรุปรายละเอียดสำคัญดังต่อไปนี้

#### 1. อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ (Conceptual Metaphor)

จุดเริ่มต้นของอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์มาจากหนังสือเรื่อง *Metaphors We Live By* ของเลคอฟฟ์และจอห์นสัน เขาทั้งสองอธิบายเรื่องอุปลักษณ์ในมุมมองเกี่ยวกับอุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ไว้ว่าอุปลักษณ์ปรากฏอยู่ทั่วไปในการใช้ภาษาของมนุษย์ในชีวิตประจำวัน และมีกระบวนการทางปริชาน (cognitive process) โดย

การ “การจับคู่” วงความหมาย ได้แก่ วงความหมายต้นทาง (source domain) กับวงความหมายปลายทาง (target domain) (Lakoff & Johnson, 1980) แนวคิดดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือทางภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงการจัดโครงสร้าง การปรับโครงสร้าง และการสร้างความเป็นจริง (Kövecses, 2020) อันเกิดจากความคิดกับภาษาเพื่อให้มนุษย์เข้าใจระบบมโนทัศน์ที่ผู้คนในสังคมถ่ายทอดผ่านภาษาได้อย่างชัดเจน

อุปลักษณะเชิงมโนทัศน์จึงเป็นกระบวนการจับคู่คุณสมบัติที่คล้ายกันหรือร่วมกันระหว่างวงความหมายต้นทางกับวงความหมายปลายทาง จากนั้นจึงถ่ายทอดความสัมพันธ์ทางความหมายจากวงความหมายต้นทาง (รูปธรรม) ไปยังวงความหมายปลายทาง (นามธรรม) การถ่ายทอดความหมายมีความสำคัญต่อความเข้าใจของมนุษย์และทำให้เห็นมโนทัศน์ของคนในสังคม

สืบเนื่องจากที่กล่าวไปแล้วข้างต้น การถ่ายทอดความหมายระหว่างวงความหมายต้นทางกับวงความหมายปลายทางสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (Gibbs, 2017, pp.25-27) คือ การถ่ายทอดความหมายแบบภวสัมพันธ์ (ontological correspondences) เป็นการถ่ายทอดความหมายของคุณสมบัติต่าง ๆ ที่อยู่ในวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทางแบบหนึ่งต่อหนึ่ง และการถ่ายทอดความหมายแบบญาณสัมพันธ์ (epistemic correspondences) เป็นการถ่ายทอดความหมายของคุณสมบัติต่าง ๆ ที่อยู่ในวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทางในลักษณะที่ต้องพิจารณาภายในแต่ละวงความหมายว่ามีความสัมพันธ์อย่างไร จากนั้นจึงค่อยถ่ายทอดความหมายจากวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทาง

ดังนั้น อุปลักษณะเชิงมโนทัศน์จึงไม่ใช่เป็นเพียงเรื่องของภาษาเท่านั้น แต่เป็นเรื่องของกระบวนการคิดของมนุษย์ที่สะท้อนให้เห็นได้ในรูปของภาษา หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การใช้ภาษาของคนในสังคมบอกให้รู้ว่าคุณคนในสังคมหนึ่ง ๆ นั้นมีระบบความคิดเป็นอย่างไร (Saralamba, 2005, p.8; 2014, p.90)

## 2. ทฤษฎีต้นแบบ (Prototype theory)

ทฤษฎีต้นแบบเป็นกระบวนการในการจำแนกสรรพสิ่งต่าง ๆ ออกเป็นกลุ่มโดยนำเอาคุณลักษณะร่วมกันของสรรพสิ่งนั้นหรือคุณลักษณะที่เป็นตัวอย่างที่ดีที่สุดของกลุ่มมาจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

Rosch (1975) ได้จำแนกต้นแบบของนกด้วยการใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาถึงความสามารถของมนุษย์ในเรื่องการจำแนกประเภทของสรรพสิ่ง ผลการศึกษาของ Rosch (1975) แสดงให้เห็นว่ามนุษย์สามารถจัดสรรพสิ่งเข้าไว้ด้วยกันและจะใช้ตัวแทนที่ดีที่สุดของกลุ่มมาเป็นต้นแบบในการจัดประเภทสรรพสิ่งต่าง ๆ กล่าวคือ มนุษย์จัดให้นกรอบบิน (Robin) เป็นตัวแทนที่ดีที่สุดของความเป็นนก (BIRD) มากกว่านกแก้ว (Parrot) เพนกวิน (Penguin) และนกระจอกเทศ (Ostrich) ในขณะที่นกแก้ว (Parrot) เพนกวิน (Penguin) และนกระจอกเทศ (Ostrich) ก็ยังจัดอยู่ในกลุ่มความเป็นนก เนื่องจากต่างมีคุณสมบัติร่วมกันกับต้นแบบของความเป็นนก

ดังนั้น ทฤษฎีต้นแบบทำให้มนุษย์สามารถจำแนกประเภทสรรพสิ่งรวมถึงสามารถตอบข้อสงสัยในประเด็นต่าง ๆ ที่ว่า สรรพสิ่งใดควรจัดเข้าไว้ในประเภทเดียวกันหรือแยกประเภทออกไป ดังตัวอย่างที่ Saralamba (2006, pp.97-98) แสดงไว้ให้เห็นความสำคัญของทฤษฎีต้นแบบ เช่น “นกเพนกวินจะเป็นนกหรือไม่” เมื่อพิจารณาจากทฤษฎีต้นแบบแล้ว ตัดสินได้ว่า เพนกวินเป็นนก เนื่องจากมีคุณสมบัติของความเป็น “นก” ที่ร่วมกับต้นแบบคือ นกรอบบิน เป็นต้น

### 3. ผังภาพ (Image-schema)

ผังภาพเป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ จากการเคลื่อนไหวร่างกายและการมีปฏิสัมพันธ์ในการรับรู้ทางประสาทสัมผัสโดยเชื่อมโยงกับประสบการณ์ต่าง ๆ ของมนุษย์อย่างเป็นลำดับขั้นตอน ดังตัวอย่างผังภาพแนวตั้ง (VERTICALITY schema) ที่เกิดขึ้นจากมนุษย์มีลักษณะการวางแนวขึ้น-ลง (UP-DOWN) ซ้ำแล้วซ้ำอีกในทุก ๆ การรับรู้และกิจกรรมในแต่ละวัน จนมีความเข้าใจโครงสร้างของผังภาพดังกล่าว (Johnson, 1987, p.xiv, xix)

ผังภาพเป็นโครงสร้าง “นามธรรม” พื้นฐานที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ ในการรับรู้ เข้าใจ และตีความโลกของมนุษย์ อีกทั้งยังมีบทบาทเบื้องต้นในกระบวนการทางความหมายเชิงปริชานต่าง ๆ ด้วย (Clausner & Croft, 1999, p.4) ในขณะที่ Kövecses (2010, pp.37-38) นำเสนออีกด้านหนึ่งของผังภาพที่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการรับรู้ทางมิติสัมพันธ์ เช่น “เข้า-ออก” เท่านั้น แต่ยังมีผังภาพอีกจำนวนมากที่มีบทบาทช่วยให้มนุษย์เข้าใจเกี่ยวกับโลก เช่น ผังภาพเส้นทาง (PATH schema) ผังภาพความสมดุล (BALANCE schema) ผังภาพแรง (FORCE schema) และผังภาพมาตราส่วน (SCALE schema) ฯลฯ คำอธิบายของ Lakoff (1987, p.453) และ Johnson (1987, p.29) ระบุเกี่ยวกับผังภาพว่าไม่ใช่ภาพที่มีความเฉพาะ แต่เป็นนามธรรมในอีกความหมายหนึ่ง ผังภาพแสดงให้เห็นถึงรูปแบบเชิงแผนผังที่เกิดจากความหมายเชิงภาพต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำอีกในวงความหมายที่ถูกสร้างขึ้นและกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ทางร่างกายของมนุษย์ที่หลากหลาย

อย่างไรก็ตาม ผังภาพไม่ได้จำเพาะเจาะจงกับประสาทสัมผัสอย่างใดอย่างหนึ่ง (Lakoff, 1987, p.267; Johnson, 1987, pp.24-25) แต่ผังภาพเป็นเครื่องกำหนดโครงสร้างประสบการณ์ทางร่างกายของมนุษย์ (Talmy, 1972) รวมถึงโครงสร้างประสบการณ์ที่ไม่ใช่ประสบการณ์ร่างกายของผู้คนผ่านการเปรียบเทียบ (Lakoff, 1987, p.453; Johnson, 1987, pp.29)

กล่าวโดยสรุป ผังภาพเป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำอีกโดยผ่านการรับรู้ทางประสาทสัมผัสและการมีปฏิสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์ต่าง ๆ อย่างเป็นกระบวนการ

### 4. การสร้างรูป (Embodiment)

การสร้างรูปเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านสรีรวิทยาและกายวิภาคศาสตร์ แนวคิดเรื่องการสร้างรูปจึงมีบทบาทสำคัญในทฤษฎีภาษาศาสตร์ปริชาน (Evans, 2007, p.68) ข้อเสนอสนับสนุนของ Kövecses (2010) แสดงให้เห็นความสำคัญของร่างกายที่สัมพันธ์กับแนวคิดเรื่องการสร้างรูปอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ตัวอย่างสถานการณ์ในชั้นเรียนที่เขากำลังสอนนักศึกษา มีนักศึกษารายหนึ่งนำเสนอบทความ “สำนวนเชิงเปรียบเทียบ” โดยนับจำนวนสำนวนเชิงเปรียบเทียบทั้งหมดในพจนานุกรมจำนวน 12,000 สำนวน พบว่าสำนวนที่เกี่ยวข้องกับร่างกายมนุษย์มีมากกว่า 2,000 สำนวน และความหมายเชิงเปรียบเทียบส่วนใหญ่มาจากประสบการณ์ที่มนุษย์มีต่อร่างกาย เช่น

- (1) the *heart* of the problem
- (2) to *shoulder* a responsibility
- (3) the *head* of the department

ตัวอย่างที่ (1) (2) และ (3) ปรากฏถ้อยคำเกี่ยวกับร่างกายเพื่อแสดงการเปรียบเทียบ กล่าวคือ (1) คำว่า “หัวใจ” (heart) โดยเปรียบหัวใจซึ่งเป็นอวัยวะที่สำคัญในร่างกาย เป็น “สิ่งสำคัญที่สุด” ของปัญหา

(2) คำว่า“ไหล่” (shoulder) โดยเปรียบไหล่ซึ่งเป็นอวัยวะที่มนุษย์แสดงอาการแบกวัตถุหรือสรรพสิ่งที่หนักได้ กับ “การได้รับ/มีภาระหน้าที่” ที่ต้องรับผิดชอบ และ (3) “หัว” (head) โดยเปรียบ “หัว” ซึ่งเป็นอวัยวะส่วนที่อยู่สูงที่สุดและสำคัญที่สุด (หมายรวมถึงสมอง) มีหน้าที่ควบคุมและสั่งการร่างกาย เป็น “ผู้รับผิดชอบหลัก” ของแผนก

ด้วยเหตุนี้ การสร้างรูปจึงเปรียบเสมือนรากฐานที่ทำให้มนุษย์เข้าใจร่างกายของตนเองว่ามีบทบาทต่อการรู้คิดอย่างไร เนื่องจากการสร้างรูปเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับร่างกายและประสบการณ์ทางร่างกาย รวมถึงจิตใจที่เชื่อมโยงและสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด มนุษย์จะเข้าใจความหมายของสรรพสิ่งที่ได้ก็ต่อเมื่อมีองค์ประกอบด้านสรีรวิทยาและด้านกายวิภาคศาสตร์ ตลอดจนบริบททางสังคมอื่น ๆ

### 5. แนวคิดเกี่ยวกับอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า (conceptual of happiness/sadness)

อารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าเป็นสภาวะที่ร่างกายและจิตใจมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในลักษณะสบายกาย สบายใจ และหม่นหมองไม่สบายกายไม่สบายใจ แนวคิดหนึ่งที่ Kövecses (2010; 1990) ได้ระบุไว้ คือ ฉากทัศน์อารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าของมนุษย์ 5 ชั้น ผู้วิจัยขอแสดงแต่ละชั้นพร้อมทั้งตัวอย่างพอสึงเซปดังนี้

**ชั้นที่ 1 สาเหตุแห่งความสุขและความเศร้า (cause of happiness/sadness)** เช่น คุณต้องการที่จะประสบความสำเร็จในบางสิ่งบางอย่าง คุณประสบความสำเร็จ คุณมีการตอบสนองทางอารมณ์ทันทีต่อสิ่งนั้น หรือมีบางสิ่งบางอย่างเกิดขึ้นกับบุคคล และอารมณ์เกิดขึ้นในตัวบุคคล

**ชั้นที่ 2 การคงอยู่ของความสุขและความเศร้า (existence of happiness/sadness)** เช่น คุณมีความพึงพอใจ คุณมีการตอบสนองในการแสดงออกและมีพฤติกรรมที่หลากหลาย (ความสดใจของดวงตา การยิ้ม การหัวเราะ การกระโดดขึ้นลง และการร้องไห้) คุณมีพลังหรืออารมณ์เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยที่บังคับให้บุคคลเกิดการกระทำบางสิ่งบางอย่าง

**ชั้นที่ 3 พยายามควบคุม (attempt at control)** เช่น คุณพยายามไม่ตอบสนองต่อพฤติกรรมและ/หรือไม่แสดงปฏิกิริยาท่าทางและ/หรือไม่สื่อสารอะไรตามที่คุณรู้สึก หรือบุคคลรู้ว่าตนเองอยู่ภายใต้ข้อผูกมัดที่จะไม่ทำตามบางสิ่งบางอย่างที่อารมณ์กำหนด และบุคคลต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการตอบโต้อารมณ์ที่เกิดขึ้น

**ชั้นที่ 4 สูญเสียการควบคุม (loss of control)** เช่น คุณอาจสูญเสียการควบคุมส่งผลให้ไม่สามารถควบคุมอาการที่แสดงออกไปได้ หรือบุคคลไม่สามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติ บุคคลยุติพฤติกรรมการต่อต้านที่จะส่งผลถึงตนเอง หรือบุคคลไม่สามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติ

**ชั้นที่ 5 การกระทำ (action)** เช่น คุณมีส่วนร่วมในการตอบสนองพฤติกรรมและ/หรือแสดงปฏิกิริยาและ/หรือสื่อสารสิ่งต่าง ๆ ตามที่คุณรู้สึก

### 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ของอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า

ผู้วิจัยนำผลงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ของอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าหลายเรื่องมาเป็นแนวทางเบื้องต้นในการทำวิจัย เช่น Klinnaphom (2013) ศึกษาเรื่อง “อุปลักษณะความสุขในบล็อกไทย” ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้ภาษาใช้ถ้อยคำอุปลักษณะความสุขสะท้อนมโนทัศน์ต่อความสุข กล่าวคือ 1) ความสุขคือสิ่งจำเป็นที่ทุกคนปรารถนาและครอบครอง และ 2) ความสุขคือสิ่งที่มีสภาวะไม่คงทนและไม่แน่นอน มโนทัศน์ทั้ง 2 ลักษณะมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในสังคมและหลักคำสอนในพระพุทธศาสนา

Eakapont (2015) ศึกษาเรื่อง “อุปลักษณความทุกข์ในภาษาไทย” ผลการศึกษาพบว่ามโนทัศน์ความทุกข์มี 13 มโนทัศน์ ได้แก่ ความทุกข์คือมนุษย์ ความทุกข์คือการต่อสู้ ความทุกข์คือพิษ ความทุกข์คือวัตถุสิ่งของ ความทุกข์คือธรรมชาติ ความทุกข์คือสสารหรือสิ่งที่มีปริมาณวัดดวง ความทุกข์คือไฟ ความทุกข์คือโรค ความทุกข์คือสิ่งปฏิญกุล ความทุกข์คือสัตว์ร้าย ความทุกข์คืออาหาร ความทุกข์คือการเดินทาง และความทุกข์คือสถานที่หรือสิ่งปลูกสร้าง อุปลักษณมโนทัศน์ข้างต้นสะท้อนว่าความทุกข์เป็นสิ่งที่ไม่ดี Eakapont & Wongpinunwatana (2017) ศึกษาเรื่อง “ความทุกข์คือโรค”: อุปลักษณมโนทัศน์ที่สะท้อนผ่านรูปคำอุปลักษณในภาษาไทยพบว่ารูปคำอุปลักษณสามารถสะท้อนให้เห็นความทุกข์ของผู้คนผ่านมโนทัศน์โรคจำนวน 44 รูปคำ โดยรูปคำอุปลักษณที่ปรากฏส่วนใหญ่ เช่น ความทุกข์เป็นเชื้อโรค รวมถึงยังสัมพันธ์กับประสบการณ์ทางร่างกายในลักษณะการเจ็บป่วย

กล่าวโดยสรุป การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามที่กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยพบว่าการวิจัยอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ข้างต้นจะช่วยให้ผู้คนเข้าใจมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาในสังคม รวมถึงวัฒนธรรม อีกทั้งผู้วิจัยยังสามารถนำมาเป็นแนวทางเบื้องต้นในการศึกษาอุปลักษณเชิงมโนทัศน์ของอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน และจะนำเสนอผลการศึกษาในลำดับต่อไป

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับทฤษฎีภาษาศาสตร์ปริชาน (Cognitive Linguistics) ได้แก่ อุปลักษณเชิงมโนทัศน์ (Conceptual Metaphor) ทฤษฎีต้นแบบ (Prototype theory) การสร้างรูป (Embodiment) และผังภาพ (Image-schemas) รวมถึงศึกษาแนวคิดอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า (Conceptual of happiness and sadness) ตามแนวคิดทางภาษาศาสตร์

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาษาที่แสดงอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าจากผลงานที่ได้รับรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน ตั้งแต่ พ.ศ. 2522-2566 ดังนี้

2.1 พิจารณารูปภาษาที่แสดงการเปรียบเทียบอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า ซึ่งปรากฏคำว่า “สุข” และคำว่า “เศร้า”

2.2 พิจารณารูปภาษาที่แสดงการเปรียบเทียบอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าจากการปรากฏร่วมกันของรูปภาษาที่แสดงอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า โดยไม่เลือกรูปภาษาที่แสดงการเปรียบเทียบ เช่น คำว่า “เปรียบประดุจ เหมือน คล้าย” เป็นต้น

2.3 ในกรณีที่ไม่มีปรากฏรูปภาษาตามข้อ 2.1 และข้อ 2.2 ผู้วิจัยจะเลือกรูปภาษาจากผลงานที่ได้รับรางวัลทั้งหมด หลังจากนั้นผู้วิจัยจะทำความเข้าใจความหมายโดยพิจารณาจากต้นแบบอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า รวมถึงฉากทัศน์อารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า และนำรูปภาษาที่พบในสถานการณ์ดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกัน

2.4 บันทึกข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยนำมาจำแนกรูปภาษาแสดงอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียนด้วยโปรแกรม Microsoft Excel 2013

3. การคัดเลือกข้อมูลภาษามีดังนี้

3.1 รวบรวมรายชื่อผลงานที่ได้รับรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน ตั้งแต่ พ.ศ. 2522-2566 จากหอสมุดปรีดี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และสำนักบรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

3.2 นำผลงานที่ได้รวบรวมมาใช้วิเคราะห์จำนวนทั้งสิ้น 45 เล่ม ประกอบด้วย นวนิยาย กวีนิพนธ์ และเรื่องสั้น

3.3 กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกรุปภาษาแสดงอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า โดยพิจารณาจากต้นแบบ อารมณ์สุขกับอารมณ์เศร้า

4. การวิเคราะห์ข้อมูลภาษาที่แสดงอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้ามีขั้นตอนดังต่อไปนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลของรูปภาษาที่แสดงอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า บันทึกข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้แล้วนำมาจำแนกรูปภาษาแสดงอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าออกเป็น 3 กลุ่มด้วยโปรแกรม Microsoft Excel 2013 ตามข้อ 2.1 2.2 และ 2.3 ตามลำดับ

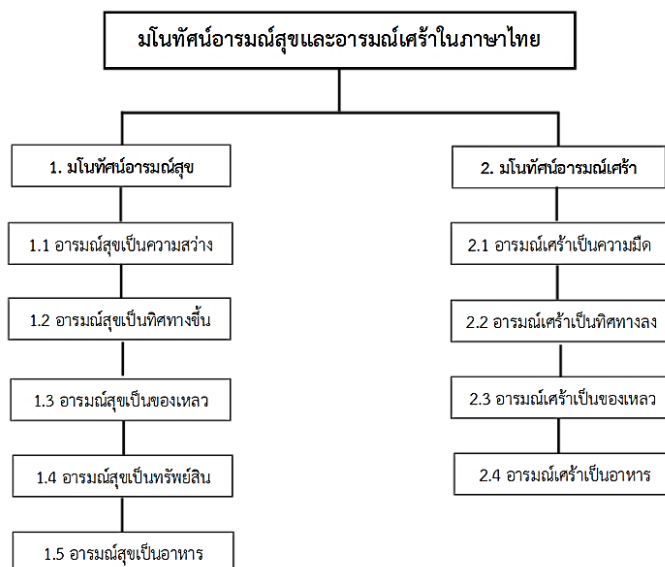
4.2 นำทฤษฎีภาษาศาสตร์ปริชานซึ่งประกอบด้วยอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ ทฤษฎีต้นแบบ การสร้างรูป และผังภาพ รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับอารมณ์สุขมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลที่คัดเลือก

4.3 วิเคราะห์ข้อมูลรูปภาษาที่เป็นอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ โดยการถ้อยความสัมพันธ์ระหว่างวงความหมายต้นทางและวงความหมายปลายทาง พร้อมทั้งแสดงระบบมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษา

4.4 สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

## ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอและจำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือมโนทัศน์อารมณ์สุขในภาษาไทย และมโนทัศน์อารมณ์เศร้าในภาษาไทย ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพ สรุปผลของมโนทัศน์อารมณ์สุขและมโนทัศน์อารมณ์เศร้าในภาษาไทย

**1. มโนทัศน์อารมณ์สุข**

**1.1 อารมณ์สุขเป็นความสว่าง (HAPPINESS IS LIGHT)**

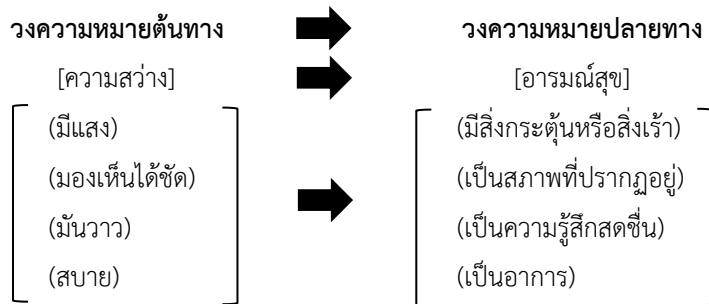
(1) “...ภาพเธอเมื่อหลายปีก่อนผุดวาบขึ้นในใจ ตอนเขาเผยมือที่ประกบกันไว้ขึ้นต่อหน้า แล้วทิ้งห้อยที่จับมาได้ดันลำพู่ก็บินออกไปในโพล์เพล็สโคราม เธอยิ้มร่าตาเป็นประกายอย่างนี้ละ และนั่นมันกินานมาแล้ว ...นานเท่าไรรมาแล้ว...” (Nitiprapha, 2021, p.52)

มโนทัศน์ อารมณ์สุขเป็นความสว่าง จากอุปลักษณ์ความสว่าง ในตัวอย่าง (1) คำว่า“ประกาย” หมายถึงแสงที่กระเด็นกระจายออกจากวัตถุที่ลุกเป็นไฟ แสงที่กระจายออกจากของแข็งบางอย่างที่กระทบกันอย่างแรง ความแวววาวที่เหลี่ยมเพชรเป็นต้นกระทบแสง แสงแปลบปลาบอย่างแสงฟ้าแลบ แสงสะท้อนจะสิ่งที่เป็นมันเป็นเงา (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.700) เมื่อปรากฏร่วมกับคำว่า “ตา” ซึ่งเป็นอวัยวะร่างกายส่วนหนึ่งของมนุษย์ สามารถแสดงอาการและลักษณะผ่านทางใบหน้า ดังนั้น คำว่า “ตาเป็นประกาย” จึงหมายถึงแสงสว่างที่ปรากฏขึ้นในดวงตาของมนุษย์ที่มีลักษณะของแสงต่างกันโดยแสดงอาการหรือลักษณะผ่านทางใบหน้า เช่น กระจายออก แวววาม หรือแปลบปลาบ

เมื่อนำมาใช้เพื่อแสดงอาการของมนุษย์ซึ่งเกิดจากการนำคำมาใช้ในการเปรียบเทียบเป็นอุปลักษณ์ และเป็นอุปลักษณ์ที่จัดอยู่ในวงความหมายความสว่าง อารมณ์สุขเป็นเรื่องความสว่างและมีความสัมพันธ์กับประสาทสัมผัสทางการมองเห็น ผู้ใช้ภาษาไทยนำเอาประสบการณ์เกี่ยวกับอาการและลักษณะที่เกิดขึ้นกับอวัยวะร่างกายคือ ตา รวมถึงการรับรู้เรื่องความสว่างมาทำความเข้าใจมโนทัศน์อารมณ์สุข

ความสัมพันธ์ของความหมายในตัวอย่าง (1) เป็นการถ่ายโยงความหมายแบบภวสัมพันธ์ (Ontological correspondences) ถ่ายโยงความสัมพันธ์ทางความหมายจากวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทาง โดยลักษณะการถ่ายโยงความสัมพันธ์นั้นเป็นการถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายของสภาพของสรรพสิ่งในวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทาง และมีลักษณะของความสัมพันธ์แบบหนึ่งต่อหนึ่ง (Saralamba, 2006, p.164) กล่าวคือวงความหมายต้นทางคือความสว่าง ถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายไปยังวงความหมายปลายทางคืออารมณ์สุข ดังนี้

“เธอยิ้มร่าตาเป็นประกายอย่างนี้ละ”



**1.2 อารมณ์สุขเป็นทิศทางขึ้น (HAPPINESS IS UP)**

(2) “เขาหลอกมึงมั้ง ความสุขที่เคยลอยขึ้นสูงสุดกำลังค่อย ๆ ร่วงลงมา” (Korbjitti, 2001, p.118)

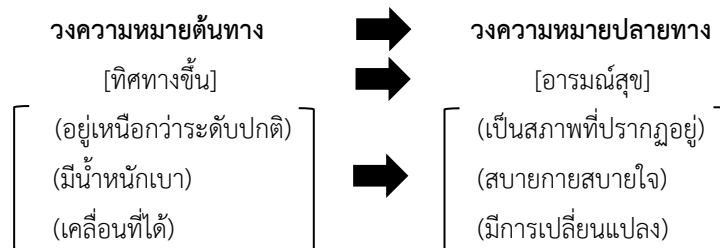
มโนทัศน์ อารมณ์สุขเป็นทิศทางขึ้น จากอุปลักษณ์ทิศทางขึ้น ในตัวอย่าง (2) คำว่า “ลอย” หมายถึงทรงตัวอยู่ในอากาศ ไม่จม ปล่อยให้ตามน้ำหรืออากาศ (Office of the Royal Society of Thailand, 2013,

p.1042) นอกจากนี้ เนื่องจากคำว่า “ลอย” มีความหมายว่าเคลื่อนอยู่บนฟ้า จึงเรียกสิ่งที่ถูกยกขึ้นไปอยู่สูงว่า “ลอย” เช่น สะพานลอย ชั้นลอย หรือใช้ว่า ลอยฟ้า ก็ได้ เช่น รถไฟลอยฟ้า ถนนลอยฟ้า ภัยพิบัติลอยฟ้า (Office of the Royal Society of Thailand, 2012, online) และคำว่า “ขึ้น” หมายถึงไปสู่เบื้องบน เบื้องสูง หรือเบื้องหน้า ไปสู่เบื้องที่ถือว่าตรงข้ามกับลง (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.201) ดังนั้น คำว่า “ลอยขึ้น” หมายถึงสูงขึ้นเหนือพื้นที่ตำแหน่งที่เคยอยู่แต่เดิม จากความหมายดังกล่าว อารมณ์สุขมีความสัมพันธ์กับสิ่งที่อยู่สูงขึ้นโดยไม่จำกัดลักษณะของวัตถุ

มนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยสะท้อนให้เห็นว่าผู้มีอารมณ์สุขจะเป็นผู้ทำอาการและมีความรู้สึกเสมือนว่าร่างกายของตนเองเบาและสามารถลอยขึ้นได้ แสดงทิศทางขึ้นข้างบน อีกทั้งมนุษย์เข้าใจคำว่า “ลอยขึ้น” โดยใช้ประสาทสัมผัสทางดวงตาเป็นเกณฑ์ วัตถุได้อยู่ในตำแหน่งตั้งแต่ระดับสายตาดจนเหนือกว่าสายเป็นต้นไป สภาพของวัตถุดังกล่าวถือว่าลอยขึ้น อาการ ความรู้สึก และสภาพเช่นนี้เกิดจากการรับรู้ด้านประสบการณ์ทางร่างกายของมนุษย์

ความสัมพันธ์ของความหมายในตัวอย่าง (2) เป็นการถ่ายโยงความหมายแบบญาณสัมพันธ์ (Epistemic correspondences) ถ่ายโยงความหมายของคุณสมบัติต่าง ๆ ที่อยู่ในวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทางในลักษณะที่ต้องพิจารณาภายในแต่ละวงความหมายว่ามีความสัมพันธ์อย่างไร เช่น พิจารณาความสัมพันธ์ภายในวงความหมายต้นทางและความสัมพันธ์ภายในวงความหมายปลายทาง จากนั้นจึงค่อยถ่ายโยงความหมายจากวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทาง (Saralamba, 2006, p.165) กล่าวคือ วงความหมายต้นทางคือทิศทางขึ้น ถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายไปยังวงความหมายปลายทางคืออารมณ์สุข มีลักษณะการถ่ายโยงความหมายดังนี้

“...ความสุขที่เคยลอยขึ้น...”



### 1.3 อารมณ์สุขเป็นของเหลว (HAPPINESS IS LIQUID)

(3) “แต่ไม่สำคัญหรอกว่าแกจะลืมหือจำ เพียงแค่ว่าฉันได้ตายไปแล้ว เท่านั้นที่ดวงตาฉันเอ่อ ล้นด้วยน้ำตาแห่งความซาบซึ้งแล้ว” (Amataya, 2010, p.10)

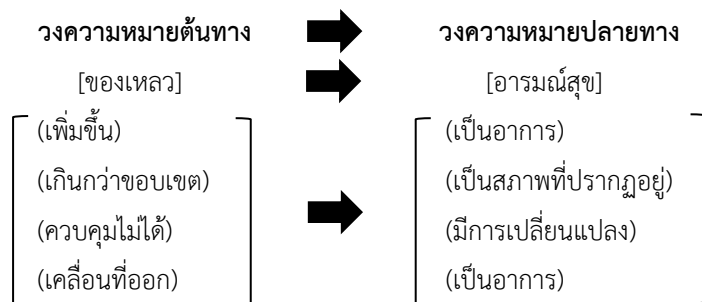
มนทัศน์ อารมณ์สุขเป็นของเหลว จากอุปถัมภ์ของเหลว ในตัวอย่าง (8) คำว่า “เอ่อ” หมายถึงเริ่มไหลขึ้น มีระดับสูง (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.1434) และคำว่า “ล้น” หมายถึงพ้นหรือเลยระดับที่เปียมอยู่แล้วจนไหลออกมา (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.1034) ดังนั้น คำว่า “เอ่อล้น” หมายถึงมีระดับสูงขึ้นหรือเริ่มสูงขึ้นจนเลยระดับที่กำหนดไว้และไหลออกมา เช่น น้ำ จะเห็นได้ว่าของเหลวมีสภาพหรือทำอาการ “เอ่อ” และ “ล้น” ที่ต่อเนื่องกัน จากความหมายดังกล่าว อารมณ์สุขมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ทางร่างกาย และเป็นเรื่องเกี่ยวกับของเหลว รวมถึงเป็นเรื่องภาวะ

เมื่อคำว่า “เอ่อลั่น” ปรากฏร่วมกับคำอื่น ๆ ในสถานการณ์ที่บ่งบอกได้ถึงอารมณ์สุข เช่น คำว่า “ซาบซึ้ง” หมายถึง ผู้มีอารมณ์สุขจะเป็นผู้ทำอาการให้เกิดขึ้นโดยการรับรู้ด้านประสบการณ์ทางร่างกายของมนุษย์คือ ดวงตา

การสะท้อนมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยเกี่ยวกับ “อารมณ์สุข” เป็นเสมือนของเหลว โดยที่ของเหลวสามารถ “เอ่อ” และ “ลั่น” ได้ มนุษย์เป็นเสมือนภาชนะ และของเหลวนั้นอยู่ภายในร่างกายของมนุษย์ เมื่อบุคคลใดก็ตามมี “อารมณ์สุข” ที่มากจนถึงระดับหนึ่งและเกินกว่าที่จะควบคุมอารมณ์สุขนั้นไว้ได้ มนุษย์จะแสดงสภาพนั้นออกมาให้เห็น เช่นเดียวกับของเหลวที่ค่อย ๆ เพิ่มระดับสูงขึ้นและเลยระดับขอบของภาชนะ จนกระทั่งของเหลวไหลออกสู่ภายนอก ซึ่งไม่ต่างจากที่ของเหลวไหลออกจากดวงตา

ความสัมพันธ์ของความหมายในตัวอย่าง (3) เป็นการถ่ายโยงความหมายแบบภวสัมพันธ์ (Ontological correspondences) กล่าวคือ วงความหมายต้นทางคือของเหลว ถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายไปยังวงความหมายปลายทางคืออารมณ์สุข มีลักษณะการถ่ายโยงความหมายดังนี้

“...ดวงตาดันเอ่อลั่นด้วยน้ำตาแห่งความซาบซึ้งแล้ว ...”



#### 1.4 อารมณ์สุขเป็นทรัพย์สิน (HAPPINESS IS PROPERTY)

(4) “ผมยินดีกับน้ำซัยเมื่อเจอกันตอนทำบุญที่วัด น้ำซัยดูมีความสุขมากขึ้น” (Satchasarsasin, 2021, p.62)

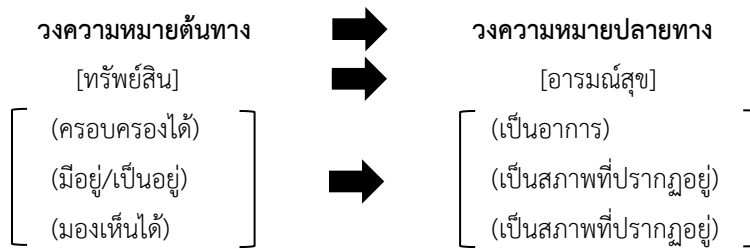
มโนทัศน์ อารมณ์สุขเป็นทรัพย์สิน จากอุปลักษณ์ทรัพย์สิน ในตัวอย่าง (4) คำว่า “มี” หมายถึงถือเป็นเจ้าของ อยู่ในครอบครอง ไม่เปล่า ไม่ว่าง (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.908) “มี” เป็นคำกริยา โดยทั่วไปจะมีความหมายที่แสดงสภาพของบางสิ่งหรือสภาพมีอยู่หรือการมีอยู่ เมื่อวางอยู่ในตำแหน่งหน้า “ความสุข” เป็น “มีความสุข” ทำให้ “ความสุข” มีความหมายเชิงเปรียบเทียบที่หมายถึงมีวัตถุหรือสรรพสิ่งที่มีมูลค่า สามารถครอบครองหรือเป็นเจ้าของ หรือปรากฏให้เห็นได้ จากความหมายดังกล่าว อารมณ์สุขมีความสัมพันธ์กับวัตถุหรือสรรพสิ่ง และเป็นเรื่องเกี่ยวกับทรัพย์สิน เมื่อปรากฏร่วมกับคำว่า “ความสุข” และอยู่ในสถานการณ์เดียวกันที่บ่งบอกได้ถึงอารมณ์สุข

มโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาพบว่า อารมณ์สุขเป็นทรัพย์สิน มนุษย์สามารถมี หรือครอบครอง หรือเป็นเจ้าของทรัพย์สินได้ ผู้มีอารมณ์สุขจะเป็นผู้ทำอาการให้ความสุขเกิดขึ้นในขณะที่ตนเองมี หรือได้ครอบครอง หรือเป็นเจ้าของทรัพย์สินที่มีมูลค่านั้น การมี หรือครอบครอง หรือเป็นเจ้าของดังกล่าวมนุษย์รับรู้จากประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส ยกตัวอย่างเช่น ดุภาพวาดที่สวยงาม (ประสาทสัมผัสทางดวงตา) ฟังเสียงบรรเลงดนตรีที่ไพเราะ (ประสาทสัมผัสทางหู) ได้กลิ่นหอมสดชื่นของดอกไม้ (ประสาทสัมผัสทางจมูก) ลิ้มรสชาติ

อาหารมือเย็นแสนอร่อย (ประสาทสัมผัสทางลิ้น) และได้รับของขวัญวันคล้ายวันเกิด (ประสาทสัมผัสทางกาย “มือ”) ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสที่ได้กล่าวไปแล้วเบื้องต้นถือเป็นการ (1) ได้ครอบครอง (2) เป็นเจ้าของ หรือ (3) ปรากฏให้เห็น (อยู่ในสภาพมี) ล้วนเป็นส่วนหนึ่งของการรับรู้ประสบการณ์ทางร่างกาย กระทั่งมนุษย์เข้าใจว่าเมื่อร่างกายได้ครอบครอง หรือเป็นเจ้าของ หรือมีทรัพย์สินก็จะทำให้มีวัตถุหรือสรรพสิ่งเพิ่มขึ้น

ความสัมพันธ์ของความหมายในตัวอย่าง (4) เป็นการถ่ายโยงความหมายแบบภวสัมพันธ์ (Ontological correspondences) กล่าวคือ วงความหมายต้นทางคือทรัพย์สิน ถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายไปยังวงความหมายปลายทางคืออารมณ์สุข มีลักษณะการถ่ายโยงความหมายดังนี้

“...นำชัยดูมีความสุขมากขึ้น”



### 1.5 อารมณ์สุขเป็นอาหาร (HAPPINESS IS FOOD)

(5) “...ประสบอิมสุขประเสริฐ ปมจิตสงบก่อเกิด เปิดจิตแจ่มเจิดเฉิดฉิน” (Meesomsueb, 1988, p.64)

มนทัศน์ อารมณ์สุขเป็นอาหาร จากอุปถัมภ์อาหาร ในตัวอย่าง (14) คำว่า “อิม” หมายถึงเต็มแล้ว พอแล้ว หายหิว หายอยาก (Office of the Royal Society of Thailand, 2023, p.1416) เมื่อปรากฏร่วมกับคำว่า “สุข” หมายถึงความสบายกายสบายใจ (Office of the Royal Society of Thailand, 2023, p.1241) ดังนั้น คำว่า “อิมสุข” จึงหมายถึงความสุขที่เต็มเปี่ยม หรือความสุขที่เต็มที่ เป็นต้นว่ามนุษย์ได้บริโภคความสุขจนพอแก่ความต้องการซึ่งความสุขเป็นเสมือนอาหาร จากความหมายดังกล่าว อารมณ์สุขมีความสัมพันธ์กับอวัยวะร่างกายมนุษย์ และเป็นเรื่องเกี่ยวกับอาหาร ผู้มีอารมณ์สุขจะเป็นผู้ทำอาการและทำสภาพ “อิม” ให้ปรากฏผ่านทางสรีระ

มนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยจะทำความเข้าใจและรับรู้ “อิม” ได้เมื่อได้รับอาหารเข้าสู่ร่างกาย (ท้อง) จนเต็มหรือเกือบจะเต็ม จนกระทั่งมนุษย์รู้สึกว่าจะไม่สามารถที่จะนำอาหารเข้าสู่ร่างกายได้อีก อวัยวะร่างกายต่อต้านการนำอาหารเข้าสู่ร่างกาย ความรู้สึกข้างต้นทำให้มนุษย์เข้าใจคำว่า “อิม” ทำนองเดียวกัน อวัยวะร่างกายของมนุษย์ (ท้อง) เป็นเสมือนภาชนะรองรับและเป็นที่ย่อยอาหาร หากได้รับการบรรจุและรองอาหารไว้เต็มภาชนะจนไม่สามารถที่จะนำอาหารหรือสิ่งอื่นใดบรรจุลงไปได้อีกก็ถือว่าอยู่ในอาการอิม อารมณ์สุขของมนุษย์ก็เช่นเดียวกัน

ความสัมพันธ์ของความหมายในตัวอย่าง (5) เป็นการถ่ายโยงความหมายแบบญาณสัมพันธ์ (Epistemic correspondences) ถ่ายโยงความหมายของคุณสมบัติต่าง ๆ ที่อยู่ในวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทางในลักษณะที่ต้องพิจารณาภายในแต่ละวงความหมาย กล่าวคือ วงความหมายต้นทาง

คืออาหาร ถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายไปยังวงความหมายปลายทางคืออารมณ์สุข มีลักษณะการถ่ายโยงความหมายดังนี้

**2. มโนทัศน์อารมณ์เศร้า**

**2.1 อารมณ์เศร้าเป็นความมืด (SADNESS IS DARKNESS)**

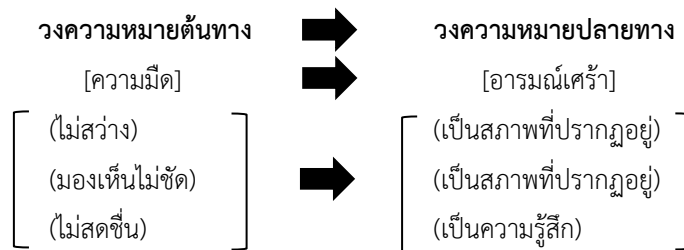
(6) “ผมเห็นแววตาของพี่สาวทอประกายสีชุ่นอยู่ในความมืดระหว่างที่เธอเติมน้ำมันลงตะเกียง มันเป็นแววตาที่บ่งบอกว่าเธอยังไม่ลืม” (Lueangpiansamut, 2021 p.140)

มโนทัศน์ อารมณ์เศร้าเป็นความมืด จากอุปลักษณ์ความมืด ในตัวอย่าง (6) คำว่า “สี” หมายถึงลักษณะของแสงสว่าง ปรากฏแต่ทำให้เห็นเป็น ขาว ดำ แดง เขียว เป็นต้น (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.1237) และคำว่า “ชุ่น” หมายถึงมีลักษณะมัว ไม่ใส ไม่ชัดเจน (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.204) ดังนั้น “สีชุ่น” จึงหมายถึงลักษณะของแสงสว่างที่มีลักษณะมัว ไม่ใส ไม่สดใส และไม่ชัดเจน

มโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยเกี่ยวกับ “อารมณ์เศร้า” จะรับรู้คำว่า “สีชุ่น” ผ่านประสาทสัมผัสทางการมองเห็นซึ่งเป็นหนึ่งในอวัยวะร่างกายเพื่อรับรู้ในสิ่งที่ตนเองมองเห็น เมื่อมนุษย์เห็นสรรพสิ่งต่าง ๆ มีลักษณะชุ่นมัว ไม่สดใส และมองเห็นไม่ชัด การรับรู้เรื่องความมืดจะนำพามนุษย์ไปสู่ความเข้าใจคำว่า “ชุ่น” เมื่อคำนี้ไปปรากฏร่วมกับคำว่า “แววตา” ซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของแสงที่สะท้อนจากดวงตาทำให้ดูแล้วชุ่นมัวและไม่สดใส มนุษย์จะทำความเข้าใจคำว่า “ชุ่น” ได้จากคำว่า “ใส” เมื่อบุคคลใดก็ตามมี “อารมณ์เศร้า” บุคคลนั้นก็มักจะมีสภาพหรือความรู้สึกแสดงออกทางใบหน้าหรืออาการต่าง ๆ ในลักษณะที่ชุ่นมัว ไม่สดใสหรือขาดชีวิตชีวา มนุษย์รับรู้และเข้าใจได้จากประสบการณ์ทางร่างกายของตนเอง

ความสัมพันธ์ของความหมายในตัวอย่าง (6) เป็นการถ่ายโยงความหมายแบบภวสัมพันธ์ (Ontological correspondences) กล่าวคือ วงความหมายต้นทางคือความมืด ถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายไปยังวงความหมายปลายทางคืออารมณ์เศร้า มีลักษณะการถ่ายโยงความหมายดังนี้

“...ผมเห็นแววตาของพี่สาวทอประกายสีชุ่นอยู่ในความมืด...”



**2.2 อารมณ์เศร้าเป็นทิศทางลง (SADNESS IS DOWN)**

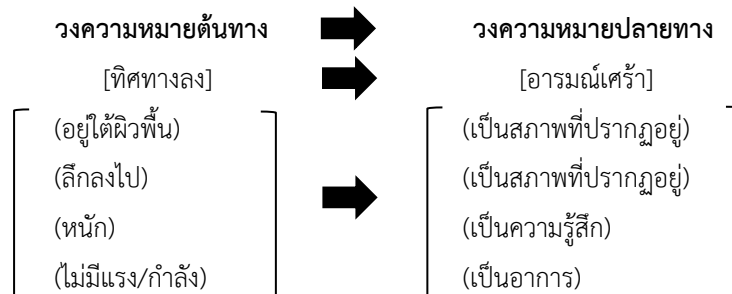
(7) “...หักดิบพิษไข้แข็งใจลูก ความจริงมาปลุกรุกเสียงขรม  
 ลากเส้นหลังไปกร่างงานไปแก้ปม จ่อมจมอยู่ในเงาเศร้าเหลือเกิน...”

(Pheangphiroon, 2017, p.70)

มนทัศน์ อารมณ์เศร้าเป็นทิศทางลง จากอุปลักษณ์ทิศทางลง ในตัวอย่าง (7) คำว่า “จ่อม” หมายถึง หย่อนลง วางลง จุ่มลง จม (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.306) และคำว่า “จม” หมายถึง หายลงไปหรืออยู่ใต้ผิวน้ำ หมกตัวหรือฝังตัวอยู่ ยุบตัวลง (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.300) ดังนั้น “จ่อมจม” จึงหมายถึงลักษณะสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่ในสภาพลงไปสู่ใต้ผิวน้ำ จนกระทั่งจมหายไป จากความหมายดังกล่าว อารมณ์เศร้ามีความสัมพันธ์กับอวัยวะร่างกายของมนุษย์และเป็นเรื่องเกี่ยวกับทิศทาง เมื่อปรากฏร่วมกับสถานการณ์ที่บ่งบอกอารมณ์เศร้า ได้แก่ คำว่า “โศก” “ทุกข์” “ระทม” “หมองหม่น” และ “เศร้า”

มนทัศน์อารมณ์เศร้าของผู้ใช้ภาษาไทยจะทำความเข้าใจคำว่า “จ่อมจม” ด้วยการรับรู้ทางประสาทสัมผัสทางการมองเห็น เมื่อเห็นสรรพสิ่งค่อย ๆ จมลงไปของเหลวหรือมีสรรพสิ่งลงไปสู่ใต้ผิวน้ำปราศจากแรงหรือกำลังที่จะทำให้สรรพสิ่งนั้นลอยขึ้นมาได้ ข้อสังเกตประการหนึ่งคือสรรพสิ่งข้างต้นมีน้ำหนักที่ทำให้จมลงและไม่มีแรงที่พุ่งทะยานสู่ผิวน้ำ ในทำนองเดียวกัน หากร่างกายของมนุษย์จมลงไปใต้ผิวน้ำ มนุษย์ก็จะรับรู้และเข้าใจได้ถึงสภาพหรืออาการที่กำลังจมลงไปใต้ผิวน้ำ รับรู้ว่าร่างกายของตนเองมีน้ำหนัก และไม่มีแรงหรือกำลังที่จะทำให้ลอยตัวขึ้นสู่ผิวน้ำได้ การรับรู้และเข้านี้เกิดจากประสบการณ์ทางร่างกายและประสบการณ์ทางโลก

ความสัมพันธ์ของความหมายในตัวอย่าง (7) เป็นการถ่ายโยงความหมายแบบภวสัมพันธ์ (Ontological correspondences) กล่าวคือ วงความหมายต้นทางคือทิศทางลง ถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายไปยังวงความหมายปลายทางคืออารมณ์เศร้า มีลักษณะการถ่ายโยงความหมายดังนี้  
“...จ่อมจมอยู่ในเงาเศร้าเหลือเกิน...”



### 2.3 อารมณ์เศร้าเป็นของเหลว (SADNESS IS LIQUID)

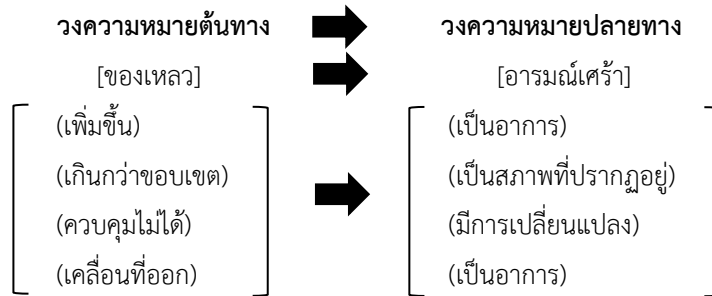
(8) “ความเสียใจก็เกิดขึ้นในจิตของเขา แต่ไม่ท่วมท้นเช่นวันวาน วันที่ศพพ่อกฎไฟไหม้” (Korbjitti, 2001, p.18)

มนทัศน์ อารมณ์เศร้าเป็นของเหลว จากอุปลักษณ์ของเหลว ในตัวอย่าง (8) คำว่า “ท่วม” หมายถึง ไหลหลาก บ่า หรือเอ่อท้นจนล้นพื้นที่หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น น้ำท่วมฝั่ง, ซาบซึ้งไปทั่ว (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.546) และคำว่า “ท้น” หมายถึงเอ่อสูงขึ้นจนเปี่ยมพร้อมจะไหลล้นหรือไหลทวนกลับขึ้นไป เช่น น้ำท้นฝั่ง (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.539) ดังนั้น คำว่า “ท่วมท้น” หมายถึงมากมายเหลือล้น จากความหมายดังกล่าว อารมณ์เศร้ามีความสัมพันธ์กับภาษาและเป็นเรื่องเกี่ยวกับของเหลว เมื่อปรากฏร่วมกับคำที่บ่งบอกได้ถึงอารมณ์เศร้า เช่น คำว่า “ความเสียใจ”

การแสดงมนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยสะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับอารมณ์เศร้า ผู้มีอารมณ์เศร้านั้นจะเข้าใจอาการ “ท่วมท้น” ผ่านร่างกายที่มีใจเป็นภาชนะรองรับ เสมือนว่าภายในใจมีของเหลวที่สามารถเอ่อสูงขึ้นจนล้นออกมาได้ ความเข้าใจดังกล่าวเกิดจากการรับรู้คำว่า “ท่วม” และ “ท้น” ซึ่งเป็นคุณสมบัติของของเหลวที่สามารถแสดงอาการเอ่อสูงจนล้นพร้อมที่จะไหลและไม่สามารถกักเก็บของเหลวไว้ เนื่องจากปริมาณของของเหลวที่มีมากกว่าปกติและมีมากจนไม่อาจควบคุมได้

ความสัมพันธ์ของความหมายในตัวอย่าง (8) เป็นการถ่ายโยงความหมายแบบภวสัมพันธ์ (Ontological correspondences) ถ่ายโยงความสัมพันธ์ทางความหมายจากวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทาง กล่าวคือ วงความหมายต้นทางคือของเหลว ถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายไปยังวงความหมายปลายทางคืออารมณ์เศร้า มีลักษณะการถ่ายโยงความหมายดังนี้

“...แต่ไม่ท่วมท้นเช่นวันวาน...”



**2.4 อารมณ์เศร้าเป็นอาหาร (SADNESS IS FOOD)**

(9) “อ้าตนเคยโศก      เศร้าสะเทือนโลก  
 สะท้านอัมพร      มัวแต่จมเจ็บ  
 ร้าวถึงปลายเล็บ      หนาวเหน็บทิงกร  
อมทุกซ์อวารณ์      อิมรสร้าวรอน  
 ออกโทยโรยรา”

(Pradoykham, 1998, p.58)

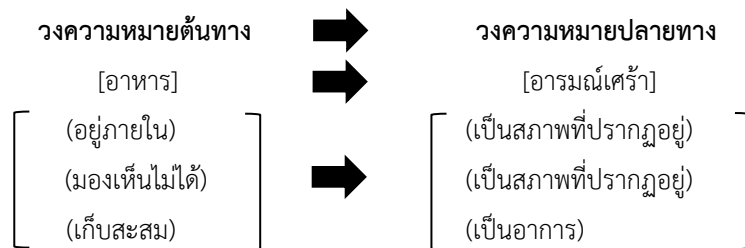
มนทัศน์ อารมณ์เศร้าเป็นอาหาร จากอุปลักษณ์อาหาร ในตัวอย่าง (39) คำว่า “อม” หมายถึงเอาสิ่งของใส่ปากแล้วหุบปากไว้ไม่กลืนลงไป (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.1375) เก็บอาหารไว้ในปาก เช่น อมลูกกวาด (Panthumetha, 2022, p.197) และคำว่า “อิม” หมายถึงเต็มแล้ว พอแล้ว หายหิว หายอยาก (Office of the Royal Society of Thailand, 2013, p.1416) เมื่อปรากฏในสถานการณ์ร่วมกับคำว่า “ทุกซ์” และคำที่บ่งบอกอารมณ์เศร้าอื่น ๆ ได้แก่ “โศก” และ “เศร้า” มนุษย์สามารถทำอาการออกมาให้เห็นได้ทางใบหน้า

อารมณ์เศร้านี้มีความสัมพันธ์กับอวัยวะร่างกายของมนุษย์และเป็นเรื่องเกี่ยวกับอาหาร และผู้ใช้ภาษาไทยเข้าใจมนทัศน์อารมณ์เศร้าเป็นอาหารจากการรับรู้อารมณ์เศร้าผ่านประสบการณ์ทางร่างกายคือปาก มนุษย์ที่มีอารมณ์เศร้านั้นจะเป็นผู้ทำอาการเสมือนอมอาหารอยู่ในปาก อาการนี้ส่งผลให้ผู้มีอารมณ์เศร้าเก็บความทุกข์ไว้อยู่ภายใน ไม่แสดงออกมาให้เห็น หรือบอกให้ใครรับรู้ ความทุกข์ที่เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกคล้าย

อาการอมอาหารไว้ในปาก จะคายอาหารออกมาก็ไม่ได้ หรือจะกลืนอาหารลงไปก็ไม่ได้ อาหารยังอยู่ภายในปาก ไม่ต่างไปกับความรู้สึกที่สุขอยู่ในใจ ไม่สามารถที่จะลดทอนให้เบาบางลงได้

ความสัมพันธ์ของความหมายในตัวอย่าง (9) เป็นการถ่ายโยงความหมายแบบญาณสัมพันธ์ (Epistemic correspondences) ถ่ายโยงความหมายของคุณสมบัติต่าง ๆ ที่อยู่ในวงความหมายต้นทางไปยังวงความหมายปลายทางในลักษณะที่ต้องพิจารณาภายในแต่ละวงความหมายว่ามีความสัมพันธ์ (Saralamba, 2006, p.165) กล่าวคือ วงความหมายต้นทางคืออาหาร ถ่ายโยงความสัมพันธ์ของความหมายไปยังวงความหมายปลายทางคืออารมณ์เศร้า มีลักษณะการถ่ายโยงความหมายดังนี้

“...อมทุกข์อารมณ์ อิ่มสร้าารอน...”



### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาอุปถัมภ์เชิงมนทัศน์ของอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าในภาษาไทย: การศึกษาตามแนวภาษาศาสตร์ปริชาน สรุปและอภิปรายผลการวิจัยพบว่ามนทัศน์อารมณ์สุขและมนทัศน์อารมณ์เศร้าแสดงความสัมพันธ์ของการถ่ายโยงความหมายจำแนกออกเป็น 2 ประการ ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ของการถ่ายโยงความหมายจากมนทัศน์อารมณ์สุขไปยังมนทัศน์ทั้ง 5 มนทัศน์ ได้แก่ 1) อารมณ์สุขเป็นความสว่าง ถ้อยคำแสดงอุปถัมภ์ ได้แก่ คำว่า “สุขสว่าง” “ประกาย” “วูบวาบ” และ “เปล่ง” อารมณ์สุขเป็นเรื่องความสว่างและมีความสัมพันธ์กับประสาทสัมผัสทางตา 2) อารมณ์สุขเป็นทิศทางขึ้น ถ้อยคำแสดงอุปถัมภ์ ได้แก่ คำว่า “ลอยขึ้น” “โลดลอย” และ “ขึ้น” ผู้มีอารมณ์สุขจะเป็นผู้ทำอาการและมีความรู้สึกเสมือนว่าร่างกายของตนเองเบาและสามารถลอยขึ้นได้ 3) อารมณ์สุขเป็นของเหลว ถ้อยคำแสดงอุปถัมภ์ ได้แก่ คำว่า “เอ่อล้น” “เหลือล้น” และ “ทะลักล้น” เมื่อมนุษย์มีอารมณ์สุขมากจนเกินกว่าที่จะควบคุมอารมณ์สุขนั้นได้ มนุษย์จะแสดงสภาพที่ไม่ต่างจากของเหลวไหลออกจากภาชนะ 4) อารมณ์สุขเป็นทรัพย์สิน ถ้อยคำแสดงอุปถัมภ์ ได้แก่ คำว่า “มี” และ “ราคาถูก” สะท้อนมนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยได้ว่า มนุษย์สามารถมีหรือครอบครองทรัพย์สินได้เช่นเดียวกับการมีอยู่ของอารมณ์สุข และ 5) อารมณ์สุขเป็นอาหาร ถ้อยคำแสดงอุปถัมภ์ ได้แก่ คำว่า “อิ่มสุข” “เคล้าสุข” “กินสุข” และ “บ่มสุข” สะท้อนมนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยได้ว่าผู้มีอารมณ์สุขเปรียบเสมือนร่างกายเป็นภาชนะที่สามารถบรรจุสรรพสิ่งได้โดยการกิน การถ่ายโยงความหมายจากมนทัศน์อารมณ์สุขไปยังมนทัศน์ทั้ง 5 มนทัศน์จึงเป็นกระบวนการทางปริชานของมนุษย์ที่มีความสัมพันธ์ทั้งในเรื่องภาษาและวัฒนธรรม

ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับการศึกษาความสุขของ Klinnamhom (2013) บางประการกล่าวคือความสุขคือสิ่งจำเป็นที่ทุกคนปรารถนาและครอบครอง ซึ่งมีประเด็นคล้ายคลึงกันในบทความวิจัยนี้คือมนทัศน์อารมณ์สุขเป็นทรัพย์สิน จะเห็นได้ว่าคุณสมบัติทั่วไปของทรัพย์สินเป็นสิ่งที่มีค่า มนุษย์สามารถครอบครองหรือ

เป็นเจ้าของได้ และยังสัมพันธ์กับงานวิจัยเรื่องอารมณ์ในภาษาไทยของ Phonpradapphet (2017) ซึ่งได้ศึกษาอารมณ์โดยภาพรวม และมโนทัศน์ที่สอดคล้องกับงานวิจัยนี้ เช่น ความสุขคือทิศทางขึ้น ความสุขคือของเหลวในสิ่งบรรจุก ความสอดคล้องดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติที่ร่วมกันของภาษาและระบบมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษา ในขณะที่ยังไม่พบงานวิจัยใดที่ปรากฏมโนทัศน์อารมณ์สุขเป็นความสว่าง และอารมณ์สุขเป็นอาหาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจำแนกหมวดหมู่ของผู้วิจัยหรือไม่ก็เป็นข้อจำกัดของข้อมูลที่นำมาใช้ศึกษารวมถึงวัฒนธรรมด้วย และหากมีการศึกษาในประเด็นดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นก็อาจพบความสัมพันธ์ของผลการศึกษที่สอดคล้องกันจนนำไปสู่การได้มาซึ่งข้อสรุปใหม่ต่อไป

ผลการวิจัยอีกประการหนึ่งพบว่าความสัมพันธ์ของการถ่ายโยงความหมายจากมโนทัศน์อารมณ์เศร้าไปยังมโนทัศน์ทั้ง 4 มโนทัศน์ ได้แก่ 1) อารมณ์เศร้าเป็นความมืด ถ้อยคำแสดงอุปลักษณ์ ได้แก่ คำว่า “หมองหม่น” “ขุ่น” “เลือดหมอง” และ “เทาทึม” แสดงให้เห็นมโนทัศน์เมื่อมีอารมณ์เศร้ายังพบเห็นได้ทางใบหน้า และเป็นเรื่องของแสง 2) อารมณ์เศร้าเป็นทิศทางลง ถ้อยคำแสดงอุปลักษณ์ ได้แก่ คำว่า “จ่อมจม” “ดิ่งดิ่ง” “เศร้าลึกลับ” “จมลง” “จมดิ่ง” และ “ดิ่งลง” เมื่อมนุษย์มีอารมณ์เศร้ายังจะแสดงความรู้สึกที่ตกต่ำเหมือนถูกถ่วงลงหรือตกลงสู่ด้านล่าง 3) อารมณ์เศร้าเป็นของเหลว ถ้อยคำแสดงอุปลักษณ์ ได้แก่ คำว่า “ท่วมท้น” “เต็ม” และ “หลังไหล” มโนทัศน์อารมณ์เศร้าของผู้ใช้ภาษาไทยเป็นเสมือนของเหลวในภาชนะที่เพิ่มขึ้น อยู่ในระดับขอบของภาชนะ และเคลื่อนที่ออกสู่ภายนอก และ 4) อารมณ์เศร้าเป็นอาหาร ถ้อยคำแสดงอุปลักษณ์ ได้แก่ คำว่า “อมทุกข์” และ “อึ้งรส” สะท้อนให้เห็นมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษาไทยได้ว่าผู้มีอารมณ์เศร้าเก็บความทุกข์ไว้อยู่ภายใน และไม่แสดงออกมาให้เห็น เป็นผู้ทำอาการเสมือนอมอาหารอยู่ในปาก

ผลการวิจัยมโนทัศน์อารมณ์เศร้าข้างต้นสัมพันธ์กับงานวิจัยเรื่องอารมณ์ในภาษาไทยของ Phonpradapphet (2017) เฉพาะประเด็นที่เกี่ยวกับอารมณ์เศร้า เช่น อารมณ์เศร้าเป็นทิศทางลง อารมณ์เศร้าคือความมืด และยิ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Eakapont (2015) และ Eakapont กับ Wongpinunwatana (2017) ทั้ง 2 ผลการวิจัยต่างมีผลการวิเคราะห์ที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน เช่น ความทุกข์คืออาหาร จะเห็นได้ว่างานวิจัยที่มีความสอดคล้องกันกับบทความวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษานี้มีผลการศึกษที่ร่วมกันหลายประการ ส่วนมโนทัศน์อารมณ์เศร้าเป็นของเหลวไม่พบว่าสอดคล้องกับผลการศึกษาใด ข้อสังเกตประการหนึ่งที่ไม่ปรากฏในมโนทัศน์อารมณ์เศร้าคือ อารมณ์เศร้าเป็นทรัพย์สิน หากพิจารณาคำว่า “ทรัพย์สิน” คือสรรพสิ่งที่สามารถถือครองและใช้ประโยชน์ได้ รวมถึงเป็นสิ่งที่มิมีมูลค่า แต่อารมณ์เศร้าไม่มีคุณสมบัติดังกล่าวที่ครบถ้วน โดยปกติแล้วไม่มีมนุษย์ผู้ใดที่จะถือครองอารมณ์เศร้าและนำอารมณ์เศร้านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์แล้วชีวิตของตนดีขึ้น หรือให้คุณค่าอารมณ์เศร้าว่ามีมูลค่าเช่นเดียวกับอารมณ์สุข (สามารถดูรายละเอียดจาก 1.4 อารมณ์สุขเป็นทรัพย์สิน) มโนทัศน์อารมณ์เศร้าข้างต้นแสดงความสัมพันธ์ของการถ่ายโยงความหมายซึ่งภาษาและวัฒนธรรมต่างมีส่วนเกี่ยวข้องข้องกับกระบวนการทางปรัชญาของมนุษย์ในการถ่ายทอดถ้อยคำแสดงอุปลักษณ์

ข้อสังเกตอีกหนึ่งประการที่ผู้วิจัยจะกล่าวโดยรวมทั้งมโนทัศน์อารมณ์สุขและอารมณ์เศร้าคือข้อมูลจากวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียนซึ่งประกอบด้วยนวนิยาย กวีนิพนธ์ และเรื่องสั้น โดยผู้วิจัยเน้นอธิบายเฉพาะลักษณะข้อมูลภาษาของกวีนิพนธ์เพราะเป็นผลงานที่ถูกกำหนดด้วยชนิดของงานประพันธ์แต่ละประเภท และอาจถูกตั้งคำถามว่ากวีนิพนธ์เป็นภาษาที่คนทั่วไปเข้าถึงได้ยาก ผู้คนส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ภาษาในแบบกวีนิพนธ์ และไม่สามารถเป็นตัวแทนภาษาที่ดีได้ จากประเด็นดังกล่าวมีนักวิชาการ 2 รายที่ชี้แจงประเด็น

นี้ไว้อย่างชัดเจนคือ Sujjapun (1989) ผู้เชี่ยวชาญวรรณคดีไทยและวรรณคดีวิจารณ์ได้แสดงสาระสำคัญให้เห็นอย่างชัดเจนเกี่ยวกับกวีนิพนธ์ในระยะหลังว่าไม่ได้มีความแตกต่างกับเรื่องสั้นและนวนิยาย โดยที่กวีนิพนธ์มุ่งเน้นการเสนอข้อคิดเห็นมากกว่าการเสนอความไพเราะตามหลักวรรณศิลป์ ใช้ถ้อยคำง่าย ๆ สอดคล้องกับ Chitchamnong (1993) นักวิชาการด้านภาษาไทยและวรรณคดีไทยให้ความเห็นต่อประเด็นของกวีนิพนธ์ว่าฉันทลักษณ์ไม่ใช่เรื่องสำคัญ แต่เป็นเพียงอุปกรณ์อย่างหนึ่งในการสื่อความหมายเท่านั้น อีกทั้ง กวีนิพนธ์ยังเป็นเครื่องแสดงความคิดเห็นและอารมณ์ซึ่งต้องแยกแยะความหมายของถ้อยคำเสียก่อน งานร้อยแก้วและกวีนิพนธ์จึงมีลักษณะไม่ขัดแย้งกันในแง่การใช้ภาษาและรูปแบบที่น่าเสนอ

ดังนั้น การคัดเลือกข้อมูลที่ปรากฏในบทความวิจัยนี้จึงสามารถเป็นตัวแทนของผู้ใช้ภาษาไทยได้เป็นอย่างดีตามข้อเท็จจริงที่นักวิชาการได้แสดงไว้เบื้องต้น

### ข้อเสนอแนะ

ประเด็นที่สามารถต่อยอดจากงานวิจัยนี้และควรศึกษาเพิ่มเติมเพื่อขยายองค์ความรู้ใหม่ เช่น

1. การศึกษาอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ในมิติของการจับคู่อารมณ์อื่น ๆ นอกเหนือไปจากอารมณ์สุขและอารมณ์เศร้า รวมถึงแสดงการเปรียบเทียบให้เห็นระบบมโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษา
2. การศึกษาอุปลักษณะเชิงมโนทัศน์อารมณ์มากกว่า 2 อารมณ์ในภาษาอื่นเปรียบเทียบกับภาษาไทยหรือศึกษาภาษาอื่นเพียงภาษาเดียว เช่น ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเยอรมัน ภาษาอังกฤษ
3. การศึกษาเรื่องอารมณ์โดยนำแนวคิดทางภาษาศาสตร์ปริชาน เช่น พื้นที่ทางความคิด ผังภาพ และการหลอมรวมมโนทัศน์มาวิเคราะห์ร่วมกับฉากทัศน์หรือบริบททางสังคมอื่น ๆ

### References

- Amataya, Z. (2010). **No Women in Poetry**. Bangkok: 1001 Nights. (In Thai)
- Chitchamnong, D. (1993). **Aesthetics of the Thai Language**. Bangkok: Ramkhamhaeng University. (In Thai)
- Clausner, T., & Croft, W. (1999). Domains and image schemas. **Cognitive Linguistics**, 10(1), 1-31.
- Eakapont, Th. (2015). **Metaphors on suffering in Thai language**. Master of Arts Dissertation, Thai, the Graduate School, Khon Kaen University. (In Thai)
- Eakapont, Th., & Wongpinunwatana, W. (2017) "Suffering is Illnesses": Conceptual metaphor reflected through metaphorical expressions in Thai. **KKU International Journal of Humanities and Social Sciences**, 7(2), 38-58. (In Thai)
- Evans, V. (2007). **A Glossary of Cognitive Linguistics**. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Gibbs, R. W. (2017). **Metaphor Wars: Conceptual Metaphors in Human Life**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gibbs, R. W. (2005). **Embodiment and Cognitive Science**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Johnson, M. (1987). **The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason**. Chicago: The University of Chicago Press.
- Klinnamhom, R. (2013). Conceptual metaphor of happiness in Thai blogs. **Institute of Culture and Arts Journal**, 15(1), 132-138. (In Thai)
- Kövecses, Z. (1990). **Emotion Concepts**. New York: Springer-Verlag.
- Kövecses, Z. (2020). **Conceptual Metaphor Theory**. Oxford: Oxford University Press.
- Korbjitti, C. (2015). **The Judgment (Kham Phi Phaksa)**. Bangkok: Horn. (In Thai)
- Lakoff, G. (1987). Cognitive models and prototype theory. In Neisser, U. (Ed.), **Concepts and conceptual development: Ecological and intellectual factors in categorization** (pp.63–100). Cambridge: Cambridge University Press.
- Lakoff, G. (1987). **Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind**. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). **Metaphors We Live By**. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lueangpiansamut, J. (2017). **Singto Nok Khok**. Bangkok: Praew Publishing. (In Thai)
- Meesomsueb, S. (2022). **That Hand Is White**. Bangkok: Nakorn. (In Thai)
- Nitiprapha, V. (2016). **The Buddhist Era and the Memories of the Memories of the Black Rose Cat**. Bangkok: Matichon. (In Thai)
- Office of the Royal Society of Thailand. (2011). **The Royal Institute Dictionary, 2011, in homage to His Majesty the King's 7th Royal Cycle Birthday Celebration on December 5, 2011**. Bangkok: Office of the Royal Society of Thailand. (In Thai)

- Panthumetha, N. (2022). **Word Archive**. Bangkok: Amarin Printing and Publishing. (In Thai)
- Pheangphiroon, P. (2017). **Nakhon Outer**. Sakon Nakhon: Nidjasin. (In Thai)
- Phonpradapphet, P. (2017). Emotion metaphors in Thai. **Wiwitwannasan**, 1(1), 63-86. (In Thai)
- Pradoykham, R. (2012). **Cycle of Life**. Bangkok: Rupchan. (In Thai)
- Raksamane, K. (1991). **Colorful Literature**. Bangkok: Siam.
- Rosch, E. (1975). Cognitive representation of semantics categories. **Experimental psychology** 104, 192-233.
- Saralamba, C. (2018a). **Language and meaning**. Bangkok: Charan Sanitwong. (In Thai)
- Saralamba, C. (2018b). The conceptual metaphor TIME IS SPACE: A cognitive interpretation of /naa^/ 'front' and /la&N/ 'back' in Thai. **Rangsit Journal of Social Sciences and Humanities**, 13(2), 1513-4563. (In Thai)
- Saralamba, C. (2014). Colors as conceptual metaphors of emotions in English and Thai: A cognitive linguistics in focus. **Journal of Language and Linguistics**, 33(1), 87-106.
- Saralamba, C. (2008). **Heart metaphors in Thai language** [Abstract]. Presented in the Conference RaAM.
- Saralamba, C. (2007a). **A Conceptual Metaphor in the Language of Thai Classical Dance**. Bangkok: Thammasat University. (In Thai)
- Saralamba, C. (2007b). **Semantics**. Bangkok: Faculty of Arts, Thammasat University. (In Thai)
- Saralamba, C. (2005). Metaphor in cognitive linguistics theory. **Journal of Liberal Arts**, 5(1), 1-16. (In Thai)
- Sajjaphan, R. (1989). **Contemporary Literature**. Bangkok: Ramkhamhaeng University. (In Thai)
- Satcharasasin, W. (2012). **We Forgot Something**. Bangkok: Nakorn. (In Thai)

การพัฒนาทักษะการอ่านวิเคราะห์และการตีความสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ขั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ

Development of Skills of Analytical and Interpretive Reading for  
Undergraduate Students Using the Four-Step Principles of Effective Reading  
by Siwakarn Patoommasoot

บุญยเสนอ ตริวิเศษ\*, ประยูทธ จิตรราช\*\*, ยูปาวดี อัจหาญ\*\*\*, สันติภาพ ชาร์มมย์\*\*\*\*,  
พิพัฒน์ ประเสริฐสังข์\*\*\*\*\*, สมศักดิ์ พันธุ์ศิริ\*\*\*\*\* และอรวรรณ ฤทธิศรีธรร\*\*\*\*\*  
Bunsanoe Triwiset, Prayut Jitrach, Yuphawadee Athan, Santiphap Charam,  
Phiphat Prasertsang, Somsak Phansiri and Orawan Rithisrithorn

วันรับบทความ 17 เมษายน 2569 / วันแก้ไขบทความ 17 พฤษภาคม 2569 / วันตอบรับบทความ 28 พฤษภาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และการตีความของ  
นักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาภาษาไทย โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ขั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ  
และ 2) ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ  
กลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาภาษาไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ภาค  
เรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 65 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 10  
แผน ใช้เวลาในการจัดการเรียนรู้ 12 ชั่วโมง แบบประเมินพัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และการตีความ  
ระหว่างเรียน และแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน และร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีพัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และการตีความเพิ่มขึ้น  
อย่างต่อเนื่อง โดยคะแนนเฉลี่ยครั้งแรกเท่ากับ 4.69 และครั้งสุดท้ายเท่ากับ 8.23 ซึ่งสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทาง  
สถิติที่ระดับ .05 นักศึกษาส่วนใหญ่มีพัฒนาการอยู่ในระดับดีและดีมาก คิดเป็นร้อยละ 47.69 และ 38.46  
ตามลำดับ และมีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนรู้โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.47, S.D. = 0.69)

\*ประธานหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ อีเมล bunsanoe.tw@bru.ac.th

\*\*อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ อีเมล prayut.jr@bru.ac.th

\*\*\*อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ อีเมล yupawadee.ar@bru.ac.th

\*\*\*\*อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ อีเมล santipap.cr@bru.ac.th

\*\*\*\*\*อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ อีเมล phiphat.pr@bru.ac.th

\*\*\*\*\*อาจารย์ประจำ สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ อีเมล somsak.ps@bru.ac.th

\*\*\*\*\*อาจารย์ประจำ สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ อีเมล orawan.ri@bru.ac.th

โดยเฉพาะด้านการวัดและประเมินผลและด้านผู้สอนอยู่ในระดับมากที่สุด สรุปได้ว่าการจัดการเรียนรู้ตาม  
หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ขั้น สามารถพัฒนาทักษะการอ่านวิเคราะห์และการตีความของนักศึกษาได้  
อย่างมีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับในระดับสูงจากนักศึกษา

**คำสำคัญ:** การอ่านวิเคราะห์, การตีความ, หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ, ศิวกานท์ ปทุมสูติ

### Abstract

The objectives of this study were twofold: (1) to investigate the development of analytical and interpretive reading skills among first-year students majoring in Thai language through the implementation of Siwakarn Patoommasoot's Four-Step Effective Reading Principles, and (2) to examine students' perceptions toward the learning management based on these principles. The sample consisted of 65 first-year students enrolled in the Thai Language Program, Faculty of Education, Buriram Rajabhat University, in the second semester of the 2025 academic year. The research instruments included ten instructional lesson plans with a total duration of 12 hours, a formative assessment of students' analytical and interpretive reading development, and a questionnaire measuring students' opinions. Data were analyzed using mean, standard deviation, and percentage. The results revealed a continuous improvement in students' analytical and interpretive reading skills. The mean score increased from 4.69 in the initial assessment to 8.23 in the final assessment, with a statistically significant difference at the .05 level. The majority of students demonstrated good and very good levels of development, accounting for 47.69% and 38.46%, respectively. Overall, students' perceptions of the learning management were at a high level ( $\bar{X}$  = 4.47, S.D. = 0.69), with the highest ratings observed in the areas of assessment and evaluation, as well as instructor performance. In conclusion, the implementation of Siwakarn Patoommasoot's Four-Step Effective Reading Principles was effective in enhancing students' analytical and interpretive reading skills and was highly positively perceived by the students.

**Keywords:** Analytical Reading, Interpretation, Effective Reading Principles, Siwakarn Patoommasoot

### บทนำ

“ฉันจะมีชีวิตไปทำไม  
ถ้าชีวิตฉันไร้ความเป็นฉัน  
ฉันจะภาคภูมิใจอย่างไรกัน  
ถ้าความเป็นเช่นนั้นมันไม่จริง”

บทกวี 4 บรรทัดข้างต้นบทกวีเรื่อง คือฉัน ของ Woralak (2007, p.12) หากพินิจด้วยสายตาปกติ  
ทั่วไป อาจมองเห็นเพียงการตั้งคำถามถึงคุณค่าและการดำรงอยู่ของชีวิต ทว่าในทัศนะของศิวกานท์ ปทุมสูติ

(กวีซีไรต์ ประจำปี 2568 และปูชนียบุคคลด้านภาษาไทย กระทรวงวัฒนธรรม ประจำปี 2567) ผู้ขับเคลื่อนกระบวนการอ่านและการเขียน ณ “โรงเรียนกวีทุ่งสักอาศรม” มากกว่าสองทศวรรษ กลับให้มุมมองสะท้อนคิดที่ลุ่มลึกกว่านั้น โดยจำแนกกระบวนการเข้าถึงบทกวีดังกล่าวออกเป็น 2 ระดับ คือ

ในขั้นการวิเคราะห์ บทกวีนี้กำลังสื่อสารว่า “ความเป็นฉัน” ไม่ใช่เพียงเรื่องของนามสมมุติหรืออัตตาที่ติดเกาะไว้ หากแต่หมายถึงการกระทำที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับความจริงแท้ การตั้งคำถามว่าจะมีชีวิตอยู่ไปเพื่ออะไรหากไร้ซึ่งความเป็นตัวเอง เป็นการชี้ให้เห็นว่า การดำเนินชีวิตอย่างเสแสร้ง หรือการพยายามเป็นคนอื่นเพื่อแลกกับการยอมรับจากสังคม คือสภาวะของโมฆะชีวิต ซึ่งหมายถึงชีวิตที่ว่างเปล่า ไร้ค่า จนความมีอยู่และความไม่มีอยู่แทบไม่ต่างกัน และเมื่อยกระดับสู่ขั้นการตีความ โดยเชื่อมโยงกับมโนทัศน์ในชื่อหนังสือ **ไม้ ตะปู และหัวใจ** จะพบสาระสำคัญที่แหลมคมว่า ความไม่ซื่อตรงต่อตนเองเปรียบเสมือน “ตะปู” ที่ตั้งใจตอกที่มลงบน “ไม้” ซึ่งเป็นจิตวิญญาณของตน การกระทำที่ฝืนธรรมชาติย่อมนำมาซึ่งสภาวะประดักประเดิดที่ผู้รับสารสามารถสัมผัสได้ถึงความจริงแท้ (Center of Peace and Faith, 2026a)

จากการทำงานขับเคลื่อนการอ่านอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การจัดตั้งโครงการ “โรงเรียนชีวิตศานติศรัทธา” ในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นพื้นที่เรียนรู้นอกรอบจากกระทรวงศึกษาธิการ ศิวกานท์และคณะศิษย์รวม 15 คน ได้ร่วมกันสร้างสรรค์หนังสือ “โรงเรียนนอกคอกศิษย์นอกลำดารา” ผ่านกระบวนการปลูกจิตสำนึกเป็นเวลา 2 ปี จนกระทั่งตกผลึกเป็นหลักการอ่านแนวใหม่ หรือการอ่านเพื่อค้นหาความหมายที่จริงแท้ ซึ่งหมายถึงการอ่านเพื่อให้เห็นความจริงตามที่เป็นจริงด้วยจิตที่ประณีตและเป็นอิสระ ปราศจากอคติหรือชุดความเชื่อเดิม เพื่อสำรวจสัจจะพยานของสิ่งที่ปรากฏตรงหน้าอย่างรอบด้าน ไม่ว่าจะป็นข้อความในวรรณกรรมหรือปรากฏการณ์ในชีวิต โดยผู้อ่านจะไม่หยุดอยู่เพียงสิ่งที่สายตาเห็น แต่จะเชื่อมโยงไปถึงที่มา บริบทแวดล้อม ความหมายโดยนัย และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้งหมด โดยไม่มีการตั้งธงล่วงหน้า เพื่อเข้าถึงเจตจำนงที่แท้จริงและเข้าใจสังขารของโลกและชีวิตได้อย่างถ่องแท้

ในเวลาต่อมา แนวคิดดังกล่าวได้ถูกพัฒนาขึ้นเป็น “หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ขั้น” ประกอบด้วย ขั้นที่ 1 การอ่านความจริงจากสารที่ปรากฏ คือการเข้าใจเนื้อหาตามที่ปรากฏตรงหน้าเข้าใจถ้อยคำและสาระพื้นฐาน ขั้นที่ 2 การอ่านตามความจริงที่เกี่ยวข้อง คือการเชื่อมโยงสิ่งที่อ่านกับบริบทความสัมพันธ์ของเนื้อหาและประสบการณ์เดิม ขั้นที่ 3 การอ่านตามความจริงเชิงซ้อน คือการตีความรหัสหรือสัญลักษณ์ของคำ ความ หรือบริบทของสารที่แสดง และขั้นที่ 4 การอ่านตามความรู้สึกและการรับรู้เฉพาะตน (Teachers and Students of Santisattha Life School, 2023, p.184)

หลักการนี้มีความแตกต่างจากการอ่านวิเคราะห์ทั่วไป เนื่องจากมองว่าการอ่านไม่ใช่เพียงเทคนิคทางภาษา แต่เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงนิเวศแห่งชีวิต (ระบบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่หล่อหลอมวิถีคิด การรับรู้ และการแสดงออกของมนุษย์ในแต่ละบริบทชีวิต) ที่ไม่มุ่งเน้นการตัดสิน (Judgment) หรือการคาดเดาใจผู้แต่งเพียงอย่างเดียว หากแต่เน้นการฝึกฝนทักษะในขั้นที่ 1 และ 2 อย่างเคร่งครัด เพื่อให้ “ความจริงเชิงซ้อน” ในขั้นที่ 3 ปรากฏออกมาอย่างเที่ยงตรง

หัวใจสำคัญของหลักการนี้คือการเปลี่ยนบทบาทของผู้อ่านจากผู้ช่วยโอกาสทางความคิด (ผู้อ่านที่เลือกตีความสารเฉพาะในส่วนที่ตอบสนองความเชื่อ ความพอใจ หรืออคติของตนเอง) มาเป็นผู้ประจักษ์แจ้งในสัจจะ (ผู้อ่านที่พยายามทำความเข้าใจความจริงของมนุษย์และชีวิตอย่างตรงไปตรงมา แม้อาจเป็นความจริงที่

ไม่สอดคล้องกับมุมมองเดิมของตนก็ตาม) โดยเริ่มจากการอ่านสิ่งที่ปรากฏ (ขั้นที่ 1) ผ่านผัสสะอย่างละเอียดรอบด้านเพื่อสร้างสมดุกลายใจ แล้วเชื่อมโยงสู่สิ่งที่เกี่ยวข้อง (ขั้นที่ 2) เพื่อคัดกรองข้อมูลที่เป็นจิ๊กซอว์ส่งผลต่อความหมายปลายทาง กระบวนการที่สอดคล้องเป็นระบบนี้จะนำไปสู่การบรรลุเจตจำนงของการปรากฏ หรือความจริงเชิงซ้อนที่ดั้นไม่หลุด (ขั้นที่ 3) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการป้องกันไม่ให้อ่านตกเป็นเหยื่อของชุดความเชื่อหรืออารมณ์ส่วนตัว (ขั้นที่ 4) อันนำไปสู่การสรุปที่บิดเบือนและฉาบฉวย (The Reading Circle, 2026) การอ่านในลักษณะนี้จึงเป็นการหล่อหลอมทักษะและประสบการณ์เพื่อเข้าถึงความหมายที่แท้จริงของวรรณกรรม ชีวิต และปรากฏการณ์ทางสังคมให้เป็นเนื้อเดียวกัน

เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรม สามารถพิจารณาตัวอย่างการอ่านบทกวี แต่ดาว ของ Woralak (2007, p.17) ดัง ตัวยกบทกวี และการวิเคราะห์ตีความ ดังต่อไปนี้

“เมื่อกลางวันดาวดวงนั้นก็มียู่  
แต่ใครเล่าจะรู้ดาวมีแสง  
ถ้าราตรีสีดำไม่สำแดง  
ดาวเจ้าจะเจิดแจรงได้อย่างไร”

หากอ่านตามแนวทาง 4 ชั้นข้างต้น เริ่มต้นจากขั้นที่ 1 (สิ่งที่ปรากฏ) จะเห็นภาพดวงดาวที่ส่องแสงในยามราตรี เมื่อเข้าสู่ขั้นที่ 2 (สิ่งที่เกี่ยวข้อง) จะพบสัจจะพยานทางดาราศาสตร์ที่ยืนยันว่าดวงดาวดำรงอยู่และมีแสงสว่างตลอดเวลา มิได้สูญหายไปในเวลากลางวัน เพียงแต่แสงจากดวงอาทิตย์ที่อยู่ใกล้โลกมากกว่าได้ทาบทับข่มแสงดาวดวงอื่นไว้ จนเมื่อโลกหมุนเข้าสู่เงามืด แสงดาวที่อยู่ไกลออกไปจึงปรากฏชัดแก่สายตา เมื่อพิจารณาความจริงที่ปรากฏและความจริงที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน จะนำไปสู่ขั้นที่ 3 (ความจริงเชิงซ้อน) ซึ่งถอดรหัสได้ว่าอุปสรรคหรือราตรีที่มีมิติไม่ใช่สิ่งน่ากลัว แต่เป็นเงื่อนไขสำคัญที่เปิดโอกาสให้ดาวแห่งสติปัญญา และจิตพิสุทธ์ภายในความเป็นมนุษย์ได้สำแดงแสงสว่างออกมาอย่างเจิดจรัสที่สุด ในยามที่ชีวิตเผชิญความมืดมนจนไม่อาจพึ่งพาแสงสว่างภายนอกได้ ทริพย์อันล้ำค่าหรือปัญญาภายในจะทำหน้าที่นำทางชีวิต การอ่านเช่นนี้จึงเปลี่ยนมุมมองจากความกลัวในความมืดสู่พื้นที่แห่งการครุ่นคิดและการค้นพบศักยภาพที่ซ่อนอยู่ของตนเอง (Center of Peace and Faith, 2026b) ด้วยเหตุนี้ แนวทางการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น จึงมิใช่เพียงเทคนิคการอ่านวิเคราะห์และตีความตามขนบทั่วไป หากแต่เป็นกระบวนการฝึกฝนการพินิจสารอย่างประณีตและรอบด้านเพื่อการรับสารที่ตรงประเด็นอย่างแท้จริง

ผู้วิจัยในฐานะอาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2564) มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรี 5 ปี ที่ออกแบบตามมาตรฐานวิชาชีพครูตระหนักถึงความสำคัญในการบูรณาการองค์ความรู้ทางภาษาไทยควบคู่กับการพัฒนาทักษะทางปัญญาและการคิดเชิงวิเคราะห์ (Buriram Rajabhat University, 2021, p.4) แม้หลักสูตรจะกำหนดเป้าหมายด้านการพัฒนาทักษะการอ่านวิเคราะห์และการตีความไว้อย่างชัดเจน แต่ในภาคปฏิบัติยังจำเป็นต้องมีการส่งเสริมกระบวนการอ่านที่ช่วยให้ผู้เรียนเข้าถึงความหมายอย่างรอบด้าน ลึกซึ้ง และเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยมุ่งหวังให้นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ทุกคน ได้รับประสบการณ์การอ่านในมิติใหม่นี้อย่างทั่วถึง โดยไม่เลือกปฏิบัติเฉพาะกลุ่มที่มีทักษะการอ่านในระดับปานกลางหรืออ่อนเท่านั้น

จากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าการพัฒนาทักษะการอ่านของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาสามารถดำเนินการได้สำเร็จผ่านกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสม อาทิ งานวิจัยของ Chohihiran (2020) ที่นำรูปแบบการเรียนรู้ RUCES MODEL มาใช้พัฒนาความสามารถในการอ่านตีความของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี จนส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ด้านการอ่านตีความสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ งานวิจัยของ Phromsri (2025) ที่ศึกษาการพัฒนาทักษะการอ่านเชิงวิเคราะห์ผ่านกิจกรรมวิจารณ์หนังสือ ซึ่ง พบว่าสามารถส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร และการเชื่อมโยงความรู้กับประสบการณ์ของผู้เรียนได้อย่าง มีประสิทธิภาพ แนวทางเหล่านี้สะท้อนว่าการนำนวัตกรรมหรือวิธีการใหม่ ๆ มาใช้ย่อมช่วยกระตุ้น กระบวนการเรียนรู้และส่งเสริมศักยภาพทางปัญญาของผู้เรียนได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ แนวคิดการอ่านดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ (Constructivism) ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์ และสะท้อน ประสบการณ์ ตลอดจนสอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่ให้ความสำคัญกับการคิดวิเคราะห์ การ คิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) และการเรียนรู้อย่างมีวิจารณญาณ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศ เช่น Amumpuni et al. (2025) ที่พบว่าการใช้กลยุทธ์การอ่านเชิงระบบสามารถพัฒนาความเข้าใจในการอ่าน และความคิดระดับสูง (Higher-order Thinking) ของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับ แนวคิดของ Le & Nguyen (2024) ที่ชี้ให้เห็นว่ากระบวนการอ่านที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้อภิปรายและตีความ ร่วมกัน มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการคิดเชิงวิพากษ์และการสร้างความหมายใหม่จากสิ่งที่อ่าน

ด้วยเหตุผลและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นว่า “หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น” ของศิวกานท์ ปทุมสูติ เป็นแนวคิดที่มีศักยภาพสูงและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทักษะการอ่านเชิง วิเคราะห์และการตีความของนักศึกษาระดับปริญญาตรีได้อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ เกื้อหนุนให้ผู้เรียนเข้าถึงความหมายลึกซึ้ง เชื่อมโยงสิ่งที่อ่านเข้ากับประสบการณ์ชีวิต และเกิดการตระหนักรู้ ทางปัญญาอย่างมีเหตุผล อันจะนำไปสู่การพัฒนาสมรรถนะด้านการคิดและการอ่านอย่างมีคุณภาพ ตลอดจน สามารถใช้เป็นแนวทางจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อยกระดับการเรียนการสอนภาษาไทยและศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และการตีความของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาภาษาไทย โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาภาษาไทยที่มีต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยเป็นตัวบทกวี (4 วรรค ต่อ 1 เรื่อง) ในหนังสือรวมบท กวีนิพนธ์ ไม้ตะปูและหัวใจ ผู้แต่งคำประพันธ์ คือ จันทน์ วรลักษณ์ (นามปากกาของศิวกานท์ ปทุมสูติ) พิมพ์ ครั้งที่ 2 จำนวน 118 หน้า โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้คัดสรรบทกวี เพื่อเป็นบทอ่านในการฝึกแต่ละครั้ง

การพัฒนาทักษะการอ่านวิเคราะห์และการตีความสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของคิกานท์ ปทุมสูติ

2. ขอบเขตด้านแนวคิด ใช้แนวคิดการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น เป็นแนวคิดของคิกานท์ ปทุมสูติ บางครั้งได้ดัดแปลงเป็นชื่อ “สี่จะเชิงซ้อน” ใช้ในการศึกษาความหมายในวรรณกรรม การอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น เป็นกระบวนการอ่านที่เน้นการพัฒนาความเข้าใจจากระดับพื้นฐานไปสู่ระดับสูงสุดของการคิดอย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1. การอ่านความจริงจากสารที่ปรากฏ (Literal Reading) คือ การเข้าใจเนื้อหาตามที่ปรากฏ ตรงหน้าเข้าใจถ้อยคำและสาระพื้นฐาน 2. การอ่านตามความจริงที่เกี่ยวข้อง (Interpretive Reading) คือ การเชื่อมโยงสิ่งที่อ่านกับบริบท ความสัมพันธ์ของเนื้อหา และประสบการณ์เดิม 3. การอ่านตามความจริงเชิงซ้อน (Critical Reading) คือ การตีความรหัสหรือสัญลักษณ์ของคำ ความ หรือบริบทของสารที่แสดง 4. การอ่านตามความรู้สึกและการรับรู้เฉพาะตน (Creative Reading) คือ การสร้างความหมายใหม่

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาทักษะการอ่านวิเคราะห์และการตีความสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของคิกานท์ ปทุมสูติ ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาภาษาไทย คณะครูศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 65 คน ซึ่งผู้วิจัยจะศึกษาจากประชากรทั้งหมดในรุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานักศึกษาทุกคนให้ได้รับประสบการณ์การอ่านพัฒนาปัญญาอย่างเท่าเทียมกัน และสามารถนำกระบวนการอ่านเชิงลึกนี้ไปใช้เป็นเครื่องมือในการรับสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งดำเนินการพัฒนากลุ่มเป้าหมายทั้งหมดโดยมิได้สุ่มกลุ่มตัวอย่าง

#### 2. ตัวแปร

2.1 ตัวแปรต้น คือ การจัดการเรียนรู้ด้วยหลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของคิกานท์ ปทุมสูติ

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

2.2.1 พัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และการตีความของนักศึกษากลุ่มเป้าหมาย

2.2.2 ความคิดเห็นของนักศึกษากลุ่มเป้าหมาย

#### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.1 แผนการจัดการเรียนรู้การอ่านวิเคราะห์และการตีความที่จัดการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของคิกานท์ ปทุมสูติ มีขั้นตอนการสร้างแผนการจัดการเรียนรู้ ดังนี้

3.1.1. ศึกษาข้อมูลจากหลักสูตร กรอบคุณวุฒิมาตรฐานอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี เนื้อหาสาระการวัดและประเมินผล ตามหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

3.1.2 ศึกษาหนังสือ ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการอ่านวิเคราะห์และการอ่านตีความ

3.1.3 ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น

ของคิกานท์ ปทุมสูติ

3.1.4 กำหนดเนื้อหาและระยะเวลาในการทดลองเพื่อสร้างแผนการจัดการเรียนรู้ โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ จำนวน 10 แผน แผนที่ 1-2 แผนละ 2 ชั่วโมง แผนที่ 3-10 แผนละ 1 ชั่วโมง รวม 12 ชั่วโมง

3.1.5 สร้างแผนการจัดการเรียนรู้การอ่านวิเคราะห์และการตีความโดยใช้การจัดการเรียนรู้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ จำนวน 10 แผน รวม 12 ชั่วโมง ดังรายละเอียดของเนื้อหาและระยะเวลาในการทดลองข้างต้น

3.1.6 นำแผนการจัดการเรียนรู้ให้คณาจารย์สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องทางด้านเนื้อหา การใช้ภาษา ตลอดจนความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ และปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

3.1.7 นำเสนอแผนการจัดการเรียนรู้ที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของคณาจารย์สาขาวิชาภาษาไทย ต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาไทยในระดับอุดมศึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ด้านภาษา ด้านการวัดผลและประเมินผล และด้านวิธีสอนด้วยการพิจารณาหาค่าดัชนีความสอดคล้องกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC)

3.1.8 นำข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน มาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องโดยใช้สูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ผลการตรวจสอบคุณภาพพบว่า มีค่า IOC = 0.89 แสดงว่าแผนการจัดการเรียนรู้ มีความสอดคล้องเหมาะสมเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

3.2 แบบประเมินพัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความระหว่างเรียน ผู้วิจัยสร้างแบบประเมินพัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความระหว่างเรียนโดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.2.1 ศึกษากรอบคุณวุฒิมাত্রฐานอุดมศึกษาระดับปริญญาตรี เนื้อหาสาระ การวัดและประเมินผลตามหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

3.2.2 ศึกษาทฤษฎี หลักการและวิธีการสร้างแบบประเมินพัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความระหว่างเรียนจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.3 ดำเนินการสร้างแบบประเมินพัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความระหว่างเรียน จำนวน 1 ชุด ซึ่งประกอบด้วยคำถามเพื่อให้นักศึกษาปฏิบัติภารกิจที่ครอบคลุมชั้นการอ่านทั้ง 4 ชั้น ได้แก่ ชั้นการอ่านความจริงจากสารที่ปรากฏ ชั้นการอ่านตามความจริงที่เกี่ยวข้อง ชั้นการอ่านตามความจริงเชิงซ้อน และชั้นการอ่านตามความรู้สึกและการรับรู้เฉพาะตน

3.2.4 นำแบบประเมินพัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความระหว่างเรียน และรายการการประเมินพัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความระหว่างเรียนที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ภาษาไทยเพื่อตรวจพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา รวมทั้งความถูกต้องในการใช้ภาษา

3.2.5 นำแบบประเมินพัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความระหว่างเรียน มาแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของคณาจารย์ภาษาไทยและเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาไทยระดับอุดมศึกษา จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและสำนวนภาษา โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item Objective Congruence) ผลการตรวจสอบคุณภาพพบว่า มีค่า IOC = 0.95 แสดงว่าแบบประเมินพัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความระหว่างเรียน มีความสอดคล้องเหมาะสมเป็นไปตามเกณฑ์

ที่กำหนด

3.2.6 ปรับปรุงแบบประเมินพัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ  
และจัดทำเป็นแบบประเมินพัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความระหว่างเรียนฉบับสมบูรณ์

3.3 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยหลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของ  
ศิวกันท์ ปทุมสูติ แบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อรูปแบบการเรียนรู้ มีเกณฑ์ ในการพิจารณา  
จำนวน 5 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านรูปแบบการสอน ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านผู้สอน ด้านสื่อการสอน และ  
ด้านการวัดผลประเมินผล จำนวน 20 ข้อ มีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

3.3.1 ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นมาตราส่วน  
ประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อจัดทำแบบสอบถามความคิดเห็นตามข้อบ่งชี้ที่กำหนด

3.3.2 สร้างแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่านอย่าง  
มีประสิทธิภาพ

3.3.3 นำแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่านอย่างมี  
ประสิทธิภาพ เสนอต่อคณาจารย์ภาษาไทย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสม และนำข้อเสนอแนะ มา  
ดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

3.3.4 นำแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อหลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพที่ปรับปรุง  
แก้ไขแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาไทย จำนวน 3 คน ได้แก่ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิง  
เนื้อหา (Content Validity) เพื่อพิจารณาความสอดคล้องเหมาะสมของแบบสอบถามความคิดเห็นของ  
นักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพด้วยแบบประเมินความสอดคล้องที่มี  
ลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert (Likert Five Rating Scales) เพื่อตรวจสอบความ  
เที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าความสอดคล้อง ด้วยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และมีเกณฑ์การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ (Nilphan, 2012) ผลการประเมินความ  
สอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ 3 คนพบว่า แบบสอบถามความคิดเห็นมีค่าดัชนีความสอดคล้องดังนี้คือ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )  
เท่ากับ 4.47 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.69 ถือว่ามีความสอดคล้องกันในระดับมาก อยู่ใน  
เกณฑ์ที่ยอมรับได้

3.3.5 นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขสำนวนภาษาให้ชัดเจนถูกต้องและ เหมาะสมเพื่อให้มี  
ประสิทธิภาพตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญกำหนด

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองการจัดการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ มี  
ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.1 ดำเนินการจัดการเรียนรู้ตามแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4  
ชั้น ของศิวกันท์ ปทุมสูติ ซึ่งประกอบไปด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ทั้งหมด 10 แผน แผนที่ 1-2 ใช้เวลา แผน  
ละ 2 ชั่วโมง แผนที่ 3-10 ใช้เวลาแผนละ 1 ชั่วโมง รวมใช้เวลาสอนทั้งหมด 12 ชั่วโมง

4.2 ในกระบวนการทดลอง ในระหว่างดำเนินการจัดการเรียนโดยจัดการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่าน  
อย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกันท์ ปทุมสูติ แบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 คือแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 และ

2 มุ่งเน้นการปูพื้นฐานและทำความเข้าใจหลักและกระบวนการการอ่านวิเคราะห์และการตีความ และหลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น มีแบบทดสอบให้นักศึกษาทำท้ายแผน แต่จะไม่นำผลคะแนนมาวิเคราะห์ ส่วนที่ 2 คือแผนที่ 3-10 เน้นกลุ่มเป้าหมายลงมือปฏิบัติการอ่าน โดยผู้วิจัยจะแสดงตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมายทำแบบฝึกหัด และทำแบบทดสอบท้ายแผน โดยแบบฝึกหัดและแบบทดสอบท้ายบท จะเป็นคำถามแบบอัตนัยที่สอดคล้องกับหลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ทั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ฝึกการอ่านวิเคราะห์และการตีความซ้ำ ๆ ผู้วิจัยเก็บกระดาษคำตอบทั้งที่เป็นแบบฝึกหัดและแบบทดสอบท้ายแผนที่ 3-10 เพื่อดำเนินการประเมินพัฒนาการการอ่านต่อไป

4.3 นำกระดาษคำตอบมาตรวจโดยใช้ประเมินพัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความระหว่างเรียน แต่ละครั้ง (ครั้งที่ 1-8) แล้วนำคะแนนมาวิเคราะห์พัฒนาการของกลุ่มเป้าหมายเป็นรายบุคคล เพื่อนำผลรายงานวิจัยในจุดประสงค์ที่ 1

4.4 นักศึกษากลุ่มเป้าหมายทั้ง 65 คน ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยหลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ หลังเสร็จสิ้นการจัดการเรียนรู้แผนที่ 10

4.5 ผู้วิจัยนำผลการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษากลุ่มเป้าหมายมาวิเคราะห์เพื่อรายงานผลการวิจัยในจุดประสงค์ที่ 2

### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการจัดการเรียนการสอนโดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ ที่ได้ทดลองกับนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ชั้นปีที่ 1 คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 65 คน ไปวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 เปรียบเทียบพัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และการตีความของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทย ชั้นปีที่ 1 คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ระหว่างจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยหลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ ของแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3-10 โดยศึกษาพัฒนาการของนักศึกษาเป็นรายบุคคล สถิติที่ใช้ได้แก่ สถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.2 วิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษากลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ ด้วยค่าสถิติพื้นฐาน คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

### ผลการวิจัย

**ตอนที่ 1 ผลศึกษาพัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และการตีความของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาภาษาไทย โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ**

ผลศึกษาพัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และการตีความของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาภาษาไทย โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ โดยศึกษาจากการทำแบบฝึกหัดและการทำแบบทดสอบท้ายแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3-10 จำนวน 8 ครั้ง ของนักศึกษากลุ่มเป้าหมาย 65 คน

จากการศึกษาพัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และตีความของนักศึกษา สามารถแบ่งกลุ่มนักศึกษาตามระดับพัฒนาการได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีพัฒนาการระดับดีมาก กลุ่มที่มีพัฒนาการระดับดี กลุ่มที่มีพัฒนาการระดับพอใช้ และกลุ่มที่มีพัฒนาการระดับควรปรับปรุง ดังนี้

1. กลุ่มที่มีพัฒนาการระดับดีมาก (9 คะแนน) นักศึกษากลุ่มนี้มีลักษณะพัฒนาการ “ต่อเนื่อง” สามารถไต่ระดับจนถึงเกณฑ์สูงสุดได้ ได้แก่ นักศึกษาเลขที่ 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 13, 15, 16, 17, 23, 24, 27, 28, 43, 44, 45, 47, 49, 52, 55, 56, 57, 65 กล่าวคือ เป็นการพัฒนาที่น่าสังเกตว่า เริ่มต้นจากระดับพอใช้ (4-6 คะแนน) และพัฒนาจนสามารถทำคะแนน ได้ 3 จากคะแนนเต็ม 4 คะแนน ในเกณฑ์ขั้นที่ 3 (การอ่านความจริงเชิงซ้อน) ได้อย่างสมบูรณ์ในตอนท้าย

2. กลุ่มที่มีพัฒนาการระดับดี (8 คะแนน) นักศึกษากลุ่มนี้มีลักษณะพัฒนาการเล็กน้อย (ในเชิงการไต่ระดับ) คือพัฒนาขึ้นจากจุดเริ่มต้นและคงที่อยู่ในระดับที่ดี ได้แก่ นักศึกษาเลขที่ 6, 10, 11, 12, 14, 18, 19, 20, 21, 22, 26, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 40, 41, 42, 46, 50, 53, 54, 58, 59, 60, 61, 62, 64 กล่าวคือ นักศึกษากลุ่มนี้ เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดที่สามารถทำตามหลักการอ่านได้ดี แต่คะแนนในขั้นที่ 3 (การตีความ) อาจจะไม่ถึงขีดซึ่งพอที่จะได้คะแนนไม่ถึง 3 คะแนน จึงทำให้คะแนนรวมหยุดอยู่ที่ 8 คะแนน

3. กลุ่มที่มีพัฒนาการระดับพอใช้ (7 คะแนน) เป็นกลุ่มที่พัฒนาขึ้นมาได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่คงเส้นคงวาเท่ากับกลุ่มที่มีพัฒนาการระดับดี กลุ่มนี้ได้แก่ นักศึกษาเลขที่ เลขที่ 38, 39 กลุ่มนี้ มีข้อสังเกตที่สำคัญคือพัฒนาจากคะแนน 5 มาเป็น 7 คะแนน และคงที่อยู่ในระดับนี้ ซึ่งสะท้อนว่าเริ่มเข้าใจการเชื่อมโยง (ขั้นที่ 2) แต่อาจยังไม่สามารถวิเคราะห์ความจริงเชิงซ้อน (ขั้นที่ 3) ได้ชัดเจน

4. กลุ่มที่มีพัฒนาการระดับควรปรับปรุง (6 คะแนน) นักศึกษากลุ่มนี้มีลักษณะพัฒนาการเล็กน้อย คือคะแนนเพิ่มขึ้นต่ำมาก ขึ้นมาสู่ระดับพอใช้แต่ไม่พัฒนาต่อเนื่องขึ้นไป นักศึกษากลุ่มนี้ ได้แก่ นักศึกษาเลขที่ 7, 25, 29, 30, 48, 51, 63 ข้อที่น่าสังเกตคือพัฒนาจากคะแนน 3 คะแนน ขึ้นมาเป็น 6 คะแนน แล้วหยุดนิ่งตั้งแต่ครั้งที่ 3-4 เป็นต้นไป กลุ่มนี้ยังติดขัดในการอ่านขั้นพื้นฐาน (ขั้นที่ 1) ทำให้ไม่สามารถพัฒนาไปสู่การอ่านวิเคราะห์ระดับสูงได้

นอกจากนี้ หากพิจารณาที่ผลการอ่านโดยภาพรวมของคะแนนในแต่ละขั้นทั้ง 4 ชั้น สะท้อนให้เห็นว่า ผู้เรียนมีพัฒนาการด้านการอ่านอย่างต่อเนื่องจาก “การอ่านระดับพื้นฐาน” ไปสู่ “การอ่านเชิงลึก” โดยในระยะแรก ผู้เรียนเน้นการอ่านแบบจับใจความและเข้าใจข้อมูลตรงหน้า ระยะต่อมา เริ่มสามารถเชื่อมโยงบริบทและเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ช่วงท้ายของการพัฒนา ผู้เรียนเริ่มตีความ วิเคราะห์ และมองเห็นความหมายเชิงซ้อนมากขึ้นอย่างชัดเจน พัฒนาการที่โดดเด่นที่สุด คือ “การอ่านตามความจริงเชิงซ้อน” ซึ่งสะท้อนการเติบโตด้านการคิดวิเคราะห์ การตีความ และการเข้าถึงความหมายเชิงลึกของสาร ขณะที่ “การอ่านตามความรู้สึกและการรับรู้เฉพาะตน” แม้จะพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่ถือเป็นมิติที่เริ่มเปิดพื้นที่ให้ผู้เรียนได้เชื่อมโยงการอ่านเข้ากับประสบการณ์ชีวิตและการตระหนักรู้ภายในตนเอง

ดังนั้น ผลคะแนนโดยรวมจึงสะท้อนว่า กระบวนการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น สามารถส่งเสริมพัฒนาการด้านการอ่าน วิเคราะห์ และความคิดเชิงลึกของผู้เรียนได้อย่างเป็นรูปธรรม และช่วยให้ผู้เรียนค่อย ๆ เปลี่ยนจาก “ผู้อ่านเพื่อรับข้อมูล” ไปสู่ “ผู้อ่านเพื่อสร้างความหมาย” ได้อย่างชัดเจน

## ตอนที่ 2 ผลการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อรูปแบบการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น

จากผลการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการเรียนรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองครบ 8 ครั้ง กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 65 คน โดยมีหัวข้อสอบถาม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบการสอน ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านผู้สอน ด้านสื่อการสอน และด้านการวัดผลประเมินผล

ผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาภาษาไทย ที่มีต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ โดยภาพรวม นักศึกษามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.47$ , S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการวัดและประเมินผล มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.57$ , S.D. = 0.61) ด้านผู้สอน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.55$ , S.D. = 0.65) และด้านสื่อการสอน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.52$ , S.D. = 0.67) ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบการสอน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.40$ , S.D. = 0.69) และด้านการจัดการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.37$ , S.D. = 0.74)

### สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า พัฒนาการการอ่านวิเคราะห์และการตีความของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาภาษาไทยกลุ่มเป้าหมาย มีพัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และการตีความดีขึ้น หลังใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ตามหลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น โดยสามารถแบ่งระดับพัฒนาออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ระดับดีมาก ระดับดี ระดับพอใช้ และระดับควรปรับปรุง ซึ่งส่วนใหญ่มีพัฒนาการในระดับดีและดีมาก นักศึกษามีแนวโน้มพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านการเข้าใจและเชื่อมโยงความหมายของเนื้อหา

นอกจากนี้ ผลการประเมินความคิดเห็นพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อรูปแบบการเรียนรู้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.47) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การวัดและประเมินผล รองลงมาคือ ด้านผู้สอน และด้านสื่อการสอน แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพและเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน

### วัตถุประสงค์ที่ 1 พัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และการตีความของนักศึกษาโดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ

ผลการวิจัยที่พบว่า นักศึกษามีพัฒนาการด้านการอ่านวิเคราะห์และการตีความสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีคะแนนเฉลี่ยจากการเรียนครั้งสุดท้าย (ครั้งที่ 8) เท่ากับ 8.23 ซึ่งสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยจากการเรียนครั้งแรก (ครั้งที่ 1) ที่มีค่าเฉลี่ย 4.69 และเมื่อพิจารณาพัฒนาการระหว่างการทดลองพบว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกครั้งที่ฝึกฝน ซึ่งสามารถอภิปรายผลตามประเด็นสำคัญได้ดังนี้ ประสิทธิภาพของนวัตกรรมการอ่านที่เป็นระบบ การที่นักศึกษาส่วนใหญ่มีพัฒนาการก้าวกระโดด โดยเฉพาะในช่วงครั้งที่ 3 ถึงครั้งที่ 5 ซึ่งคะแนนเฉลี่ยยกระดับจาก 5.85 เป็น 7.31

แสดงให้เห็นว่าการฝึกฝนตามลำดับขั้นช่วยให้ผู้เรียนเกิดการปรับตัวและประยุกต์ใช้ทักษะได้จริง แสดงให้เห็นว่าการฝึกฝนตามลำดับขั้นช่วยให้ผู้เรียนเกิดการปรับตัวและประยุกต์ใช้ทักษะได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Amumpuni et al. (2025) ที่พบว่าการใช้กลยุทธ์การอ่านเชิงระบบ (CSR) ช่วยพัฒนาความ

เข้าใจในการอ่านของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ และยังชี้ให้เห็นว่ากระบวนการอ่านที่มีลำดับขั้นตอนนั้นมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการคิดระดับสูง เช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นในการฝึกบันได 4 ชั้นนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Chohihiran (2020) ที่ระบุว่าการจัดการเรียนรู้ที่มีโครงสร้างชัดเจนตามกระบวนการ 5 ขั้นตอน (RUCES MODEL) มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะการอ่านจากระดับพื้นฐาน ไปสู่ระดับการตีความและการวิเคราะห์เชิงลึกได้อย่างมีประสิทธิภาพการลดความแตกต่างระหว่างบุคคลผ่านการฝึกฝนโดยข้อมูลที่นำเสนอใจพบว่า ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) มีแนวโน้มลดลงจาก 0.90 เหลือ 0.77 ในครั้งสุดท้ายสะท้อนว่าหลังได้รับการฝึกฝน นักศึกษามีระดับทักษะที่ใกล้เคียงกันมากขึ้นและมีความผิดพลาดลดลง

ผลวิจัยในประเด็นนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Deelert & Wiyaphon (2024) ที่พบว่าการใช้รูปแบบการสอนที่เป็นลำดับขั้นตอน (เช่น SQ5R) ช่วยยกระดับความสามารถในการอ่านระดับสูงของนักศึกษาให้สูงขึ้นกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญ และช่วยให้ผู้เรียนมีทักษะที่คงที่ในระดับที่น่าพอใจสอดคล้องกับแนวคิดของ Le & Nguyen (2024) ที่เสนอแนวทางการพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ผ่านการอ่าน โดยเน้นการจัดการเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Student-centered) และการอภิปรายบทเรียน ซึ่งช่วยให้นักศึกษาสามารถแยกแยะข้อมูลและวิเคราะห์เหตุผลได้อย่างมีระบบมากขึ้น เช่นเดียวกับที่นักศึกษาในงานวิจัยนี้สามารถก้าวข้ามไปสู่การอ่านในขั้นที่ 3 (อ่านความจริงเชิงซ้อน) ได้อย่างสมบูรณ์

นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nanthaphong & Songsen (2024) ที่ยืนยันว่ากระบวนการเรียนรู้ตามทฤษฎีการเรียนรู้แบบร่วมมือร่วมกับกระบวนการคิดอย่างมีวิจารณญาณ สามารถพัฒนาทักษะการวิเคราะห์ภาษาเชิงลึกและเห็นผลสัมฤทธิ์ได้อย่างชัดเจนในระดับอุดมศึกษาความสอดคล้องเชิงกระบวนการ แม้จะมีกลุ่มที่เกิดสภาวะหยุดชะงักอยู่บ้างในระดับพื้นฐาน แต่ภาพรวมนักศึกษาทุกคนมีคะแนนเพิ่มขึ้น ซึ่งยืนยันได้ว่านวัตกรรมการอ่าน 4 ชั้น ของศิวกันท์ ปทุมสูติ เป็นเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาสมรรถนะการอ่านได้จริง สอดคล้องกับข้อสังเกตของ Phromsri (2025) ที่ชี้ให้เห็นว่าการให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนการวิเคราะห์ด้วยตนเองอย่างเป็นระบบ จะช่วยพัฒนาทักษะการคิดควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะชีวิตคุณภาพ

ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องและเป็นไปตามแนวคิดของ Teachers and students of Santisattha Life School (2023) ในประเด็นสำคัญ ดังนี้ การบรรลุเป้าหมายตามลำดับขั้นของบันได 4 ชั้น พัฒนาการที่เพิ่มขึ้นอย่างเป็นระบบ สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาสามารถก้าวข้ามจาก ขั้นที่ 1 อ่านความจริงไปสู่ ขั้นที่ 2 อ่านความจริงที่เกี่ยวข้อง” และขั้นที่ 3 อ่านความจริงเชิงซ้อน ได้ตามลำดับ โดยเฉพาะในขั้นตอนที่ 3 ซึ่งเป็นการตีความรหัสหรือสัญลักษณ์ในตัวบท ผลวิจัยที่ระบุว่านักศึกษามีความสามารถทำคะแนนได้สูงขึ้นในระยะหลังสอดคล้องกับที่ Pathumsoot (2014) ระบุว่า การอ่านไม่ได้เป็นเพียงการสะกดคำ แต่คือการ “ถอดรหัส” เพื่อหาความหมายที่ซ่อนอยู่ ซึ่งต้องอาศัยการฝึกฝนที่เป็นขั้นเป็นตอนจนเกิดความชำนาญ ทั้งนี้เนื่องจากเป้าหมายสูงสุดของการอ่านคือการที่ผู้อ่านสามารถเชื่อมโยงสารเข้ากับประสบการณ์เฉพาะตน จนเกิดการตกผลึกทางความคิด สอดคล้องกับ Baki (2025) ที่พบว่ากิจกรรมการอ่านแบบมีส่วนร่วม (Reading Circle) ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความเข้าใจในการอ่าน แต่ยังส่งเสริมทักษะการอ่านเชิงสร้างสรรค์ (Creative Reading) และกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของผู้เรียน ทำให้นักศึกษาสามารถสร้างโลกทัศน์ของตนเองผ่านตัวบทวิได้อย่างกว้างขวาง

นอกจากนี้ ศิวกานท์ ปทุมสูติ ได้เน้นย้ำว่าทักษะการอ่านวิเคราะห์จะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้เรียนมีการสั่งสมประสบการณ์ผ่านตัวบทที่หลากหลาย ผลการวิจัยที่คะแนนเฉลี่ยค่อย ๆ ยกระดับขึ้นจากครั้งที่ 1 (4.69) จนถึงครั้งที่ 8 (8.23) ยืนยันว่ากระบวนการจัดการเรียนรู้ช่วยสร้างวิถีการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน ทำให้นักศึกษาเริ่มมี “ความไว” ต่อการจับประเด็นและการเชื่อมโยงประสบการณ์เดิมเข้ากับตัวบท (ในขั้นที่ 2) และนำไปสู่การสะท้อนคิด (Reflective Thinking) ในระดับที่ลึกซึ้งขึ้น การพัฒนาสู่ “การอ่านตามความรู้สึกและการรับรู้เฉพาะตน” (ขั้นที่ 4) การที่นักศึกษาจำนวนมาก (ร้อยละ 86.15) อยู่ในระดับพัฒนาการดีถึงดีมาก แสดงให้เห็นว่าแนวคิด 4 ขั้นนี้ ช่วยให้ผู้เรียนก้าวพ้นจากการอ่านเพื่อจำ ไปสู่การอ่านเพื่อสร้าง “โลกทัศน์” ของตนเอง ดังหลักการที่ศิวกานท์ กล่าวไว้ว่า เป้าหมายสูงสุดของการอ่านคือการที่ผู้อ่านสามารถเชื่อมโยงสาระเข้ากับประสบการณ์เฉพาะตน จนเกิดการตกผลึกทางความคิดและนำไปสู่การพัฒนาปัญญา ซึ่งเห็นได้ชัดจากคุณภาพของการตอบแบบฝึกหัดที่นักศึกษาสามารถวิพากษ์และแสดงมุมมองผ่านตัวบทวิได้กว้างขวางขึ้น

จะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนสถานะจาก “ผู้อ่าน” เป็น “ผู้ตีความ” ผลวิจัยยืนยันว่าหลักการ 4 ขั้นนี้เป็น “เครื่องมือทางปัญญา” ที่ช่วยลดอุปสรรคในการอ่านบทกวีที่มีความซับซ้อน ซึ่งศิวกานท์มุ่งหวังให้กระบวนการนี้เป็นเสมือน “ลายแทง” ที่ช่วยให้นักศึกษาไม่หลงประเด็น และสามารถเข้าถึงแก่นของสารได้ด้วยตนเองอย่างเป็นอิสระ (Patoommasoot, 2014)

ผลการวิจัยดังกล่าว จึงเป็นข้อสนับสนุนที่ชัดเจนว่า หลักการอ่าน 4 ขั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มคะแนนในเชิงปริมาณเท่านั้น แต่ยังสามารถปรับเปลี่ยน “กระบวนการอ่าน” ของนักศึกษาให้มีความละเอียดประณีตและมีวิจารณ์ญาณมากขึ้น ตรงตามเจตนารมณ์ของเจ้าของแนวคิดทุกประการ

อาจกล่าวได้ว่า พัฒนาการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อ 1 นี้ ไม่เพียงแต่สอดคล้องกับบริบทในประเทศเท่านั้น แต่ยังสอดคล้องกับแนวทางการศึกษาระดับสากล โดย Amumpuni et al. (2025) ยืนยันว่ากระบวนการอ่านที่มีกลยุทธ์ชัดเจนจะส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์ ขณะเดียวกัน Le & Nguyen (2024) และ Baki (2025) ต่างเห็นพ้องกันว่า การเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์และสร้างความหมายใหม่ด้วยตนเอง (Constructivism) จะช่วยยกระดับจากการอ่านเพื่อจำไปสู่การอ่านเชิงสร้างสรรค์และการตีความระดับสูง ซึ่งเป็นทักษะสำคัญที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21”

#### **วัตถุประสงค์ที่ 2 ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้หลักการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ 4 ขั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ**

น่าสังเกตว่า นักศึกษากลุ่มเป้าหมาย มีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนรู้โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 4.47, S.D. = 0.69) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติเชิงบวกและความพึงพอใจต่อกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยนำมาใช้ โดยสามารถอภิปรายผลในรายละเอียดรายด้านที่สำคัญได้ดังนี้ ด้านการวัดและประเมินผล มีความโดดเด่นสูงสุด ผลการวิจัยพบว่าด้านการวัดและประเมินผลมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ( $\bar{x}$  = 4.57, S.D. = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นนี้อธิบายได้ว่า เนื่องจากการประเมินผลในงานวิจัยนี้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับกิจกรรมในแต่ละขั้นตอนของ “บันได 4 ขั้น” ทำให้นักศึกษาทราบถึงเป้าหมายของการอ่านในแต่ละระดับ (เช่น การอ่านความจริง หรือ การตีความความจริงเชิงซ้อน) ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถประเมินพัฒนาการของตนเองได้

เป็นระยะ ลดความกังวลในการเรียน และกระตุ้นให้เกิดความพยายามในการพัฒนาทักษะการตีความให้สูงขึ้น  
บทบาทของผู้สอนและการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้

นักศึกษามีความคิดเห็นต่อด้านผู้สอนในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.55$ , S.D. = 0.65) ซึ่งสะท้อนว่าผู้สอน  
สามารถถ่ายทอดแนวคิดของศิวกานท์ ปทุมสูติ ที่มีความซับซ้อนให้กลายเป็นขั้นตอนที่เข้าใจง่าย รวมถึงการ  
เปลี่ยนบทบาทจากผู้บรรยายมาเป็น “ผู้อำนวยความสะดวก” (Facilitator) ที่คอยชี้แนะแนวทางในการ  
ถอดรหัสร้อยกรอง ช่วยให้นักศึกษารู้สึกมั่นใจในการแสดงความคิดเห็นและการตีความตามมุมมองเฉพาะตน  
มากขึ้นความเหมาะสมของสื่อการสอน

ในด้านสื่อการสอนซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.52$ , S.D. = 0.67) ยืนยันว่าการคัดเลือก  
บทกวีหรือตัวบทที่นำมาใช้ฝึกฝนมีความเหมาะสมกับระดับความสามารถและช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้เรียน  
สื่อเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่ช่วยให้นักศึกษาเห็นภาพการเชื่อมโยงข้อมูลจากตัวบทไปสู่ประสบการณ์เดิม  
ได้อย่างเป็นรูปธรรมการยอมรับในรูปแบบการจัดการเรียนรู้

แม้ในด้านรูปแบบการสอน ( $\bar{x} = 4.40$ ) และด้านการจัดการเรียนการสอน ( $\bar{x} = 4.37$ ) จะมีค่าเฉลี่ย  
น้อยกว่าด้านอื่นเล็กน้อยแต่ยังคงอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่านักศึกษาให้การยอมรับว่านวัตกรรมการอ่าน  
4 ชั้นนี้ เป็นรูปแบบที่แปลกใหม่และช่วยให้การอ่านวิเคราะห์บทกวีที่เคยเป็นเรื่องยากกลายเป็นเรื่องที่มีระบบ  
และเข้าถึงได้จริงสรุปภาพรวมในประเด็นที่ 2

การที่นักศึกษามีความคิดเห็นในระดับมากถึงมากที่สุดในทุกด้าน เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าการจัดการเรียนรู้  
ตามแนวคิดของศิวกานท์ ปทุมสูติ ไม่เพียงแต่พัฒนาทักษะทางสติปัญญา (Cognitive Skill) เท่านั้น แต่ยังส่งผล  
ต่อจิตพิสัย (Affective Domain) ทำให้ผู้เรียนเกิดความเชื่อมั่นในตนเองและมีเจตคติที่ดีต่อการอ่านภาษาไทย  
ชั้นสูง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้คะแนนพัฒนาการสูงขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### 1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านการจัดการเรียนรู้ ควรนำหลักการอ่าน 4 ชั้น ของศิวกานท์ ปทุมสูติ ไปบูรณาการในรายวิชา  
ทักษะภาษาไทยระดับอุดมศึกษา เพื่อช่วยให้ผู้เรียนมีลำดับขั้นตอนในการถอดรหัสตัวบทที่ซับซ้อนได้อย่างเป็น  
ระบบ

1.2 ด้านผู้สอนและการประเมินผล ผู้สอนควรปรับบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator)  
และใช้เกณฑ์การประเมินที่ชัดเจนในแต่ละขั้นของการอ่าน เพื่อช่วยให้นักศึกษาลดความกังวลและสามารถ  
ประเมินพัฒนาการของตนเองได้จริง

1.3 ด้านสื่อการสอน ควรคัดเลือกตัวบทที่มีทั้งความหมายนัยตรงและนัยประหวัด (สัญลักษณ์) ที่  
หลากหลาย เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการตีความในระดับความจริงเชิงซ้อน (ขั้นที่ 3) และเชื่อมโยงสู่  
ประสบการณ์เฉพาะตน (ขั้นที่ 4)

## 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การเปรียบเทียบเชิงทดลอง ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่ใช้หลักการอ่าน 4 ชั้น กับวิธีสอนรูปแบบอื่น เพื่อยืนยันประสิทธิผลของนวัตกรรมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.2 การพัฒนาสื่อดิจิทัล ควรพัฒนาหลักการอ่าน 4 ชั้น สู่รูปแบบสื่อประสมหรือแอปพลิเคชัน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองในยุคดิจิทัล

2.3 การศึกษาความคงทนของทักษะ ควรมีการติดตามผล (Follow-up) หลังการทดลอง เพื่อศึกษาว่าทักษะการอ่านวิเคราะห์ที่พัฒนาขึ้นมีความคงทนและสามารถนำไปใช้ในบริบทวิชาการอื่นได้จริงเพียงใด

## References

- Amumpuni, R.S., Hartono, R., Rukmini, D., & Haryanti., R.P. (2025). The impact of collaborative strategic reading on EFL students with different critical thinking levels. *Social Sciences & Humanities Open*, 12, 101904.
- Baki, Y. (2025). The effect of the Reading Circle Method on Curiosity and Exploration, Creative Reading and Visual Literacy. *Journal of Intelligence*, 13(74), 1-35.
- Buriram Rajabhat University. (2021). **Bachelor of Education Program in Thai (5-year Program), Revised Curriculum 2021**. Faculty of Education, Buriram Rajabhat University.
- Choihiran, P. (2020). Development of a learning model to enhance interpretive reading ability of undergraduate students using the RUCES model. *Dhonburi Rajabhat University Journal*, 15(1), 26–40.
- Center of Peace and Faith. (2026a). **Poem “This Is Me” by Chan Woralak**. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=IU8eN9zG4c8>.
- Center of Peace and Faith. (2026b). **To...A Star By Chan Woralak**. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=JVbquKR8MPA>
- Deelert, W., & Wiyaphon, S. (2024). Critical reading ability through learning management using the SQ5R instructional method. *Journal of MCU Nakhondhat*, 11(1), 289–299.
- Le, H.V. & Nguyen, L.Q. (2024). Promoting L2 learners’ critical thinking skills: the role of social constructivism in reading class. *Frontier Education* 9, 241973. doi:10.3389/educ.2024.1241973
- Nanthaphong, K., & Songsen, U. (2024). Development of an instructional model based on cooperative learning theory integrated with critical thinking processes. *Journal of Teaching and Learning Development, Rangsit University*, 18(2), 196–219.
- Nilphan, M. (2012). **Research Methodology in Education**. (7th ed.). Faculty of Education, Silpakorn University.

- Patoommasoot, S. (2014). **A guide to analytical reading**. (5th ed.). Thung Sak Asom Learning Center.
- Phromsri, C. (2025). Development of analytical reading skills of business administration students through book review activities. **Journal of Reading, Reading Association of Thailand**, 29(1), 44–45.
- Teachers and students of Santisattha Life School. (2023). **Out-of-the-box school: Students beyond textbooks**. Santisattha Life School Project.
- The Reading Circle. (2026). **4 tips for effective reading**. [Facebook reel]. Facebook. <https://www.facebook.com/reel/1255771353410861>
- Woralak, C. (2007). **Nails, wood, and the heart**. (2nd ed.). Navasarn Printing.

นวัตกรรมฮาลาล: โอกาสและความท้าทายในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย  
Halal Innovation: Opportunities and Challenges  
in the Development of the Thai Halal Industry

วิศรุต เลาะวิถี\* และมนัส บุญชม\*\*

Witsarut Lohwithee and Manas Boonchom

วันรับบทความ 14 มกราคม 2569 / วันแก้ไขบทความ 25 มีนาคม 2569 / วันตอบรับบทความ 18 เมษายน 2569

### บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมฮาลาลไทย กำลังเผชิญกับจุดเปลี่ยนสำคัญในบริบทของการแข่งขันโลกที่ทวีความรุนแรง ท่ามกลางตลาดฮาลาลโลกที่มีมูลค่ากว่า 2.8 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดการณ์จะเติบโตถึง 9.45 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2577 การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทของ “นวัตกรรมฮาลาล” ในฐานะปัจจัยชี้ขาดต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย ให้เติบโตอย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ปัญหาหลักที่อุตสาหกรรมเผชิญคือการพึ่งพิงการผลิตแบบดั้งเดิม ขาดการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และไม่สามารถสร้างความแตกต่าง เพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพและความยั่งยืน การศึกษาใช้วิธีการศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) โดยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมฮาลาล แนวโน้มตลาดโลก และสถานการณ์อุตสาหกรรมฮาลาลไทย เพื่อสังเคราะห์โอกาสและความท้าทายอย่างเป็นระบบ ผลการศึกษาพบว่า ไทยมีโอกาสมหาศาลในการพัฒนานวัตกรรมฮาลาล ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ขั้นสูง เช่น บล็อกเชนเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับ เทคโนโลยีชีวภาพ และปัญญาประดิษฐ์ โดยมีหลักการ “ฮาลาลัน ฎอยยิบัน” เป็นแกนกลาง อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมเผชิญความท้าทายสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างและนโยบาย 2) ด้านเงินทุนและการลงทุน 3) ด้านทรัพยากรมนุษย์ และ 4) ด้านการรับรู้และการยอมรับ การศึกษาสรุปว่า นวัตกรรมมีใช่ “ทางเลือก” แต่เป็น “ทางรอด” และเป็นหัวใจสำคัญที่จะนำพาอุตสาหกรรมฮาลาลไทยสู่การเป็นผู้นำในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ:** นวัตกรรมฮาลาล, อุตสาหกรรมฮาลาลไทย, ปัญญาประดิษฐ์, ฮาลาลัน ฎอยยิบัน, การพัฒนาอย่างยั่งยืน

\*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ผู้ทรงคุณวุฒิ จุฬาราชมนตรี อีเมล wiswithee2@hotmail.com

\*\*ดร., ผู้อำนวยการโรงเรียนอิสลามสันติชน กรุงเทพมหานคร

## Abstract

Amid intensifying global competition, the Thai halal industry is facing a critical turning point within a global halal market currently valued at over 2.8 trillion USD and expected to reach 9.45 trillion USD by 2034. This study aims to analyze the role of “halal innovation” as a decisive factor for the sustainable development and global competitiveness of the Thai halal industry. The primary problem the industry is facing is its reliance on traditional production, lack of application of modern technology, and an inability to create differentiation to meet the demands of modern consumers who are concerned with health and sustainability. The study employed documentary research, reviewing literature related to halal innovation, global market trends, and the situation of the Thai halal industry to systematically synthesize opportunities and challenges. The findings reveal that Thailand has immense opportunities to develop halal innovation through the application of advanced technologies such as blockchain for traceability, biotechnology, and artificial intelligence, on the basis of the “Halalan Toyyiban” principle as its core. However, the industry faces four significant challenges: 1) structural and policy issues, 2) capital and investment, 3) human resources, and 4) perception and acceptance. The study concludes that innovation is not an “option” but a “necessity” and the key to leading the Thai halal industry to a position of sustainable leadership in the global market.

**Keywords:** Halal innovation, Thai halal industry, Artificial intelligence, Halalan Toyyiban, Sustainable Development

## บทนำ

อุตสาหกรรมฮาลาลโลก กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่มีพลวัตมากที่สุดในเวทีสากล โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักจากจำนวนประชากรมุสลิมทั่วโลกที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.8 พันล้านคนภายในปี 2050 (Department of Industrial Promotion, 2019) อย่างไรก็ตาม นวัตกรรมฮาลาลได้ขยายขอบเขตของตลาดให้กว้างไกลกว่า เพียงแต่ผู้บริโภคมุสลิม ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของคุณภาพ ความสะอาด และความปลอดภัย ซึ่งดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มที่ไม่ใช่มุสลิมที่ใส่ใจในสุขภาพและความปลอดภัยของอาหารมากขึ้น

ประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตและส่งออกอาหารรายใหญ่ของโลก ได้เล็งเห็นถึงศักยภาพมหาศาลของตลาดนี้ และพยายามผลักดันตนเองให้เป็นหนึ่งในผู้นำของอุตสาหกรรมฮาลาลระดับโลก การจะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวจำเป็นต้องเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันที่รุนแรงและต้องอาศัยกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่ง “นวัตกรรม” ได้กลายเป็นคำตอบสำคัญที่จะนำพาอุตสาหกรรมฮาลาลไทยไปสู่ความสำเร็จในเวทีโลก

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมฮาลาล มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นแหล่งรายได้และเป็นกลไกขับเคลื่อนการส่งออกที่สำคัญ จากข้อมูลล่าสุดในปี 2566 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าฮาลาลสูงถึง 222,247 ล้านบาท จัดเป็นผู้ส่งออกอันดับที่ 11 ของโลก และคาดว่า จะมีการเติบโตต่อเนื่องปีละ 4% ความสำคัญนี้สอดคล้องกับนโยบายเรือธงของรัฐบาลอย่าง “ครัวไทยสู่ครัวโลก” (Thai Kitchen to the World) ซึ่งริเริ่มขึ้นโดยมีเป้าหมายหลักในการผลักดันให้ประเทศไทยก้าวขึ้น เป็นหนึ่งในห้าผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่ที่สุดของโลก นโยบายดังกล่าวไม่เพียงมุ่งเน้นการส่งออกสินค้าอาหารและวัตถุดิบเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมภาพลักษณ์ และมาตรฐานของอาหารไทยในระดับสากล อุตสาหกรรมฮาลาล จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยเติมเต็มวิสัยทัศน์นี้ให้สมบูรณ์ เนื่องจากการรับรองมาตรฐานฮาลาล เป็นการยกระดับคุณภาพ และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถเจาะตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ที่มีกำลังซื้อสูง โดยเฉพาะ ในกลุ่มประเทศองค์การความร่วมมืออิสลาม (OIC) คือ องค์กรระหว่างประเทศที่รวมตัวกันของรัฐบาลประเทศมุสลิม 57 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของโลกมุสลิม และสนับสนุนสันติภาพ และความปรองดองในระดับโลก

ยิ่งกว่านั้น อุตสาหกรรมฮาลาลในปัจจุบันเผชิญกับความท้าทายเชิงโครงสร้างและกระบวนการผลิตที่ส่งผลให้การประยุกต์ใช้นวัตกรรมฮาลาลกลายเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งยวด ปัญหาประการแรก คือข้อจำกัดด้านวัตถุดิบและสารตั้งต้นในสายการผลิต ซึ่งมักปนเปื้อนสารต้องห้าม (ฮาลอม) หรือมีแหล่งที่มาที่ไม่ชัดเจนตามหลักนิติศาสตร์อิสลาม. ความเสี่ยงนี้ไม่เพียงกระทบต่อความมั่นใจของผู้บริโภค แต่ยังสร้างอุปสรรคต่อผู้ประกอบการในการขยายฐานการผลิต

ประการที่สอง คือข้อจำกัดด้านเครื่องมือตรวจสอบและการจัดการโซ่อุปทานที่ยังขาดประสิทธิภาพในการสร้างความโปร่งใสและตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ตลอดกระบวนการ นอกจากนี้ ในกลุ่มอุตสาหกรรมเฉพาะ เช่น เครื่องสำอางและเวชภัณฑ์ฮาลาล ยังเผชิญกับภาวะขาดแคลนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอย่างถูกต้อง ส่งผลให้ตลาดสูญเสียโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ

ด้วยเหตุนี้ นวัตกรรมฮาลาล จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทั้งการวิจัยเพื่อพัฒนาสารทดแทนที่ฮาลาล (Halal Alternatives) การบูรณาการเทคโนโลยีวิทยาศาสตร์เพื่อตรวจจับการปนเปื้อน และการสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมที่สนับสนุนการผลิตอย่างถูกต้อง. การพัฒนานวัตกรรมเหล่านี้จึงเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมฮาลาลให้สอดคล้องกับหลักศาสนาและตอบสนองความต้องการของตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การจัดตั้ง “ศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลไทย” เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางบริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) และขับเคลื่อนอุตสาหกรรมนี้โดยเฉพาะ ปัจจุบันไทยมีผู้ผลิตอาหารฮาลาลกว่า 15,000 บริษัท และมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับตราฮาลาลมากกว่า 166,000 รายการ (Worayan et al., 2024, p.25)

## แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมฮาลาล

### นิยามและความหมายของ “ฮาลาล”

“ฮาลาล” (Halal) ในภาษาอาหรับหมายถึงสิ่งที่ “อนุมัติ” หรือ “ถูกต้องตามกฎหมาย” เป็นแนวคิดที่อยู่ตรงข้ามกับ “ฮารอม” (Haram) หรือสิ่งที่ “ต้องห้าม” ตามบทบัญญัติในคัมภีร์อัลกุรอานและแบบอย่างของศาสนทูตมุฮัมมัด คือลา<sup>1</sup>

หลักการดังกล่าวได้ขยายขอบเขตจากเรื่องส่วนบุคคลสู่การเป็น “เศรษฐกิจฮาลาล” (Halal Economy) และ “อุตสาหกรรมฮาลาล” (Halal Industry) ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่ดำเนินกิจกรรมการผลิต การจำหน่าย และการบริโภคบนพื้นฐานของหลักกฎหมายอิสลาม (ชะรีอะฮ์) ระบบนี้ครอบคลุมหลายภาคส่วน เช่น อาหาร การเงินอิสลาม ยาและเวชภัณฑ์ เครื่องสำอาง เครื่องนุ่งห่ม การท่องเที่ยว และสื่อสิ่งพิมพ์

หัวใจสำคัญของเศรษฐกิจฮาลาล ไม่เพียงแต่เน้นความถูกต้องตามหลักศาสนา แต่ยังให้ความสำคัญกับความเป็น “ฎอยยิบัน” (Tayyiban) ซึ่งหมายถึง ความดีงาม ความสะอาดบริสุทธิ์ คุณภาพ และความปลอดภัยตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ดังปรากฏนัยความหมายแห่งอัลกุรอานที่ว่า

“โอ้ มนุษย์ชาติทั้งหลาย จงบริโภคจากสิ่งที่อยู่ในแผ่นดินซึ่งฮาลาลและฎอยยิบัน และจงอย่าตามรอยเท้าของชัยฏอน แท้จริง มันเป็นศัตรูที่ชัดแจ้งของพวกเจ้า” ซูเราะฮ์อัล-บะเกาะเราะฮ์ (2:168)

“จงบริโภคสิ่งซึ่งฮาลาลและฎอยยิบันที่พระเจ้าประทานให้พวกเจ้า และจงเกรงกลัวอัลลอฮ์ผู้ซึ่งพวกเจ้าเชื่อ” ซูเราะฮ์อัล-มะอิดะฮ์ (5:87-88)

### ระบบนิเวศฮาลาล (Halal Ecosystem)

ระบบนิเวศฮาลาลในปัจจุบันครอบคลุมหลายอุตสาหกรรมที่สำคัญ:

- การเงินอิสลาม: มีสินทรัพย์มากกว่า 3.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 ประกอบด้วยธนาคาร การประกันภัย (ตะกาฟูล) และผลิตภัณฑ์การลงทุนที่ห้ามธุรกรรมที่มีดอกเบี้ย (ริบา) และการลงทุนในธุรกิจที่ถือว่าฮารอม

- ยาและเครื่องสำอาง: มีมูลค่าตลาด 130 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2566 ครอบคลุมวัคซีน อาหารเสริม และยาที่ปราศจากสารต้องห้ามตามหลักอิสลาม

การขยายตัวของแนวคิดฮาลาลยังหมายถึงการปฏิบัติการทางธุรกิจที่มีจริยธรรม ตั้งแต่การปฏิบัติต่อสัตว์อย่างมีมนุษยธรรมจนถึงการแบ่งปันผลกำไรในการเงินอิสลาม ความท้าทายหลักคือการขาดมาตรฐานฮาลาลระดับโลกที่เป็นเอกภาพ ซึ่งจำเป็นต้องพัฒนากระบวนการรับรองที่เป็นสากล

### ภาพรวมตลาดฮาลาลโลกและแนวโน้มการเติบโต

ตลาดอาหารฮาลาลโลกมีมูลค่า 2.93 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 และคาดการณ์ว่าจะเติบโตขึ้นเป็น 9.45 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2577 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) 12.42% ตลาดอาหารฮาลาลคิดเป็น 63% ของมูลค่าตลาดรวม

<sup>1</sup>อ่านว่า คือลลัลลอลฮุอะลียะฮ์ซัลลัม หมายถึง ขออัลลอฮ์ทรงประทานพรและความสันติสุขแก่ท่าน

การเติบโตของอุตสาหกรรมฮาลาลในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา (2557-2567) แสดงการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าการค้าเพิ่มขึ้นจาก 143 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2557 เป็น 261 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 ซึ่งหมายถึงอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี 7.4% ที่สูงกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของการค้าอาหารโลกที่เพียง 1.4% ต่อปี (Abbasi, et. al., 2021, p.24)

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นตลาดที่ครอบครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด ขณะที่ภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาคาดว่าจะมีการเติบโตเร็วที่สุด ประเทศต่าง ๆ เช่น ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อียิปต์ แอฟริกาใต้ และไนจีเรีย กำลังลงทุนอย่างหนักในการปรับปรุงโลจิสติกส์ฮาลาล

สำหรับประเทศไทย การส่งออกอาหารฮาลาลในปี 2567 มีมูลค่า 6.783 พันล้านดอลลาร์สหรัฐเติบโต 5.9% โดยส่วนแบ่งตลาดโลกของไทยเพิ่มขึ้นเป็น 2.67% จากระดับต่ำสุดที่เพียง 1.88% ในช่วงวิกฤต COVID-19 รัฐบาลไทยได้จัดตั้งศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลไทย (THIC) และคณะกรรมการอุตสาหกรรมฮาลาลแห่งชาติ (NHIC) เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาค (HalalFocus, 2024, p.10)

### แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) เป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมในยุคปัจจุบัน นวัตกรรมมิใช่เป็นเพียงการประดิษฐ์สิ่งใหม่ (Invention) เท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงกระบวนการนำแนวคิดใหม่หรือการประยุกต์ใช้สิ่งที่มีอยู่เดิมในวิธีการใหม่ ๆ เพื่อสร้างให้เกิดคุณค่า (Value) (Phan, et. al., 2019, p.5)

โจเซฟ ชุมเพเทอร์ (Joseph Schumpeter) ได้นิยามนวัตกรรมว่า เป็นกลไกของ “การทำลายล้างอย่างสร้างสรรค์” (Creative Destruction) ซึ่งหมายถึง การที่นวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาทดแทนเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการเดิมที่ล้าสมัย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

ความสามารถในการสร้างสรรค์ และการนำนวัตกรรมมาใช้จึงกลายเป็นปัจจัยชี้ขาดความอยู่รอดและความสำเร็จขององค์กรในโลกที่เต็มไปด้วยการแข่งขันที่รุนแรงและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

นอกจากนี้ นวัตกรรมสามารถจำแนกได้หลายมิติ ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ และนวัตกรรมเชิงสังคม ซึ่งทุกประเภทล้วนมุ่งสร้างมูลค่า เพิ่มประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้ใช้หรือสังคม นวัตกรรมที่มีคุณค่า ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งใหม่ในระดับโลกเสมอไป แต่อาจเป็นความใหม่ในระดับองค์กรหรือบริบทการใช้งาน หากสามารถแก้ปัญหาเดิมได้ดีกว่า รวดเร็วกว่า หรือยั่งยืนกว่าเดิม

อีกประการหนึ่ง นวัตกรรมมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการจัดการความรู้ การวิจัยและพัฒนา วัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับการทดลอง และภาวะผู้นำที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง องค์กรที่สามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่องมักมีคุณลักษณะสำคัญ คือ การเรียนรู้จากความล้มเหลว การเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือ และการแปลงองค์ความรู้ไปสู่การใช้ประโยชน์จริง ในระดับนโยบาย การพัฒนานวัตกรรมจำเป็นต้องอาศัยระบบนิเวศที่เกื้อหนุนทั้งด้านเงินทุน บุคลากร การวิจัย และกลไกถ่ายทอดเทคโนโลยีจากห้องปฏิบัติการสู่ภาคการผลิตและตลาด ดังนั้น นวัตกรรมจึงมิใช่เพียงผลผลิตของความคิดสร้างสรรค์ แต่เป็นกระบวนการเชิงระบบที่หลอมรวมองค์ความรู้ เทคโนโลยี และการจัดการ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### นวัตกรรมฮาลาล (Halal Innovation)

ในโลกยุคใหม่ที่เชื่อมโยงกันด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ และการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล แนวคิด “ฮาลาล” (Halal) ซึ่งเดิมทีเป็นที่เข้าใจกันในวงจำกัดว่าเกี่ยวข้องกับอาหารที่ได้รับอนุญาตตามหลักศาสนาอิสลาม ได้ขยายขอบเขต และมีวิวัฒนาการไปสู่มิติที่กว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น (Wright. et. al., 2017, p.45) การผนวกรวมแนวคิดฮาลาลเข้ากับ “นวัตกรรม” (Innovation) ได้ก่อให้เกิด “นวัตกรรมฮาลาล” (Halal Innovation) ซึ่งเป็นกระแสที่น่าจับตามอง และมีศักยภาพในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างมหาศาล นวัตกรรมฮาลาลมิใช่เป็นเพียงการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) เท่านั้น แต่เป็นการประยุกต์ใช้หลักการ “ฮาลาลัน ฎอยยิบัน” (Halalan Toyyiban) ซึ่งหมายถึง สิ่งที่น่าอนุมัติและดีงามอย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ครอบคลุมถึงความสะอาด ความปลอดภัย คุณธรรม จริยธรรม ความยั่งยืน และผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แนวคิดนี้ได้เปลี่ยนฮาลาลจากที่เป็นเพียง “ข้อกำหนดทางศาสนา” ให้กลายเป็น “มาตรฐานคุณภาพและความน่าเชื่อถือระดับโลก” (Global Quality Standard) ที่ดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคทุกกลุ่ม ไม่จำกัดเฉพาะมุสลิม การทำความเข้าใจการสังเคราะห์แนวคิดทั้งสอง และศึกษาตัวอย่างความสำเร็จจากต่างประเทศ จะช่วยเปิดมุมมองและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการไทยสามารถพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อตลาดฮาลาลโลก ซึ่งมีมูลค่ามหาศาล และกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง

#### การสังเคราะห์แนวคิดฮาลาลและนวัตกรรม

การสังเคราะห์แนวคิดฮาลาลและนวัตกรรม เป็นการผสมผสานระหว่างหลักการทางศาสนาที่มีมาอย่างยาวนานเข้ากับกระบวนการสร้างสรรค์คุณค่าสมัยใหม่ หัวใจสำคัญ คือการตีความหลักการ “ฮาลาลัน ฎอยยิบัน” (Halalan Toyyiban) ให้กว้างกว่าแค่เรื่องอาหารการกิน โดย “ฮาลาล” หมายถึงสิ่งที่ศาสนาอิสลามอนุมัติ ในขณะที่ “ตอยยิบ” หมายถึงสิ่งที่ดีมีคุณภาพ บริสุทธิ์ ปลอดภัย และดีต่อสุขภาพ (Sirisombat. T. et. al., 2022, p.8)

#### นวัตกรรมฮาลาลเกิดขึ้นได้ในหลายระดับ:

1. **นวัตกรรมในวัตถุดิบและส่วนผสม:** การวิจัยและพัฒนาวัสดุทดแทนสิ่งที่เป็นข้อห้าม เช่น การพัฒนาเจลาติน จากพืชหรือปลา เพื่อทดแทนเจลาตินจากสุกร การสกัดคอลลาเจนจากแหล่งทางทะเล และการพัฒนาเอนไซม์ที่ผ่านกระบวนการผลิตที่ฮาลาล 100%

2. **นวัตกรรมในกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน:** การนำเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) มาใช้เพื่อสร้างความโปร่งใสและตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ตลอดทั้งกระบวนการ ผู้บริโภคสามารถสแกน QR Code เพื่อดูข้อมูลตั้งแต่แหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการเชือด โรงงานแปรรูป จนถึงการขนส่ง

#### 3. นวัตกรรมในผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใหม่:

- **การเงินฮาลาล:** พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ปราศจากดอกเบี้ย (Riba) การพนัน (Maisir) และความไม่แน่นอน (Gharar) เช่น ตราสารหนี้อิสลาม (Sukuk)

- **เวชภัณฑ์และเครื่องสำอางฮาลาล:** สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์หรือสารสกัดจากสัตว์ต้องห้าม สอดคล้องกับเทรนด์ความงามแบบวีแกน (Vegan) และปราศจากความโหดร้าย (Cruelty-Free)

- **การท่องเที่ยวฮาลาล:** ออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม (Muslim Friendly) เช่น โรงแรมที่มีบริการอาหารฮาลาล กำหนดทิศทางสำหรับละหมาด (กิบลัต) และสระว่ายน้ำแยกเพศ

- **เทคโนโลยีดิจิทัลฮาลาล:** การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ช่วยอำนวยความสะดวก เช่น แอปค้นหาร้านอาหารฮาลาล แอปแจ้งเตือนเวลาละหมาด หรือแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ถักถอมเนื้อหาให้เหมาะสมตามหลักจริยธรรมอิสลาม

การสังเคราะห์แนวคิดฮาลาลและนวัตกรรม จึงเป็นการยกระดับมาตรฐานฮาลาลให้เป็นสัญลักษณ์ของคุณภาพ ความปลอดภัย และจริยธรรม ซึ่งเป็นคุณค่าสากลที่ผู้บริโภคทั่วโลกปรารถนา นวัตกรรมเข้ามาเป็นเครื่องมือในการทำให้หลักการ “ฮอยยิบ” เกิดขึ้นได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม และสามารถตรวจสอบได้ สร้างความเชื่อมั่นและขยายตลาดฮาลาลให้เติบโตอย่างยั่งยืน (Alourani, et al., 2024, p.3)

### ตัวอย่างนวัตกรรมฮาลาลที่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศ

นวัตกรรมฮาลาล ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในหลายประเทศ โดยเฉพาะมาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมฮาลาล แสดงให้เห็นถึงศักยภาพอันไร้ขีดจำกัดของตลาดฮาลาล เมื่อผนวกรวมเข้ากับความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยี (Salleh. et. al., 2018. p.14)

#### 1. มาเลเซีย: ผู้นำระบบนิเวศฮาลาลครบวงจร

- **Halal Gelatin จากปลาและพืช:** มาเลเซียเป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกการวิจัย และพัฒนาเจลาตินทางเลือก เพื่อทดแทนเจลาตินจากสุกรและวัวที่ไม่ผ่านกระบวนการเชือดแบบฮาลาล บริษัทในมาเลเซียได้พัฒนานวัตกรรมการสกัดเจลาตินคุณภาพสูงจากหนังปลาและสาหร่ายทะเล ซึ่งไม่เพียงตอบโจทย์ความต้องการของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล แต่ยังตอบสนองต่อตลาดวีแกนและผู้แพ้อัลเลอร์ยีจากวัวด้วย นวัตกรรมนี้ได้ถูกนำไปใช้ในวงกว้าง ตั้งแต่อุตสาหกรรมยา (แคปซูลยา) จนถึงเครื่องสำอางและขนมหวาน

- **วัคซีนฮาลาล:** ประเด็นเรื่องส่วนผสมในวัคซีน เป็นข้อกังวลสำคัญในหมู่มุสลิม สถาบันวิจัยและบริษัทเทคโนโลยีชีวภาพของมาเลเซีย ได้ทุ่มเทงบประมาณมหาศาล เพื่อพัฒนาวัคซีนฮาลาล โดยมุ่งเน้น การค้นหาสารตั้งต้น (Cell line) และสารคงสภาพ (Stabilizer) ที่ปราศจากส่วนประกอบของมนุษย์หรือสัตว์ต้องห้าม ความพยายามนี้ ไม่เพียงสร้างความมั่นใจให้แก่ประชากรมุสลิม แต่ยังเป็นการสร้างทรัพย์สินทางปัญญาที่มีมูลค่าสูง และสร้างความมั่นคงทางสาธารณสุขให้กับประเทศ

- **Halal Digital Ecosystem:** มาเลเซียได้พัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างครบวงจร เช่น แพลตฟอร์ม **Verify Halal** ที่พัฒนาโดย JAKIM (หน่วยงานรับรองฮาลาลของมาเลเซีย) ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่ให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสถานะการรับรองฮาลาลของผลิตภัณฑ์ และสถานประกอบการได้แบบเรียลไทม์ นอกจากนี้ ยังมีแพลตฟอร์ม E-commerce เฉพาะทางสำหรับสินค้าฮาลาล และการนำเทคโนโลยี Blockchain มาใช้ใน **Halal Traceability System** เพื่อตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของเนื้อสัตว์ฮาลาล สร้างความโปร่งใส และความเชื่อมั่นตลอดห่วงโซ่อุปทาน

## 2. อินโดนีเซีย: ตลาดมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดในโลก

- **Wardah Cosmetics - นวัตกรรมเครื่องสำอางฮาลาล:** Wardah เป็นแบรนด์เครื่องสำอางฮาลาลอันดับหนึ่งของอินโดนีเซียที่ประสบความสำเร็จอย่างถล่มทลาย ความสำเร็จของ Wardah ไม่ได้มาจากเพียงการมีตราฮาลาล แต่มาจากการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เข้าใจความต้องการของผู้หญิงมุสลิมอย่างลึกซึ้ง เช่น การพัฒนาแป้งและรองพื้นที่เป็นมิตรกับการอาบน้ำละหมาด (Wudhu-friendly) ซึ่งน้ำสามารถ ซึมผ่านได้ง่าย ทำให้ไม่ต้องล้างเครื่องสำอางออกทั้งหมดก่อนการละหมาด นอกจากนี้ ยังเน้นการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ การวิจัยและพัฒนาที่ทันสมัย และการตลาดที่เชื่อมโยงกับไลฟ์สไตล์ของผู้หญิงมุสลิมยุคใหม่ ทำให้ Wardah สามารถแข่งขันกับแบรนด์ระดับโลกได้

- **Halal Fashion และ Modest Wear:** อินโดนีเซียได้ผลักดันตนเองให้เป็นศูนย์กลางแฟชั่นมุสลิมของโลก (World's Muslim Fashion Capital) โดยมีการจัดงาน Jakarta Modest Fashion Week เป็นประจำทุกปี นักออกแบบชาวอินโดนีเซียได้สร้างสรรค์นวัตกรรมการออกแบบเสื้อผ้าที่เรียบง่าย (Modest Wear) แต่ยังคงความทันสมัยและสวยงาม มีการใช้วัสดุผ้าที่เป็นมิตรกับสภาพอากาศร้อนชื้น และพัฒนารูปแบบฮิญาบ (ผ้าคลุมศีรษะ) ที่สวมใส่สบายและมีดีไซน์หลากหลาย เช่น ฮิญาบสำเร็จรูปสำหรับนักกีฬา หรือฮิญาบที่มีช่องสำหรับใส่หูฟัง เป็นการผสมผสานแฟชั่นเข้ากับฟังก์ชันการใช้งานที่ตอบโจทย์ชีวิตประจำวัน

## 3. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE): ศูนย์กลางการเงินและไลฟ์สไตล์ฮาลาล

- **Salam Planet - แอปพลิเคชันไลฟ์สไตล์ฮาลาล:** Salam Planet เป็นแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นในดูไบ เปรียบเสมือน “TripAdvisor สำหรับมุสลิม” เป็นแพลตฟอร์มที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารฮาลาล มัสยิด โรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิม และกิจกรรมต่าง ๆ ทั่วโลก โดยมีรีวิวจากผู้ใช้จริง นวัตกรรมนี้ช่วยแก้ปัญหา (Pain point) ของนักท่องเที่ยวมุสลิมในการค้นหาบริการที่สอดคล้องกับความเชื่อได้อย่างสะดวกสบาย ไม่ว่าจะเดินทางไปทั่วโลก

ตัวอย่างเหล่านี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นว่า นวัตกรรมฮาลาลคือ การมองหาโอกาสในการแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยใช้หลักการ “ฮาลาลัน ฎอยยิบัน” เป็นแกนหลักในการพัฒนา ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ไม่เพียงสร้างคุณค่าให้แก่มุสลิม แต่ยังสร้างมาตรฐานใหม่ด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และจริยธรรมที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลอีกด้วย

## สถานการณ์อุตสาหกรรมฮาลาลในประเทศไทย

ประเทศไทยในฐานะ “ครัวของโลก” มีศักยภาพมหาศาลในอุตสาหกรรมฮาลาล โดยเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาล 15 อันดับแรกของโลก มีมูลค่าการส่งออกหลายแสนล้านบาทต่อปี ตลาดหลักคือตะวันออกกลางและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สินค้าส่งออกหลักยังคงเป็นอาหารและเครื่องดื่ม แต่ได้ขยายไปสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์ Non-food เช่น เครื่องสำอาง ยา และการท่องเที่ยว (Akbar, et al., 2023. p.9)

### จุดแข็ง

1. ความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบ: มีวัตถุดิบทางการเกษตรที่หลากหลายและมีคุณภาพ
2. มาตรฐานการผลิตสูง: ผู้ประกอบการมีศักยภาพผลิตตามมาตรฐานสากล เช่น GMP, HACCP

3. **รากฐานทางวิทยาศาสตร์:** มีศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาฯ ซึ่งนำหลักวิทยาศาสตร์มาตรวจสอบและรับรองฮาลาล

4. **การยอมรับระดับสากล:** ตราฮาลาลของไทยจาก สกอท. ได้รับการยอมรับในหลายประเทศ  
จุดอ่อน

1. **ความเข้าใจ “ฮาลาลัน ฎอยยิบัน” ยังไม่ลึกซึ้ง:** ผู้ประกอบการบางรายมุ่งเน้นเพียงการปราศจากสิ่งฮารอม แต่ขาดความเข้าใจในมิติของคุณภาพและจริยธรรม

2. **การแข่งขันรุนแรง:** มาเลเซียและอินโดนีเซียมีนโยบายและการสนับสนุนที่เป็นระบบมากกว่า

3. **ข้อจำกัดของ SME:** ขาดองค์ความรู้ เงินทุน และเทคโนโลยีในการยกระดับมาตรฐาน

4. **การสร้างแบรนด์:** ส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างผลิต (OEM) มากกว่าสร้างแบรนด์ของตนเอง

**หน่วยงานสำคัญ: “สามเหลี่ยมฮาลาล”**

1. **ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย:** หน่วยงานวิชาการที่พัฒนาระบบ HAL-Q และห้องปฏิบัติการตรวจจับการปนเปื้อน

2. **สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท.):** องค์กรทางศาสนาที่มีอำนาจออกตราสัญลักษณ์ฮาลาลและกำหนดมาตรฐาน

3. **สำนักงานอิสลามกลางประจำจังหวัด:** รับผิดชอบตรวจสอบและประเมินสถานประกอบการในพื้นที่  
โอกาสของนวัตกรรมฮาลาล

- **ด้านเศรษฐกิจและการตลาด**

1. **การสร้างมูลค่าเพิ่ม:** นำสมุนไพรไทยมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หรือเครื่องสำอางที่ได้รับการรับรองฮาลาล ยกย่องจากสินค้าโภคภัณฑ์เป็นสินค้าพรีเมียม

2. **เจาะตลาด Millennial Muslims:** พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนไลฟ์สไตล์ร่วมสมัย เช่น แพนชั่นมุสลิมที่ผสมอัตลักษณ์ไทย อาหารฮาลาลพร้อมทาน หรือแอปพลิเคชันค้นหาบริการฮาลาล

3. **ขยายตลาด Non-Muslim:** ตราฮาลาลเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพและความปลอดภัย ตอบสนองเทรนด์การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ Clean Food และผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

- **ด้านเทคโนโลยีและกระบวนการ**

1. **Blockchain Traceability:** ใช้บล็อกเชนบันทึกทุกขั้นตอนในห่วงโซ่อุปทาน ผู้บริโภคสแกน QR Code ได้ข้อมูลตั้งแต่ฟาร์ม กระบวนการเชือด โรงงาน จนถึงร้านค้า สร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่น

2. **AI ในการรับรองมาตรฐาน:** ใช้ AI วิเคราะห์ภาพถ่ายจากโรงงาน ตรวจสอบส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ และจัดการเอกสาร ทำให้กระบวนการรวดเร็ว แม่นยำ และมีประสิทธิภาพ

3. **เทคโนโลยีชีวภาพ:** พัฒนาวัตถุดิบทดแทน เช่น เจลาตินจากปลาหรือพืช ไข่เทียมจากถั่วเขียว สีธรรมชาติโดยไม่ใช้แอลกอฮอล์ และเอนไซม์จากกระบวนการชีวภาพ

- **ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ**

1. **Halal Health & Beauty:** พัฒนาเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวปราศจากส่วนผสมต้องห้ามใช้วัตถุดิบธรรมชาติ และนำสมุนไพรไทยมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยาสมุนไพรฮาลาล

**2. Future Food:** พัฒนาเนื้อจากพืชที่ได้รับการรับรองฮาลาล ใช้เทคโนโลยี 3D Printing สร้างเนื้อสัมผัสของอาหาร หรือพัฒนาโปรตีนจากแมลงและสาหร่ายตามหลักฮาลาล

**3. Halal Wellness Tourism:** ผสมผสานจุดแข็งด้านการแพทย์และการท่องเที่ยวของไทย พัฒนาประสบการณ์ที่สอดคล้องกับวิถีมุสลิม เช่น สถานที่ละหมาด สระว่ายน้ำส่วนตัว สปาแยกเพศ และโปรแกรมดูแลสุขภาพที่ผสมภูมิปัญญาไทยเข้ากับหลักการอิสลาม

สรุปได้ว่า นวัตกรรมฮาลาล คือการมองหาโอกาสในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้หลักการ “ฮาลาลัน ฎอยยิบัน” ผลลัพธ์ที่ได้ไม่เพียงสร้างคุณค่าให้มุสลิม แต่ยังสร้างมาตรฐานใหม่ด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และจริยธรรมที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ประเทศไทยมีศักยภาพก้าวขึ้นเป็นผู้นำอุตสาหกรรมฮาลาลระดับโลก หากสามารถพัฒนานวัตกรรม สร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้ง และบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

### การวิเคราะห์และวิพากษ์มาตรฐานฮาลาลสากล

มาตรฐานฮาลาลสากลในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นถึงความซับซ้อนของการบูรณาการ ระหว่างข้อกำหนดทางศาสนาอิสลาม (ชะรีอะฮ์) กับระบบการจัดการคุณภาพเชิงพาณิชย์ แม้จะมีความพยายามสร้างมาตรฐานกลางผ่านองค์กรระดับภูมิภาคและนานาชาติ เช่น องค์กรความร่วมมืออิสลาม (OIC) และสถาบันมาตรฐานและมาตรวิทยาสำหรับประเทศอิสลาม (SMIIC) เพื่อขจัดอุปสรรคทางการค้า (Technical Barriers to Trade) แต่ในทางปฏิบัติยังคงเผชิญกับความท้าทายเชิงโครงสร้างอย่างมีนัยสำคัญ.

ข้อวิพากษ์ประการสำคัญคือ “ภาวะพหุมาตรฐาน” (Multiplicity of Standards) ความแตกต่างในการตีความหลักนิติศาสตร์อิสลาม (มัซฮับ) ของแต่ละประเทศ ส่งผลให้เกิดมาตรฐานที่ขัดแย้งกันในบางประเด็น เช่น ข้อกำหนดเกี่ยวกับการทำให้สัตว์สลบก่อนเชือด (Stunning) หรือข้อจำกัดด้านส่วนผสมเฉพาะ ความแตกต่างนี้ไม่เพียงสร้างต้นทุนการทำธุรกรรม (Transaction Costs) แก่ผู้ประกอบการที่ต้องขอรับรองหลายระบบ เพื่อส่งออกไปยังตลาดที่ต่างกัน แต่ยังเปิดช่องว่างให้เกิดข้อก้ำกัทางด้านความโปร่งใสและสร้างความสับสนแก่ผู้บริโภค.

โดยสรุป การพัฒนาระบบนิเวศฮาลาลโลกให้มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องก้าวข้ามผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจระดับชาติ (Economic Nationalism) และเร่งสร้างกระบวนการเทียบเคียงมาตรฐาน (Harmonization) ควบคู่กับการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีการตรวจสอบย้อนกลับมาใช้ เพื่อผสานช่องว่างระหว่างความน่าเชื่อถือทางศาสนากับความเป็นไปได้ทางอุตสาหกรรม

### ความท้าทายในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในอุตสาหกรรมฮาลาลไทย

อุตสาหกรรมฮาลาลโลกกำลังขยายตัวอย่างก้าวกระโดดและกลายเป็นหนึ่งในตลาดที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจมหาศาล โดยครอบคลุมระบบเศรษฐกิจและวิถีชีวิตฮาลาล (Halal Ecosystem and Lifestyle) รวมถึงเครื่องสำอาง ยา เวชภัณฑ์ การท่องเที่ยว การเงิน และโลจิสติกส์ ประเทศไทยในฐานะผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่ของโลก มีศักยภาพและความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางสินค้าฮาลาล แต่การแข่งขันที่รุนแรงจากมาเลเซีย อินโดนีเซีย และตุรกี ทำให้การผลิตแบบดั้งเดิมไม่เพียงพอ “นวัตกรรม” จึงเป็นเครื่องมือ

เชิงกลยุทธ์ในการยกระดับอุตสาหกรรมอาหารไทยให้สร้างมูลค่าเพิ่มผ่านเทคโนโลยีชีวภาพ นานาเทคโนโลยี บล็อกเชน และ AI

### ด้านโครงสร้างและนโยบาย

ความท้าทายด้านโครงสร้างและนโยบายเป็นอุปสรรคพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่อ การขับเคลื่อนนวัตกรรมอาหาร ปัญหาหลักคือการขาดแผนแม่บทนวัตกรรมอาหารแห่งชาติที่ชัดเจน แม้หน่วยงานอย่าง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และ BOI จะมีนโยบายส่งเสริมอาหาร แต่ยังคงขาดการบูรณาการ วิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม ส่งผลให้เกิดการดำเนินงานซ้ำซ้อน การจัดสรรงบประมาณกระจุกกระจาย และ ขาดทิศทางชัดเจนสำหรับผู้ประกอบการในด้าน Food Tech Biotech หรือ Digital Traceability

กฎระเบียบที่มีอยู่จำนวนมากกลายเป็นอุปสรรคต่อนวัตกรรมใหม่ กระบวนการขออนุญาตผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีขั้นสูงมีความล่าช้าและซับซ้อน เช่น การพัฒนาเนื้อสัตว์เพาะเลี้ยง (Cultured Meat) ซึ่งมีศักยภาพเป็นโปรตีนทางเลือกยั่งยืน ยังเผชิญความไม่แน่นอนทางกฎหมายและการรับรองสถานะอาหาร สร้างความเสี่ยงให้แก่นักลงทุนและนักวิจัย

การทำงานที่ไม่บูรณาการของหน่วยงาน เช่น สกอท. และ กอจ. กับหน่วยงานเศรษฐกิจและ วิทยาศาสตร์สร้างช่องว่างในการส่งนโยบายสู่ปฏิบัติ ผู้ประกอบการต้องติดต่อหลายหน่วยงาน เสียเวลาและ ทรัพยากร โดยเฉพาะ SMEs ที่มีข้อจำกัด การขาดกลไกกลาง (Single Point of Coordination) เป็นปัญหาฝัง รากลึก

### ด้านเงินทุนและการลงทุน

ปัญหาเงินทุนส่งผลโดยตรงต่อขีดความสามารถ R&D ของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ซึ่งเป็น องค์ประกอบหลัก ผู้ประกอบการขาดแคลนแหล่งทุนที่เข้าถึงง่ายสำหรับ R&D เนื่องจากมุ่งเน้นการดำเนินงาน ปัจจุบันเพื่อความอยู่รอด แม้ภาครัฐมีสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ แต่กระบวนการซับซ้อนและล่าช้า สถาบันการเงิน พาณิชย์มอง R&D มีความเสี่ยงสูงและต้องการหลักทรัพย์ค้ำประกัน ทำให้ SMEs เข้าถึงยาก ส่งผลให้ ผู้ประกอบการเลือกผลิตแบบเดิมแทนการลงทุนเสี่ยง

ต้นทุนสูงของเทคโนโลยีขั้นสูง เป็นกำแพงใหญ่ เช่น เครื่องตรวจ DNA หาสิ่งปนเปื้อนสุกร ระบบ HPP ยืดอายุอาหาร หรือระบบบล็อกเชนสำหรับห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งต้องใช้เงินทุนมหาศาลเกินศักยภาพ SMEs ผู้ประกอบการไทยจึงเสียเปรียบบริษัทข้ามชาติ ความไม่แน่นอนของตลาดและระยะคืนทุนยาวนานยิ่งทำให้ ลังเล การขาด VC หรือ Angel Investor ที่เชี่ยวชาญ Halal Tech ทำให้สตาร์ทอัพขาดทุนสนับสนุนช่วง เริ่มต้น (Lubis, et. al., 2016, P 35)

### ด้านทรัพยากรมนุษย์

ความท้าทายทรัพยากรมนุษย์ เป็นอุปสรรคเชิงลึกที่ขัดขวางนวัตกรรมยั่งยืน ภาวะ Skills Gap รุนแรง โดยขาดบุคลากร Hybrid Skills ที่เชี่ยวชาญทั้งหลักศาสนาอาหาร/วิทยาศาสตร์อาหาร และเทคโนโลยี สมัยใหม่ เช่น วิทยาศาสตร์อาหาร Biotech หรือ Digital Tech บุคลากรในตลาดมักเชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่ง เช่น นักวิชาการศาสนาขาดความรู้เทคโนโลยี หรือนักวิทยาศาสตร์ขาดความเข้าใจศาสนา ส่งผลให้พัฒนา นวัตกรรมไม่ราบรื่น เช่น สูตรอาหารใหม่ที่ใช้เอนไซม์ ชีววิศวกรรมแต่ไม่ผ่านรับรองอาหาร

ระบบการศึกษายังแยกวิทยาศาสตร์จากศาสนศึกษา มีหลักสูตรบูรณาการน้อย เช่น สาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีฮาลาล ส่งผลให้บัณฑิตไม่พร้อมใช้งาน ผู้ประกอบการต้องฝึกอบรมเพิ่ม การขาดนักวิจัยขั้นสูงทำให้ขาดองค์ความรู้ใหม่ส่งผลกระทบต่อทั้งห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ R&D การควบคุมคุณภาพ จนถึงการตลาด

#### ด้านการรับรู้และการยอมรับ

อุปสรรคการรับรู้และยอมรับเกี่ยวข้องกับทัศนคติผู้ผลิตและผู้บริโภค ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะธุรกิจครอบครัวยึดติดการผลิตดั้งเดิม มองวิธีเดิม “ดีอยู่แล้ว” และนวัตกรรมเป็นความเสี่ยงไม่จำเป็น คติ “If it ain't broke, don't fix it” เป็นกำแพงจิตใจ ทำให้ขาดแรงจูงใจทดลองเทคโนโลยีใหม่

ผู้บริโภคเผชิญความซับซ้อนในการสื่อสารคุณค่านวัตกรรม สินค้าฮาลาลนวัตกรรมราคาสูงกว่า ต้องสื่อสารให้ชัดว่าคุ้มค่าอย่างไร เช่น Smart Packaging บ่งชี้ความสด หรือนาโนเทคโนโลยีในอาหารเสริม ผู้ประกอบการ SMEs ขาดกลยุทธ์การตลาดแบบยล ผู้บริโภคบางกลุ่มกังวลเทคโนโลยีใหม่ โดยเฉพาะอาหาร “ปลอดภัยและสอดคล้องศาสนาจริงหรือ?” การสร้าง Trust ต้องใช้เวลา การให้ความรู้ และรับรองที่น่าเชื่อถือ

#### การอภิปรายผล

ผลการศึกษาค้นคว้าความขัดแย้งระหว่างโอกาสเทคโนโลยีขั้นสูงกับข้อจำกัดเงินทุน/ทรัพยากรมนุษย์ โอกาส Blockchain Traceability Biotech หรือ AI ถูกจำกัดด้วยเงินทุน R&D และ Skills Gap สอดคล้อง “Valley of Death” ในวรรณกรรมนวัตกรรม ที่งานวิจัยดีไม่ถึงเชิงพาณิชย์ เพราะขาดทุนเปลี่ยนผ่าน

นโยบายภาครัฐไม่สอดคล้องภาคเอกชน สะท้อนจุดอ่อน National Innovation System ขาดแผนแม่บท กฎเกณฑ์ไม่เอื้อ ทำให้ FDI Halal Tech ลด ผู้ประกอบการเผชิญ Transaction Cost สูงจากขาดบูรณาการ

ช่องว่างนวัตกรรมกับตลาดจากทัศนคติผู้ผลิตและการสื่อสาร ทำให้ Supply-Demand ไม่สมดุล นักวิจัยพัฒนาได้แต่ผู้ผลิตไม่ผลิต ผู้บริโภคไม่ซื้อ

การแก้ไขระบบจะปลดล็อกโอกาส แผนแม่บทชัดเจนลดความเสี่ยง กระตุ้นลงทุน กองทุน VC Halal Tech และสินเชื่อ R&D อัดฉีดเม็ดเงิน ลงทุนพัฒนาบุคลากรผ่านฝึกอบรม/หลักสูตรใหม่ เมื่อมีเทคโนโลยีและคน สร้างนวัตกรรมต่อยอดได้ สร้างวงจรบวก

จากผลการศึกษา ข้อเสนอแนะเชิงพัฒนาควรมุ่งต่อยอดองค์ความรู้จากระดับงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างเป็นระบบ โดยควรจัดตั้งกลไกกลางสำหรับเชื่อมโยงนักวิจัย ผู้ประกอบการ หน่วยงานรับรอง และภาครัฐ เพื่อร่วมกำหนดโจทย์วิจัยที่ตอบสนองความต้องการของตลาดจริง ควบคู่กับการพัฒนาฐานข้อมูลกลางด้านเทคโนโลยีฮาลาล มาตรฐานการรับรอง และแนวโน้มผู้บริโภค เพื่อให้การวิจัยมีทิศทางชัดเจนและลดความซ้ำซ้อนในระบบ นอกจากนี้ ควรสนับสนุนงานวิจัยต่อยอดในลักษณะ Translational Research หรือการวิจัยที่มุ่งถ่ายทอดสู่การใช้จริง ผ่านโครงการนำร่อง พื้นที่ทดสอบนวัตกรรม และความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรมโดยตรง

ในด้านทรัพยากรมนุษย์ ควรพัฒนาหลักสูตรสหวิทยาการที่บูรณาการวิทยาศาสตร์ฮาลาล เทคโนโลยี ดิจิทัล การจัดการธุรกิจ และการตลาด เพื่อสร้างบุคลากรที่สามารถทำงานข้ามสาขาได้จริง พร้อมกันนี้ ควรส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการสื่อสารคุณค่านวัตกรรมฮาลาลแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วม

และลดช่องว่างระหว่างอุปทานกับอุปสงค์ ข้อเสนอเหล่านี้สอดคล้องกับแนวความคิดพัฒนาระบบนิเวศฮาลาล และโครงสร้างสนับสนุนนวัตกรรมของอุตสาหกรรมฮาลาลไทยที่ถูกกล่าวถึงในงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

### บทสรุป

อุตสาหกรรมฮาลาลไทย ยืนอยู่บนจุดเปลี่ยนที่สำคัญ ด้วยศักยภาพอันมหาศาลในการเป็นศูนย์กลางการผลิต และส่งออกที่สำคัญของโลก แต่ศักยภาพดังกล่าว จะถูกปลดล็อกและแปรเปลี่ยนเป็นความสำเร็จที่ยั่งยืนได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยชี้ขาดเพียงหนึ่งเดียว นั่นคือ “นวัตกรรม” บทวิเคราะห์ทั้งหมดได้ฉายภาพให้เห็นอย่างชัดเจนว่า แม้โอกาสจะเปิดกว้างจากการเติบโตของตลาดฮาลาลโลกและความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายขึ้น แต่เส้นทางข้างหน้าของไทยกลับเต็มไปด้วยความท้าทายเชิงระบบที่เชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ เริ่มตั้งแต่ด้านโครงสร้างและนโยบายที่ขาดแผนแม่บทนวัตกรรมฮาลาลแห่งชาติที่ชัดเจน การบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังคงเป็นปัญหา และกฎระเบียบที่ล้าสมัย กลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งอุปสรรคเชิงนโยบายนี้ได้ส่งผลกระทบต่อตรงไปยังด้านเงินทุน และการลงทุนทำให้ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ขาดแคลนแหล่งทุนสำหรับการวิจัยและพัฒนา และไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีขั้นสูงที่มีต้นทุนมหาศาลได้ สถานการณ์ยิ่งเลวร้ายลง เมื่อพิจารณาถึงด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ยังคงมีช่องว่างทางทักษะขนาดใหญ่ขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทั้งด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาล และเทคโนโลยีนวัตกรรม และท้ายที่สุด ความท้าทายทั้งหมดนี้ สะท้อนออกมาในด้านการรับรู้และการยอมรับ ซึ่งผู้ประกอบการจำนวนมาก ยังคงยึดติดกับวิถีการผลิตแบบดั้งเดิม ขณะเดียวกัน ก็เผชิญความยากลำบากในการสื่อสารคุณค่าของนวัตกรรมที่ซับซ้อนให้เป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้บริโภค

ดังนั้น เมื่อถึงเวลาที่ทุกภาคส่วน ต้องตระหนักและยอมรับความจริงที่ว่า ในยุคที่การแข่งขันในตลาดโลกทวีความรุนแรง และภูมิทัศน์ทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นวัตกรรมมิใช่ “ทางเลือก” (Option) อีกต่อไป แต่คือ “ทางรอด” (Survival) และเป็น “หัวใจสำคัญ” (The Core) ของการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทยในอนาคต การเดินตามรอยความสำเร็จแบบเดิม ๆ ไม่เพียงพอที่จะรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันได้อีกต่อไป การประยุกต์ใช้นวัตกรรม ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตั้งแต่การพัฒนาวัตถุดิบ การแปรรูป การรับรองมาตรฐานที่โปร่งใสด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล จนถึงการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง คือหนทางเดียวที่จะทำให้ประเทศไทยสามารถก้าวข้ามคู่แข่ง สร้างความแตกต่างที่ชัดเจน และตอบสนองต่อความต้องการที่ซับซ้อนของผู้บริโภคยุคใหม่ได้ การก้าวข้ามความท้าทายที่กล่าวมาทั้งหมด ผ่านความร่วมมืออย่างจริงจังระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมที่แข็งแกร่ง จึงเป็นภารกิจเร่งด่วนที่สุด เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมฮาลาลไทย ให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดในการเป็นผู้นำตลาดโลกได้อย่างสง่างามและยั่งยืน

## References

- Abbasi, M., Khan, K. M., & Awan, A. G. (2021). Halal Innovation and Market Growth: A Review of Opportunities and Challenges. *Journal of Islamic Marketing*, 12(3), 544-561. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0145>
- Akbar, N., & Nurbaya, S. (2023). Halal industry challenges: Standardization and harmonization of certification. *Journal of Islamic Marketing*.
- Alourani, A., & Khan, M. A. (2024). Blockchain and artificial intelligence-based halal Product traceability system: A comprehensive framework. *Journal of Islamic Marketing*, 15(4), 892-910.
- Department of Industrial Promotion. (2019). **Guidelines for promoting the development of the Thai Halal industry through innovation and technology**. Bangkok: Ministry of Industry.
- HalalFocus. (2024, March 4). Bangkok lab leads ‘halal science’ development as Thailand seeks to become industry hub. *HalalFocus News*. Retrieved from <https://halalfocus.com/bangkok-lab-leads-halal-science-development/>
- Phan, Q. P., & Mohammad, J. F. (2019). Challenges for Halal Innovation in ASEAN Countries: Policy and Structural Issues. *Asian Journal of Business and Management*, 7(2), 112-124.
- Riannee, R., et al. (2025). The integration of technological innovation in the Halal industry. *Journal of Economics, Knowledge and Innovation*, 11(3), 120-135.
- Salleh, S. M., & Zainal-Abidin, M. A. A. (2018). Human Capital Development for Halal Innovation: Bridging the Skills Gap in Malaysia. *Journal of Halal Industry and Services*, 1(1), 25-34.
- Sirisombat, T., et al. (2022). Service innovation technology applied by Halal tourism operators in Thailand. *Journal of Halal Science and Technology*, 1(1), 32-37.
- Lubis, H. N., Ahmad, R., & Mohd, S. (2016). Current trusted technology and innovations in halal food authentication: A comprehensive review. *Trends in Food Science & Technology*, 58, 12-25. doi: 10.1016/j.tifs. 2016.10.014
- Worayan, J., et al. (2024). **The development of the Thai Halal industry and Halal Ecosystem**. Research Report of the Secretariat of the House of Representatives.
- Wright, L. T., & Yacob, M. R. (2017). Consumer Perceptions and Adoption of Halal Innovation Products: The Role of Communication and Awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 583-601. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2017-0003>

การพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทย:  
ความท้าทายและปัญหาในการตรวจรับรองฮาลาล  
Development of Halal Logistics Standards in Thailand:  
Challenges and Issues in Halal Certification

อดิศักดิ์ นุชมี Adisak Nuchmee\*

วันรับบทความ 7 เมษายน 2569 / วันแก้ไขบทความ 13 พฤษภาคม 2569 / วันตอบรับบทความ 27 พฤษภาคม 2569

### บทคัดย่อ

การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลในบริบทโลกปัจจุบันมิได้จำกัดอยู่เพียงกระบวนการผลิต หากแต่ขยายขอบเขตครอบคลุมกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการธำรงรักษาความเป็นฮาลาลของผลิตภัณฑ์ บทความนี้มุ่งศึกษาและวิเคราะห์พัฒนาการ โครงสร้าง และบทบาทของมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทยภายใต้กรอบแนวคิดห่วงโซ่อุปทานฮาลาล โดยให้ความสำคัญกับการจัดเก็บ การขนส่ง และการกระจายสินค้าในฐานะกลไกเชิงระบบที่เชื่อมโยงการผลิตเข้ากับตลาด

การศึกษานี้ใช้การทบทวนวรรณกรรมเชิงวิเคราะห์จากงานวิจัยและบทความวิชาการด้าน Halal supply chain และ Halal logistics ร่วมกับการวิเคราะห์เอกสารมาตรฐานและระเบียบฮาลาลของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า มาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของไทยมีลักษณะเป็นระบบบูรณาการภายใต้มาตรฐานฮาลาลหลัก ซึ่งช่วยยกระดับโลจิสติกส์จากกิจกรรมเชิงเทคนิคไปสู่ส่วนหนึ่งของระบบกำกับดูแลฮาลาล อย่างไรก็ตาม โครงสร้างดังกล่าวยังคงมีข้อจำกัดด้านความชัดเจนของขอบเขตการกำกับดูแล การตีความข้อกำหนด และประสิทธิภาพของกระบวนการตรวจรับรองและการควบคุมในทางปฏิบัติ โดยเฉพาะในกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีความซับซ้อน เช่น คลังสินค้า การขนส่ง และจุดเปลี่ยนถ่าย

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาแนวทางกำกับดูแลเชิงระบบที่มีความชัดเจนสอดคล้องกับบริบทโลจิสติกส์สมัยใหม่ และสามารถรองรับความซับซ้อนของห่วงโซ่อุปทานฮาลาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** ฮาลาลโลจิสติกส์, ห่วงโซ่อุปทานฮาลาล, มาตรฐานฮาลาล, การตรวจรับรองฮาลาล

### Abstract

In the contemporary global halal industry, halal assurance extends beyond production processes to encompass the entire supply chain, with logistics playing a critical role in safeguarding halal integrity. This article examines the development, structure, and role of

---

\*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์วิชามนุษยศาสตร์ วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต อีเมล adisak.n@rsu.ac.th

Thailand's halal logistics standards within the halal supply chain framework, with particular emphasis on warehousing, transportation, and distribution as systemic mechanisms linking production to the market.

This study employs an analytical literature review of research and academic works on halal supply chain and halal logistics, combined with an analysis of Thailand's halal standards and regulatory documents. The findings indicate that halal logistics standards in Thailand are characterized by an integrated structure embedded within the overarching halal standards, which elevates logistics from a technical function to a key component of halal governance. However, this structure presents limitations in terms of the clarity of regulatory scope, consistency in interpretation, and the effectiveness of certification and control processes in practice, particularly in complex logistics activities such as warehousing, transportation, and transshipment points.

The study highlights the need to develop a more clearly defined and system-oriented regulatory framework that aligns with modern logistics contexts and effectively addresses the complexity of the halal supply chain.

**Keywords:** Halal logistics, Halal supply chain, Halal standards, Halal certification

## บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดเรื่องฮาลาลได้ขยายขอบเขตจากการพิจารณาความถูกต้องตามบทบัญญัติอิสลามในระดับผลิตภัณฑ์ ไปสู่การมองฮาลาลในฐานะระบบตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Halal supply chain) การเปลี่ยนแปลงเชิงแนวคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักที่เพิ่มขึ้นว่า ความเป็นฮาลาลของผลิตภัณฑ์มิได้ขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตเพียงช่วงใดช่วงหนึ่ง หากแต่ขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องและความสอดคล้องของกระบวนการทั้งหมด ตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบ การผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง ไปจนถึงการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค (Tiemann, 2011; Haleem, Khan, & Khan, 2020)

ภายใต้กรอบแนวคิดนี้ โลจิสติกส์จึงมิใช่เพียงกิจกรรมสนับสนุนทางเทคนิค หากแต่เป็นองค์ประกอบเชิงยุทธศาสตร์ที่มีผลโดยตรงต่อการธำรงรักษาความเป็นฮาลาลของสินค้าและบริการ กิจกรรมด้านการจัดเก็บ การขนส่ง และการจัดการจุดเปลี่ยนถ่าย เป็นช่วงกระบวนการที่มีความเสี่ยงต่อการปนเปื้อน การปะปน หรือการสูญเสียสถานะฮาลาล หากขาดการกำกับดูแลที่เหมาะสม ด้วยเหตุนี้ แนวคิดเรื่อง “ฮาลาลโลจิสติกส์” จึงได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นทั้งในเชิงวิชาการและเชิงนโยบาย โดยนักวิชาการจำนวนมากชี้ให้เห็นว่าการจัดการโลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญในการรักษาความสมบูรณ์ของสถานะฮาลาล (halal integrity) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Zulfakar, Anuar, & Talib, 2014; Ab Talib, Zailani, & Zulfakar, 2015)

ในระดับสากล ประเทศมาเลเซียถือเป็นหนึ่งในประเทศต้นแบบด้านการพัฒนามาตรฐานฮาลาล โลจิสติกส์ โดยได้พัฒนามาตรฐานเฉพาะด้านภายใต้ชุดมาตรฐาน MS 2400: Halal Supply Chain Management System เพื่อกำกับและธำรงรักษาความเป็นฮาลาลของสินค้าและบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน มาตรฐานดังกล่าวครอบคลุมกิจกรรมสำคัญด้านการขนส่ง คลังสินค้า และการค้าปลีก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการ พัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์เฉพาะด้าน (Logistics-Specific Standard) ที่ให้ความสำคัญกับการแยก สินค้า การป้องกันการปนเปื้อน การตรวจสอบย้อนกลับ และการควบคุมกิจกรรมโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบ (Department of Standards Malaysia, 2019; Tieman, van der Vorst, & Ghazali, 2012) แนวทางของ ประเทศมาเลเซียจึงสะท้อนถึงการพัฒนาระบบกำกับดูแลฮาลาลโลจิสติกส์ที่มีความชัดเจนทั้งในเชิงโครงสร้าง มาตรฐานและกระบวนการตรวจรับรอง

ในบริบทของประเทศไทย ระบบฮาลาลแห่งชาติได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีบทบาทสำคัญต่อ อุตสาหกรรมอาหารและการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในฐานะกลไกที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ ฮาลาลในตลาดโลก (The Central Islamic Council of Thailand, 2019) อย่างไรก็ตาม การกำกับดูแล กิจกรรมฮาลาลโลจิสติกส์ยังคงอยู่ภายใต้โครงสร้างมาตรฐานฮาลาลแบบบูรณาการ ซึ่งมีได้แยกมาตรฐาน ฮาลาลโลจิสติกส์ออกเป็นเอกเทศโดยเฉพาะ โครงสร้างดังกล่าว แม้จะช่วยให้ระบบมีความยืดหยุ่นและสามารถ ปรับใช้ได้กับบริบทที่หลากหลาย แต่ก็ทำให้เกิดคำถามเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติว่า มาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ ของประเทศไทยมีพัฒนาการและโครงสร้างอย่างไร และมีบทบาทในการค้าจนความเป็นฮาลาลของห่วงโซ่ อุปทานในระดับใด

### ความหมายและแนวคิดของฮาลาลโลจิสติกส์

คำว่า ฮาลาล (Halal) อาจพบการถอดเสียงเป็น “ฮาลาล” “ฮะลาล” หรือ “หะลาล” อย่างไรก็ตาม ในบทความนี้ผู้เขียนเลือกใช้คำว่า “ฮาลาล” เนื่องจากเป็นคำที่ใช้แพร่หลายในสังคมไทย และเป็นคำที่กำหนด ไว้ในมาตรฐานฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (The Central Islamic Council of Thailand, 2017)

คำว่า “ฮาลาล” เป็นคำในภาษาอาหรับ (حلال) มีความหมายว่า สิ่งที่ได้รับอนุญาตหรืออนุมัติ เมื่อนำมาใช้ในบริบททางศาสนา หมายถึง สิ่งที่ศาสนาอิสลามอนุญาตหรือรับรองว่าสามารถกระทำหรือบริโภคได้ ตามหลักศาสนา

โลจิสติกส์ (Logistics) หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำใด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ เพื่อ ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายจัดเก็บและกระจายสินค้าจากแหล่งที่ผลิต (Source of Origin) จนสินค้าได้มีการส่ง มอบไปถึงแหล่งที่มีความต้องการ (Source of Consumption) โดยกิจกรรมดังกล่าวจะต้องมีลักษณะเป็น กระบวนการแบบบูรณาการ โดยเน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีเป้าหมายในการส่งมอบให้ทันเวลา และ เพื่อลดต้นทุน มุ่งเน้นให้เกิดความพอใจแก่ลูกค้า และส่งเสริมให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการ ทั้งนี้ กระบวนการต่าง ๆ ของระบบโลจิสติกส์จะต้องมีลักษณะปฏิสัมพันธ์ที่สอดคล้องประสานกัน ในอันที่จะบรรลุ วัตถุประสงค์ (Sorat, T., 2006) ในขณะที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยให้ความหมาย

การโลจิสติกส์ว่าหมายถึง ระบบการจัดเก็บ การขนส่งสินค้า ข้อมูล และทรัพยากรอย่างอื่นที่มีการขนส่ง หรือเคลื่อนย้ายจากจุดต้นทางไปยังจุดบริโภคปลายทาง (The Central Islamic Council of Thailand, 2025)

ฮาลาลโลจิสติกส์ (Halal logistics) หมายถึง กิจกรรมโลจิสติกส์ที่คำนึงถึงหลักปฏิบัติทางศาสนาอิสลาม โดยการป้องกันการปนเปื้อนของสินค้า เครื่องมือและอุปกรณ์ระหว่างสินค้า ฮาลาลและสินค้าที่ไม่ใช่สินค้าฮาลาล จากแหล่งวัตถุดิบจนถึงมือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย โดยมีเครื่องหมายการรับรองฮาลาลเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (Ahmad & Shariff, 2016; Masudin, Fernanda & Widayat, 2016) ดังนั้น ฮาลาลโลจิสติกส์จึงเป็นรูปแบบของการบริการโลจิสติกส์อย่างหนึ่งที่มีความแตกต่างไปจากการบริการโลจิสติกส์ขั้นพื้นฐาน ซึ่งมีหลักสำคัญในการบริการ คือ การปฏิบัติให้สอดคล้องตามหลักศาสนาอิสลาม ในกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบจนกระทั่งสินค้าและบริการเหล่านั้นถึงมือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งในแต่ละกิจกรรมต้องได้รับการตรวจสอบให้เป็นไปตามมาตรฐานตัวชี้วัดของการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาล (Boontham, Y., 2015)

แนวคิดเรื่อง “ฮาลาลโลจิสติกส์” (Halal logistics) เกิดขึ้นจากการขยายกรอบความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาล จากการมุ่งเน้นเฉพาะความถูกต้องตามบทบัญญัติอิสลามในระดับวัตถุดิบและกระบวนการผลิตไปสู่การมองฮาลาลในฐานะระบบตลอดห่วงโซ่อุปทาน (halal supply chain) แนวคิดดังกล่าวตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่าความเป็นฮาลาลของผลิตภัณฑ์มีได้สิ้นสุดลงเมื่อกระบวนการผลิตเสร็จสิ้น หากแต่ยังคงต้องได้รับการธำรงรักษาอย่างต่อเนื่องในทุกช่วงของการจัดเก็บ การขนส่ง และการกระจายสินค้า (Tieman, 2011; Haleem, Khan, & Khan, 2020)

ในเชิงแนวคิด ฮาลาลโลจิสติกส์สามารถอธิบายได้ว่าเป็นการจัดการกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้งหมดภายใต้กรอบหลักศาสนาอิสลาม โดยมีเป้าหมายสำคัญในการป้องกันการปนเปื้อน การปะปน และการกระทำใด ๆ ที่อาจส่งผลให้สถานะฮาลาลของสินค้าเสื่อมสลายลง แนวคิดนี้จึงมิได้มุ่งเน้นเพียงประสิทธิภาพด้านต้นทุน เวลา หรือคุณภาพการบริการตามกรอบโลจิสติกส์ทั่วไป หากแต่เพิ่มมิติด้านคุณค่าและความรับผิดชอบเชิงศาสนาเข้าเป็นองค์ประกอบหลักของการจัดการระบบโลจิสติกส์ (Talib, Hamid, & Zulfakar, 2015)

งานวิชาการด้าน halal supply chain ได้เสนอให้มองฮาลาลโลจิสติกส์ในฐานะ “กลไกค้ำจุนความเป็นฮาลาล” (halal integrity assurance mechanism) ซึ่งทำหน้าที่เชื่อมโยงกระบวนการผลิตเข้ากับตลาดอย่างปลอดภัยในเชิงศาสนา แนวคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าแม้ผลิตภัณฑ์จะผ่านการผลิตตามหลักฮาลาลอย่างถูกต้อง แต่หากกระบวนการโลจิสติกส์ขาดการควบคุมที่เหมาะสม ความเป็นฮาลาลของผลิตภัณฑ์ก็อาจถูกตั้งคำถามได้ในทันที (Zulfakar, Anuar, & Talib, 2014)

ในเชิงประจักษ์ มีงานวิจัยที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของกระบวนการฮาลาลโลจิสติกส์ต่อการรักษาความเป็นฮาลาลของสินค้าและประสิทธิภาพการดำเนินงานในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทย โดยพบว่า การจัดการด้านคลังสินค้า การขนส่ง สถานีจัดส่ง และการทำความสะอาด ล้วนมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ โดยเฉพาะการควบคุมกระบวนการและการป้องกันการปนเปื้อนซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการรักษาความเป็นฮาลาลและสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าอาหารฮาลาลตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้ ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นของการพัฒนาระบบและมาตรฐานฮาลาล

โลจิสติกส์ที่มีความชัดเจนและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการดำเนินงานฮาลาลในบริบทอุตสาหกรรมสมัยใหม่ (Nami, Chusanuk, Chusanuk, & Charoenpompanichkul, 2017)

เมื่อพิจารณาในเชิงระบบ ฮาลาลโลจิสติกส์มีลักษณะเป็นกระบวนการข้ามองค์กรและข้ามขอบเขตหน้าที่ โดยเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่าย ทั้งผู้ผลิต ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ คลังสินค้า ผู้ให้บริการขนส่ง และหน่วยงานกำกับดูแล ความซับซ้อนดังกล่าวทำให้ฮาลาลโลจิสติกส์มิใช่เพียงเรื่องของการปฏิบัติในระดับสถานประกอบการ แต่เป็นประเด็นเชิงโครงสร้างที่ต้องอาศัยมาตรฐาน แนวปฏิบัติ และกลไกการกำกับดูแลที่ชัดเจน (Tieman, van der Vorst, & Ghazali, 2012)

ในบริบทนี้ ความหมายของฮาลาลโลจิสติกส์จึงแตกต่างจากโลจิสติกส์ทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ โลจิสติกส์ทั่วไปให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจเป็นหลัก ขณะที่ฮาลาลโลจิสติกส์ให้ความสำคัญกับการธำรงรักษาความถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามควบคู่ไปกับประสิทธิภาพดังกล่าว ความแตกต่างนี้สะท้อนผ่านการกำหนดข้อปฏิบัติด้านการแยกสินค้า การจัดการพื้นที่และอุปกรณ์ การควบคุมกระบวนการทำความสะอาด และการจัดทำเอกสารเพื่อรองรับการตรวจสอบและการตรวจติดตาม (Talib & Hamid, 2014)

สำหรับประเทศไทย แนวคิดฮาลาลโลจิสติกส์ถูกนำมาประยุกต์ใช้ภายใต้กรอบระบบฮาลาลแห่งชาติ โดยมีได้แยกออกเป็นระบบโลจิสติกส์เฉพาะด้านอย่างเป็นเอกเทศ แต่ถูกบูรณาการเข้ากับมาตรฐานฮาลาลโดยรวม โครงสร้างเชิงบูรณาการดังกล่าวสะท้อนมุมมองที่ให้ โลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของระบบฮาลาลเชิงองค์รวม มากกว่าการเป็นกิจกรรมสนับสนุนที่อยู่ชายขอบของกระบวนการผลิต อย่างไรก็ตาม การบูรณาการในลักษณะนี้ก็ทำให้ความหมายและขอบเขตของฮาลาลโลจิสติกส์ในทางปฏิบัติยังคงมีความหลากหลายในการตีความ (The Central Islamic Council of Thailand, 2019)

กล่าวโดยสรุป ฮาลาลโลจิสติกส์เป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงหลักศาสนาอิสลามเข้ากับการจัดการโลจิสติกส์สมัยใหม่ โดยมุ่งเน้นการรักษาความเป็นฮาลาลของผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ความเข้าใจในแนวคิดและความหมายของฮาลาลโลจิสติกส์จึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการวิเคราะห์พัฒนาการ โครงสร้าง และบทบาทของมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทย ซึ่งจะได้กล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

### **พัฒนาการและโครงสร้างของมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทย**

การพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทยไม่สามารถอธิบายได้ในลักษณะของการจัดตั้งมาตรฐานเฉพาะด้านโลจิสติกส์โดยตรง หากแต่ต้องพิจารณาในกรอบของการพัฒนาระบบฮาลาลแห่งชาติที่ค่อย ๆ ขยายขอบเขตจากการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ ไปสู่การกำกับดูแลกระบวนการตลอดห่วงโซ่อุปทาน พัฒนาการดังกล่าวสะท้อนแนวคิดเชิงองค์รวมที่มองฮาลาลเป็นระบบมากกว่าการรับรองเฉพาะจุด (Tieman, 2011; Haleem, Khan, & Khan, 2020)

#### **1. พัฒนาการของระบบฮาลาลไทย**

ในระยะแรก ระบบการรับรองฮาลาลของประเทศไทยมุ่งเน้นไปที่การตรวจสอบความถูกต้องตามบทบัญญัติอิสลามในระดับผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับแหล่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิตและส่วนผสมเป็นหลัก แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมอาหารในช่วงที่การค้าและการกระจายสินค้ายังมีความซับซ้อนไม่มากนัก (The Central Islamic Council of Thailand, 2017)

อย่างไรก็ตาม เมื่อโครงสร้างการผลิตและการค้าขายตัวเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมและการค้าระหว่างประเทศ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นหลังจากกระบวนการผลิต เช่น การปนเปื้อนระหว่างการจัดเก็บหรือการขนส่ง เริ่มได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น แนวคิดเรื่องการคงไว้ซึ่งความเป็นฮาลาลตลอดห่วงโซ่อุปทานจึงค่อย ๆ เข้ามามีบทบาท และกลายเป็นแรงผลักดันให้ระบบฮาลาลไทยเริ่มพิจารณากิจกรรมโลจิสติกส์ในฐานะส่วนหนึ่งของกระบวนการฮาลาลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (Zulfakar, Anuar, & Talib, 2014)

## 2. การบูรณาการโลจิสติกส์ภายใต้มาตรฐานฮาลาลหลัก

แทนที่จะพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์เป็นมาตรฐานเฉพาะด้าน ประเทศไทยเลือกใช้แนวทางการบูรณาการโลจิสติกส์เข้าไว้ภายใต้มาตรฐานฮาลาลหลักหรือฮาลาลพื้นฐาน ซึ่งกำหนดกรอบข้อกำหนดและหลักการทั่วไปที่ครอบคลุมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ การขนส่ง และการกระจายสินค้า แนวทางดังกล่าวสะท้อนมุมมองเชิงระบบที่ให้โลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของ “ระบบฮาลาลเชิงองค์รวม” มากกว่าการเป็นระบบย่อยที่แยกขาดจากการผลิต (Talib & Hamid, 2014)

โครงสร้างเชิงบูรณาการนี้มีข้อดีในแง่ของความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับใช้กับบริบทของผู้ประกอบการที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม การกำหนดข้อกำหนดกับในลักษณะหลักการกว้าง ก็ทำให้ขอบเขตของฮาลาลโลจิสติกส์ยังไม่ชัดเจนในเชิงโครงสร้าง และเปิดพื้นที่ให้เกิดการตีความที่แตกต่างกันในทางปฏิบัติ (Ab Talib, Zailani, & Zulfakar, 2015)

## 3. โครงสร้างของข้อกำหนดด้านฮาลาลโลจิสติกส์ในบริบทไทย

เมื่อพิจารณาโครงสร้างของมาตรฐานฮาลาลไทยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ จะพบว่าข้อกำหนดมิได้ถูกจัดหมวดหมู่เป็น “ฮาลาลโลจิสติกส์” อย่างชัดเจน แต่กระจายอยู่ในข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสถานที่ การจัดการกระบวนการ และการควบคุมความเสี่ยงต่อการปนเปื้อน โครงสร้างลักษณะนี้สะท้อนแนวคิดที่ให้โลจิสติกส์เป็นกิจกรรมสนับสนุนที่ต้องปฏิบัติตามหลักฮาลาลเช่นเดียวกับกระบวนการผลิต (The Central Islamic Council of Thailand, 2017)

ข้อกำหนดดังกล่าวครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น การแยกพื้นที่และอุปกรณ์ การจัดการกรณีใช้ทรัพยากรร่วม การทำความสะอาด การจัดทำเอกสาร และการรองรับการตรวจสอบและการตรวจติดตาม แม้ข้อกำหนดเหล่านี้จะสามารถนำไปใช้กับกิจกรรมโลจิสติกส์ได้โดยตรง แต่การที่มีได้ออกแบบมาเฉพาะสำหรับโลจิสติกส์ ทำให้ระดับความละเอียดและความชัดเจนในบางกรณียังไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับความซับซ้อนของระบบโลจิสติกส์สมัยใหม่ (Tieman, van der Vorst, & Ghazali, 2012)

## 4. บทบาทของโครงสร้างมาตรฐานต่อการตรวจรับรองฮาลาลโลจิสติกส์

โครงสร้างมาตรฐานแบบบูรณาการส่งผลโดยตรงต่อรูปแบบการตรวจรับรองฮาลาลโลจิสติกส์ในประเทศไทย การตรวจรับรองมักถูกดำเนินการในลักษณะของการตรวจสถานประกอบการหรือกระบวนการผลิตเป็นหลัก โดยกิจกรรมโลจิสติกส์ถูกพิจารณาเป็นส่วนหนึ่งของระบบการจัดการโดยรวม มากกว่าการเป็นขอบเขตการตรวจที่แยกออกมาอย่างชัดเจน

ผลที่ตามมาคือ การตรวจรับรองฮาลาลโลจิสติกส์อาจให้ความสำคัญกับบางกิจกรรมมากกว่ากิจกรรมอื่น ขึ้นอยู่กับบริบทของสถานประกอบการและดุลยพินิจของผู้ตรวจ โครงสร้างดังกล่าวช่วยลดภาระด้าน

เอกสารและการจัดการในระดับหนึ่ง แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดข้อจำกัดในการประเมินความเสี่ยงเชิงกระบวนการของกิจกรรมโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบ (Zulfakar et al., 2014)

#### 5. การเปลี่ยนผ่านสู่แนวคิดฮาลาลโลจิสติกส์เชิงระบบ

พัฒนาการของมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทยในปัจจุบันสะท้อนถึงช่วงเปลี่ยนผ่านจากการกำกับดูแลฮาลาลในระดับผลิตภัณฑ์ ไปสู่การกำกับดูแลในระดับกระบวนการและระบบห่วงโซ่อุปทาน แม้โครงสร้างมาตรฐานแบบบูรณาการจะยังคงเป็นกรอบหลัก แต่แนวโน้มการให้ความสำคัญกับกิจกรรมโลจิสติกส์ในฐานะจุดเสี่ยงสำคัญของระบบฮาลาลกำลังมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Haleem et al., 2020)

การทำความเข้าใจพัฒนาการและโครงสร้างของมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทยจึงเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการวิเคราะห์บทบาทของมาตรฐานดังกล่าวในห่วงโซ่อุปทานฮาลาล ซึ่งจะได้กล่าวถึงในหัวข้อถัดไป โดยเฉพาะในบริบทของคลังสินค้า การขนส่ง และจุดเปลี่ยนถ่าย เช่น ท่าเรือและสนามบิน

#### 6. การเปรียบเทียบมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ระหว่างประเทศไทยและมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียถือเป็นหนึ่งในประเทศต้นแบบด้านการพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ในระดับสากล โดยได้พัฒนามาตรฐานเฉพาะด้านภายใต้ชุดมาตรฐาน MS 2400: Halal Supply Chain Management System ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมและธำรงรักษาความเป็นฮาลาลของสินค้าและบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน มาตรฐานดังกล่าวแบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่ มาตรฐานด้านการขนส่ง (MS 2400-1) มาตรฐานด้านคลังสินค้า (MS 2400-2) และมาตรฐานด้านการค้าปลีก (MS 2400-3) (Department of Standards Malaysia, 2019) แนวทางดังกล่าวสะท้อนการพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์เฉพาะด้าน (logistics-specific standard) ที่ให้ความสำคัญกับการแยกสินค้า การป้องกันการปนเปื้อน การตรวจสอบย้อนกลับ และการควบคุมกิจกรรมโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบ (Tiemán, van der Vorst, & Ghazali, 2012)

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทย จะพบว่า แนวทางการพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์มีลักษณะแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยประเทศไทยยังคงใช้แนวทางการบูรณาการกิจกรรมโลจิสติกส์ไว้ภายใต้มาตรฐานฮาลาลหลัก ซึ่งข้อกำหนดด้านโลจิสติกส์ถูกกระจายอยู่ในข้อกำหนดทั่วไปของระบบฮาลาล ขณะที่ประเทศมาเลเซียได้แยกมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ออกมาเป็นกรอบมาตรฐานเฉพาะด้าน ทำให้สามารถกำหนดขอบเขต บทบาท และแนวทางการตรวจรับรองที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของกิจกรรมโลจิสติกส์ได้อย่างชัดเจนมากกว่า ความแตกต่างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ระบบของประเทศไทยมีความชัดเจนในเชิงโครงสร้างและเชิงการกำกับดูแลมากกว่าระบบของประเทศไทย ซึ่งยังคงอาศัยการตีความและการบูรณาการในทางปฏิบัติเป็นสำคัญ

ในเชิงนโยบาย แนวทางของประเทศไทยสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาระบบกำกับดูแลฮาลาลโลจิสติกส์เฉพาะด้าน (logistics-specific governance) เพื่อรองรับความซับซ้อนของกิจกรรมโลจิสติกส์สมัยใหม่ ทั้งในด้านการจัดเก็บ การขนส่ง และการจัดการจุดเปลี่ยนถ่ายสินค้า ประสบการณ์ของมาเลเซียจึงอาจเป็นแนวทางสำคัญให้ประเทศไทยศึกษาและประยุกต์ใช้ในการพัฒนามาตรฐานและกลไกการตรวจรับรองฮาลาลโลจิสติกส์ที่มีความชัดเจน เป็นระบบ และสอดคล้องกับบริบทห่วงโซ่อุปทานฮาลาลในอนาคต

### บทบาทของมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ในห่วงโซ่อุปทานฮาลาล

ภายใต้กรอบแนวคิดห่วงโซ่อุปทานฮาลาล มาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์มีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่เป็นกลไกค้ำจุนความเป็นฮาลาลของผลิตภัณฑ์หลังจากออกจากกระบวนการผลิต บทบาทดังกล่าวมิได้จำกัดอยู่เพียงการกำหนดแนวปฏิบัติด้านเทคนิค หากแต่ขยายไปสู่การกำกับดูแลเชิงระบบที่เชื่อมโยงกิจกรรมโลจิสติกส์ทุกช่วงเข้ากับระบบฮาลาลโดยรวมอย่างต่อเนื่อง (Tieman, 2011; Haleem, Khan, & Khan, 2020) ในบริบทนี้ ฮาลาลโลจิสติกส์จึงควรได้รับการพัฒนาให้มีลักษณะเฉพาะด้าน พร้อมระบบการจัดการและการตรวจสอบย้อนกลับที่ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ แม้แนวทางดังกล่าวอาจก่อให้เกิดต้นทุนเพิ่มเติมในระยะสั้น แต่จะมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคมุสลิมในตลาดฮาลาลโลกซึ่งมีจำนวนมากกว่า 2 พันล้านคน

ในบริบทของประเทศไทย บทบาทของมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์สะท้อนผ่านการบูรณาการโลจิสติกส์เข้าไว้ภายใต้มาตรฐานฮาลาลหลักหรือมาตรฐานฮาลาลพื้นฐาน ทำให้กิจกรรมด้านการจัดเก็บ การขนส่ง และการจัดการจุดเปลี่ยนถ่าย กลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบควบคุมฮาลาลเชิงองค์รวม มากกว่าการเป็นกิจกรรมสนับสนุนที่อยู่นอกขอบเขตการกำกับดูแล (สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย, 2560)

#### 1. บทบาทของมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ในบริบทคลังสินค้า

คลังสินค้าเป็นช่วงกระบวนการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรักษาความเป็นฮาลาลของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นจุดพักและจุดรอการเคลื่อนย้ายที่มีความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนหรือการปะปนระหว่างสินค้าฮาลาลและสินค้าที่ไม่ใช่ฮาลาล มาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์จึงมีบทบาทในการกำหนดให้คลังสินค้าเป็นพื้นที่ควบคุมที่ต้องดำเนินการภายใต้หลักการป้องกันความเสี่ยงเชิงศาสนาอย่างเป็นระบบ (Zulfakar, Anuar, & Talib, 2014)

บทบาทดังกล่าวสะท้อนผ่านการกำหนดแนวปฏิบัติด้านการแยกพื้นที่จัดเก็บ การจัดการอุปกรณ์และภาชนะ การควบคุมกระบวนการทำความสะอาด และการจัดทำเอกสารเพื่อรองรับการตรวจสอบและการตรวจติดตาม การนำมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์มาใช้ในบริบทคลังสินค้า ช่วยเปลี่ยนบทบาทของคลังจากเพียงสถานที่เก็บรักษาสินค้าไปสู่ส่วนหนึ่งของระบบประกันความเป็นฮาลาล (halal assurance) ที่มีผลต่อความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด (Tieman, van der Vorst, & Ghazali, 2012)

#### 2. บทบาทของมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ในบริบทการขนส่ง

การขนส่งเป็นกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีความซับซ้อนและมีความเปลี่ยนแปลงสูงที่สุดในห่วงโซ่อุปทานฮาลาล เนื่องจากเกี่ยวข้องกับยานพาหนะ เส้นทาง และผู้ให้บริการหลายราย มาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์จึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกรอบการปฏิบัติที่ช่วยลดความเสี่ยงต่อการสูญเสียสถานะฮาลาลในระหว่างการเดินทางเคลื่อนย้ายสินค้า (Talib & Hamid, 2014)

บทบาทของมาตรฐานในบริบทนี้มีได้มุ่งเน้นเพียงการใช้ยานพาหนะเฉพาะหรือการแยกสินค้าเท่านั้น หากแต่รวมถึงการจัดการกรณีใช้ทรัพยากรร่วม การควบคุมกระบวนการทำความสะอาด การจัดทำเอกสารการขนส่ง และการกำหนดความรับผิดชอบของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ การมีมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ช่วยทำให้การ

ขนส่งถูกมองเป็นกระบวนการที่ต้องคำนึงถึงความถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามควบคู่ไปกับประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (Ab Talib, Zailani, & Zulfakar, 2015)

### 3. บทบาทของมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ในบริบทจุดเปลี่ยนถ่าย

ท่าเรือและสนามบินเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายที่มีความซับซ้อนสูง เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการจัดการสินค้าจำนวนมากจากหลายแหล่งที่มา และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหลายหน่วยงาน มาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์จึงมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงการควบคุมฮาลาลเข้ากับระบบโลจิสติกส์และการค้าระหว่างประเทศ (Tieman, 2011)

ในบริบทนี้ มาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ช่วยกำหนดแนวปฏิบัติในการจัดการพื้นที่พักสินค้าชั่วคราว การขนถ่ายสินค้า และการจัดการเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าและส่งออก แม้มาตรฐานดังกล่าวอาจไม่สามารถควบคุมทุกองค์ประกอบของระบบท่าเรือหรือสนามบินได้โดยตรง แต่การกำหนดให้กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าฮาลาลต้องอยู่ภายใต้กรอบการควบคุมฮาลาลอย่างชัดเจน ช่วยลดความเสี่ยงเชิงระบบและเพิ่มความน่าเชื่อถือของห่วงโซ่อุปทานฮาลาลในระดับสากล (Zulfakar et al., 2014)

### 4. บทบาทเชิงระบบของมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ในห่วงโซ่อุปทานฮาลาล

เมื่อพิจารณาในภาพรวม มาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์มีบทบาทเชิงระบบในการเชื่อมโยงกิจกรรมโลจิสติกส์ทุกช่วงเข้ากับระบบฮาลาลโดยรวม ตั้งแต่คลังสินค้า การขนส่ง ไปจนถึงจุดเปลี่ยนถ่าย มาตรฐานดังกล่าวทำหน้าที่แปลงหลักการทางศาสนาให้เป็นแนวปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริง และรองรับการตรวจสอบและการตรวจติดตามอย่างต่อเนื่อง (Haleem et al., 2020)

อย่างไรก็ตาม บทบาทเชิงบูรณาการนี้ก็มาพร้อมกับข้อจำกัดในเชิงโครงสร้าง โดยเฉพาะเมื่อข้อกำหนดด้านโลจิสติกส์ถูกกำหนดในลักษณะหลักการกว้างและกระจายอยู่ในมาตรฐานฮาลาลหลัก ประเด็นดังกล่าวนำไปสู่คำถามเชิงวิชาการเกี่ยวกับความเพียงพอของโครงสร้างมาตรฐานในการรองรับความซับซ้อนของระบบโลจิสติกส์สมัยใหม่ ซึ่งเป็นประเด็นที่จำเป็นต้องได้รับการอภิปรายต่อในบริบทของความท้าทายและปัญหาในการตรวจรับรอง (Talib & Hamid, 2014)

## ความท้าทายในการพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทย

แม้ว่าประเทศไทยจะมีการพัฒนาระบบมาตรฐานฮาลาลอย่างต่อเนื่อง และได้รับการยอมรับในระดับหนึ่งจากทั้งหน่วยงานรับรองฮาลาลในต่างประเทศและตลาดผู้บริโภคมุสลิม ซึ่งสะท้อนผ่านความสามารถในการส่งออกสินค้าและการเติบโตของอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศ (Haleem et al., 2020; The Central Islamic Council of Thailand, 2020). แต่การพัฒนามาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมโลจิสติกส์ยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ความท้าทายเหล่านี้ไม่ได้เกิดจากลักษณะของกิจกรรมโลจิสติกส์เพียงอย่างเดียว หากแต่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของมาตรฐาน แนวทางในการกำกับดูแล และลักษณะของระบบโลจิสติกส์ไทยที่มีความหลากหลายและซับซ้อน (Haleem, Khan, & Khan, 2020)

ความท้าทายเหล่านี้ถือเป็นพื้นฐานสำคัญของระบบ และในหลายกรณีได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการตรวจรับรองและการควบคุมในทางปฏิบัติ ซึ่งจะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

### 1. ความท้าทายด้านโครงสร้างมาตรฐานและความชัดเจนของขอบเขต

ความท้าทายที่พบได้อย่างชัดเจน คือ ประเทศไทยยังไม่มีมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ที่แยกออกมาเป็นมาตรฐานเฉพาะโดยตรง กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ส่วนใหญ่ยังถูกกำกับภายใต้มาตรฐานฮาลาลหลักในลักษณะของข้อกำหนดแบบบูรณาการ แม้โครงสร้างลักษณะนี้จะช่วยให้สามารถปรับใช้กับสถานการณ์ที่แตกต่างกันได้ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็ทำให้ขอบเขตของฮาลาลโลจิสติกส์ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร (Tieman, 2011)

เมื่อขอบเขตของระบบไม่ชัดเจน ผู้ที่เกี่ยวข้องในแต่ละส่วนของห่วงโซ่อุปทานอาจเข้าใจบทบาทและความรับผิดชอบแตกต่างกัน ส่งผลให้การกำหนดมาตรการควบคุมในระดับระบบยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Talib & Hamid, 2014)

### 2. ความท้าทายด้านการตีความข้อกำหนดในระดับระบบ

ข้อกำหนดด้านฮาลาลโลจิสติกส์ในประเทศไทยส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นหลักการกว้าง ซึ่งเปิดโอกาสให้สามารถนำไปปรับใช้กับองค์กรที่มีรูปแบบแตกต่างกันได้ อย่างไรก็ตาม การขาดแนวทางตีความที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในระดับระบบ อาจทำให้หน่วยงานหรือผู้ปฏิบัติงานในแต่ละพื้นที่นำข้อกำหนดไปใช้แตกต่างกัน (Zulfakar, Anuar, & Talib, 2014)

ความแตกต่างดังกล่าว แม้ในบางกรณีอาจเกิดจากบริบทของพื้นที่ แต่หากไม่มีแนวทางที่ชัดเจน อาจส่งผลให้มาตรการควบคุมที่นำไปใช้ในแต่ละแห่งมีระดับความเข้มงวดไม่เท่ากัน ซึ่งในระยะยาวอาจกระทบต่อความน่าเชื่อถือของระบบฮาลาลโดยรวม (Soon, Chandia, & Regenstein, 2017)

ประเด็นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แนวคิดและความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาล มิได้มีมิติด้านศาสนาเพียงอย่างเดียว หากแต่เกี่ยวข้องกับการตีความทางนิติศาสตร์อิสลาม แนวปฏิบัติด้านอุตสาหกรรม มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร และบริบททางสังคมของแต่ละประเทศร่วมกัน ความหลากหลายของมิติการตีความดังกล่าว ทำให้การกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกันมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมาก (Tieman, 2011; Haleem, Khan, & Khan, 2020)

ดังนั้น การพัฒนาระบบฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทยในระยะต่อไปจึงควรให้ความสำคัญกับการกำหนดหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติที่มีความชัดเจน สามารถอ้างอิงได้ในเชิงกฎหมาย และได้รับการสนับสนุนจากกลไกกำกับดูแลที่มีเอกภาพ ทั้งในระดับนโยบาย ระดับการตรวจรับรอง และระดับการบังคับใช้ในทางปฏิบัติ เพื่อให้การกำกับดูแลฮาลาลโลจิสติกส์มีความสอดคล้อง เป็นระบบ และสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคและตลาดฮาลาลระหว่างประเทศได้อย่างยั่งยืน

### 3. ความท้าทายด้านความพร้อมของผู้ประกอบการและระบบสนับสนุน

ผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์จำนวนมากในประเทศไทยดำเนินงานในรูปแบบโลจิสติกส์ทั่วไป ไม่ได้ออกแบบระบบให้รองรับข้อกำหนดด้านฮาลาลตั้งแต่ต้น การปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวคิดฮาลาลโลจิสติกส์จึงต้องอาศัยการปรับปรุงกระบวนการทำงาน การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน และการพัฒนาความรู้ของบุคลากร (Zulfakar et al., 2014) สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ความท้าทายดังกล่าว

อาจเป็นภาวะที่เกินศักยภาพ หากไม่มีแนวทางหรือมาตรการสนับสนุนที่เหมาะสมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Haleem et al., 2020)

นอกจากนี้ การพัฒนาระบบฮาลาลโลจิสติกส์ยังเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นด้านต้นทุนและความคุ้มค่าทางธุรกิจ เนื่องจากการแยกพื้นที่จัดเก็บ การใช้ระบบขนส่งเฉพาะ การเพิ่มกระบวนการควบคุม และการตรวจติดตาม อาจทำให้ต้นทุนดำเนินงานสูงกว่าระบบโลจิสติกส์ทั่วไป (Tieman, 2011) ในบางกรณีผู้ประกอบการอาจยังไม่เห็นความคุ้มค่าในการลงทุน หากตลาดหรือความต้องการด้านฮาลาลยังไม่มีชัดเจนเพียงพอ ประเด็นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาฮาลาลโลจิสติกส์ไม่อาจพึ่งพาการกำกับดูแลเชิงมาตรฐานเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องอาศัยกลไกสนับสนุนทางเศรษฐกิจและการพัฒนาระบบธุรกิจควบคู่กันไป

ในอีกด้านหนึ่ง ประเด็นนี้ยังนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการหรือบริษัทมุสลิมที่ลงทุนและดำเนินธุรกิจฮาลาลโลจิสติกส์โดยตรง เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีความเข้าใจทั้งในมิติศาสนาและระบบโลจิสติกส์ อาจสามารถพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดฮาลาลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ ความต่อเนื่องของการควบคุม และการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคมุสลิม (Tieman et al., 2012)

#### 4. ความท้าทายด้านการนำมาตรฐานไปใช้ในพื้นที่จุดเปลี่ยนถ่าย

พื้นที่จุดเปลี่ยนถ่าย เช่น คลังสินค้า ท่าเรือ และสนามบิน เป็นส่วนสำคัญของระบบโลจิสติกส์ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นพื้นที่ที่มีความซับซ้อนสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการหลายรายใช้พื้นที่ร่วมกัน และมักอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหลายหน่วยงาน (Tieman, van der Vorst, & Ghazali, 2012)

ในบริบทดังกล่าว การควบคุมสินค้าฮาลาลจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการแยกสินค้าและการป้องกันการปะปนกับสินค้าที่ไม่ใช่ฮาลาล โดยในกรณีที่ไม่สามารถแยกพื้นที่ได้อย่างชัดเจน อาจจำเป็นต้องกำหนดระบบการแบ่งโซนและมาตรการควบคุมที่เหมาะสม เพื่อป้องกันความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนและรักษาความเป็นฮาลาลของสินค้า

ลักษณะดังกล่าวทำให้การนำข้อกำหนดฮาลาลไปใช้ในพื้นที่เหล่านี้ต้องอาศัยความร่วมมือในระดับระบบ และต้องมีการกำหนดแนวทางที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ร่วม

#### 5. ความท้าทายด้านการเชื่อมโยงกับมาตรฐานสากล

ในบริบทของการค้าระหว่างประเทศ การพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทย จำเป็นต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับมาตรฐานในระดับสากล ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งในด้านโครงสร้างและแนวคิดในการกำกับดูแล (Haleem et al., 2020)

หากไม่สามารถเชื่อมโยงมาตรฐานภายในประเทศกับแนวปฏิบัติในระดับสากลได้อย่างเหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจฮาลาลไทยในระยะยาว

กล่าวโดยสรุป ความท้าทายในการพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทยส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของระบบและแนวทางในการกำกับดูแล ซึ่งความท้าทายเหล่านี้ไม่ได้ส่งผลเฉพาะในระดับนโยบายเท่านั้น แต่ยังมีผลต่อการดำเนินงานด้านการตรวจรับรองและการควบคุมในทางปฏิบัติ ดังนั้น

การทำความเข้าใจความท้าทายในระดับระบบจึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการอธิบายปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในกระบวนการตรวจรับรอง

### ปัญหาในการตรวจรับรองและการควบคุมฮาลาลโลจิสติกส์

การตรวจรับรองและการควบคุมเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้มาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์สามารถนำไปใช้ได้จริง อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติ กระบวนการตรวจรับรองในประเทศไทยยังพบข้อจำกัดหลายประการ (Tieman, 2011; Haleem et al., 2020)

#### 1. ปัญหาความไม่ชัดเจนของขอบเขตการตรวจรับรอง

ในทางปฏิบัติ ความไม่ชัดเจนของขอบเขตมาตรฐานที่กล่าวไว้ในระดับระบบ มักสะท้อนออกมาในรูปของความไม่ชัดเจนในการกำหนดขอบเขตการตรวจรับรอง โดยเฉพาะในกรณีของกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีหลายขั้นตอนและเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย (Talib & Hamid, 2014)

ในบางกรณี การตรวจรับรองอาจให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตเป็นหลัก ขณะที่กิจกรรมโลจิสติกส์บางช่วง เช่น การขนส่งหรือการจัดการจุดเปลี่ยนถ่าย อาจไม่ได้รับการประเมินอย่างครอบคลุม ส่งผลให้ความเสี่ยงบางส่วนยังคงอยู่ในระบบโดยไม่ถูกควบคุมอย่างเหมาะสม (Tieman et al., 2012)

#### 2. ปัญหาความแตกต่างในการตีความข้อกำหนดของผู้ตรวจ

ความแตกต่างในการตีความข้อกำหนด ซึ่งเป็นความท้าทายที่เกิดขึ้นในระดับระบบ มักสะท้อนออกมาในระดับการปฏิบัติผ่านผลการตรวจที่แตกต่างกันระหว่างผู้ตรวจ โดยเฉพาะในกรณีที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรร่วม หรือการควบคุมความเสี่ยงที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน (Zulfakar et al., 2014)

ผลการตรวจที่ไม่สอดคล้องกันอาจสร้างความสับสนแก่ผู้ประกอบการ และในบางกรณีอาจทำให้ผู้ประกอบการขาดความมั่นใจต่อแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้อง (Soon et al., 2017)

#### 3. ปัญหาข้อจำกัดด้านองค์ความรู้โลจิสติกส์ของผู้ตรวจ

กิจกรรมโลจิสติกส์มีความเฉพาะทางและเกี่ยวข้องกับกระบวนการหลายขั้นตอน อย่างไรก็ตาม ผู้ตรวจบางส่วนอาจมีพื้นฐานความรู้ด้านศาสนาเป็นหลัก ขณะที่ความรู้ด้านโลจิสติกส์เชิงเทคนิคยังมีข้อจำกัด (Talib & Hamid, 2014)

ข้อจำกัดดังกล่าว อาจทำให้การตรวจเน้นไปที่การตรวจเอกสารหรือสภาพแวดล้อมทั่วไป มากกว่าการประเมินความเสี่ยงเชิงกระบวนการ ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถสะท้อนสภาพการดำเนินงานจริงของระบบได้อย่างครบถ้วน (Haleem et al., 2020)

#### 4. ปัญหาการตรวจติดตามหลังการรับรอง

หลังจากได้รับการรับรองแล้ว กิจกรรมโลจิสติกส์อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่น การเปลี่ยนผู้ให้บริการขนส่ง หรือการปรับเส้นทาง อย่างไรก็ตาม การตรวจติดตามในทางปฏิบัติมักเผชิญกับข้อจำกัดด้านทรัพยากรและเวลา (Tieman, 2011)

หากการตรวจติดตามไม่สามารถสะท้อนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้อย่างเหมาะสมอาจทำให้ความเสี่ยงบางประการสะสมอยู่ในระบบโดยไม่ถูกตรวจพบ (Zulfakar et al., 2014)

## 5. ปัญหาการควบคุมพื้นที่จุดเปลี่ยนถ่ายในทางปฏิบัติ

พื้นที่จุดเปลี่ยนถ่ายเป็นจุดที่สะท้อนปัญหาในระดับการปฏิบัติได้อย่างชัดเจน เนื่องจากเป็นพื้นที่ใช้ร่วมกับผู้ประกอบการหลายราย และบางส่วนอยู่นอกขอบเขตการควบคุมของผู้ประกอบการฮาลาลโดยตรง (Tieman et al., 2012)

แม้จะมีข้อกำหนดในระดับระบบ แต่ในทางปฏิบัติ การควบคุมกิจกรรมทั้งหมดในพื้นที่ดังกล่าวยังเป็นเรื่องที่ทำหาย และต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย

โดยสรุป ปัญหาในการตรวจรับรองและการควบคุมฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทยสะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยยังไม่มีระบบ มาตรฐาน และกลไกการตรวจรับรองฮาลาลโลจิสติกส์เฉพาะด้านที่ชัดเจน โดยกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ยังคงถูกกำกับภายใต้มาตรฐานฮาลาลหลัก ในลักษณะของการบูรณาการร่วมกับกระบวนการผลิต ซึ่งอาจไม่เพียงพอต่อการรองรับความซับซ้อนของกิจกรรมโลจิสติกส์สมัยใหม่ ทั้งในด้านการจัดเก็บ การขนส่ง และการจัดการจุดเปลี่ยนถ่ายสินค้า

สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้การตีความข้อกำหนด การตรวจรับรอง และการควบคุมในทางปฏิบัติยังขาดความเป็นเอกภาพและประสิทธิภาพในระดับระบบ ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานและกลไกกำกับดูแลฮาลาลโลจิสติกส์เฉพาะด้าน ที่สามารถแยกออกจากมาตรฐานฮาลาลหลักอย่างชัดเจน จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรได้รับการพิจารณา เพื่อให้ระบบฮาลาลของประเทศไทยสามารถรองรับความซับซ้อนของห่วงโซ่อุปทานฮาลาลและสร้างความเชื่อมั่นในระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## สรุปผลการศึกษา

การพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทยมิได้เป็นเพียงประเด็นเชิงเทคนิคของการจัดเก็บหรือการขนส่งสินค้า หากแต่เป็นประเด็นเชิงโครงสร้างที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการกำกับดูแลห่วงโซ่อุปทานฮาลาลในภาพรวม ภายใต้บริบทของระบบฮาลาลไทย โลจิสติกส์ถูกบูรณาการอยู่ภายใต้มาตรฐานฮาลาลหลัก และทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการคำนวณความเป็นฮาลาลของผลิตภัณฑ์หลังออกจากกระบวนการผลิต (Tieman, 2011; Tieman et al., 2012)

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า โครงสร้างมาตรฐานแบบบูรณาการดังกล่าวมีจุดแข็งในด้านความยืดหยุ่นและการปรับใช้กับบริบทที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม โครงสร้างดังกล่าวยังคงมีข้อจำกัดสำคัญด้านความชัดเจนของขอบเขตการกำกับดูแล การตีความข้อกำหนด และประสิทธิภาพของกระบวนการตรวจรับรองและการควบคุม โดยเฉพาะในกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีความซับซ้อนสูง เช่น การขนส่งหลายช่วง การใช้พื้นที่และทรัพยากรร่วม รวมถึงจุดเปลี่ยนถ่ายอย่างคลั่งกลาง ท่าเรือ และสนามบิน (Talib & Hamid, 2014; Soon et al., 2017)

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยยังไม่มีมาตรฐานและกลไกการตรวจรับรองฮาลาลโลจิสติกส์เฉพาะด้านที่ชัดเจน โดยกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ยังคงถูกกำกับภายใต้มาตรฐานฮาลาลหลักในลักษณะของการบูรณาการร่วมกับกระบวนการผลิต ซึ่งอาจไม่เพียงพอต่อการรองรับความซับซ้อนของระบบโลจิสติกส์สมัยใหม่ในระยะยาว

### ข้อเสนอเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษา บทความนี้จึงเสนอแนวทางเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาระบบมาตรฐานและกลไกการกำกับดูแลฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทยให้มีความชัดเจน เป็นระบบ และสอดคล้องกับบริบทโลจิสติกส์สมัยใหม่ ดังนี้

ประการแรก ควรพัฒนากรอบแนวปฏิบัติหรือมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์เฉพาะด้านที่เชื่อมโยงกับมาตรฐานฮาลาลหลักอย่างเป็นระบบ โดยไม่จำเป็นต้องแยกออกเป็นระบบใหม่ทั้งหมด แต่ควรกำหนดขอบเขตบทบาท และจุดควบคุมของกิจกรรมโลจิสติกส์ให้ชัดเจนมากขึ้น แนวทางดังกล่าวจะช่วยลดความคลุมเครือในการตีความ และสนับสนุนการบังคับใช้ข้อกำหนดอย่างสม่ำเสมอในทางปฏิบัติ (Tieman et al., 2012; Haleem, Khan, & Khan, 2020)

ประการที่สอง ควรยกระดับศักยภาพของผู้ตรวจรับรองด้านฮาลาลโลจิสติกส์ ผ่านการพัฒนาองค์ความรู้เฉพาะด้านโลจิสติกส์และการประเมินความเสี่ยงเชิงกระบวนการ การเสริมสร้างความเข้าใจด้านระบบโลจิสติกส์จะช่วยให้การตรวจรับรองและการตรวจติดตามสามารถสะท้อนสภาพการดำเนินงานจริงได้อย่างรอบด้าน มากกว่าการพึ่งพาการตรวจเอกสารหรือการประเมินเชิงรูปแบบ (Zulfakar, Anuar, & Talib, 2014)

ประการที่สาม ควรปรับแนวคิดการตรวจรับรองจากการตรวจเชิงจุด ไปสู่การควบคุมเชิงระบบและเชิงความเสี่ยง โดยให้ความสำคัญกับกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีความเสี่ยงสูงต่อการสูญเสียสถานะฮาลาล เช่น การใช้ทรัพยากรร่วม การเปลี่ยนผู้ให้บริการ และการจัดการจุดเปลี่ยนถ่าย แนวทางดังกล่าวจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการควบคุมฮาลาลโลจิสติกส์ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Soon et al., 2017; Haleem et al., 2020)

ประการที่สี่ ควรส่งเสริมการประสานงานเชิงนโยบายระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในบริบทของพื้นที่ใช้ร่วม เช่น คลังกลาง ท่าเรือ และสนามบิน การกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบที่ชัดเจนระหว่างหน่วยงานด้านฮาลาล หน่วยงานด้านโลจิสติกส์ และหน่วยงานกำกับดูแลอื่น ๆ จะช่วยลดช่องว่างในการควบคุมและเพิ่มความต่อเนื่องของระบบฮาลาลตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Talib & Hamid, 2014)

โดยสรุป การพัฒนามาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศไทยจำเป็นต้องขยับจากการกำกับดูแลเชิงหลักการไปสู่การกำกับดูแลเชิงระบบที่ให้ความสำคัญกับลักษณะเฉพาะของกิจกรรมโลจิสติกส์มากขึ้น การยกระดับโครงสร้างมาตรฐาน กระบวนการตรวจรับรอง และกลไกการควบคุมอย่างสอดคล้องกัน ไม่เพียงช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของระบบฮาลาลไทยในประเทศเท่านั้น หากแต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของห่วงโซ่อุปทานฮาลาลของประเทศไทยในบริบทการค้าระหว่างประเทศในระยะยาว

## References

- Ab Talib, M. S., Zailani, S., & Zulfakar, M. H. (2015). Halal supply chain critical success factors. **Journal of Islamic Marketing**, 6(1), 44-71.
- Ahmad, N., & Shariff, S. M. (2016). Supply chain management: Sertu cleansing for halal logistics integrity. **Procedia Economics and Finance**, 37, 418-425.
- Boontham, Y. (2015). **Halal logistics: Food products** [Master's thesis, Thammasat University] (In Thai)
- Department of Standards Malaysia. (2019). MS 2400-2:2019 halal supply chain management system – Part 2: Warehousing – General requirements.
- Haleem, A., Khan, M. I., & Khan, S. (2020). Halal supply chain management: A literature review. **Journal of Cleaner Production**, 273, 122851.
- Masudin, I., Fernanda, F. W., & Widayat, W. (2018). Halal logistics performance and customer loyalty: From the literature review to a conceptual framework. **International Journal of Technology**, 9(5), 1072–1084.
- Nami, M., Chusanuk, A., Chusanuk, C., & Charoenpornpanichkul, K. (2017). Influence of logistics management on logistics performance of Thai halal food industry. **Panyapiwat Journal**, 9(Special Issue), 43–53.
- Soon, J. M., Chandia, M., & Regenstein, J. M. (2017). Halal integrity in the food supply chain. **British Food Journal**, 119(1), 39-51.
- Sorat, T. (2006). **Transport logistics HUB: When Thailand aspires to become the logistics hub of the Indochina region and Southern China**. Bangkok: V-Serve Logistics. (In Thai)
- Talib, M. S. A., & Hamid, A. B. A. (2014). Halal logistics in Malaysia: A SWOT analysis. **Journal of Islamic Marketing**, 5(3), 322–343.
- Talib, M. S. A., Hamid, A. B. A., & Zulfakar, M. H. (2015). Halal supply chain critical success factors. **Journal of Islamic Marketing**, 6(1), 44–71.
- The Central Islamic Council of Thailand. (2017). **Thailand halal standards** (THS 1438 Series). The Central Islamic Council of Thailand.
- The Central Islamic Council of Thailand. (2019). **Guidelines for halal certification and surveillance audit**. The Office of the Central Islamic Council of Thailand.
- The Central Islamic Council of Thailand. (2020). **Thailand's halal certification system and standards**. The Office of the Central Islamic Council of Thailand.  
<https://www.halal.or.th>

- The Central Islamic Council of Thailand. (2025). **Halal certification standards manual**. The Office of the Central Islamic Council of Thailand.
- Tieman, M. (2011). The application of halal principles in supply chain management. **Journal of Islamic Marketing**, 2(1), 63–72.
- Tieman, M., van der Vorst, J. G. A. J., & Ghazali, M. C. (2012). Principles in halal supply chain management. **Journal of Islamic Marketing**, 3(3), 217–243.
- Zulfakar, M. H., Anuar, M. M., & Talib, M. S. A. (2014). Conceptual framework on halal food supply chain integrity. **Journal of Islamic Marketing**, 5(3), 386–404.

“เสรีภาพนำทางประชาชน” ที่มา ความหมาย และอิทธิพล  
“*Liberty Leading the People*” Background, Significance, and Influence

จรรยา โกมุทรัตตานนท์ Charoon Komutrattananon\*

วันรับบทความ 26 พฤษภาคม 2569 / วันแก้ไขบทความ 23 มิถุนายน 2569 / วันตอบรับบทความ 26 มิถุนายน 2569

#### บทคัดย่อ

เป้าหมายของบทความนี้คือความเข้าใจในคุณค่าสำคัญของภาพเขียน “เสรีภาพนำทางประชาชน” ซึ่งเป็นภาพเขียนที่มีชื่อเสียงระดับโลกชิ้นหนึ่ง ด้วยวิธีการอธิบายและวิเคราะห์แง่มุมสามด้านของภาพเขียนดังนี้ 1) ที่มาของภาพซึ่งหมายถึงประวัติของเออแฌน เดอลาครัวซ์ ศิลปินผู้เขียนภาพ และการปฏิวัติฝรั่งเศส 1830 ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจในการเขียนภาพ 2) ความหมายของภาพที่มาจากทั้งรูปแบบและเนื้อหา การจัดองค์ประกอบภาพแบบสามเหลี่ยมพีรามิด การใช้แนวทางการแสดงอารมณ์ของภาพแบบลัทธิโรแมนติกและการเข้าใจภาพเชิงสัญลักษณ์ และ 3) อิทธิพลของภาพหลังมีการเผยแพร่และจัดแสดง การศึกษาทั้ง 3 ด้านทำให้พบว่าคุณค่าสำคัญของภาพคือความหมายที่ว่า “การรวมพลังลุกขึ้นสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิเสรีภาพจากผู้ปกครองที่กดขี่” ในเวลาต่อมาความหมายสำคัญนี้ได้ปรากฏในผลงานศิลปะชิ้นสำคัญหลากหลายแขนง ทั้งในระดับสากลและระดับท้องถิ่น

**คำสำคัญ:** เออแฌน เดอลาครัวซ์, ปฏิวัติฝรั่งเศส 1830, ลัทธิโรแมนติก, สัญลักษณ์นิยม

#### Abstract

The objective of this article is to promote an understanding of the value of the painting, “*Liberty Leading the People*”, one of the world’s most renowned artworks, through the explanation and analysis of the painting in three perspectives: (1) the historical background of the artwork, the history of the artist Eugène Delacroix, and the French Revolution of 1830, which served as the inspiration for the work.; (2) messages conveyed through both form and content, particularly through its pyramidal composition, the emotional intensity of Romanticism, and its symbolic representation; and (3) the influence of the painting after its exhibition and reception. The examination of these three perspectives reveals that the painting’s most significant value lies in its key message, “collective resistance in the struggle for rights and freedom against

---

\*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชามานุษยศาสตร์ วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต อีเมล charoon.k@rsu.ac.th

oppressive rulers.” Subsequently, the key message has become an essential element in various forms of artistic works at both international and local levels.

**Keywords:** Eugène Delacroix, French Revolution of 1830, Romanticism, Symbolism

## บทนำ

คนจำนวนมากที่อยู่นอกแวดวงศิลปะ ตั้งคำถามที่น่าสงสัยประการหนึ่งว่า ทำไมภาพเขียนบางภาพจึงมีชื่อเสียงโด่งดัง มีผู้จดจำไปทั่วโลก พิพิธภัณฑสถานระดับชาติหลายแห่งต้องการนำมาจัดแสดงในพิพิธภัณฑสถานของตน แม้ต้องจ่ายเงินจำนวนมหาศาล คำถามนี้สะท้อนให้เห็นว่าภาพเขียนชิ้นนั้นมีคุณค่าทางศิลปะที่สูงมาก แต่คุณค่าทางศิลปะนี่คืออะไร คำตอบที่ได้ไม่ตายตัว อาจเปลี่ยนแปลงไปตามความเชื่อของสังคมและยุคสมัย ยกตัวอย่าง เช่น ภาพ “โมนาลิซา” (Mona Lisa) ของเลโอนาร์โด ดา วินชี (Leonardo da Vinci) ศิลปินเอกแห่งสมัยฟื้นฟูศิลปวิทยาการ ที่บรรลुरुูปแบบศิลปะแบบเหมือนจริง หรือสะท้อนปรัชญาชีวิต “มนุษยนิยม” อันเป็นแนวทางการดำรงชีวิตในสมัยนั้น หรือภาพ “เกอร์นิกา” (Guernica) ของปาโบล ปิกัสโซ (Pablo Picasso) ศิลปินสเปน ที่สะท้อนถึง “ความสะเทือนใจต่อสงครามกลางเมือง” ในสเปน เขียนด้วยรูปแบบทางศิลปะ “คิวบิสม์” (Cubism) ที่ปิกัสโซคิดค้นขึ้น เหล่านี้คือคุณสมบัติทางศิลปะที่มีคุณค่าดังกล่าว ภาพเขียน “เสรีภาพนำทางประชาชน” เป็นภาพหนึ่งที่มีคุณสมบัติเช่นนี้ ซึ่งน่าสนใจและน่าศึกษา แต่คุณสมบัติที่ว่าเป็นคืออะไร มีความเป็นมาและความหมายอย่างไร เราจะศึกษาอย่างละเอียดจากแง่มุม 3 ด้าน ได้แก่ ที่มา-ประวัติและแรงบันดาลใจของจิตรกร ความหมาย-การจัดองค์ประกอบ รูปแบบทางศิลปะ ความหมายของสัญลักษณ์ อิทธิพล-การปรากฏในศิลปะด้านต่าง ๆ อย่างขึ้นชมและการล้อเลียนหลังการเผยแพร่ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 “เสรีภาพนำทางประชาชน” (Liberty Leading the People)

สีน้ำมันบนผ้าใบ ขนาด 2.60X3.25 เมตร

### จิตรกรผู้เขียนภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน”

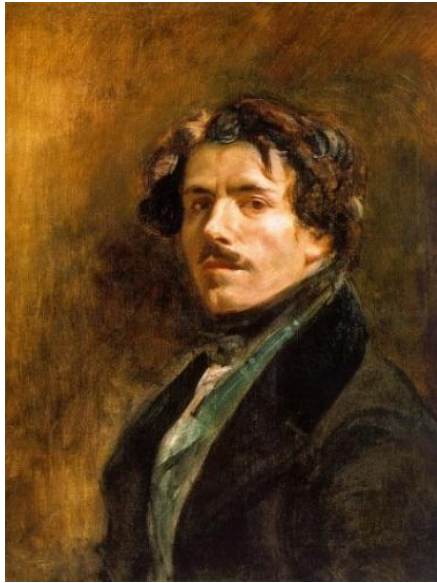
เออแดน เดอลาคร์วซ์ (Eugene Delacroix, 1798-1863) ผู้เขียนภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน” เป็นจิตรกรชาวฝรั่งเศส เกิดในครอบครัวชนชั้นสูง มารดาคือวิกตัวร์ โอเบน (Victoire Oeben) ผู้สร้างเฟอร์นิเจอร์ให้แก่กษัตริย์และราชสำนักฝรั่งเศส บิดาทางกฎหมายคือชาร์ลส์ เดอลาคร์วซ์ข้าราชการการเมืองตำแหน่งสำคัญคนหนึ่ง ในสมัยนโปเลียน โบนาปาร์ต บิดาทางกฎหมายเสียชีวิตเมื่อเขาอายุ 7 ปี ส่วนมารดาเสียชีวิตเมื่อเขาอายุ 16 ปี

ตลอดชีวิตของเดอลาคร์วซ์ เขาอยู่กับสิ่งแวดล้อมอันวุ่นวายทางการเมืองของฝรั่งเศส ที่มีการปฏิวัติถึง 3 ครั้ง ในปี 1789, ปี 1830 และปี 1848 จึงได้ซึมซับสถานการณ์การเมืองอย่างลึกซึ้ง และกลายเป็นเนื้อหาสำคัญของภาพนี้ ทางด้านศิลปะ เขามีชีวิตอยู่ในช่วงรอยต่อของการเปลี่ยนแปลงจากลัทธินีโอ-คลาสสิก (ค.ศ. 1750-1850) สู่ลัทธิโรแมนติก (ค.ศ. 1800-1850) ตอนแรกเขาเรียนรู้การเขียนภาพแบบนีโอ-คลาสสิก แต่ต่อมา มีโอกาสรู้จักบุคคลสำคัญในแวดวงศิลปะหลายคน รวมทั้งศิลปินที่มีชื่อเสียงจำนวนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเป็นศิลปินของเขา จึงได้เปลี่ยนแนวทางการศิลปะ จนกลายเป็นผู้นำคนสำคัญของลัทธิโรแมนติก

เดอลาคร์วซ์ ได้สัมผัสกับงานศิลปะและบุคคลผู้มีอิทธิพลทางศิลปะ ตั้งแต่แรกศึกษาในปี 1815 คือการเข้าเรียนในสถาบันศิลปะของปีแยร์ นาร์ซิสส์ เกรร์เร็ง (Pierre Narcisse Guerin) การได้รู้จักจิตรกรแนวประวัติศาสตร์ อ็องตวน ฌ็อง โกร (Antoine Jean Gros) เขายังได้เยี่ยมชมห้องแสดงภาพ (Salon) ของบารอน ฟร็องซัวส์ เฌราร์ด (Baron François Gérard) จิตรกรผู้สนับสนุนราชวงศ์ และได้รับการสนับสนุนจากนักการเมือง อาดอล์ฟ ทิแยร์ (Adolphe Thiers) ให้เขียนภาพตกแต่งสถาปัตยกรรม เมื่อเติบโตขึ้น เขาได้ศึกษาผลงานศิลปะของผู้มีชื่อเสียงในอดีตหลายคน จึงได้รับอิทธิพลจากวิธีการเขียนและการใช้สีของศิลปินรุ่นก่อน นำมาใช้เขียนภาพในช่วงหลังของเขา เช่น การใช้สีของราฟาเอล (Raphael) ศิลปินยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการ การเขียนอย่างมีลีลาและสมบูรณ์จากพอล รูเบนส์ (Paul Rubens) และเรมแบรนต์ (Rembrandt) ศิลปินยุคบาโรก

เดอลาคร์วซ์เริ่มเขียนภาพตามแนวลัทธิโรแมนติกอย่างจริงจัง เมื่อได้รับอิทธิพลมาจากเพื่อนจิตรกรรุ่นพี่ ซึ่งเป็นผู้นำลัทธิโรแมนติกอย่าง เดออดอร์ เฌรีโก (Théodore Géricault) ผลงานสำคัญของเฌรีโกที่มีอิทธิพลแนวคิดโรแมนติกต่อเดอลาคร์วซ์ คือภาพ “เรือแพเมดูซา” (The Raft of the Medusa) นอกจากนี้ยังได้รับอิทธิพลจากศิลปินแนวโรแมนติกที่มีชื่อเสียงในขณะนั้นด้วย เช่น จิตรกรสีน้ำชาวอังกฤษริชาร์ด พาร์คส์ โบนิงตัน (Richard Parkes Bonington) และนักประพันธ์ดนตรีและนักเปียโนอย่างฟร็องซัวส์ โชแปง (François Chopin) นักเขียนนวนิยายอย่าง ฌอร์ฌ ซ็องด์ (George Sand) และวิกตอร์ อูโก (Victor Hugo) ซึ่งกำลังรวมตัวคลุกคลีกันอยู่ในกรุงปารีสขณะนั้น

แนวคิดแบบลัทธิโรแมนติกปรากฏในผลงานจิตรกรรมสีน้ำมันหลายชิ้นของเดอลาคร์วซ์ ส่วนใหญ่เป็นภาพแสดงความตื่นเต้นและความตาย ความหวาดกลัว และความสิ้นหวัง เช่น ภาพ “เรือของดันเต” (The Barque of Dante) ในปี 1822 ภาพ “การสังหารหมู่ในเกาะชิออส” (The Massacre at Chios) ในปี 1824 และ “ความตายของซาร์ดานาปาลัส” (Death of Sardanapalus) ในปี 1827 แต่ผลงานที่มีชื่อเสียงที่สุดของเขาคือ “เสรีภาพนำทางประชาชน” (Liberty Leading the People) ที่บรรยายภาพการล้มตายและการต่อสู้อย่างกล้าหาญเพื่อเสรีภาพของชาวปารีสในการปฏิวัติฝรั่งเศส ค.ศ. 1830



ภาพที่ 2 เออแดน เดอลาครัวซ์

### แรงบันดาลใจในการเขียนภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน”

“เสรีภาพนำทางประชาชน” ได้รับแรงบันดาลใจจากเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์ของฝรั่งเศส ในช่วงการปฏิวัติ คือ การปฏิวัติฝรั่งเศสเดือนกรกฎาคม 1830 ที่มีผลให้พระเจ้าชาร์ลส์ที่ 10 (ราชวงศ์บูร์บง) ต้องสละราชสมบัติและลี้ภัยไปต่างประเทศ จึงได้สถาปนาภคสมัยพระองค์ใหม่ คือพระเจ้าหลุยส์ ฟิลิปที่ 1 (ราชวงศ์ออร์เลอองส์) ถือเป็น การเปลี่ยนแปลงการปกครองจากแบบราชาธิปไตยภายใต้รัฐธรรมนูญมาเป็นราชาธิปไตยเดือนกรกฎาคมที่เน้นชนชั้นกลางเป็นจุดศูนย์กลาง

สาเหตุสำคัญของการปฏิวัติ มาจากการต่อต้านพระเจ้าชาร์ลส์ที่ 10 ผู้ดำเนินนโยบายที่ทำให้ประชาชนไม่พอใจ พยายามฟื้นฟูสิทธิพิเศษ เสริมสร้างอำนาจของราชอาณาจักร และสกัดความก้าวหน้าของฝ่ายเสรีนิยม โดยออกพระราชบัญญัติเดือนกรกฎาคม ที่จำกัดเสรีภาพของสื่อมวลชน ยุบสภาผู้แทนราษฎรที่เพิ่งได้รับการเลือกตั้ง ลดจำนวนผู้ใช้สิทธิเลือกตั้ง จึงมีผู้เข้าร่วมการต่อต้านครั้งนี้หลายกลุ่ม ตั้งแต่กลุ่มเสรีนิยม กลุ่มสนับสนุนภคสมัยภายใต้รัฐธรรมนูญ พรรคที่ปรึกษาชั้นกลาง ทหารผ่านศึก สื่อมวลชน ไปถึงผู้ใช้แรงงานในเมืองที่ต้องค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้น เศรษฐกิจของฝรั่งเศสช่วงนี้ตกต่ำลง ประชาชนยากจนมาก

การปฏิวัติเกิดขึ้นอย่างฉับพลัน ในวันที่ 27 กรกฎาคม 1830 เมื่อกลุ่มต่อต้านสร้างสิ่งกีดขวางและต่อสู้กับกองทัพ และสามารถยึดอาคารสำคัญได้หลายแห่ง ฌองบาสตีเยกสบัดเหนือดึกต่าง ๆ พระเจ้าชาร์ลส์ปฏิเสธที่จะยกเลิกคำสั่งพระราชบัญญัติเดือนกรกฎาคมตามคำเรียกร้องของคณะกรรมการฝ่ายค้านของราชวงศ์บูร์บง การปะทะบนท้องถนนทวีความรุนแรงขึ้น และการปฏิวัติจบลงอย่างรวดเร็วในเวลาเพียง 3 วัน (27-29 กรกฎาคม 1830) ประชาชนฝ่ายต่อต้านได้รับชัยชนะ แม้จะมีการสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินจำนวนมาก เรียกช่วงเวลานี้ว่า “3 วัน อันรุ่งโรจน์” (Trois Glorieuses) ทหารของราชวงศ์บาดเจ็บและเสียชีวิตจำนวนมาก การปฏิวัตินี้ทำให้มีการเปลี่ยนถ่ายอำนาจจากชนชั้นสูงไปสู่ชนชั้นกลางมากขึ้น ขณะเดียวกัน ได้จุดประกายการเรียกร้องรัฐธรรมนูญไปทั่วทั้งยุโรป (เบลเยียม โปแลนด์ และอิตาลี) จึงจดจำกันในฐานะการปฏิวัติของชนชั้นกลาง การเปิดเสรี และการต่อต้านระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์

เดอลาคาร์วัซซ์เขียนภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน” เพื่อบันทึกเหตุการณ์ในครั้งนี้ และต้องการให้เป็นอนุสรณ์เพื่อรำลึกถึงการต่อสู้เรียกร้องเสรีภาพของประชาชน อันที่จริง ในระยะแรกเขาไม่ได้เห็นใจกลุ่มต่อต้านมากนัก เพราะทำลายทรัพย์สินและเผากรุงปารีส บ้านเมืองลุกไหม้เป็นกองเพลิง แต่เมื่อเขาเห็นธง 3 สีที่โบกไสวของผู้ต่อต้านรัฐบงคอคอยน์เออร์-ตาม จึงเกิดความรู้สึกกระตือรือร้นและร้องตะโกนยกย่องประชาชนผู้ต่อต้าน ไม่มีใครแคลงใจเลยว่าเขาเห็นใจผู้ต่อต้านจริงหรือไม่ เพราะว่าเขาเดินเสียงตายไปบนถนนต่าง ๆ เป็นเวลาหลายวัน เพื่อเป็นพยานต่อการแสดงออกของผู้ต่อต้าน เขาได้เห็นผู้คนบาดเจ็บและเสียชีวิตมากมาย จึงใช้ดินสอเขียนภาพร่าง (Sketch) พวกเขาเหล่านั้น แล้วถ่ายทอดความประทับใจลงในภาพสีน้ำมันอย่างซื่อสัตย์ เดอลาคาร์วัซซ์ไม่ได้เข้าร่วมต่อสู้กับประชาชนชาวปารีส สันนิษฐานว่า อาจเป็นเพราะเขาต้องพึ่งพาการจ้างงานจากราชสำนัก แต่เขาเคยเขียนจดหมายถึงพี่ชาย (21 ตุลาคม 1830) ระบุว่า “แม้ว่าฉันไม่ได้ร่วมต่อสู้เพื่อประเทศของฉัน แต่อย่างน้อยฉันก็ได้วาดภาพเพื่อประเทศของฉัน”

### องค์ประกอบของภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน”

เดอลาคาร์วัซซ์บรรยายองค์ประกอบของภาพด้วยรูปร่างคนจำนวนหนึ่งที่กระจัดกระจาย แต่ละคนแสดงอารมณ์ด้วยท่าทางที่แตกต่าง ดูค่อนข้างโกลาหลวุ่นวาย แต่อยู่ภายใต้รูปทรงเรขาคณิตที่มีระเบียบ คือรูปทรงสามเหลี่ยมพีรามิด ทำให้ภาพรวมดูหนักแน่นและมั่นคง ตรงแนวเส้นตรงของสามเหลี่ยมด้านขวาเป็นรูปของหญิงสาวสามัญชนคนหนึ่ง เปลือยอกครึ่งตัว สวมชุดสีเหลืองพริ้วไหวรอบตัว เสื้อสีเหลืองหลุดออกจากบ่า ที่เอวมีเชือกสีแดงผูกไว้หลวม ๆ ใบหน้าหันไปมองมวลชนที่ตามมาด้านหลัง มือขวาชูธงไตรรงค์สามสี แดง-ขาว-น้ำเงิน โบกไสวมุ่งไปข้างหน้าอย่างแข็งแกร่งและทรงพลัง มือซ้ายถือปืนคาบศิลาติดดาบปลายปืน ยืนสง่าและแน่วแน่ เธอสวมหมวกพริเจียน โดยมีแสงส่องทางด้านขวาของร่างกาย ทำให้ดูเด่นชัดท่ามกลางชายฉกรรจ์ จุดที่หญิงสาวจับด้ามธงคือจุดยอดของสามเหลี่ยม

เด็กนักเรียน 2 คน เข้าร่วมการต่อสู้ด้วย อยู่ทางซ้ายของภาพหนึ่งคน เบิกตาโต สวมหมวกสีอ่อน ขณะที่เยาวชนอีกคนปรากฏอย่างโดดเด่นกว่า ทางซ้ายมือของหญิงสาว สวมหมวกเบเรต์กำมะหยี่สีดำ สะพายกระเป๋าโรงเรียน (กระเป๋าจารย์ที่ที่มีสัญลักษณ์โรงเรียนปักอยู่) ถือปืนพกทั้งสองมือ กำลังก้าวขาไปข้างหน้าพร้อมชูปืนพกของทหารขึ้นข้างหนึ่ง อ้าปากร้องตะโกน ทั้งหญิงสาวและนักเรียนต่างกำลังก้าวเดินผ่านกองศพไปข้างหน้า ตรงกองศพด้านล่างมีร่างชาย 2 คนนอนต่อกัน เห็นเด่นชัดว่าเป็นฐานพีรามิด ชายด้านซ้ายเปลือยท่อนล่าง อาจถูกทำร้ายมาก่อน แล้วลากออกมาทิ้งกลางถนนเพื่อเป็นตัวอย่ง ส่วนร่างขวาเป็นทหารในกองทัพ เห็นได้จากเสื้อโค้ทสีน้ำเงินและอินทรีธนู นอนเคียงข้างเพื่อนร่วมรบที่เสียชีวิตอยู่อีกมุมหนึ่ง

เหนือขึ้นมาจากเด็กหนุ่มทางซ้ายมือ เป็นนักรบที่ถือดาบทหารราบ ลักษณะเป็นคนงานโรงงาน สวมผ้ากันเปื้อนสวมกางเกงกะลาสีเรือ ถัดไปทางซ้ายมือ ชายอีกคนกำลังคุกเข่า สวมหมวกทรงสูงแบบชนชั้นกลางหรือคนเมืองสมัยใหม่ สวมกางเกงทรงหลวม คาดเข็มขัดสักหลาดสีแดงของช่างฝีมือ กำปิ่นล่าสัตว์สองลำกล้องไว้แน่น แบบคนที่ไม่เคยจับอาวุธมาก่อน ตำแหน่งของชายสองคนนี้น่าจะเป็นพื้นที่สามเหลี่ยมด้านซ้ายมือของพีรามิด ด้านหลังของชายหนุ่มทั้งสอง กลางทัศนียภาพอันเลือนราง เป็นกองทัพประชาชนที่กำลังเดินตามมา

ชายบาดเจ็บอีกคนลุกขึ้นยืนเมื่อเห็นหญิงสาวผู้ถือธงสามสี ศีรษะโปกผ้าพันคอผูกปมสวมเสื้อคลุมชาวาคาดเข็มขัดผ้าสักหลาดสีแดง น่าจะเป็นแรงงานชั่วคราวในปารีส เสื้อแจ็กเก็ตสีน้ำเงิน เข็มขัดสีแดง และเสื้อเชิร์ตสี

ชาวสออดคล้องกับสี่งชาติ ฉากหลังของภาพเป็นหอคอยของอาสนวิหารนอร์ท-ดาม (Notre-Dame de Paris) มีคนโบกธงที่มองเห็นในระยะไกลและหมอกควันสีขาวที่กระจายไปทั่ว

การจัดองค์ประกอบของภาพแบบสามเหลี่ยมพีระมิดดังกล่าวมีนัยสำคัญที่ยอดสามเหลี่ยม เพราะเปรียบเสมือนเป้าหมายสูงสุดของภาพ องค์ประกอบที่เป็นผู้คนในภาพล้วนพุ่งเป้าไปสู่สิ่งนี้ ขณะเดียวกัน ก็ดูคล้ายต้นกำเนิดแสงที่ส่องสว่างลงมายังพื้นล่าง



ภาพที่ 3 พีระมิดในภาพเขียน “เสรีภาพนำทางประชาชน”

### รูปแบบทางศิลปะของภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน”

สิ่งสำคัญในภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน” คือการถ่ายทอดความเข้าใจโดยใช้รูปแบบทางศิลปะที่เรียกว่าลัทธิโรแมนติก (Romanticism)<sup>1</sup> เพราะนอกจากเดอลาครัวซ์จะเขียนภาพจากเหตุการณ์ร่วมสมัยแล้ว เหตุการณ์นี้ยังเป็นเหตุการณ์ที่มีความตื่นเต้นเร้าใจ องค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพสามารถปลุกเร้าอารมณ์ของผู้ชมได้เป็นอย่างดี ร่างหญิงเปลือยอกที่ยืนเด่นอยู่กลางภาพแสดงตนอย่างทรงพลังในการเป็นผู้นำการต่อสู้ได้อย่างกล้าหาญ มุ่งมั่น และเข้มแข็ง การชูมือโบกธงและแววตาที่มันใจ ถือเป็นการแสดงออกที่รุนแรงและสุดขีดตามแนวความเชื่อลัทธิโรแมนติก เยาวชนด้านขวามือของหญิงสาว คนที่ชูมือถือปืนนำหน้าพร้อมต่อสู้ มีใบหน้าที่แสดงความโกรธแค้นและฮึกเหิม ใบหน้าท่าทางของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มคนอื่น ๆ ในภาพล้วนปรากฏในลักษณะเช่นเดียวกัน ส่วนกองเพลิง หมอกควัน และซากศพ แสดงออกถึงความรู้สึกตื่นเต้น

<sup>1</sup>ลัทธิโรแมนติก (Romanticism) เป็นแนวคิดทางศิลปะในคริสต์ศตวรรษที่ 19 มีความเชื่อขัดแย้งกับลัทธินีโอ-คลาสสิกซึ่งร่วมสมัยเดียวกัน ขณะนี้นีโอ-คลาสสิกเน้นความมีเหตุผล ความมีระเบียบแบบแผน ความสมสัดส่วนทางคณิตศาสตร์ นีโอ-คลาสสิกเหมือนความเชื่อของยุคคลาสสิกหรือกรีกโบราณ เขียนเรื่องราวในอดีตและยกย่องวีรบุรุษในอดีต แต่ลัทธิโรแมนติกกลับเน้นเรื่องราวของการแสดงออกทางอารมณ์ที่เกินจริง ตื่นเต้น น่ากลัว และจินตนาการ เน้นความเป็นปัจเจกและความเป็นส่วนตัว เนื้อหาเรื่องราวในศิลปะโรแมนติก ร่วมสมัย ความเพ้อฝันของเทพนิยาย ความชื่นชมในธรรมชาติ อารมณ์เหนือเหตุผล ประสาทสัมผัสเหนือสติปัญญา

ภาพเขียน “*เสรีภาพนำทางประชาชน*” ยังมีองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์จำนวนหนึ่ง การทำความเข้าใจภาพจำเป็นต้องเข้าใจสัญลักษณ์เหล่านี้ โดยใช้การตีความตามแนว “*ทฤษฎีสัญวิทยา*” (Semiotics)<sup>2</sup> องค์ประกอบในตัวหนังสือที่เปลี่ยออก เกือบทั้งหมดล้วนเป็นสัญลักษณ์ของเสรีภาพ จึงทำให้นักได้ว่าเสรีภาพ คือความหมายสำคัญของภาพนี้ ร่างของเธอชวนให้นึกถึงประติมากรรมวีรสตรีของกรีกในอดีต อย่างไรก็ตามที่เทพีแห่งชัยชนะ-*เทพีซาโมเทรซ* (Samothrace)<sup>3</sup> หรือในอีกด้านหนึ่งเธอคือเทพีเสรีภาพที่เป็นสัญลักษณ์ของฝรั่งเศสและสาธารณรัฐฝรั่งเศส นามว่า*มารีแอนน์* (Marianne)<sup>4</sup> บุคคลที่ถูกสมมุติขึ้นให้เป็นสัญลักษณ์ของเสรีภาพและการเปลี่ยออกของหญิงสาว ยังเป็นความตั้งใจของเดอลาคาร์วัซท์ที่เขียนให้เป็นสัญลักษณ์ของเสรีภาพและการปฏิวัติในรูปแบบที่กล้าหาญและทรงพลัง ทั้งยังแสดงถึงการเคารพต่อศิลปะสมัยกรีกที่มักแกะสลักหรือวาดภาพเทพีที่มีลักษณะดังกล่าว นอกจากนี้ ยังหมายถึงการปฏิเสธบทบาททางเพศแบบดั้งเดิมที่สังคมขณะนั้นคาดหวัง เป็นการเรียกร้องความเท่าเทียมของสตรีเพศเพื่อท้าทายบรรทัดฐานแบบราชาธิปไตย *หมวกฟรีเจียน* (Phrygian cap)<sup>5</sup> ที่เธอสวมใส่ก็เป็นสัญลักษณ์ของหมวกแห่งเสรีภาพ ที่ได้รับความนิยมในช่วงการปฏิวัติฝรั่งเศส (1787-1789) เช่นกัน *ธงไตรรงค์* ที่เธอโบกก็คือสัญลักษณ์ของชาติฝรั่งเศสในปัจจุบัน บางสีหมายถึงเสรีภาพเช่นกัน (สีน้ำเงินหมายถึงเสรีภาพ สีขาวหมายถึงเสมอภาค และสีแดงหมายถึงภราดรภาพ) จุดที่มีมือจับดำมธง หมายถึงเป้าหมายที่มวลชนต้องไปให้ถึง ซึ่งก็หมายถึง

<sup>2</sup> **ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiotics)** คือ การศึกษาว่าด้วยสัญลักษณ์ (Sign) และกระบวนการสร้างความหมายในสังคม เป็นทฤษฎีของนักภาษาศาสตร์และสัญศาสตร์ แฟร์ดีน็องต์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) ที่เชื่อว่าสัญลักษณ์ประกอบด้วยโครงสร้างสองส่วนที่แยกออกจากกันไม่ได้ คือ 1) รูปสัญลักษณ์ (Signifier) ได้แก่ รูป ภาพ หรืออักษรที่สัมผัสได้ 2) ความหมายของสัญลักษณ์ (Signified) ได้แก่ มโนทัศน์ ภาพในใจ หรือความคิดที่เรานึกถึง เมื่อได้ยินหรือเห็นสัญลักษณ์นั้น มีหลักการสำคัญดังนี้ 1) สัมพันธ์แบบสมมุติ ความหมายเกิดจากการสมมุติและการตกลงร่วมกันของคนในสังคม ไม่มีเหตุผลทางธรรมชาติ 2) ความหมายเกิดจากการตีความ สิ่งหนึ่งมีความหมายเพราะไม่ใช่อีกสิ่งหนึ่ง 3) ความหมายภาษาในฐานะระบบ กฎเกณฑ์ภาษาที่ใช้ในสังคม สัญลักษณ์ในภาพ “*เสรีภาพนำทางประชาชน*” มีความหมายตามหลักการความสัมพันธ์แบบสมมุติ นั่นคือ หญิงเปลี่ยออกกลางภาพคือรูปสัญลักษณ์เสรีภาพ อุดมการณ์แห่งการปฏิวัติคือความหมายของสัญลักษณ์ ความหมายนี้เกิดจากการสมมุติและตกลงร่วมกันของคนในสังคม

<sup>3</sup> **เทพีซาโมเทรซ (Winged Victory of Samothrace)** หรือเทพีแห่งชัยชนะ เป็นประติมากรรมหินอ่อนอันเลื่องชื่อในสมัยกรีก (200-100 ปีก่อนคริสตกาล) ค้นพบที่เกาะซาโมเทรซในปี 1863 รูปเทพีมีปีกยื่นบนหัวเรือ เป็นสัญลักษณ์ของชัยชนะอันทรงพลัง แม้จะมีลักษณะไม่สมบูรณ์เพราะไร้ศีรษะไร้แขน แต่กางปีกงดงาม มีเสื้อผ้าส่วนพลั่วไหลตามแรงลม (ภาพที่ 15)

<sup>4</sup> **มารีแอนน์ (Marianne)** บุคคลสมมุติหรือที่จินตนาการขึ้นเพื่อเป็นสัญลักษณ์ประจำชาติฝรั่งเศส มีลักษณะเป็นสตรี ตัวแทนเสรีภาพที่นำเสนอเป็นผลงานศิลปะและปรากฏในสถานที่สำคัญหลายแห่ง เช่น เป็นรูปปั้นตามศาลากลางหรือศาลยุติธรรม อย่างรูปปั้นบรอนซ์ที่ชื่อ “ชัยชนะแห่งสาธารณรัฐ” ที่กลาง ปลาย เดอ ลา นาซียง (Place de la Nation) ในกรุงปารีส และปลาย เดอ ลา เรปูบลิก (Place de la République) นอกจากนั้น เธอยังปรากฏบนโลโก้ของรัฐบาล บนเหรียญเงินยูโรของฝรั่งเศส เธอเป็นสัญลักษณ์การต่อต้านระบอบกษัตริย์ ปกป้องเสรีภาพ ต่อต้านการกดขี่ทุกรูปแบบ และปรากฏในภาพเขียน*เสรีภาพนำทางประชาชน* ของเดอลาคาร์วัซท์

<sup>5</sup> **หมวกฟรีเจียน (Phrygian cap)** เป็นหมวกทรงกรวยทำมาจากผ้าสักหลาดหรือผ้าขนสัตว์เนื้อนุ่ม สวมใส่กระชับศีรษะ กำเนิดที่ฟรีเจีย-แคว้นโบราณในคาบสมุทรอนาโตเลีย ปรากฏในศิลปะกรีกโบราณ เป็นเครื่องประดับศีรษะที่นิยมสวมใส่ทั้งชาวฟรีเจียน อนาโตเลียและชนชาติในตะวันออก หมวกฟรีเจียนกลายเป็นสัญลักษณ์แห่งอิสรภาพในช่วงการปฏิวัติฝรั่งเศส กลุ่มปฏิวัตินานนามหมวกว่า “หมวกแดงแห่งอิสรภาพ” จึงเกี่ยวข้องกับเสรีภาพอันเป็นสัญลักษณ์ประจำชาติมาจนถึงปัจจุบัน (ภาพที่ 16)

เสรีภาพเช่นกัน ส่วนปืนที่อยู่ในมือซ้ายของเธอก็เป็นสัญลักษณ์ของการต่อสู้เรียกร้องเสรีภาพด้วยกำลังและความรุนแรง เดอลาครัวซีใช้สีทั้งสามนี้อย่างกระจัดกระจายไปทั่วภาพ นอกจากเป็นสีธงชาติแล้ว ยังเป็นสีเสื้อผ้า รวมทั้งสีที่แทรกอยู่ในหมอกควันด้านหลังอีกด้วย

บุคคลอื่น ๆ ในภาพล้วนเป็นสัญลักษณ์ของชนชั้นที่หลากหลาย เยาวชนด้านขวามือของหญิงสาวที่ ชูมือถือปืนนำหน้าเป็นสัญลักษณ์ของเยาวชนที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม เป็นการเสียสละเพื่ออุดมการณ์อันสูงส่ง หมวกเบเรต์ดำกะพี้ที่สวมเป็นสัญลักษณ์ของการกบฏ นักรบถือดาบซ้ายมือภาพใส่ผ้ากันเปื้อนและสวมกางเกงกะลาสีเรือเป็นสัญลักษณ์ของแรงงานจากโรงงาน ชายสวมหมวกทรงสูงเป็นสัญลักษณ์ของชนชั้นกลาง คนเมือง หรือ ศิลปิน ชายบาดเจ็บที่กำลังลุกขึ้นเป็นสัญลักษณ์แทนแรงงานชั่วคราวในปารีส สังเกตได้จากการแต่งตัว นอกจากนี้ยังมีสัญลักษณ์อื่นอีก เช่น หอคอยอาสนวิหารนอร์-ตามคือสัญลักษณ์ของกรุงปารีส กองซากศพที่หญิงสาวและเด็กชายเดินผ่านคือสัญลักษณ์ของสิ่งที่ต้องสูญเสียไป เพื่อให้ได้มาซึ่งเสรีภาพ

ภาพเขียนนี้จัดเป็นภาพเขียนที่เป็นได้ทั้งแบบเหมือนจริงและแบบจินตนาการ ที่เป็นแบบเหมือนจริงเพราะเรื่องในภาพ คือ การปฏิวัติฝรั่งเศส 1830 เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง บุคคลในภาพถูกเขียนให้เหมือนบุคคลที่มีชีวิตจริงโดยทั่วไป หากถือเป็นภาพแบบจินตนาการก็เพราะบางคนในภาพคือการจินตนาการหรือสมมุติขึ้น เช่น หญิงสาวเปลือยอก เป็นบุคคลที่ไม่มีอยู่จริง เป็นหญิงในอุดมคติ ที่สร้างขึ้นเพื่อให้เป็นตัวแทนของเสรีภาพ

เมื่อมองภาพรวมทั้งหมดของ “เสรีภาพนำทางประชาชน” กล่าวได้ว่า เป็นภาพที่มีองค์ประกอบอันหลากหลายและมีความหมายเฉพาะตัว รวมกันอย่างสอดคล้องเป็นหนึ่งเดียว จนกลายเป็นความหมายสำคัญ เช่นเดียวกับข้อความที่เกิดจากเรียงร้อยถ้อยคำต่าง ๆ จนมีความหมายสำคัญ องค์ประกอบดังกล่าว ได้แก่ องค์ประกอบทางศิลปะ - สามเหลี่ยมพีรามิด อารมณ์ที่แต่ละบุคคลแสดงออกมา จากท่าทางและแววตา - ความมุ่งมั่น กระตือรือร้น ความกล้าหาญ ความฮึกเหิม ความเสียสละ สัญลักษณ์ต่าง ๆ - สัญลักษณ์ของเสรีภาพ สัญลักษณ์ของการต่อสู้ สัญลักษณ์ของชนชั้นนักเรียน ชนชั้นกลาง ชนชั้นแรงงาน เมื่อรวมเข้าด้วยกันแล้ว ความหมายที่ปรากฏจากภาพ คือ “การรวมพลังลุกขึ้นต่อสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิเสรีภาพจากผู้ปกครองที่กดขี่” ความหมายนี้ทำให้ภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน” กลายเป็นสัญลักษณ์หรือเครื่องมือสำคัญในการปลุกเร้าการต่อสู้ทางสังคมและการเมืองหลายเหตุการณ์ ทั้งในระดับสากลและระดับท้องถิ่นในเวลาต่อมา



ภาพที่ 4 “การต่อสู้หน้าศาลาว่าการ เมื่อ 28 กรกฎาคม 1830” ผลงานของฌอง วิกตอร์ ชเน็ตซ์ (Jean Victor Schnetz)

ภาพนี้บรรยายเหตุการณ์วันที่ 2 ของการต่อต้าน ชาวปารีสช่วยกันสร้างสิ่งกีดขวาง และเข้ายึดศาลาว่าการ เน้นความสะเทือนใจที่มีต่อการตายอย่างมีเกียรติของวีรบุรุษหนุ่มบนสิ่งกีดขวาง นักเรียนหนุ่มคนหนึ่งปีนข้ามสิ่งกีดขวาง มือด้านซ้ายชูปืนที่ติดดาบปลายปืนขึ้น ส่วนมือขวาโอบกอดหน้าอกหนุ่มแรงงานที่กำลังจะเสียชีวิตทั้ง ๆ ที่มีมือด้านซ้ายชูธงไตรรงค์ ผู้ชมผู้ต่อต้านอยู่ล้อมรอบนักเรียนหนุ่ม เด็กชายทางด้านซ้ายกำลังแบกกระสุนข้ามสิ่งกีดขวาง ภาพนี้อาจไม่ทำให้เกิดความปลุกเร้าเหมือนภาพ *เสรีภาพนำทางประชาชน* เพราะดูเหมือนว่า เหตุการณ์สงบนิ่งและวุ่นวายน้อยกว่า

### การจัดแสดงภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน”

เดอลาครัวใช้เวลา 3 เดือน เพื่อเขียนภาพนี้ ต่อมา ในปี 1831 รัฐบาลได้ซื้อภาพเขียนนี้ในราคา 3,000 ฟรังก์ โดยตั้งใจนำไปประดับในห้องพระที่นั่งโอรน (Throne Room) ของพระราชวังลักเซมเบิร์ก ซึ่งขณะนั้นเป็นพิพิธภัณฑสถานศิลปะร่วมสมัย เพื่อระลึกถึงพระเจ้าหลุยส์-ฟิลิป กษัตริย์ที่เป็นพลเมือง (Citizen king) ผู้เป็นกษัตริย์ของประชาชน ที่ก้าวขึ้นสู่อำนาจได้เพราะการปฏิวัติเดือนกรกฎาคม แต่กลับจัดแสดงได้เพียง 2-3 เดือนเท่านั้น เนื่องจากมีลักษณะของการปฏิวัติและปลุกกระตมมากเกินไป หลังจากนั้น จัดเก็บไว้ในห้องเก็บของ ในสมัยสาธารณรัฐที่สอง (ค.ศ. 1848-1852) ที่ สถาปนาขึ้นหลังการปฏิวัติปี 1848 ได้นำภาพมาจัดแสดงในช่วงสั้น ๆ เมื่อจักรพรรดินโปเลียนที่ 3 (หลุยส์-นโปเลียน โบนาปาร์ต) สถาปนาจักรวรรดิฝรั่งเศสที่ 2 (ค.ศ. 1852-1870) ได้จัดแสดงภาพดังกล่าวในศิลปะซาลง ค.ศ. 1855 จักรวรรดิฝรั่งเศสมีความมั่งคั่ง จึงได้ปรับปรุงกรุงปารีสอย่างยิ่งใหญ่และงดงาม แต่เมื่อจักรพรรดินโปเลียนที่ 3 รบแพ้สงครามกับปรัสเซียในปี 1870 ทำให้จักรวรรดิฝรั่งเศสที่ 2 ล่มสลาย นำไปสู่การจัดตั้งสาธารณรัฐที่ 3 (ค.ศ. 1870-1940) ที่ปกครองอย่างยาวนาน รัฐบาลของสาธารณรัฐที่ 3 ได้ซื้อภาพเขียนนี้มาในปี 1874 และเป็นส่วนหนึ่งในสิ่งของสะสมของพิพิธภัณฑสถานลูฟวร์ในกรุงปารีส

ในวาระครบรอบ 200 ปีแห่งการประกาศอิสรภาพของสหรัฐอเมริกาในปี 1976 รัฐบาลฝรั่งเศสร่วมเฉลิมฉลองวาระสำคัญ โดยจัดส่งภาพเขียนจำนวนมาก รวมทั้ง “เสรีภาพนำทางประชาชน” ไปจัดนิทรรศการ “ภาพเขียนฝรั่งเศส 1774-1830: สมัยแห่งการปฏิวัติ” ในช่วงปี 1974-1975 ณ พิพิธภัณฑสถานศิลปะเมโทรโพลิทันมหานครนิวยอร์กและสถาบันศิลปะที่เมืองดีทรอยต์ เพื่อเป็นของขวัญให้แก่ประชาชนสหรัฐ ต่อมา มีการสร้างพิพิธภัณฑสถานลูฟวร์แห่งใหม่ที่เมืองลียง (Lens) ทางตอนเหนือของฝรั่งเศส เรียกว่า พิพิธภัณฑสถานลูฟวร์-ลียง จึงย้ายของสะสมบางส่วนจากกรุงปารีสไปจัดแสดงในปี 2012 “เสรีภาพนำทางประชาชน” เป็นส่วนหนึ่งของผลงานสะสมชิ้นเอกชุดแรกที่ย้ายไปจัดแสดงด้วย แต่เกิดเหตุไม่คาดฝัน เมื่อหญิงสาวอายุ 28 ปี คนหนึ่งเขียนตัวอักษร “AE911” บนภาพวาด จึงถูกจับกุมโดยทันที แม้จะโชคดีที่สามารถลบข้อความออกได้โดยง่ายและนำภาพกลับมาแสดงได้ในวันรุ่งขึ้น แต่ในปี 2023 เจ้าหน้าที่ค้นพบว่า สีสันสไตน์นั้นมีชั้นเคลือบเงาสีเหลืองและฝุ่นละอองหลายชนิดบดบังอยู่ จึงนำไปบูรณะและนำกลับมาจัดแสดงอีกครั้งในเดือนเมษายนปี 2024 ในปัจจุบันภาพเขียนนี้จัดแสดงอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานลูฟวร์ กรุงปารีส ฝรั่งเศส



ภาพที่ 5 “เสรีภาพนำทางประชาชน” จัดแสดงในพิพิธภัณฑสถานลูฟวร์ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส

#### อิทธิพลของ “เสรีภาพนำทางประชาชน”

“เสรีภาพนำทางประชาชน” ยังมีอิทธิพลต่อการสร้างผลงานศิลปะด้านต่าง ๆ ของศิลปินที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศฝรั่งเศสและนอกประเทศ ในนวนิยายเรื่อง “เหยื่ออธรรม” (Les Misérables) ของวิกตอร์ อูโก นักเขียนชื่อดังชาวฝรั่งเศสในปี 1862 กล่าวถึงเหตุการณ์กบฏเดือนมิถุนายน 1832 โดยมีตัวละครชื่อ กาฟรอส (Gavroche) ได้รับแรงบัลดาลใจจากเยาวชนถือปืนพกเดินข้ามศพในภาพนี้ ภาพเขียนชื่อ “บนเส้นทางปฏิวัติ” (On the Path to Revolution) ผลงานของเซกิ ฟาอิก อีแซร์ (Zeki Faik Izer) จิตรกรตุรกี เมื่อปี 1933 จัดแสดงในงานครบรอบ 10 ปีแห่งการสถาปนาสาธารณรัฐตุรกี มีภาพผู้หญิงในการปฏิวัติตุรกี เป็นสัญลักษณ์แบบเดียวกับมารีแอน ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากผลงานของเดอลาคร์วซ์ ประติมากรรม “เทพีเสรีภาพ” (Statue of Liberty) รูปเทพีกรีกยืนชูคบเพลิง ในมหานครนิวยอร์ก เป็นของขวัญที่ฝรั่งเศสมอบให้แก่สหรัฐอเมริกาในวาระ 100 ปีแห่งการประกาศอิสรภาพ ค.ศ. 1886 เฟรเดริก โอกุสต์ บาร์โธลดี (Frédéric Auguste Bartholdi) ประติมากรผู้ออกแบบ ยอมรับว่า ได้รับแรงบันดาลใจจาก “เสรีภาพนำทางประชาชน” ของเดอลาคร์วซ์ ภาพของเดอลาคร์วซ์ และ “เสรีภาพนำทางประชาชน” ปรากฏอยู่ในธนบัตร 100 ฟรังก์ของฝรั่งเศส ตั้งแต่ ค.ศ. 1978 -1995 ภาพเขียนนี้มีอิทธิพลต่อผลงานดนตรีคลาสสิก ด้วย คือ ซิมโฟนีหมายเลข 6 ชื่อ “after Delacroix” ของจอร์จ แอนไทล์ (George Antheil) ขณะเดียวกัน หน้าปกเทปของวงดนตรีร็อก โคลด์เพลย์ (Coldplay) ของอังกฤษ ใน ค.ศ. 2008 ปรากฏภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน” ที่มีชื่ออัลบั้ม Viva La Vida สีขาว พาดทับไว้ หมายถึง ความตายและเพื่อนของเขาทั้งหมด (Dead and All His Friend)



ภาพที่ 6 “บนเส้นทางการปฏิวัติ”

ภาพที่ 7 ปกเทป อัลบั้ม Viva La Vida



ภาพที่ 8 “เทพีเสรีภาพ” (Statue of Liberty)

ภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน” ยังมีอิทธิพลต่อความคิดของเยาวชนในหลายประเทศ รวมทั้งชนกลุ่มน้อยในบางประเทศ มีการเขียนภาพดัดแปลงและการ์ตูนล้อเลียนภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน” อย่างกว้างขวาง ด้วยเป้าหมายที่หลากหลายแตกต่างกัน เพื่อทำเกม เพื่อการค้า เพื่อการประกวด เพื่อสิทธิเด็ก หรือเพื่อเสียดสีเจ้าหน้าที่และเรียกร้องสิทธิบางอย่าง



ภาพที่ 9 ภาพวาดสำหรับเกม VR “The Pirate’s Golden”



ภาพที่ 10 ภาพ “independent as fuck” ของกลุ่ม BBA (Black Boy Awesome) กลุ่มคนที่ก่อตั้งมาเพื่อตอบโต้การปราบปรามดนตรีฮิปฮอป ในเมืองพอร์ตแลนด์ รัฐออริกอน สหรัฐอเมริกา ซึ่งตำรวจมักยุติการแสดงดนตรีของพวกเขาเป็นประจำ



ภาพที่ 11 ภาพ “สิทธิเด็กเดี่ยวนี่” ภาพเรียกร้องสิทธิการดูแลเด็ก การศึกษา อาหาร การคุ้มครองจากเหยื่อสงครามในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยศิลปินชาวอิสราเอล อาวี แคทซ์ (Avi Katz) จากองค์กรการทุนเพื่อสันติภาพ



ภาพที่ 12 ศิลปะดิจิทัล ฝีมือ เฮิร์บ (Hurb) ศิลปินชาวฝรั่งเศส เลียนแบบภาพ “เสรีภาพนำทางประชาชน” โดยปรับเปลี่ยนบุคคลในภาพเขียน จากคนรุ่นเก่า เป็นคนรุ่นใหม่ สีสดใส ขอบคมชัด เป็นศิลปะเชิงธุรกิจ เขียนปี 2023



ภาพที่ 13 “เสือกักเหลือง” เป็นจิตรกรรมฝาผนังของ PBOY - ปาสกาล บัวยาร์ (Pascal Boyart) ศิลปินข้างถนนชาวฝรั่งเศส กรุงปารีส เขต 19 กลุ่มขบวนการเสือกักเหลือง เป็นขบวนการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง แต่ต้องการเรียกร้องชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี ภาพนี้เขาได้นำอิทธิพลภาพที่มีชื่อเสียงที่สุดในโลก “เสรีภาพนำทางประชาชน” มาปรับเข้ากับการเรียกร้องของเขาในปัจจุบัน



ภาพที่ 14 ภาพเลียนแบบ “เสรีภาพนำทางประชาชน” โดยเปลี่ยนแปลงเทคนิคจากสีน้ำมันเป็นสีน้ำโดยแจน บาจทลิก (Jan Bajtlik) ศิลปินสีน้ำและนักออกแบบกราฟิกชาวโปแลนด์ เขียนในปี 2023

หลังจากที่ได้รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับที่มา ความหมาย และอิทธิพลของภาพเขียน “เสรีภาพนำทางประชาชน” จนเข้าใจสาระสำคัญและคุณค่าทางศิลปะของภาพที่ว่า “การรวมพลังลุกขึ้นต่อสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิเสรีภาพจากผู้ปกครองที่กดขี่” ได้มากขึ้น เนื่องจากการปฏิวัติฝรั่งเศส 1830 เป็นเหตุการณ์สำคัญทางการเมืองของฝรั่งเศส ที่ส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงการปกครอง จากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ไปเป็นระบอบสาธารณรัฐ เมื่อกษัตริย์ใช้การปกครองที่ทรยศเสรีภาพของประชาชน จึงเกิดการต่อต้านจากประชาชนผู้ต้องการเสรีภาพ จนมีการต่อสู้อย่างรุนแรง และเกิดการสูญเสียจำนวนมาก เดอลาคร์วัซ-จิตรกรผู้เขียนภาพมีชีวิตร่วมสมัยกับเหตุการณ์ในครั้งนี้ รู้สึกสะเทือนใจต่อการสูญเสียที่เกิดขึ้น แต่ชื่นชมความกล้าหาญของผู้ต่อต้าน จึงถ่ายทอดความรู้สึกลงบนภาพเขียน ด้วยรูปแบบทางศิลปะที่เขากำลังชื่นชม คือรูปแบบที่เน้นการแสดงออกทางอารมณ์เกินจริง ซึ่งเรียกว่า ลัทธิโรแมนติก อันเป็นรูปแบบที่สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เขียนภาพ เป็นลัทธิที่เดอลาคร์วัซกำลังบุกเบิกร่วมกับศิลปินคนอื่น และเป็นที่ยอมรับในเวลาต่อมา โดยใช้สัญลักษณ์มากมายเพื่อความเข้าใจในความหมายของภาพเขียน

เดอลาคร์วัซประสบความสำเร็จอย่างมากจากผลงานชิ้นนี้ เมื่อมีการเผยแพร่มากขึ้น ผู้คนเริ่มจดจำและกล่าวถึงผลงานนี้มากขึ้น เพราะการเรียกร้องเสรีภาพไม่ใช่ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเฉพาะกับชาวฝรั่งเศสเท่านั้น แต่เป็นความรู้สึกสากลที่มีร่วมอยู่ในมนุษย์ ทุกชาติทุกภาษา ทุกเพศทุกวัย และในทุกยุคทุกสมัย ดังที่วอลแตร์ (Voltaire, ค.ศ. 1694-1778) นักปรัชญา นักคิด นักเขียนชาวฝรั่งเศส ผู้มีอิทธิพลต่อการปฏิวัติฝรั่งเศสเป็นอย่างมาก มีความเชื่อว่า **มนุษย์ทุกคนเกิดมาพร้อมกับเสรีภาพ** ฉะนั้น ไม่ว่าจะ เป็นเมื่อใด ยุคสมัยใด หรือสังคมใดหากเกิดความรู้สึก

ว่า ถูกกดขี่จนถึงจุดที่รับไม่ได้ ภาพเขียนนี้จึงเป็นตัวแทนความรู้สึกนั้น หรือเป็นตัวอย่างเพื่อช่วยให้เกิดการเรียกร้อง การปลดปล่อยเห็นได้จากตัวอย่างการปฏิวัติของตุรกีบางครั้งผ่านงานศิลปะระดับนานาชาติที่ปรากฏอยู่ใน “วรรณกรรมคลาสสิก” *เหยื่อธรรม*” หรือประติมากรรมคลาสสิก “เทพีเสรีภาพ” ในสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นที่รู้จักทั่วโลก ตลอดจนภาพวาดระดับท้องถิ่น ดังตัวอย่างบางส่วนที่กล่าวมาแล้วข้างต้น



ภาพที่ 15 “เทพีซาโมทรราช” (Winged Victory of Samothrace) หรือเทพีในกีแห่งซาโมเทรซ



ภาพที่ 16 “หมวกฟรีเจียน” (Phrygian cap)

## References

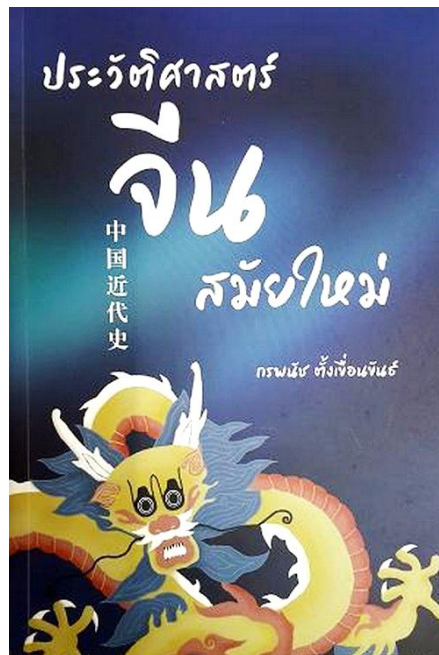
- Artmajeur. (n.d.) **Liberty Leading the People**. Retrieved April 15, 2026, from <https://www.artmajeur.com/horb/en/artworks/17744521/la-liberte-guidant-le-peuple-2k23>
- Bajtlík, Jan. (2022). **Liberty Leading the People**. Retrieved March 25, 2026 from <https://janbajtlík.com/works/skechtes-from-the-museums/liberty-leading-the-people.html?source=7>
- Boyart, Pascal. (2019, September). **Liberty Leading the People**. Retrieved March 15, 2026 from <https://www.pboy-art.com/product-page/liberty-leading-the-people-2019>
- Chen, Shuai. **Liberty Leading the People**. Retrieved April 26, 2026 from <https://chenshuai.artstation.com/projects/LyVY0>
- Editor. (2019, October 3). **Les Droits de l'enfant, C'est Maintenant! (Child Rights, now!)** Retrieved March 25, 2026. from <https://www.cartooningforpeace.org/en/editos/les-droits-de-lenfant-cest-maintenant-child-rights-now/>
- Eugene Delacroix**. Retrieved March 25, 2026. from [https://en.wikipedia.org/wiki/Eugène\\_Delacroix](https://en.wikipedia.org/wiki/Eugène_Delacroix)
- Felon, Ellie. (2015, September 8). **Le Révolutionnaire, Kenneth Masters** Retrieved March 25, 2026. from <https://blackboyawesome.com/blog/2016/2/10/le-rvolutionnaire-kenneth-masters>
- Huyghe, Rene (2026, March). **Eugene-Delacroix**. Retrieved April 18, 2026 from <https://www.britannica.com/biography/Eugene-Delacroix>
- July Revolution**. (n.d.). Retrieved March 15, 2026 from [https://en.wikipedia.org/wiki/July\\_Revolution/](https://en.wikipedia.org/wiki/July_Revolution/)
- Khazaie, Davood. (n.d.). **Liberty Leading the People**. Retrieved March 15, 2026, from <https://globalartmagazine.com/en/liberty-leading-the-people>
- Liberty Leading the People**, (n.d.). Retrieved March 15, 2026 from [https://en.wikipedia.org/wiki/Liberty\\_Leading\\_the\\_People](https://en.wikipedia.org/wiki/Liberty_Leading_the_People)
- Ostberg, Rene (2026, March 17). **Romanticism**. Retrieved March 15, 2026 from <https://www.britannica.com/art/Romanticism>
- Rasmi, Warindhorn (n.d.). **Eugène Delacroix**. Retrieved March 30, 2026, from [https://pubhtml5.com/yunn/dxcu/Eugène\\_Delacroix/](https://pubhtml5.com/yunn/dxcu/Eugène_Delacroix/)

- Witek, Dominic. (2022, February 11). **Art analysis liberty leading the people by eugene-delacroix**. Retrieved March 15, 2026, from <https://blog.artsper.com/en/a-closer-look/art-analysis-liberty-leading-the-people-by-eugene-delacroix/>
- Zelazko, Alicia (2024, October 8). **Liberty Leading the People**. Retrieved April 15, 2026, from <https://www.britannica.com/topic/Liberty-Leading-the-People>

แนะนำหนังสือ *ประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่*  
Book Review: *Modern Chinese History*

กำพล ปิยะศิริกุล Kampol Piyasirikul\*

วันรับบทความ 7 พฤษภาคม 2569 / วันแก้ไขบทความ 21 มิถุนายน 2569 / วันตอบรับบทความ 24 มิถุนายน 2569



#### บทคัดย่อ

บทความแนะนำหนังสือเรื่อง “ประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาแนวคิด และคุณูปการของหนังสือที่ใช้อธิบายพัฒนาการของจีนในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของประวัติศาสตร์ บทความชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ในฐานะกุญแจสำคัญในการทำความเข้าใจจีนร่วมสมัย โดยเฉพาะในบริบทของ “ศตวรรษแห่งความอภัยยศ” ซึ่งสะท้อนถึงความตกต่ำของจักรวรรดิจีนและความพยายามแสวงหาหนทางสู่ความเป็นสมัยใหม่ของจีน เนื้อหาในหนังสือครอบคลุมตั้งแต่ปลายราชวงศ์ชิง สงครามฝิ่น วิกฤตภายในประเทศอย่างขบวนการไท่ผิงเทียนกั๋ว การปฏิรูปประเทศ ไปจนถึงการเปลี่ยนผ่านทางการเมืองสู่สาธารณรัฐและการสถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีน รวมถึงบทบาทของพรรคคอมมิวนิสต์จีนและพรรคก๊กมินตั๋ง ตลอดจนความขัดแย้งระหว่างสองพรรคและสงครามกลางเมืองที่นำไปสู่การ

---

\*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หัวหน้าโครงการจีนศึกษา วิทยาลัยนานาชาติปริทัศน์ พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
อีเมล kapol.p@pbic.tu.ac.th

เปลี่ยนแปลงระบอบการปกครอง บทความยังเน้นย้ำความสำคัญของการศึกษาประวัติศาสตร์ผ่านมุมมองที่หลากหลายเพื่อเปิดพื้นที่ให้เกิดการตีความรอบด้านซึ่งหาได้จากหนังสือเรื่องนี้

**คำสำคัญ:** จีน, ประวัติศาสตร์, สมัยใหม่, มุมมองทางประวัติศาสตร์

### Abstract

This book review article on *Modern Chinese History* aims to analyze the book's content, key concepts, and scholarly contributions in explaining China's development during a critical transitional period in its history. The article highlights the importance of studying modern Chinese history as a key to understanding contemporary China, particularly in the context of the "Century of Humiliation," which reflects both the decline of the Chinese empire and China's efforts to search for a path toward modernity. The book covers a wide range of topics, from the late Qing dynasty, the Opium Wars, and internal crises such as the Taiping Rebellion, to reform movements and the political transition to the Republic, culminating in the establishment of the People's Republic of China. It also addresses the roles of the Chinese Communist Party and the Kuomintang, as well as the conflicts between the two parties and the civil war that led to a transformation of the political system. Furthermore, the article emphasizes the importance of studying history through multiple perspectives in order to open up space for comprehensive interpretation—an approach that is clearly reflected in this book.

**Keywords:** China, History, Modern Period, Historical Perspectives

### ความสำคัญของการศึกษาประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่

ชาวจีนมักกล่าวอย่างภาคภูมิใจว่า ชาตินี้มีอารยธรรมรุ่งเรืองที่สืบทอดยาวนานกว่า 5,000 ปี มาจวบจนปัจจุบันโดยไม่ขาดตอน ประวัติศาสตร์จีนอันเก่าแก่และรุ่งโรจน์ได้สร้างคุณูปการให้แก่ชาติตนเอง และนานาประเทศมาโดยตลอด

ยุคประวัติศาสตร์เริ่มจากการมีตัวอักษรบันทึกเหตุการณ์ ในสมัยราชวงศ์ซัง (ราวก่อนคริสต์ศักราช 1600-1046 ปี) ชาวจีนได้ประดิษฐ์คิดค้นตัวอักษรจีนขึ้นซึ่งเป็นอักษรภาพ จากนั้นได้ผ่านวิวัฒนาการเรื่อยมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันตัวอักษรจีนถือเป็นตัวอักษรที่มีต้นกำเนิดจากอักษรภาพเพียงชุดเดียวของโลกที่ยังใช้เขียนสื่อสารกันอยู่จริงในชีวิตประจำวัน ถัดมาสมัยราชวงศ์ฮั่น (ก่อนคริสต์ศักราช 206 ปี - ค.ศ. 220) จักรพรรดิฮั่นอู่ตี้ส่งจางเชียนเป็นทูตเดินทางไปเจริญสัมพันธไมตรีกับดินแดนไกลเคียงแถบตะวันตก เพื่อผนึกกำลังป้องกันการรุกรานจากชนเผ่าทางตอนเหนือ ต่อมาเส้นทางสายนี้กลายเป็นเส้นทางสายไหมอันโด่งดังซึ่งเชื่อมโยงวัฒนธรรมและผู้คนจากโลกตะวันออกและตะวันตกเข้าด้วยกัน

เมื่อมาถึงสมัยราชวงศ์ถัง (ค.ศ. 618-907) อารยธรรมจีนเจริญรุ่งเรืองถึงขีดสูงสุด กรุงฉางอัน (หรือ นครซีอันในปัจจุบัน) เป็นมหานครระดับสากล ผู้คนมาจากหลายตา ต่างสีผิว ต่างวัฒนธรรมจากยุโรป ตะวันออกกลาง เอเชียกลาง และเอเชียใต้ เดินทางมาค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่จีน นอกจากนั้น ยังมีคณะทูตจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเกาหลีในปัจจุบัน เดินทางมาเจริญสัมพันธไมตรี ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมจีน และนำกลับไปประยุกต์ใช้ที่ดินแดนตนเอง ชาวจีนโพ้นทะเลที่ตั้งถิ่นฐานกระจายอยู่ทั่วโลกต่างเรียกตัวเองว่า “คนราชวงศ์ถัง” หรือ “ตั้งนั้ง” (唐人) ในภาษาถิ่นทางใต้ (เสียงในภาษาจีนกลางคือ “ถังเหริน”) บริเวณที่ตั้งชุมชนชาวจีนโพ้นทะเลในประเทศหรือที่เรียกว่า “ไชน่าทาวน์” ในภาษาอังกฤษ ก็คือคำว่า “ถังเหรินเจีย” (唐人街) ในภาษาจีนซึ่งแปลว่า “ถนนคนราชวงศ์ถัง”

ต่อมาสมัยราชวงศ์หมิง (ค.ศ. 1368-1644) วิทยาการด้านการต่อเรือและการเดินเรือในมหาสมุทรของจีนได้พัฒนาขึ้นอย่างเด่นชัด จักรพรรดิหย่งเล่อหรือจูตี้ส่งขบวนที่มัสลิมนามว่าเจิ้งเหอออกเดินทัพเรือ 7 ครั้งไปเยือนประเทศและดินแดนต่าง ๆ จำนวนทั้งสิ้นกว่า 30 แห่ง ภายในช่วงเวลา 28 ปี เพื่อเจริญสัมพันธไมตรีและแสดงแสนยานุภาพของจักรวรรดิจีนให้ชาวโลกรู้ประจักษ์ชัด

ทว่า ในสมัยราชวงศ์ชิงซึ่งปกครองโดยชาวแมนจูและเป็นราชวงศ์สุดท้ายของจักรวรรดิจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมาถึงช่วงปลายราชวงศ์ชิง ลัทธิจักรวรรดินิยมตะวันตกแผ่ขยายมาสู่โลกตะวันออก จีนซึ่งเปรียบเสมือนพี่ใหญ่แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไม่อาจต้านทานการล่าอาณานิคมของมหาอำนาจจักรวรรดินิยมได้ ความขัดแย้งระหว่างจักรวรรดิจีนกับมหาอำนาจตะวันตกปะทุออกมาในเหตุการณ์สงครามฝิ่นครั้งที่ 1 (ค.ศ. 1840-1842) ซึ่งถือเป็นจุดหักเหสำคัญในประวัติศาสตร์จีน นักวิชาการส่วนหนึ่งเห็นว่าเหตุการณ์นี้เป็นการเปิดฉากประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ และเป็นจุดเริ่มต้น “ศตวรรษแห่งความอับยศอดสู” ของจีน จากนั้น จีนซึ่งถูกเปรียบเป็น “คนป่วยแห่งเอเชีย” ได้เผชิญหน้ากับศึกในและภัยนอกอย่างแสนสาหัส ผ่านการเปลี่ยนระบอบการปกครองจากสมบูรณาญาสิทธิราชย์ซึ่งปกครองโดยราชวงศ์ชิงเป็นสาธารณรัฐซึ่งปกครองโดยขุนศึก (ต้นทศวรรษ 1910) และรัฐบาลคณะชาตินิยมพรรคก๊กมินตั๋ง (ปลายทศวรรษ 1920) แล้วจึงเปลี่ยนผ่านสู่การปกครองโดยพรรคคอมมิวนิสต์จีน (ปลายทศวรรษ 1940) จวบจนปัจจุบัน

ในงานเฉลิมฉลองครบรอบ 100 ปี การก่อตั้งพรรคคอมมิวนิสต์จีน วันที่ 1 กรกฎาคม ค.ศ. 2021 ประธานาธิบดีสีจิ้นผิงกล่าวปาฐกถาสื่อสารแก่คนทั่วโลก เนื้อหาส่วนหนึ่งเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ ความว่า

“จีนเป็นประชาชาติที่ยิ่งใหญ่ในโลก มีประวัติศาสตร์แห่งอารยธรรมยาวนานกว่า 5,000 ปี สร้างคุณูปการที่ไม่อาจดับสูญได้แก่อารยธรรมและความก้าวหน้าของมวลมนุษยชาติ หลังสงครามฝิ่น ค.ศ. 1840<sup>1</sup> จีนค่อย ๆ ตกเป็นประเทศกึ่งเมืองขึ้นกึ่งศักดินา ประเทศชาติตกอยู่ในภาวะอับยศ

<sup>1</sup> การกำหนดเหตุการณ์ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของสงครามฝิ่นมีหลายแบบแตกต่างกันไป แล้วแต่มุมมองของแต่ละคน ส่วนใหญ่จะแบ่งเป็นสองอย่างคือ 1) การทำลายฝิ่นของหลินเจ้อสวีที่หูเหมินในเดือนมิถุนายน ค.ศ.1839 และ 2) รัฐสภาอังกฤษผ่านมติทำสงครามกับจีนในเดือนเมษายน จากนั้นอังกฤษยกทัพเรือไปปิดปากแม่น้ำจูเจียงและน่านน้ำมณฑลกว๋างตุ้งในเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1840 ประวัติศาสตร์ฉบับทางการของจีนมองว่าการที่ราชสำนักชิงส่งหลินเจ้อสวีไปทำลายฝิ่นที่หูเหมินเป็นการกระทำที่ถูกต้อง

อดสู ประชาชนตกอยู่ในภาวะเดือดร้อน อารยธรรมถูกทำลาย ประชาชาติจีนประสบภัยพิบัติร้ายแรงอย่างไม่เคยมีมาก่อน ตั้งแต่นั้นมาการฟื้นฟูความเจริญรุ่งเรืองของประชาชาติจึงกลายเป็นความฝันอันยิ่งใหญ่ที่สุดของประชาชนและประชาชาติจีน

เพื่อกู้วิกฤตประเทศ ประชาชนจีนได้ลุกขึ้นต่อสู้ บุคคลผู้รักชาติบ้านเมืองได้รณรงค์ให้มีการต่อสู้กู้ชาติบ้านเมือง การเคลื่อนไหวและแผนกู้ชาติบ้านเมืองต่าง ๆ เช่น ขบวนการ “ไท่ผิง” การปฏิรูประบอบการปกครอง “อู่ซวี” ขบวนการ “อู่เหอถวน” และการปฏิวัติ “ซินไฮ่” เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การเคลื่อนไหวเหล่านี้ล้วนประสบความล้มเหลว ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าจีนต้องการแนวความคิดใหม่ในการชี้นำขบวนการกู้ชาติบ้านเมืองและองค์กรจัดตั้งใหม่ในการระดมพลังปฏิวัติอย่างเร่งด่วน

หลังเกิดการปฏิวัติสังคมนิยมในรัสเซียในเดือนตุลาคม ค.ศ. 1917 ลัทธิมาร์กซ์ได้เผยแพร่มายังจีนและพรรคคอมมิวนิสต์จีนได้ก่อตั้งขึ้นท่ามกลางความตื่นตัวของประชาชนและประชาชาติจีน ท่ามกลางการต่อสู้ของกรรมกรภายใต้การชี้นำของลัทธิมาร์กซ์ การก่อตั้งพรรคคอมมิวนิสต์จีนเสมือนเป็นการบุกเบิกฟ้าดินเพราะได้เปลี่ยนทิศทางและกระบวนการพัฒนาของประชาชาติจีนในระดับลึกซึ้งหลังยุคใกล้ปัจจุบัน เปลี่ยนอนาคตและชะตากรรมของประชาชนจีนในระดับลึกซึ้ง ทั้งยังได้เปลี่ยนแนวโน้มและสถานการณ์การพัฒนาของโลกในระดับลึกซึ้งด้วย

หลังพรรคคอมมิวนิสต์ก่อตั้งขึ้นโดยถือการนำความผาสุกแก่ประชาชนจีนและการฟื้นฟูความเจริญรุ่งเรืองของประชาชาติจีนเป็นความมุ่งมั่นตั้งใจแรกเริ่ม ช่วง 100 ปีมานี้ ทุกการบากบั่นต่อสู้ ทุกการพลีชีพ ทุกการประดิษฐ์คิดสร้างที่พรรคคอมมิวนิสต์จีนสามัคคีและนำประชาชนจีนปฏิบัตินั้นมีวัตถุประสงค์เพียงหนึ่งเดียว คือ บรรลุการฟื้นฟูความเจริญรุ่งเรืองของประชาชาติจีน”<sup>2</sup>

หากต้องการเข้าใจจีนปัจจุบัน ต้องศึกษาประวัติศาสตร์จีน เพราะช่วยฉายภาพโดยรวมให้เห็นความเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุคสมัยจนกว่าจะมาเป็นจีนปัจจุบัน หากต้องการเข้าใจประวัติศาสตร์จีน ต้องอ่านประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ เพราะช่วยฉายภาพเฉพาะเจาะจงในช่วงเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อซึ่งเกิดเหตุการณ์สำคัญซึ่งเป็นชี้ตายในประวัติศาสตร์จีน

เพื่อผดุงความยุติธรรม และปกป้องผลประโยชน์และศักดิ์ศรีของประเทศ ดังนั้นจึงไม่ใช่จุดเริ่มต้นของสงครามฝิ่น ในทางกลับกันมองว่าการยกทัพเรือมาบุกจีนของอังกฤษถือเป็นการรุกรานจีน จึงยึดเหตุการณ์นี้เป็นจุดเริ่มต้นของสงครามฝิ่น

<sup>2</sup>CRI Online ปาฐกถาของนายสี จิ้นผิง ในงานเฉลิมฉลองครบรอบ 100 ปี การก่อตั้งพรรคคอมมิวนิสต์จีน สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2567, จาก <https://thai.cri.cn/20210701/c217912b-70d2-8311-a396-b46f8a73e117.html>

## เนื้อหาและสาระสำคัญในหนังสือ “ประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่”

หนังสือเรื่อง “ประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่” เขียนโดย รองศาสตราจารย์ ดร. กรพจน์ ตั้งเชื่อนจันทร์ อาจารย์ประจำสาขาเอเชียศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2565 และพิมพ์ครั้งที่ 2 พ.ศ. 2567 โดยสำนักพิมพ์เสริมวิทย์บรรณาการ วัตถุประสงค์ของการเขียนหนังสือเรื่องนี้คือเพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์จีนที่ผู้เขียนรับผิดชอบสอนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หนังสือประกอบด้วยเนื้อหาหลัก 10 บท นอกจากนั้นยังมีบทนำและบทสรุปเปิดหัวและปิดท้ายตามลำดับ รวม 217 หน้า เนื้อหาสำคัญในแต่ละบทมีดังนี้

### บทนำ เรื่องเล่า (Narrative) กับการตีความ (Interpretation) ในประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่

ในบทนี้ ผู้เขียนแนะนำการแบ่งยุคสมัยทางประวัติศาสตร์จีน เริ่มจากประวัติศาสตร์แบบราชวงศ์ที่ใช้เกณฑ์การแบ่งยุคสมัยแบบพื้นฐานที่อิงกับวงศ์ตระกูลของผู้ปกครอง กล่าวคือ ผู้ปกครองในราชวงศ์เดียวกันจะมาจากตระกูลเดียวกัน เช่น จักรพรรดิราชวงศ์ถังมาจากตระกูลหลี่ ส่วนจักรพรรดิราชวงศ์ซ่งมาจากตระกูลเจ้า เป็นต้น เมื่อราชวงศ์ซ่งล่มสลายลงพร้อมกับระบอบจักรพรรดิ ประวัติศาสตร์จีนแบบราชวงศ์ก็สิ้นสุดตามไปด้วย จากนั้นผู้เขียนได้แนะนำการแบ่งยุคในประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ว่า เนื่องจากในวงวิชาการยังมีข้อถกเถียงเกี่ยวกับการเล่าและการตีความประวัติศาสตร์ด้วยมุมมองแตกต่างกัน จึงส่งผลให้การกำหนดจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่จึงไม่เหมือนกัน

ยกตัวอย่างเช่น แนวคิดว่าด้วยจุดเริ่มต้นของประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่สามารถจำแนกได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 มองว่าประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่เริ่มต้นจากสงครามฝิ่น กลุ่มที่ 2 มองว่าประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่เริ่มต้นก่อนสงครามฝิ่น และกลุ่มที่ 3 ใช้เกณฑ์หรือตัวแปรสำคัญอื่น ๆ กำหนดจุดเริ่มต้นของประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ เช่น ใช้รูปแบบการปกครองเป็นตัวแบ่ง และใช้โครงสร้างทางสังคมโดยรวมเป็นตัวแบ่ง เป็นต้น ส่วนจุดสิ้นสุดของประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ ผู้เขียนชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างของคำที่ใช้ในภาษาต่าง ๆ เช่น ภาษาจีนใช้คำว่า “จีนใต้ชื่อ” (近代史) หมายถึง ประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ช่วงปี ค.ศ. 1840-1949 แต่หากต้องการแปลคำนี้เป็นภาษาไทยแบบตรงตัว ควรใช้คำว่า “ประวัติศาสตร์ยุคใกล้” อีกคำหนึ่งคือ “เขียนใต้ชื่อ” (现代史) หมายถึง ประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1949 เป็นต้นมา ในขณะที่ภาษาอังกฤษเรียก “จีนใต้ชื่อ” และ “เขียนใต้ชื่อ” รวมกันเป็นคำเดียวกันคือ “modern history” ดังนั้น บางครั้งหากต้องการเน้นย้ำว่าเป็นประวัติศาสตร์ช่วงเวลาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1949 เป็นต้นมา ภาษาจีนอาจใช้คำว่า “ต่างใต้ชื่อ” (当代史) และภาษาอังกฤษอาจใช้คำว่า “contemporary history” ซึ่งหมายถึง ประวัติศาสตร์ร่วมสมัย ทั้งนี้ ผู้เขียนตั้งใจกำหนดจุดเริ่มต้นประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ไว้ที่ต้นราชวงศ์ซ่งซึ่งตามแนวทางการศึกษาประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่แบบตะวันตก และกำหนดจุดสิ้นสุดที่ ค.ศ. 1949 ตามแบบประวัติศาสตร์ทางการของจีน เพื่อแสดงเป็นสัญลักษณ์ของการพบกันระหว่างโลกตะวันตกกับโลกตะวันออกซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของประวัติศาสตร์สมัยใหม่

### บทที่ 1 ต้นราชวงศ์ชิง: ปฐมบทก่อนสงครามฝิ่น

ผู้เขียนพาผู้อ่านย้อนกลับไปสำรวจประวัติศาสตร์ต้นราชวงศ์ชิงช่วงก่อนสงครามฝิ่นใน 3 ด้าน ได้แก่ กำเนิดชาวมานจูกับการก่อสร้างราชวงศ์ชิง อุดมการณ์ของแมนจูกับความเป็นจีน และโลกทัศน์แบบจีนกับการพบกันของสองจักรวรรดิที่ยิ่งใหญ่ เนื้อหาหลักกล่าวถึงช่วงเวลาที่จีนอยู่ภายใต้การปกครองของราชวงศ์ชิง ช่วงเวลานี้ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่นำพาจีนเข้าสู่ยุคสมัยใหม่ แม้ว่าผู้ปกครองจะเป็นชาวมานจูซึ่งมีเชื้อสายต่างจากชาวจีน แต่ราชวงศ์นี้ก็สามารรวมศูนย์อำนาจและขยายอาณาเขตของจีนได้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในรัชสมัยของจักรพรรดิคังซี ยงเจิ้ง และเฉียนหลง ซึ่งเป็นยุคทองที่จักรวรรดิรุ่งเรืองอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังมีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ทำให้ราชวงศ์ชิงสามารถปกครองจักรวรรดิจีนได้อย่างยาวนานและมั่นคง รวมถึงการเผชิญหน้าและความขัดแย้งทางความคิดระหว่างจีนกับโลกตะวันตกด้วย

### บทที่ 2 สงครามฝิ่น

เนื่องจากผู้เขียนกำหนดเหตุการณ์สงครามฝิ่น (鴉片战争) เป็นจุดเริ่มต้นของประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ ดังนั้น บทนี้จึงถือเป็นฉากเปิดตัวอย่างเป็นทางการของหนังสือเรื่องนี้ เนื้อหาเริ่มจากการอธิบายภูมิหลังของสถานการณ์ โดยกล่าวถึงนโยบายผูกขาดการค้าของราชสำนักชิงผ่านระบบการค้ากวางตุ้งซึ่งกำหนดให้พ่อค้าต่างชาติสามารถติดต่อค้าขายกับจีนได้เฉพาะที่เมืองกวางโจว มณฑลกวางตุ้ง ผ่านกลุ่มพ่อค้าที่เรียกว่าโคฮองเท่านั้น ด้วยเหตุผลด้านความมั่นคงของรัฐ จากนั้นจึงวิเคราะห์ปัญหาดุลการค้าระหว่างจีนกับอังกฤษ โดยสินค้าจีน เช่น ชา ผ้าไหม และเครื่องกระเบื้อง เป็นที่ต้องการอย่างมากในยุโรป โดยเฉพาะในอังกฤษ ส่งผลให้อังกฤษเสียเปรียบดุลการค้า เนื่องจากสินค้าจากอังกฤษไม่ได้รับความนิยมในจีน อังกฤษจึงหาทางแก้ไขด้วยการลักลอบนำฝิ่นเข้ามาจำหน่ายในจีน ซึ่งสามารถสร้างกำไรได้สูงและช่วยลดปัญหาขาดดุลได้อย่างรวดเร็ว เมื่อทางการจีนตระหนักว่าฝิ่นก่อให้เกิดปัญหาร้ายแรงในสังคม จึงดำเนินมาตรการปราบปรามอย่างเข้มงวดและเด็ดขาด แต่การดำเนินมาตรการต่อพ่อค้าอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับการค้าฝิ่นกลับทำให้ความขัดแย้งระหว่างสองฝ่ายทวีความรุนแรง และนำไปสู่การทำสงครามในที่สุด ผลของสงครามคือจีนพ่ายแพ้ต่อกองทัพอังกฤษที่มีความทันสมัยกว่า นำไปสู่การลงนามในสนธิสัญญานานกิง ซึ่งบังคับให้จีนเปิดประเทศ ยกเลิกระบบการค้ากวางตุ้ง เปิดเมืองท่าหลายแห่ง ชำระค่าปฏิกรรมสงคราม สูญเสียสิทธิสภาพนอกอาณาเขต และยกเกาะฮ่องกงให้อังกฤษ อีกทั้งเงื่อนไขของสนธิสัญญานานกีนียังกลายเป็นต้นแบบของข้อตกลงที่จีนต้องทำกับชาติตะวันตกอื่น ๆ ในเวลาต่อมาอีกด้วย

### บทที่ 3 ไผ่ผิงเทียนกั๋ว

ผู้เขียนเปลี่ยนจากการกล่าวถึงภัยคุกคามจากภายนอกอย่างสงครามฝิ่นมาสู่ปัญหาภายในประเทศ โดยเน้นที่ขบวนการไผ่ผิงเทียนกั๋ว (太平天国) ซึ่งเป็นวิกฤตครั้งใหญ่ที่ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อเสถียรภาพของราชสำนักชิงและชีวิตของประชาชน เนื้อหาเริ่มจากการวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ขบวนการนี้เกิดขึ้น ต่อด้วยการกล่าวถึงบทบาทของหงซิวเฉียนในฐานะผู้นำ และปิดท้ายด้วยการอธิบายผลกระทบของขบวนการนี้ต่อประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ ผู้เขียนมองว่าการขยายตัวและการปราบปรามขบวนการไผ่ผิงเทียนกั๋วเป็นหนึ่งในเหตุการณ์ที่สร้างความสูญเสียมากที่สุดในประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ และยังเป็นปัจจัยสำคัญที่เร่งให้ราชวงศ์ชิงเสื่อมอำนาจเร็วขึ้น การสู้รบที่ยาวนานทำให้ราชวงศ์ชิงอ่อนแอลง กองทัพขาดความมั่นคง และต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากชาติตะวันตกทั้งด้านการเงินและการทหาร ส่งผลให้มหาอำนาจตะวันตกมีโอกา

เข้ามาแทรกแซงมากขึ้น อย่างไรก็ตาม กองกำลังท้องถิ่นที่ภักดีต่อราชสำนักชิง เช่น กองทัพของเจิ้งกั้วฟาน มีบทบาทสำคัญในการปราบปรามขบวนการนี้ และช่วยยึดอายุของราชวงศ์ชิงออกไปได้ ในอีกด้านหนึ่ง เหตุการณ์นี้ยังทำให้ผู้นำท้องถิ่นตระหนักถึงความสำคัญของการมีกองทัพสมัยใหม่เป็นของตนเอง เพื่อรักษาอำนาจและเสถียรภาพทางการเมือง เนื่องจากราชสำนักชิงไม่สามารถควบคุมอำนาจได้อย่างเต็มที่ และต้องพึ่งพากำลังจากท้องถิ่นมากขึ้น

#### บทที่ 4 ราชวงศ์ชิงกับการปฏิรูป

ผู้เขียนกล่าวถึงเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ 3 เหตุการณ์ ได้แก่ ขบวนการสร้างตัวเองให้เข้มแข็ง (洋务运动) สงครามจีน-ญี่ปุ่น (中日甲午战争) และการปฏิรูปร้อยวัน (戊戌变法) ความพ่ายแพ้ของจีนต่ออังกฤษในสงครามฝิ่นและการที่ราชสำนักชิงต้องพึ่งพากองทัพท้องถิ่นในการปราบปรามขบวนการไต้ผิงเทียนกั๋ว ทำให้ชนชั้นนำจีนหันมาให้ความสำคัญกับการศึกษาเรียนรู้วิทยาการจากชาติตะวันตก โดยมีแนวคิดที่ว่าเรียนรู้จากคนเถื่อนเพื่อจัดการกับคนเถื่อน และเรียนรู้แบบจีนเป็นสารัตถะ ในขณะที่เรียนรู้แบบตะวันตกเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ กล่าวคือ ชาวจีนควรศึกษาความรู้แบบจีนอันเป็นรากฐานของการศึกษาทั้งหมด ยึดมั่นลัทธิขงจื้อซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเรียนรู้ให้มั่นคงและศึกษาให้แตกฉาน จากนั้นจึงเลือกเรียนรู้ศาสตร์วิชาบางอย่างจากชาวตะวันตกเพื่อนำมาพัฒนาประเทศตนเองให้ทัดเทียมหรือเจริญก้าวหน้ากว่าชาติตะวันตก และเพื่อป้องกันการรุกรานจากมหาอำนาจตะวันตก ขบวนการสร้างตนเองให้เข้มแข็งเริ่มจากการผลิตอาวุธยุทโธปกรณ์แบบตะวันตก จากนั้นขยายไปสู่การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสมัยใหม่ อุตสาหกรรม และการจัดตั้งหน่วยงานการปกครองและการต่างประเทศที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ เช่น ทางรถไฟ ไปรษณีย์ โทรเลข เหมืองแร่ หน่วยงานการต่างประเทศ โรงเรียนภาษาต่างประเทศ และกองทัพเรือแบบตะวันตก เป็นต้น ทว่า ขบวนการสร้างตนเองให้เข้มแข็งกลับล้มเหลวอย่างสิ้นเชิงเมื่อจีนเป็นฝ่ายพ่ายแพ้ในสงครามจีน-ญี่ปุ่น ส่งผลให้ชนชั้นนำในราชสำนักชิงตื่นตัวและตระหนักถึงความจำเป็นในการปฏิรูป นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบบริหารราชการแผ่นดินครั้งใหญ่ แต่การปฏิรูปประเทศครั้งนี้ดำเนินไปเพียง 103 วัน ก็ถูกกลุ่มอนุรักษนิยมต่อต้านและล้มกระดานในที่สุด การปฏิรูปร้อยวันสิ้นสุดลงด้วยการกลับมาใช้อำนาจของกลุ่มอนุรักษนิยมในราชสำนักชิง

#### บทที่ 5 นักมวยอีเหอถวน

ผู้เขียนวิเคราะห์ว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดเหตุการณ์นักมวยอีเหอถวน (义和团) มาจากปัญหาความยากจนขั้นแค้นของชาวจีน อิทธิพลของชาวต่างชาติที่ขยายวงกว้างขึ้นในภาคเหนือของจีน และความขัดแย้งระหว่างชาวจีนกับชาวต่างชาติ ก่อให้เกิดเป็นกระแสต่อต้านชาวต่างชาติ จากนั้นจึงอธิบายกำเนิดและพัฒนาการของขบวนการนักมวยอีเหอถวนว่า มีกำเนิดจากสมาคมลับในมณฑลซานตง เป็นสมาคมท้องถิ่นของชาวบ้านแถบนั้น กิจกรรมหลักคือฝึกฝนศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวเพื่อเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง และมีความเชื่อทางไสยศาสตร์พันทางไม่เข้า ต่อมาเมื่อจำนวนคนเพิ่มมากขึ้นจึงพัฒนาเป็น “อีเหอเฉียน” และ “อีเหอถวน” ตามลำดับ โดยมีเป้าหมายที่จะกำจัดขับไล่ชาวต่างชาติให้หมดไป เนื่องจากขณะนั้นความขัดแย้งระหว่างชาวจีนกับชาวต่างชาติทวีความรุนแรงขึ้น ราชสำนักชิงซึ่งกุมอำนาจโดยพระนางซูสีไทเฮาจึงฉวยโอกาสนี้ใช้ประโยชน์จากกลุ่มนักมวยอีเหอถวนเป็นเครื่องมือกำจัดชาวต่างชาติ พระนางประกาศสงครามกับมหาอำนาจ 11 ชาติ และออกคำสั่งให้ขุนนางท้องถิ่นส่งกองทัพเข้าร่วมกับกลุ่มนักมวยเพื่อขับไล่ชาวต่างชาติ ทว่า ภายหลัง

กองทัพพันธมิตรแปดชาติยกพลขึ้นบกและปราบปรามกลุ่มนักมวยอี๋เหอถวน พระนางซูสีไทเฮาตระหนกกว่าตนเป็นฝ่ายเพลี่ยงพล้ำ จึงลี้ภัยจากกรุงปักกิ่งไปยังเมืองซีอาน และมอบหมายให้ขุนนางอาวุโสชื่อหลี่หงางทำหน้าที่เจรจาสงบศึกกับชาติมหาอำนาจ นำมาซึ่งการลงนามในสนธิสัญญาซินฉีว่ จีนต้องจ่ายค่าปฏิกรรมสงครามจำนวนมหาศาลให้แก่ชาติมหาอำนาจเพื่อชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้น และสูญเสียสิทธิอื่น ๆ ในการป้องกันตนเองด้านทหาร เป็นต้น เหตุการณ์ดังกล่าวบั่นทอนความชอบธรรมในการปกครองของราชวงศ์ชิงอย่างรุนแรง กระทั่งนำไปสู่การปฏิวัติเปลี่ยนแปลงการปกครองในเวลาต่อมา

### บทที่ 6 1911: การปฏิวัติที่ไม่สิ้นสุด

ผู้เขียนเริ่มต้นกล่าวถึงสถานการณ์บ้านเมืองช่วงปลายราชวงศ์ชิงก่อนการปฏิวัติเพื่อเป็นข้อมูลภูมิหลัง จากนั้นเน้นอภิปรายการปฏิวัติซินไฮ่ 1911 (辛亥革命) จากแง่มุม 2 ด้าน ได้แก่ การปฏิวัติซินไฮ่ในฐานะเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ และการปฏิวัติซินไฮ่ในฐานะอุดมการณ์ทางการเมือง หากพิจารณาจากมุมมองในฐานะเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ ผู้เขียนเห็นว่า การปฏิวัติซินไฮ่เป็นการปฏิวัติเพื่อเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ซึ่งขณะนั้นมีราชวงศ์ชิงเป็นผู้ปกครองสูงสุดในจักรวรรดิจีน และเป็นราชวงศ์สุดท้ายของจีน ไปสู่การปกครองในระบอบประชาธิปไตยแบบสาธารณรัฐ หากพิจารณาจากมุมมองในฐานะอุดมการณ์ทางการเมือง ชุนจงซานผู้นำการปฏิวัติยึดอุดมการณ์ทางการเมืองที่ต้องการโค่นล้มราชวงศ์ชิง ขับเคลื่อนอุดมการณ์ชาตินิยม สร้างระบอบสาธารณรัฐที่สามารถนำพาความยิ่งใหญ่มาสู่ประเทศจีน และทำให้ชาวจีนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แรกเริ่มชุนจงซานเสนออุดมการณ์ในรูปแบบคำขวัญว่า “โค่นล้มราชวงศ์ชิง พื้นฟูชาติจีน ก่อตั้งสาธารณรัฐ จัดสรรที่ดิน” (驱除鞑虏，恢复中华，创立民国，平均地权) ต่อมาปรับเป็นแนวคิดเชิงทฤษฎี “ลัทธิไตรราษฎร์” หรือ “ลัทธิไตรประชา” (三民主义) ประกอบด้วยชาตินิยมประชาธิปไตย และประชาธิปไตย สุดท้าย ผู้เขียนชวนอภิปรายประเด็นที่ว่า การปฏิวัติซินไฮ่ในปี ค.ศ. 1911 ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ซึ่งเป็นประเด็นที่นักประวัติศาสตร์ถกเถียงกันอย่างกว้างขวาง ผู้เขียนเห็นว่าไม่ควรมองเหตุการณ์ครั้งนี้อย่างผิวเผินตามตัวอักษร แต่ควรมองอุดมการณ์และเป้าหมายของการปฏิวัติมาพิจารณาอย่างถี่ถ้วนด้วย

### บทที่ 7 ขบวนการสี่พฤษภา

ผู้เขียนเริ่มต้นอธิบายนิยามและความหมายของขบวนการสี่พฤษภา (五四运动) โดยให้ข้อสังเกตว่า หากพิจารณาในความหมายแบบแคบ ขบวนการสี่พฤษภาคือเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นในวันที่ 4 พฤษภาคม ค.ศ. 1919 ซึ่งเป็นการประท้วงข้อเสนองานญี่ปุ่นในการประชุมสันติภาพปารีส เนื่องจากญี่ปุ่นต้องการรับช่วงเขตอิทธิพลในมณฑลซานตงจากเยอรมนี รวมทั้งประท้วงข้อตกลง 21 ข้อ ที่หยวนซื่อฮายเคยทำไว้ครั้งของกู้เงินจากญี่ปุ่น หากพิจารณาในความหมายแบบกว้าง ขบวนการสี่พฤษภาไม่ได้เป็นเพียงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวันที่ 4 พฤษภาคม ค.ศ. 1919 เท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมในช่วงเวลา ค.ศ. 1917-1921 ซึ่งเป็นขบวนการเคลื่อนไหวเพื่อสร้างวัฒนธรรมใหม่ที่มุ่งเปลี่ยนแปลงรากฐานวัฒนธรรมของสังคมจีน จากนั้น ผู้เขียนกล่าวถึงประเด็นกำเนิดวารสารเยาวชนใหม่กับการปฏิวัติวรรณกรรมจีน ระบುವารสารเยาวชนใหม่ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1915 โดยเฉินตูชิว เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ความรู้สมัยใหม่แบบตะวันตกโดยปัญญาชนจีน และภายหลังกลายเป็นกระบอกเสียงสำคัญของพรรคคอมมิวนิสต์จีนในการเผยแพร่ลัทธิมาร์กซิสต์และการปฏิวัติของชนชั้นกรรมาชีพ ในเนื้อหาส่วนสุดท้าย ผู้เขียนกล่าวถึงประเด็นขบวนการสี่

พลุชกาภิกับการปรับตัวของฝ่ายอนุรักษ์นิยมว่า การที่ปัญญาชนหัวก้าวหน้าวิพากษ์วิจารณ์วัฒนธรรมจารีตของจีน ส่งผลให้ปัญญาชนฝ่ายอนุรักษ์นิยมผลักดันให้วัฒนธรรมจารีตของจีนปรับตัวอบริบททางสังคมการเมืองที่เปลี่ยนไปเพื่อความอยู่รอด จนนำไปสู่การก่อตัวของแนวคิด “ขงจื้อสมัยใหม่”

### บทที่ 8 ทศวรรษนานกิง

ผู้เขียนมุ่งศึกษาแนวคิด โครงสร้าง และความสำเร็จก้าวหน้าในด้านการปกครองช่วง ค.ศ. 1927-1937 ซึ่งเป็นระยะเวลาที่รัฐบาลคณะชาตินาโดยพรรคก๊กมินตั๋งก้าวขึ้นสู่อำนาจการปกครอง รวบรวมเงินเป็นปีกแผ่น จนถึงสงครามต่อต้านญี่ปุ่นปะทุขึ้นอย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากช่วงเวลานี้เมืองหลวงของจีนอยู่ที่กรุงนานกิง ดังนั้นในทางประวัติศาสตร์จึงเรียกว่า “ทศวรรษนานกิง” พรรคก๊กมินตั๋งซึ่งเป็นพรรครัฐบาลคณะชาตินาถือถือแนวทางการปฏิวัติสามขั้นในการปกครองประเทศ กล่าวคือ การปกครองโดยทหารเป็นขั้นแรกของการปฏิวัติ ในระยะแรกจำเป็นต้องใช้กำลังทหารสร้างความเป็นเอกภาพ จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นที่สองคือการปกครองโดยใช้รัฐธรรมนูญฉบับชั่วคราว หรือการปกครองโดยสังฆอน เป็นช่วงเปลี่ยนผ่านจากการใช้กำลังทหารไปสู่การปกครองโดยรัฐธรรมนูญฉบับถาวร เพื่อเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ขั้นที่สามคือการปกครองโดยรัฐธรรมนูญฉบับถาวร ในด้านโครงสร้างทางการเมือง รัฐบาลคณะชาติของสาธารณรัฐจีนแบ่งแยกอำนาจออกเป็น 5 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายตุลาการ ฝ่ายการตรวจสอบ และฝ่ายตรวจสอบ อำนาจสามฝ่ายแรกเป็นการแบ่งแยกตามชาติตะวันตก ส่วนอำนาจสองฝ่ายหลังเป็นมรดกทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมจีน ในด้านความสำเร็จก้าวหน้าทางการปกครองช่วงทศวรรษนานกิง ผลงานที่เด่นชัดและเป็นรูปธรรมมากที่สุดของรัฐบาลคณะชาติคือการแก้ไขสนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรมกับชาติมหาอำนาจซึ่งเป็นปัญหาเรื้อรังมาตั้งแต่สมัยปลายราชวงศ์ชิง เรื่อยมาถึงรัฐบาลขุนศึกเป่ย์หยาง จบจนถึงสมัยรัฐบาลคณะชาติ ผลงานหลักคือการยกเลิกสิทธิสภาพนอกอาณาเขต การกำหนดพิภคภาษีศุลกากร การยกเลิกเขตให้เช่า และการลงนามในสนธิสัญญาใหม่ที่เป็นธรรม เมื่อญี่ปุ่นเริ่มบุกโจมตีภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีนหรือแมนจูเรียในปี ค.ศ. 1931 และบุกยึดปักกิ่งในปี ค.ศ. 1937 จากนั้นเคลื่อนทัพลงใต้มายึดเมืองหลวงและก่อการสังหารหมู่ที่นานกิงในปลายปีเดียวกัน เป็นการเปิดฉากสงครามต่อต้านญี่ปุ่นอย่างเต็มรูปแบบ ในช่วงเวลานี้ รัฐบาลคณะชาติซึ่งนำโดยพรรคก๊กมินตั๋งยึดนโยบายปราบคอมมิวนิสต์ก่อนแล้วค่อยต่อต้านญี่ปุ่นเป็นหลัก ถึงแม้ว่าภายหลังจะถูกหลายฝ่ายกดดันจนต้องหันมาร่วมมือกับพรรคคอมมิวนิสต์จีนเพื่อผนึกกำลังต่อต้านการรุกรานจากญี่ปุ่น แต่พรรคก๊กมินตั๋งก็พยายามหาโอกาสบ่อนทำลายพรรคคอมมิวนิสต์จีนอยู่ตลอด จนทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างสองพรรคนี้แตกร้างในเวลาต่อมา

### บทที่ 9 เชียงไฮ้กับความเป็นสมัยใหม่

ผู้เขียนอธิบายถึงที่มาและพัฒนาการของนครเซี่ยงไฮ้ โดยชี้ให้เห็นว่าเมืองแห่งนี้เติบโตขึ้นจากอิทธิพลของชาวต่างชาติและวัฒนธรรมตะวันตกในยุคสมัยใหม่ ควบคู่กับบทบาทสำคัญของชาวจีนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมต่อประวัติศาสตร์เมืองไม่น้อยไปกว่ากัน ภายหลังจากการทำสนธิสัญญานานกิง เซี่ยงไฮ้ได้ก้าวขึ้นเป็นเมืองท่าและศูนย์กลางเศรษฐกิจที่สำคัญของจีน อันเนื่องมาจากการเข้ามาของพ่อค้าตะวันตก อย่างไรก็ตาม สถานะของการเป็นเขตเช่าทำให้รัฐบาลจีนไม่สามารถใช้อำนาจทางกฎหมายได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้เซี่ยงไฮ้กลายเป็นจุดหมายของผู้คนจำนวนมากทั้งชาวจีนและชาวต่างชาติ อิทธิพลของตะวันตกยังมีส่วนสร้างรูปแบบวัฒนธรรมเมืองที่สะท้อนระบบทุนนิยม วิถีชีวิตสมัยใหม่ และกระแสบริโภคนิยม แม้ในสายตาของชาวจีนบางส่วน เซี่ยงไฮ้จะเป็น

สัญลักษณ์ของความเสื่อมถอยของชาติ แต่อีกด้านหนึ่ง เมืองนี้ก็เป็นพื้นที่ที่ก่อรูปวัฒนธรรมผสมผสานระหว่างจีนและตะวันตกได้อย่างโดดเด่น ทั้งนี้ เศรษฐกิจของเซี่ยงไฮ้ได้ซบเซาลงภายหลังสงครามจีน-ญี่ปุ่นและสงครามกลางเมืองระหว่างพรรคก๊กมินตั๋งกับพรรคคอมมิวนิสต์จีน ส่งผลให้ปัญญาชนจำนวนมากอพยพไปยังฮ่องกง ก่อนที่ภายหลังการดำเนินนโยบายปฏิรูปและเปิดประเทศในยุคเติ้งเสี่ยวผิง เมืองเซี่ยงไฮ้จะได้รับการฟื้นฟูและกลับมามีความเจริญรุ่งเรืองอีกครั้ง

### บทที่ 10 พรรคคอมมิวนิสต์จีนกับการสถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีน

ผู้เขียนสำรวจประวัติศาสตร์และพัฒนาการของพรรคคอมมิวนิสต์จีนจากประเด็นต่อไปนี้ พรรคคอมมิวนิสต์จีนภายใต้แนวทางโคมินเทิร์น ฐานที่มั่นเจียงซีโซเวียต: จากเมืองสู่ชนบท เหมาเจ๋อตงกับดาวแดงเหนือแผ่นดินจีนที่เหียนอัน และสงครามกลางเมืองกับความพ่ายแพ้ของพรรคก๊กมินตั๋ง ผู้เขียนชี้ว่า การปฏิวัติรัสเซียในปี ค.ศ. 1917 และขบวนการสี่พฤษภาคมมีส่วนสำคัญในการทำให้แนวคิดคอมมิวนิสต์แพร่เข้าสู่สังคมจีน จนนำไปสู่การก่อตั้งพรรคคอมมิวนิสต์จีนโดยได้รับการสนับสนุนจากสหภาพโซเวียต แม้ในระยะแรกพรรคจะมีขนาดเล็ก อยู่ภายใต้อิทธิพลของโซเวียต และทำงานร่วมกับพรรคก๊กมินตั๋ง แต่ต่อมากลับขยายตัวอย่างต่อเนื่องจนเกิดความขัดแย้งรุนแรงระหว่างสองพรรค อย่างไรก็ตาม สงครามต่อต้านญี่ปุ่นได้กลายเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้ทั้งสองฝ่ายยุติความขัดแย้งลงชั่วคราว โดยในช่วงเวลาดังกล่าว พรรคคอมมิวนิสต์จีนสามารถเสริมสร้างกำลังพลและสะสมอาวุธได้อย่างมีนัยสำคัญ ภายหลังสงคราม ความขัดแย้งได้ปะทุขึ้นอีกครั้งและขยายตัวไปสู่สงครามกลางเมือง ซึ่งท้ายที่สุดพรรคคอมมิวนิสต์จีนนำโดยเหมาเจ๋อตงเป็นฝ่ายได้รับชัยชนะเหนือพรรคก๊กมินตั๋ง และนำไปสู่การก่อตั้งสาธารณรัฐประชาชนจีนในปี ค.ศ. 1949

### บทสรุป

ผู้เขียนสรุปว่า ช่วงระยะเวลาที่หนึ่งศตวรรษในประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ที่ถูกเรียกว่า “ศตวรรษแห่งความอภัยยศ” สะท้อนถึงความเสื่อมถอยของจักรวรรดิจีนจากอดีตที่เคยรุ่งเรือง จีนต้องเผชิญกับแรงกดดันและอิทธิพลจากชาติมหาอำนาจ ทั้งความพ่ายแพ้ทางทหาร การทำสนธิสัญญาที่ไม่เป็นธรรม การสูญเสียอธิปไตยเหนือดินแดน และเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ถูกจดจำในฐานะความอภัยยศทางประวัติศาสตร์ ในอีกมิติหนึ่ง ช่วงเวลาดังกล่าวยังอาจมองได้ว่าเป็นยุคแห่งการแสวงหาและทดลอง เมื่อจีนต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงนำไปสู่กระบวนการปรับตัวผ่านการลองผิดลองถูก เพื่อฝ่าฟันข้อจำกัดและแสวงหาแนวทางสู่ความเป็นสมัยใหม่ในแบบของตนเอง

### การตีความประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ผ่านมุมมองที่หลากหลาย

ประวัติศาสตร์มีหลากหลายมุมมอง ขึ้นอยู่กับผู้เขียนจะเขียนจากมุมมองใด และผู้อ่านจะอ่านจากมุมมองใด ประเด็นประวัติศาสตร์ต่างมุมมองนี้เป็นเรื่องที่สามารถถกเถียงกันได้โดยไม่วันรู้จบ ดังนั้น ผู้ที่ศึกษาประวัติศาสตร์จำเป็นต้องเปิดกว้างมุมมอง หลีกเลี่ยงการศึกษาแบบ “ตาบอดคลำช้าง” คือรู้อะไรด้านเดียวหรือนัยเดียวแล้วเข้าใจว่าสิ่งนั้นเป็นอย่างนั้น หนังสือเรื่อง “ประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่” โดยรองศาสตราจารย์ ดร.กรพนธ์ ตั้งเขื่อนขันธ์ พยายามนำเสนอเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ที่แสดงให้เห็นถึงการตีความอันหลากหลาย ด้วยการทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจากแง่มุมต่าง ๆ และจากการค้นคว้าเอกสาร

ภาษาไทย ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ ช่วยทำให้ผู้อ่านมองเห็นประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ผ่านจากเลนส์คนใน (จีน) และเลนส์คนนอก (ต่างชาติ) อย่างรอบด้านยิ่งขึ้น

#### การแบ่งยุคสมัยจากหลากหลายมุมมอง

ประเด็นการแบ่งยุคประวัติศาสตร์สะท้อนความแตกต่างทางมุมมองได้อย่างชัดเจน ผู้เขียนซึ่งสามารถแบ่งแนวคิดเรื่องจุดเริ่มต้นประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ซึ่งแม้จะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน แต่ก็อาจมีเหตุผลแตกต่างกันไป

กลุ่มแรกเห็นว่าประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่เริ่มจากสงครามฝิ่น เพราะเหตุการณ์สงครามฝิ่นเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของจีน อย่างไรก็ตาม นักวิชาการจีนใช้กรอบมาร์กซิสต์มาอธิบายการเปลี่ยนแปลงสังคมจีนจากสังคมศักดินาไปสู่กึ่งอาณานิคมกึ่งศักดินา ก่อนสภาพสังคมแบบนี้จะสิ้นสุดลงหลังการปฏิวัติคอมมิวนิสต์ ขณะที่นักวิชาการตะวันตก เช่น จอห์น เค. แฟร์แบงค์ (John K. Fairbank) ใช้แนวคิด “การปะทะ-การตอบสนอง” มาอธิบายว่าการเข้ามาของตะวันตกทำให้เกิดแรงปะทะกับสังคมจีนอย่างรุนแรง ส่งผลให้จีนต้องปรับตัวเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบโต้ตะวันตก

กลุ่มที่สองเสนอว่าประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่เริ่มก่อนสงครามฝิ่น โดยชี้ว่าจีนมีการเปลี่ยนแปลงภายในประเทศตั้งแต่ปลายราชวงศ์หมิงถึงต้นราชวงศ์ชิง นักวิชาการจีนเน้นอิทธิพลตะวันตกที่เข้ามาก่อนหน้านี้ สงครามฝิ่น เช่น มีกลุ่มบาทหลวงเยซุอิตเข้ามาจีนตั้งแต่สมัยราชวงศ์หมิงแล้ว และจีนกับรัสเซียมีข้อพิพาทเรื่องดินแดนระหว่างกันตั้งแต่ก่อนเกิดสงครามฝิ่น ส่วนนักวิชาการตะวันตกเสนอให้ใช้แนวคิดจีนเป็นศูนย์กลางมามองจากปัจจัยภายในจีน เช่น ปัญหาสัดส่วนประชากรต่อที่ดินทำกินที่เสียสมดุลซึ่งก่อตัวมาก่อนสงครามฝิ่นนั้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ส่วนกลุ่มที่สามใช้เกณฑ์อื่น เช่น นักวิชาการได้หวนยึดการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองเป็นตัวแบ่งยุคสมัย โดยประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ควรเริ่มที่การก่อตั้งสาธารณรัฐจีนปี 1912 ขณะที่นักวิชาการญี่ปุ่นบางส่วนมองว่าการเปลี่ยนผ่านจากราชวงศ์ชิงสู่ราชวงศ์ชิง หรือในสมัยราชวงศ์ชิงเอง คือจุดเริ่มต้นของประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ เนื่องจากเกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคมรอบด้านอย่างชัดเจน

#### การใช้คำเรียกเหตุการณ์จากหลากหลายมุมมอง

การเลือกใช้คำเรียกเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่จากมุมมองหลากหลายเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ผู้เขียนหนังสือเรื่องนี้ให้ความสำคัญและอธิบายตีความเพิ่มเติมได้อย่างแยบคาย ยกตัวอย่างเช่น บทที่ 3 ไท่ผิงเทียนกั๋ว ผู้เขียนอธิบายว่าเหตุการณ์ครั้งนี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้นำจีนและการเขียนประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ในยุคต่อมา หนังสือประวัติศาสตร์จีนที่เขียนเป็นภาษาไทยส่วนใหญ่เรียกเหตุการณ์นี้ว่าเป็น “กบฏ” ส่วนหนังสือภาษาอังกฤษที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์จีนก็เรียกเหตุการณ์นี้ว่า “Rebellion” (แปลว่า กบฏ) เช่นกัน อย่างไรก็ตาม เมื่ออยู่ในบริบทของแนวคิดชาตินิยมจีน เหตุการณ์ไท่ผิงเทียนกั๋วกลับสร้างแรงบันดาลใจในการต่อต้านอำนาจรัฐให้ผู้นำการปฏิวัติชาวจีนในเวลาต่อมาอย่างซุนจงซานและเหมาเจ๋อตง โดยเฉพาะเหมาเจ๋อตงซึ่งมองว่าหงซิวเฉียนผู้นำไท่ผิงเทียนกั๋วเป็นต้นแบบนักปฏิวัติที่มุ่งสร้างสังคมแห่งความเท่าเทียมให้ประเทศจีน ดังนั้นแนวทางการเขียนบันทึกประวัติศาสตร์ช่วงนี้ฉบับทางการจึงตีความการเคลื่อนไหวของไท่ผิงเทียนกั๋วว่าเป็น “การลุกฮือของชาวนา” (农民起义) หรือ “สงครามของชาวนา” (农民战争)

เหตุการณ์นี้ถูกมองว่าเหอถวนในบทที่ 5 ของหนังสือเรื่องนี้ก็คล้ายกับกรณีเหตุการณ์ไท่ผิงเทียนกั๋ว กล่าวคือ ในงานเขียนประวัติศาสตร์ที่กล่าวถึงเหตุการณ์นี้ส่วนใหญ่มักจะใช้คำว่า “กบฏ” หรือ “จลาจล” ทว่า ในมุมมองของประวัติศาสตร์ฉบับทางการจีนกลับกำหนดนิยามของกลุ่มนักมวยอี่เหอถวนว่าเป็น “ขบวนการรักชาติต่อต้านจักรวรรดินิยม” (反帝爱国运动) ซึ่งสะท้อนการรับใช้อุดมการณ์ทางการเมืองตามแนวคิดชาตินิยมของทางการจีนได้อย่างชัดเจน

#### การประเมินเหตุการณ์จากหลากหลายมุมมอง

การประเมินเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์จากหลากหลายมุมมองเป็นเรื่องสำคัญยิ่งในการศึกษาประวัติศาสตร์ ตัวอย่างที่เด่นชัดที่สุดในหนังสือเรื่องนี้คือการประเมินผลสำเร็จของการปฏิวัติซินไฮ่ ค.ศ. 1911 การประเมินว่าการปฏิวัติซินไฮ่ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันอย่างกว้างขวางในแวดวงนักวิชาการประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ ผู้เขียนกล่าวว่า ปัญญาชนจีนร่วมสมัยและนักประวัติศาสตร์จีนไม่ได้เห็นพ้องต้องกันทั้งหมด บางคนเห็นว่าการปฏิวัติซินไฮ่เป็นการปฏิวัติที่ชิงสุกก่อนห่าม ขณะนั้นประเทศจีนยังไม่พร้อมที่จะดำเนินการปฏิวัติ การลุกฮือที่อุ่ซางเป็นเหตุบังเอิญ ยังเตรียมการไม่พร้อมเสร็จ แต่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจึงจำเป็นต้องปล่อยเลยตามเลย กลุ่มปฏิวัติที่อื่นก็ต้องลุกฮือตามกันไปบ้าง บางคนเห็นว่าฝ่ายปฏิวัติยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุดมการณ์ปฏิวัติและหลักการลัทธิไตรราชูร์ ส่งผลให้ถึงแม้จะสามารถโค่นล้มราชวงศ์ชิงได้ แต่ก็ไม่สามารถปัดป้องทางความคิดเรื่องสาธารณรัฐได้ และยังเปิดโอกาสให้บรรดาขุนศึกเข้ามามีอำนาจทางการเมืองได้อีก อย่างไรก็ตาม บางคนมองว่าเป้าหมายสูงสุดของการปฏิวัติซินไฮ่คือการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครอง หากมองในแง่นี้ การปฏิวัติซินไฮ่ถือว่าประสบความสำเร็จแล้ว หากแต่ไม่สามารถสถาปนาระบอบการปกครองใหม่ที่มั่นคงแทนที่ระบอบเดิมได้

ด้วยเหตุนี้ หนังสือ “ประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่” จึงเป็นผลงานที่มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการศึกษาประวัติศาสตร์จีน เนื่องจากนำเสนอพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของจีนผ่านมุมมองและการตีความที่แตกต่างและหลากหลาย ทั้งจากนักวิชาการชาวจีนและชาวต่างประเทศ ทำให้ผู้อ่านเข้าใจเหตุการณ์สำคัญในบริบทที่กว้างขวางและลุ่มลึกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ หนังสือเรื่องนี้ยังช่วยให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างอดีตกับการก่อรูปของจีนร่วมสมัย ตลอดจนส่งเสริมการศึกษาประวัติศาสตร์อย่างมีวิจารณญาณ ไม่ยึดติดกับคำอธิบายเพียงด้านเดียว จึงนับเป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับผู้เริ่มต้นศึกษาและผู้สนใจประวัติศาสตร์จีนสมัยใหม่ในเชิงวิชาการ

## References

- CRI Online. **Xi Jinping's Speech on the CPC's 100th Anniversary**, Retrieved from <https://thai.cri.cn/20210701/c217912b-70d2-8311-a396-b46f8a73e117.html>. (in Thai)
- Editorial Team. (2009). **Outline of Modern Chinese History** (2009 Revised Edition). Beijing: Higher Education Press. (in Chinese)
- Fairbank, J. K. & Goldman, M. (2006). **China: a new history**. Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Fairbank, J. K. & Liu, K. C. (Eds.). (1995). **The Cambridge History of China (Volume 10, Late Ch'ing, 1800 - 1911, Part 1)**. New York: Cambridge University Press.
- Fairbank, J. K. & Liu, K. C. (Eds.). (2006). **The Cambridge History of China (Volume 11, Late Ch'ing, 1800 - 1911, Part 2)**. New York: Cambridge University Press.
- Jian, B. Z. (2006). **Outline of Chinese History**. (Revised Edition, Part 2). Beijing: Peking University Press. (in Chinese)
- Kruarattikan, S. (2012). **Modern Chinese History**. Bangkok: Chuan'an Publishing. (in Thai)
- Li, K., et al. (2001). **Modern Chinese History**. (4<sup>th</sup> edition). Beijing: Zhonghua Book Company. (in Chinese)
- Nartsupha, C. (2018). **Chinese History 1900-1949**. Bangkok: Sangsan Publishing. (in Thai)
- Spence, J. D. (1990). **The Search for Modern China**. New York: W.W. Norton.
- Theeravit, K. (1974). **The Evolution of Chinese Governance**. Bangkok: Thai Watana Panich Press. (in Thai)
- Tungkeunkunt, K. (2022). **Modern Chinese History**. Bangkok: Sermvit Publishing. (in Thai)
- Zhang, Ch. X. (2004). **Outline of Ancient Chinese History**. (Revised Edition, Part 2). Beijing: Peking University Press. (in Chinese)

## รายละเอียดการส่งบทความลงตีพิมพ์ในวารสารฯ

วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ขอเชิญอาจารย์ นักวิชาการ นิสิตนักศึกษาและบัณฑิตที่สนใจ ส่งบทความวิชาการ หรือบทความวิจัย ลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

### 1. วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้คณาจารย์ นักวิชาการ นิสิตนักศึกษา บัณฑิต และผู้สนใจทั่วไปได้ เผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลงานวิจัย ตลอดจนแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล ความคิดเห็นทางวิชาการ และการวิจัยในสาขามนุษยศาสตร์ โดยเน้นเรื่อง “ภาษาและวัฒนธรรม” กับ “ปรัชญาและประวัติศาสตร์” อันเป็นการพัฒนาศึกษาและการวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนและการศึกษาด้านภาษา วรรณกรรม วัฒนธรรม ปรัชญา และประวัติศาสตร์

### 2. ข้อกำหนดบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ลงตีพิมพ์ในวารสารฯ

2.1 เขียนเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น หรือภาษาฝรั่งเศส พร้อมบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สำหรับบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ส่วนบทความที่เขียนเป็นภาษาต่างประเทศอื่น นอกจากบทคัดย่อภาษาต่างประเทศนั้นและภาษาอังกฤษแล้ว ต้องมีบทคัดย่อภาษาไทย และสรุปเนื้อหาที่มีรายละเอียดรายละเอียดมากกว่าบทคัดย่อ

2.2 ต้นฉบับมีความยาวไม่เกิน 15 หน้ากระดาษ A4

### 3. การส่งต้นฉบับและกำหนดส่ง

ใช้ template ของวารสารส่งต้นฉบับพิมพ์ (บทความ พร้อมทั้งบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ถึงกองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ตามรายละเอียดที่ระบุในข้อ 5

### 4. เงื่อนไขอื่น ๆ

4.1 ต้นฉบับที่ส่งมาต้องไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน ยกเว้นการรวบรวมผลงานที่ได้เสนอในการประชุมทางวิชาการ และผู้เขียนหนึ่งคนส่งบทความให้พิจารณาได้เพียงฉบับละ 1 บทความเท่านั้น

4.2 การเผยแพร่บทความที่เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา มีค่าใช้จ่าย 3,000 บาท เมื่อได้รับการตอบรับในเบื้องต้นแล้ว โปรดโอนเงินเข้าบัญชีสะสมทรัพย์ ธนาคารกรุงเทพ สาขาวิทยาลัยรังสิต 2 เลขที่ 875-7-09847-3 ชื่อบัญชี น.ส. กัญฐิกา ศรีอุตม และ น.ส. รัชดา ลาภใหญ่

4.3 กองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบ เจ้าของบทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ จะต้องแก้ไขต้นฉบับให้เสร็จ และส่งคืนที่กองบรรณาธิการภายในเวลาที่กำหนด

## 5. ติดต่อสอบถามรายละเอียดได้ที่

กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญฐิกา ศรีอุดม โทรศัพท์ 02-997-2200-30 ต่อ 1255 โทรสาร ต่อ 1222

email: la\_journal@rsu.ac.th

2. เว็บไซต์ [www.rsu.ac.th/jla/](http://www.rsu.ac.th/jla/)

## 6. ตัวอักษรและรูปแบบการพิมพ์

ตัวอักษร TH Sarabun New 14

ด้านบน 1.5 นิ้ว

ด้านล่าง 1.0 นิ้ว

ด้านซ้าย 1.5 นิ้ว

ด้านขวา 1.0 นิ้ว

รายการ	ลักษณะตัวอักษร	รูปแบบการพิมพ์	ขนาดตัวอักษร
ชื่อบทความ	เน้น	กลางหน้ากระดาษ	16
ชื่อผู้แต่ง	เอน	ชิดขวา	14
บทคัดย่อ	เน้น	ชิดซ้าย	14
หัวข้อแบ่งตอน	เน้น	ชิดซ้าย	14
หัวข้อย่อย	เน้น	ใช้หมายเลขกำกับ	14
บทความ	ปกติ	ใช้หมายเลขกำกับ	14
การเน้นความในบทความ	เน้น	ใช้หมายเลขกำกับ	14
ข้อความในตาราง	ปกติ	ใช้หมายเลขกำกับ	14
ข้อความอ้างอิง	เอน	ใช้หมายเลขกำกับ	14
รายการอ้างอิง	เน้น	กลางหน้ากระดาษ	16

## 7. การสมนาคุณ

ผู้ประเมินบทความ (reviewer) จะได้รับค่าตรวจบทความ ๆ ละ 1,000 บาท

กองบรรณาธิการ  
วารสารศิลปศาสตร์ วิทยาลัยศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต