

โครงการวิจัย    **ภาษาแห่งอำนาจ: การวิเคราะห์พลังของภาษากฎหมาย ภาษา  
การเมือง ภาษาสื่อ และภาษาวิชาการของสังคมไทย**  
***Language of Power: A Stylistic Analysis of Thai Society's Legal  
Language, Political Language, Media language and Academic  
Language***

## บทคัดย่อ

ภาษากับอำนาจมีความสัมพันธ์กัน ผลงานส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้มุ่งไปที่อำนาจในสังคม แต่มีงานวิจัยน้อยมากที่เชื่อมโยงให้เห็นลักษณะทางภาษากับอำนาจทางสังคม ประเด็นนี้จึงเป็นคำถามที่ยังไม่มีคำตอบ กล่าวคือ ลักษณะใดในตัวภาษาที่ทำให้ภาษามีอำนาจในสังคม งานวิจัยนี้จึงต้องการตอบโจทย์นี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์**ลักษณะเด่นทางภาษา** ด้านการใช้รูปประโยค การใช้คำ และโครงสร้างสัมพันธสาร (discourse structure) ในทำเนียบภาษา 4 ประเภท ได้แก่ ภาษากฎหมาย ภาษาการเมือง ภาษาสื่อ และภาษาวิชาการ และกำหนด**คุณลักษณะทางพลังของ**ทำเนียบภาษาดังกล่าวโดยใช้ลักษณะเด่นทางภาษาที่วิเคราะห์ได้เป็นตัวบ่งชี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังประสงค์ที่จะตีความความหมายของอำนาจของทำเนียบภาษาทั้ง 4 ประเภทจากผลการวิเคราะห์ภาษา ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ กลุ่มตัวอย่างเอกสารสิ่งตีพิมพ์ประเภทต่างๆ ซึ่งคัดเลือกอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อให้ครอบคลุมทั้ง 4 ทำเนียบภาษาและชนิดย่อยของแต่ละทำเนียบภาษาให้มากที่สุด แนวการวิเคราะห์ใช้วิธีทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบคุณลักษณะสำคัญทั้งหมด 14 ประการ ได้แก่ ความแจ่มชัด ความซับซ้อน ความเป็นวัตรวีสัย ความเป็นทางการ ความขัดแย้งขัดคำ ความถูกต้องแม่นยำ ความซื่อสัตย์ ความสั้นกระชับ การบังคับชี้หน้า ความเบี่ยงเบน ความเป็นปึกแผ่น ความปิดบังอำพราง การโน้มน้าว และความเป็นอัตวิสัย แต่ละคุณลักษณะได้รับการยืนยันโดยตัวบ่งชี้ทางภาษา เช่น ความเป็นวัตรวีสัยมีตัวบ่งชี้ คือ นามวลีแปลง ประโยคไร้ประธาน ประโยคกรรมวาจก การใช้คำบุรุษที่สามเรียกตนเอง และการไม่ใช้คำแสดงอารมณ์ เป็นต้น การตีความจากคุณลักษณะทำให้เห็นว่าภาษากฎหมายและภาษาวิชาการซึ่งมีคุณลักษณะส่วนใหญ่ร่วมกัน มีอำนาจแบบเป็นผู้อยู่เหนือคนทั่วไปในสังคม มีความน่าเชื่อถือ มีอำนาจตัดสินชี้ขาด เป็นแหล่งอ้างอิง และเป็นต้นแบบ ส่วนภาษาสื่อและการเมือง ซึ่งมีคุณลักษณะเหมือนกันหลายประการ มีอำนาจเชิงชักจูงผู้อื่นให้เปลี่ยนความคิดและพฤติกรรมโดยไม่รู้ตัวโดยสร้างความสนิสนิยม และแสดงความเป็นพวกเดียวกัน

คำสำคัญ:        ภาษากฎหมาย, ภาษาการเมือง, ภาษาสื่อ, ภาษาวิชาการ, ทำเนียบภาษา, พลัง, คุณลักษณะ, ตัวบ่งชี้, อำนาจ

## ABSTRACT

Language and power are related. The majority of past studies on this relationship mostly focus on the social power of language. There has been little research that clearly shows the connection between linguistic features and social power. There still remains a question that needs to be answered—what features in language lead to its power in society? This study, therefore, intends to answer such a question. It aims to analyze significant linguistic features, such as particular sentence patterns, words, and discourse structure in four registers in Thai; namely, legal register, political register, media register, and academic register and use those features to determine stylistic attributes of the four registers. In addition, this study also aims to infer the meanings of “power” from the result of the stylistic analysis. The data was taken from purposive samples of texts covering varieties of each of the four registers. Both quantitative and qualitative methods were adopted in the analysis. The results show a total of 14 attributes of the four registers; namely, *explicitness, formality, complexity, objectivity, precision, accuracy, conciseness, directiveness, solidarity, hedging, concealing, persuasion, subjectivity, and solidarity*. Each of these is signified by linguistic features. For instance, objectivity is signified by nominalization, passive sentences, subjectless sentences, use of third-person pronouns to refer to oneself, and the avoidance of subjective words. The inferences of the meanings of power from those stylistic attributes reveal that academic language and legal language, which share many attributes, possess power in terms of “the more learned,” “source of reference and model of the society”. On the other hand, media language and political language are grouped together because they share many features and their power is like “an intentional plan” to change others by getting close to them and making them feel as members of the same group.

**Key words:** *academic language, legal language, media language, political language, register, style, attribute, linguistic marker, power*