

การศึกษาวัจนกรรมบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิก
สภาผู้แทนราษฎร ปี 2566 ในเขตเทศบาลนครยะลา
A Study of Speech Acts on Campaign Signs of
Candidates for Members of House of Representatives
during the 2023 Election in Yala City Municipality

อับดุลฮาฟิซ มะแซตือกาปง¹ อารีฟ เจ๊ะโอะ¹ กุซอัยฟิ กูนา¹ ฟิรฮาน ปูโรง¹ และวรวะญ์พิสิษ ยศศิริ^{1*}

Abdulhafiz Masaeduekapong¹, Arif Che-oh¹, Kusoi Kuna¹, Firhan Purong¹ and Varavejbhisiss Yossiri^{1*}



¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 95000

¹ Faculty of Humanities and Social Sciences, Yala Rajabhat University, Yala, 95000, Thailand

* Corresponding author: Email address: varavejbhisiss.y@yru.ac.th

(Received: March 15, 2024; Revised: July 25., 2024; Accepted: September 27, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัจนกรรมบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ตั้งแต่ปี 2566 ในเขตเทศบาลนครยะลา เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการบันทึกภาพและแบบบันทึกข้อมูลป้ายหาเสียง งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการจำแนกกลุ่มวัจนกรรมที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียง ผลการวิจัยพบว่า มีการใช้วัจนกรรมบนป้ายหาเสียง จำนวน 209 ป้าย ซึ่งพบถ้อยคำที่จะนำมาวิเคราะห์ทั้งหมด 274 ถ้อยคำ โดยวัจนกรรมที่พบมากที่สุดคือ วัจนกรรมผูกมัด จำนวน 125 ถ้อยคำ รองลงมาคือ วัจนกรรมกลุ่มชี้แนะ จำนวน 86 ถ้อยคำ วัจนกรรมที่พบน้อยที่สุดคือ กลุ่มวัจนกรรมแสดงความรู้สึก 1 ถ้อยคำ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงจุดประสงค์หลักที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งจะสื่อให้เห็นถึงการกระทำเพื่อประชาชนในอนาคต และป้ายหาเสียงที่ปรากฏอยู่ในเขตเทศบาลนครยะลานั้นมีการใช้กลวิธีการโน้มน้าวใจให้ประชาชนเลือกพรรคและผู้รับสมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเพื่อให้ได้ผลคะแนน

คำสำคัญ: วัจนกรรม ป้ายหาเสียง ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ภาษาทางการเมือง

Abstract

This research aimed to study of speech acts on campaign signs of candidates for members of house of representatives in Yala City Municipality during the 2023 election. Employing a qualitative approach, this study utilized mobile phones to capture images and data on campaign signs. Content analysis technique was employed to categorize the discourse appearing on these campaign signs. The findings revealed that there were discourses on 209 campaign signs. A total of 274 words were analyzed, with the most common expressions being commissive speech (125 words) and directive speech (86 words), while the least common was expressive speech. This research sheds light on the primary objectives the members of the House of representative candidates aim to convey regarding their future actions for the populace. Additionally, it highlights the tactics employed in campaign signs within Yala City Municipality, particularly the use of compelling language to sway voters towards specific parties and members of the house of representative candidates.

Keywords: Speech Acts, Campaign Sign, Representative Candidates, Political Language

บทนำ

การเลือกตั้งเป็นเครื่องมือสำคัญของประชาชนที่จะกำหนดอนาคตของประเทศและยืนยันหลักการ “อำนาจอธิปไตยเป็นของประชาชน” [1] ซึ่งจากงานวิจัยธานินทร์ กรัยวิเชียร [2] ได้อธิบายความหมายของการเลือกตั้ง หมายถึง การที่ประชาชนได้เลือกบุคคลหนึ่งจากบุคคลหลาย ๆ บุคคล หรือจากบัญชีรายชื่อหนึ่งหรือหลายบัญชีเพื่อให้เข้าไปมีส่วนร่วมในความเสี่ยงในขณะบริหารราชการแผ่นดิน การเลือกตั้งจึงเป็นการแสดงออกถึงเจตนาของประชาชนและประชาชนผู้เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยจำเป็นต้องเข้าสู่กระบวนการในการเลือกตั้งเพื่อเลือกผู้แทนให้มาบริหารกิจการทางการเมืองต่าง ๆ แทนตน และวิสุทธิ โปธิแทน [3] ได้ให้ความหมายการเลือกตั้งไว้ว่าการเลือกตั้งหมายถึงการที่บุคคลได้เลือกบุคคลหนึ่งหรือจำนวนหนึ่งจากหลาย ๆ คน หรือจากบัญชีรายชื่อผู้เข้าสมัครรับเลือกตั้งบัญชีหนึ่ง หรือจำนวนหนึ่งจากบัญชีรายชื่อหลาย ๆ บัญชี เพื่อทำการอันใดอันหนึ่งแทนตน

การนำเสนอนโยบายจึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองและผู้สมัครเปรียบเสมือนการแข่งขันกันขายสินค้าทางการเมืองโดยที่พรรคการเมืองจะใช้เทคนิคการสื่อสารในการหาเสียงและกลยุทธ์ทางการเมืองที่แตกต่างกัน [4] เพื่อบรรลุเป้าหมายที่สำคัญคือการได้รับคะแนนเสียงจากประชาชนเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการบริหารประเทศ ซึ่งกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อโฆษณาทางการเมืองนั้นว่าเป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารสร้างการรับรู้และสร้างความพึงพอใจต่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นสำคัญเมื่อประชาชนได้รับรู้และเรียนรู้นโยบายการหาเสียงของพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งจนเกิดความพึงพอใจแล้วจะนำไปสู่การเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง [5] นอกจากนี้การนำเสนอนโยบายของพรรคการเมืองนั้นเป็นการแสดงให้เห็นถึงเจตนารมณ์ของผู้แทนผ่านการโฆษณาหาเสียงเพื่อดึงดูดความสนใจจากประชาชน ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญในการเสนอนโยบายและจุดแข็งของพรรคนั้นๆ แต่ละพรรคมีจุดเด่นในการเผยแพร่ที่แตกต่างกันเพื่อให้ประชาชนได้พิจารณาในการใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง [6] ซึ่งในช่วงการเลือกตั้งที่ผ่านมา บรรดาพรรคการเมืองมีกลยุทธ์การสื่อสารไปยังประชาชนแตกต่างกันไป เช่น การออกรายการโทรทัศน์ การขึ้นเวทีแสดงวิสัยทัศน์ และการให้ผู้สมัครของพรรคการเมืองไปตีเบตกับพรรคการเมืองอื่น [7] อีกทั้งยังมีการหาเสียงโดยใช้รถเมล์และเครื่องขยายเสียงไปยังชุมชนต่างๆ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบนโยบายและทำให้ประชาชนมีความรู้สึกว่าการเมืองไม่ใช่เรื่องไกลตัว ประชาชนกับนักการเมืองมีความใกล้ชิดกันไม่รู้สีกห่างเกินไป นอกจากนี้ นันทนา นันทวโรภาส [8] ได้มีการศึกษาความแตกต่างของการเลือกตั้งทั้งในยุคดิจิทัลและแบบดั้งเดิม

ในเขตเทศบาลนครยะลา ผู้สมัครรับเลือกตั้งส่วนใหญ่ยังคงใช้วิธีการหาเสียงแบบดั้งเดิม ซึ่งรวมถึงการติดป้ายหาเสียง การแจกใบปลิว และการจัดเวทีชี้แจงนโยบายให้แก่ประชาชนในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม การเลือกใช้ภาษาท้องถิ่นในป้ายหาเสียงยังเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สะท้อนถึงความเข้าใจและการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ เนื่องจากภาษาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงผู้สมัครกับผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ประชาชนรู้สึกว่าการเมืองเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและมีความเข้าใจในปัญหาและความต้องการของพวกเขา

การเพิ่มข้อมูลบนป้ายหาเสียงที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับศาสนาที่เป็นกลยุทธ์อีกอย่างหนึ่งที่พรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ในเขตเทศบาลนครยะลา เนื่องจากประชาชนในพื้นที่นี้มีศาสนาอิสลามเป็นศาสนาหลัก การแสดงความเคารพและการให้ความสนใจต่อศาสนาและวัฒนธรรมของประชาชนสามารถสร้างความไว้วางใจและการสนับสนุนจากผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้ ดังนั้นกลยุทธ์การใช้

ภาษาท้องถิ่นและการสะท้อนถึงความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับศาสนาในการหาเสียงเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างผู้สมัครกับประชาชนในพื้นที่ และเป็นการแสดงถึงความเข้าใจในความต้องการและความสนใจของชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและการสนับสนุนจากผู้มีสิทธิเลือกตั้ง [6]

ภาษาที่ใช้บนป้ายหาเสียงจะสะท้อนให้เห็นถึงวัจนกรรม (Speech acts) ซึ่งเป็นแนวคิดที่สำคัญในวัจนปฏิบัติศาสตร์ที่ให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาในการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาถึง วัจนกรรมที่ปรากฏบนป้ายหาเสียงเพื่อสื่อสารไปยังประชาชน ให้เข้าใจถึงจุดยืนและนโยบายที่สำคัญของพรรคการเมืองและตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งลักษณะการสื่อสารนี้แบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามจุดประสงค์หรือเจตนาของผู้พูด โดย Searle [9] ได้เสนอว่าในการกล่าวถ้อยคำแต่ละครั้ง ผู้พูดจะมีการกระทำสามประการดังนี้:

1. การกล่าวถ้อยคำ (Utterance act) เป็นการกระทำที่เกิดขึ้นเมื่อผู้พูดออกเสียงคำพูดหรือประโยคหนึ่งๆ ซึ่งมีผลของการกระทำนั้นๆ เป็นคำหรือประโยคที่ถูกกล่าวออกมา

2. การนำเสนอความ (Propositional act) เป็นการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอความหรือแสดงความคิดเห็นซึ่งอ้างอิงถึงสิ่งต่าง ๆ และลักษณะต่าง ๆ เช่นการอ้างอิงถึงสิ่งของ (Reference) และลักษณะของสิ่งนั้น ๆ (Predicates)

3. การแสดงเจตนา (Illocutionary act) เป็นการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอความโดยใช้คำพูดที่มีเจตนาต่าง ๆ แสดงออกมา เช่น การถาม การสั่ง และการกระทำอื่น ๆ ที่อาจซ่อนเจตนาของผู้พูดไปด้วย

สิ่งสำคัญในการแยกแยะลักษณะของการพูดเหล่านี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจถึงการใช้ภาษาและการสื่อสารเชิงการเมืองบนป้ายหาเสียงในมิติที่ลึกซึ้งขึ้นและช่วยให้เข้าใจถึงเจตนาของผู้สมัครรับเลือกตั้งและผลที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสารผ่านป้ายหาเสียงอย่างชัดเจน โดยในการแบ่งประเภทวัจนกรรมของ Searle [10] และ ทรงธรรม อินทจักร [11] ได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของการใช้ภาษาออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้

กลุ่มบอกกล่าว (Assertives)

กลุ่มนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อบอกข่าวสารและความจริงต่าง ๆ โดยผู้พูดต้องการให้ผู้ฟังรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ อาจเป็นการบอกความเป็นไปได้รอบตัว ตัวอย่างเช่น พูด (Say) เตือนความจำ (Remind) ยืนยัน (Assert) บรรยาย (Describe) วิจารณ์ (Criticize) สมมติฐาน (Hypothesis)

กลุ่มชี้แนะ (Directives)

กลุ่มนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้ฟังกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามความประสงค์ของผู้พูด ตัวอย่างเช่น แนะนำ (Suggest), ขอร้อง (Request) เชิญชวน (Invite), ท้าทาย (Challenge)

กลุ่มผูกมัด (Commissives)

กลุ่มนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อบอกให้ผู้ฟังรับรองว่าผู้พูดจะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในอนาคต ตัวอย่างเช่น สัญญา (Promise) การรับรอง (Guarantee) การคุกคาม (Threaten) การตกลง (Undertake) การสมัครเป็นสมาชิก (Subscribe) การเสนอตัว (Offer)

กลุ่มแสดงความรู้สึก (Expressives)

กลุ่มนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงสภาวะทางอารมณ์และความรู้สึก รวมถึงทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น การทักทาย (Greet) การขอโทษ (Apologize) การขอบคุณ (Thank) การเตือน (Warn)

กลุ่มแถลงการณ์ (Declaratives)

กลุ่มนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อประกาศหรือเปลี่ยนแปลงสถานะของบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ โดยทั่วไปจะใช้ในบริบททางการเมือง ตัวอย่างเช่น การแต่งตั้งชื่อ (Nominate) การยอมแพ้ (Capitulate) และการเลิกจ้าง (Fire)

การแบ่งประเภทวัจนกรรมเป็นกลุ่มต่าง ๆ ช่วยให้เราเข้าใจและวิเคราะห์การใช้ภาษาและการสื่อสารในหลากหลายบริบทในชีวิตประจำวันได้อย่างชัดเจนและเป็นระบบ ดังนั้นวัจนกรรมบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครยะลา ปี 2566 จะทำให้ทราบถึงวัจนกรรมการใช้ภาษาบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง จะทำให้เห็นถึงธรรมชาติของภาษาที่ใช้ในการหาเสียงในปัจจุบัน โดยการศึกษาผลวิจัยในครั้งนี้สามารถเป็นประโยชน์ให้กับผู้อ่านเพื่อให้ทราบถึงการใช้วัจนกรรมบนป้ายหาเสียงของพรรคการเมืองในการโน้มน้าวผู้คนเพื่อดึงดูดและชักจูงประชาชนในการได้รับคะแนนเสียงเลือกตั้ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาวัจนกรรมบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ปี 2566 ในเขตเทศบาลนครยะลา

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการดำเนินการงานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการงานวิจัย เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กลุ่มวิจัยได้กำหนดไว้ เพื่อศึกษาวัจนกรรมบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ปี 2566 ในเขตเทศบาลนครยะลา โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

รูปแบบงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งจะศึกษาเฉพาะป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งที่อยู่ในบริเวณเขตเทศบาลนครยะลาเท่านั้น เนื่องจากพื้นที่เหล่านี้มีจำนวนประชากรอยู่อย่างหนาแน่นและเป็นแหล่งที่มีการแข่งขันทางการเมืองสูงทำให้มีป้ายหาเสียงในช่วงเลือกตั้งเป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งของทุกพรรคการเมืองในปี พ.ศ. 2566 เท่านั้น

การสำรวจพื้นที่เป้าหมายสำหรับเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อสำรวจป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งในพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลมาดำเนินการงานวิจัยเพื่อนำมาศึกษาการใช้วัจนกรรมบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครยะลา โดยลงพื้นที่สำรวจป้ายหาเสียงของทุกพรรคการเมืองจากพื้นที่ที่ได้กำหนดไว้ คือ เทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการแข่งขันทางการเมืองสูงและเป็นพื้นที่ที่มีการหาเสียงด้วยป้ายหาเสียงเป็นจำนวนมาก

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์การใช้ภาษาของป้ายโฆษณาหาเสียงโดยไม่จำกัดพรรคการเมืองโดยใช้ระยะเวลาประมาณ 1 สัปดาห์ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2566 ถึงวันที่ 7 พฤษภาคม 2566 โดยมีกระบวนการตั้งแต่การลงพื้นที่สำรวจและถ่ายรูปป้ายโฆษณาหาเสียงของพรรคการเมืองต่าง ๆ ในเขตเทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการบันทึกภาพและแบบบันทึกข้อมูลป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครยะลา โดยผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดเรื่องวัจนกรรมของ Searle [10] และ ทรรศณ อินทจักร [11] โดยอาศัยแนวคิดการจำแนกกลุ่มกลุ่มวัจนกรรมตามเจตนาของผู้พูดเป็นแนวทาง

ในการวิเคราะห์ ประกอบไปด้วยเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มบอกกล่าว (2) กลุ่มชี้แนะ (3) กลุ่มผูกมัด (4) กลุ่มแสดงความรู้สึก และ (5) กลุ่มแถลงการณ์

การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยทำการสำรวจป้ายหาเสียงที่ได้กำหนดไว้ในเขตเทศบาลนครยะลาและนำข้อมูลจากป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งในปี พ.ศ.2566 ที่ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการบันทึกภาพป้ายหาเสียงในเทศบาลนครยะลา อำเภอเมืองจังหวัดยะลาตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2566 ถึงวันที่ 7 พฤษภาคม 2566 โดยไม่แบ่งแยกพรรคการเมือง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้รูปแบบการวิเคราะห์เนื้อหาของวังจรรย์ ตามแนวคิดของ Searle [10] และ ทรงธรรม อินทจักร [11] ซึ่งแบ่งตามจุดประสงค์ของการสื่อสารที่ปรากฏบนป้ายหาเสียง และวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการศึกษาจากการบันทึกภาพบนป้ายหาเสียงมาสังเคราะห์และจัดหมวดหมู่เป็นประเด็นตามเนื้อหา [6] ซึ่งจะวิเคราะห์รูปแบบต่าง ๆ ของกลุ่มวังจรรย์แล้วนำมาตีความ แสดงตัวอย่าง และเรียบเรียงข้อมูล

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การใช้วังจรรย์จากป้ายหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในเขตเทศบาลนครยะลา ปี 2566 การศึกษาพบการใช้วังจรรย์บนป้ายหาเสียงเลือกตั้งทั้งหมด 209 ป้าย จำนวน 5 กลุ่ม ดังตารางนี้

Table 1 Types of speech acts on campaign signs in Yala City Municipality during the 2023 election

Types of Speech Acts	Total (Speech acts)		Percentage	
	Sub-group	Speech Acts	Sub-group	Speech Acts
1. Commissives		125		45.6
- Promising	111		40.51	
- Representing	14		5.10	
2. Assertive		60		21.9
- Informing	28		10.21	
- Confirming	8		2.91	
- Reporting	24		8.75	
3. Directives		86		31.4
- Reccommending	22		8.02	
- Persuading	42		15.32	
- Challenging	21		7.66	
- Requesting	1		0.36	
4. Declaratives	-	2	-	0.7
5. Expressive	-	1	-	0.4
Total		100		274

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่ากลุ่มวจนกรรมที่พบบนป้ายหาเสียงเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครยะลา ปี พ.ศ.2566 ที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ วจนกรรมกลุ่มผู้กมด จำนวน 125 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมา วจนกรรมกลุ่มช้่น้ำ จำนวน 86 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 31.4 และวจนกรรมกลุ่มบอกกล่าว จำนวน 60 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 21.9 ทั้งนี้ความถี่ของวจนกรรมที่อยู่ภายใต้ กลุ่มวจนกรรมแต่ละกลุ่มดังนี้

1) วจนกรรมกลุ่มผู้กมด

เป็นถ้อยคำที่ผู้พูดมีจุดประสงค์หลักที่จะสื่อให้เห็นถึงการกระทำบางอย่างเพื่อประชาชนในอนาคต ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าวจนกรรมที่อยู่ในกลุ่มผู้กมดมี 2 วจนกรรม ได้แก่ วจนกรรมการสัญญา จำนวน 125 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 45.6 และ วจนกรรมการเสนอตัวจำนวน 14 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 5.10 แสดงได้ดังนี้

1.1) วจนกรรมการสัญญา

เป็นถ้อยคำที่จะสื่อให้เห็นถึงความตั้งใจของผู้สมัครรับเลือกตั้งในการที่จะทำให้ค้ำมั่นสัญญาว่าจะทำ บางสิ่งบางอย่างแก่ประชาชน หากได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งในครั้งนี้ ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าหัวข้อที่ผู้สมัคร ให้คำสัญญาได้แก่ การแก้ปัญหาในด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของประชาชน ซึ่งพบว่าเป็นหัวข้อของผู้สมัครรับเลือกตั้งส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด โดยจะเห็นได้จากป้ายหาเสียงของ เกือบทุกพรรคการเมืองจะมีนโยบายเกี่ยวกับหัวข้อนี้ รองลงมาเป็นหัวข้อเกี่ยวกับการสร้างความสมานฉันท์ ของคนในประเทศให้เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในชาติ

ตัวอย่างวจนกรรมการสัญญาที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วจนกรรมการสัญญา ตัวอย่างเช่น “เร่งสร้างคนทำงานทักษะสูง สร้างงาน 20 ล้านตำแหน่ง รายได้ไม่ต่ำกว่า 200,000 บาท/ปี” และ “ทำทันที! สังคมสีขาว”

ทั้งสองวจนกรรมการสัญญามีเป้าหมายและกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ในเชิงบวก โดยเน้นการพัฒนาแรงงานที่มีทักษะสูงและการสร้างงาน รวมถึงการตั้งรายได้ขั้นต่ำที่เหมาะสม ที่สะท้อนถึงความพยายามของพรรคการเมืองที่พยายามจะใช้นโยบายการสัญญาในการยกระดับคุณภาพชีวิต ของประชาชน ในขณะเดียวกัน การสร้างสังคมสีขาวแสดงถึงความมุ่งมั่นในการสร้างสังคมที่มีคุณธรรม และปราศจากการทุจริต ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของประชาชนต่อระบบการปกครอง และการบริหารประเทศ



Figure 1 Example of Promising 1



Figure 2 Example of Promising 2

1.2) วัจนกรรมการเสนอตัว

เป็นถ้อยคำที่แสดงความต้องการของผู้สมัครรับเลือกตั้งที่จะอาสาทำประโยชน์ให้แก่ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ตัวอย่างวัจนกรรมการเสนอตัวที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วัจนกรรมการเสนอตัว ตัวอย่างเช่น “เลือกเพื่อไทย ทั้งพรรค ทั้งคน” และ “คนรุ่นใหม่อาสารับใช้ชาวยะลา”

วัจนกรรมทั้งสองประโยคมีเป้าหมายในการสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้สมัครหรือพรรคการเมืองกับประชาชน “เลือกเพื่อไทย ทั้งพรรค ทั้งคน” มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นในนโยบายและบุคลากรของพรรค ขณะที่ “คนรุ่นใหม่อาสารับใช้ชาวยะลา” มุ่งเน้นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของคนรุ่นใหม่และการพัฒนาชุมชนในท้องถิ่น ตัวอย่างวัจนกรรมการเสนอการตัวนี้ได้เน้นความสำคัญของพรรคและบุคคลที่จะช่วยสร้างความมั่นใจในความสามารถและความตั้งใจของผู้สมัครในขณะเดียวกัน การส่งเสริมคนรุ่นใหม่ในการทำงานเพื่อชุมชนยังช่วยสร้างความหวังและความมั่นใจในอนาคตของชุมชนอีกด้วย



Figure 3 Example of Representing 1



Figure 4 Example of Representing 2

2) วัจนกรรมกลุ่มบอกกล่าว

เป็นถ้อยคำที่จะแสดงให้เห็นว่าผู้พูดเชื่อในความเป็นจริงเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว หรือผู้พูดมีจุดประสงค์ในการบอกกล่าวข้อมูลเท็จจริงต่าง ๆ แก่ผู้อื่น ด้วยเห็นว่าผู้อื่นยังไม่ทราบข้อเท็จจริง หรือจะเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีวัจนกรรมที่อยู่ในกลุ่มบอกกล่าว 3 วัจนกรรมได้แก่ วัจนกรรมการบอกกล่าว จำนวน 28 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 10.21 วัจนกรรมรายงาน จำนวน 24 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 8.75 และวัจนกรรมการยืนยัน จำนวน 8 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 2.91 ตามลำดับ

2.1) วัจนกรรมรายงาน

เป็นถ้อยคำที่จะสื่อให้เห็นถึงข้อเท็จจริงของผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีความต้องการจะบอกให้กับประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับทราบถึงนโยบายต่าง ๆ ของผู้สมัคร

ตัวอย่างวัจนกรรมรายงานที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วัจนกรรมรายงาน ตัวอย่างเช่น “1. ลิขิตสวัสดิการพลัสเป็น 1,000 บาทต่อเดือน 2. เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ให้เท่ากันทุกช่วงอายุ 1,000 บาทต่อเดือน 3. ระบบการแพทย์ 24 ชม.ปรึกษาแพทย์ผ่านระบบทางไกล 4. ตั้งกองทุนปลูกข้าวไร่ละ 2,000 บาท 5. ทุนเรียนวิชาชีพ อำเภอละ 100 ทุน 6. เพิ่มศักยภาพและสร้างความสัมพันธ์กับต่างประเทศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจไทย”

การรายงานนโยบายที่กล่าวถึงข้างต้นมีความคล้ายคลึงกับการสัญญา แต่การรายงานจะมุ่งเน้นการแจ้งให้ประชาชนรับทราบถึงนโยบายต่าง ๆ ของผู้สมัครอย่างละเอียด ซึ่งจากตัวอย่างได้แสดงถึงความพยายามในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในหลายด้าน ตั้งแต่การเพิ่มสวัสดิการแก่ประชาชน การสนับสนุนผู้สูงอายุ การพัฒนาบริการทางการแพทย์ ไปจนถึงการสนับสนุนภาคการเกษตรและการศึกษาวิชาชีพ การเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับต่างประเทศยังเป็นการเปิดโอกาสให้เศรษฐกิจไทยเติบโตและมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก นโยบายเหล่านี้หากดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพก็จะสามารถสร้างผลกระทบที่ดีต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างยั่งยืน



Figure 5 Example of Reporting

2.2) วัจนกรรมบอกกล่าว

เป็นถ้อยคำที่ผู้สมัครแสดงเจตนาบอกข้อมูลของผู้สมัครแก่ประชาชน โดยสามารถแบ่งข้อมูลได้เป็น 2 ประเภท คือข้อมูลทั่วไป ได้แก่ หมายเลขผู้สมัครชื่อผู้สมัครพรรคการเมือง เขตที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง ประเภทของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรหมายถึงสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบบัญชีรายชื่อ หรือแบบแบ่งเขต เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ อีกประเภทหนึ่งคือ ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ทำงานตำแหน่งงานและฉายานาม

ตัวอย่างวัจนกรรมการบอกกล่าวที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วัจนกรรมการบอกกล่าว ตัวอย่างเช่น “พรรคของเราแก้ปัญหา เข้าใจพื้นที่ ฟังพาได้” และ “เลือกพรรคประชาธิปไตย เบอร์ 26”

วัจนกรรมทั้งสองประโยคมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันเล็กน้อย แต่มีความเชื่อมโยงกันในด้าน การสร้างความเชื่อมั่นและการโน้มน้าวให้ประชาชนลงคะแนนเสียงให้กับพรรค โดย “พรรคของเราแก้ปัญหา เข้าใจพื้นที่ ฟังพาได้” มุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนในพื้นที่ โดยแสดงให้เห็นว่าพรรคมีความเข้าใจปัญหาและความต้องการของประชาชน และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเหล่านั้น ส่วน “เลือกพรรคประชาธิปไตย เบอร์ 26” จะมุ่งเน้นการกระตุ้นให้ประชาชนลงคะแนนเสียงให้กับพรรคประชาธิปไตย โดยให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับหมายเลขผู้สมัคร เพื่อให้ประชาชนสามารถจดจำและลงคะแนนได้อย่างถูกต้อง ทั้งสองวัจนกรรมนี้ใช้กลยุทธ์ที่เน้นการสื่อสารและการสร้างความตระหนักในความสำคัญของการลงคะแนนเสียงในการเลือกตั้ง



Figure 6 Example of Informing 1



Figure 7 Example of Informing 2

2.3) วิจารณ์การยืนยัน

เป็นถ้อยคำที่ปรากฏบนป้ายหาเสียงที่จะสื่อให้เห็นถึงคำพูดของผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีเจตนาต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่าง โดยที่ผู้สมัครได้ยืนยันว่าจะทำสิ่งที่ได้กล่าวถึงให้เกิดขึ้นจริง

ตัวอย่างวิจารณ์การยืนยันที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วิจารณ์การยืนยัน ตัวอย่างเช่น “พรรคของเรา ราคายางต้อง 80 บาท” และ “ประเทศไทยต้องไปต่อ”

ทั้งสองวิจารณ์นี้เป็นการยืนยันจากพรรคการเมืองที่มีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนทั้งในด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะด้านและการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาเฉพาะด้านที่เป็นปัญหาสำคัญสำหรับเกษตรกร โดยการตั้งเป้าหมายราคายางพาราอย่างชัดเจน เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งที่พึ่งพาการทำยางพารา และการมุ่งเน้นการสร้างความรู้สึกรักในการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาประเทศ เพื่อสร้างความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชนในทุกภาคส่วน



Figure 8 Example of Confirming 1



Figure 9 Example of Confirming 2

3) วจนกรรณกลุ่มขึ้นนำ

เป็นถ้อยคำที่จะแสดงถึงความต้องการของผู้สมัครรับเลือกตั้งให้ประชาชนกระทำบางอย่างเพื่อผลประโยชน์ของผู้สมัคร ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีวจนกรรณที่อยู่ในกลุ่มขึ้นนำ 4 วจนกรรณได้แก่ วจนกรรณการเชิญชวน จำนวน 42 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 15.32 ลำดับที่ 2 วจนกรรณการแนะนำ จำนวน 22 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 8.02 ลำดับที่ 3 วจนกรรณการทำทนาย จำนวน 21 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 7.66 และวจนกรรณการร้องขอ จำนวน 1 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 0.36 ตามลำดับ

3.1) วจนกรรณการเชิญชวน

เป็นถ้อยคำที่จะสื่อให้เห็นว่าผู้สมัครต้องการชักชวนประชาชนให้ปฏิบัติตามที่พรรคต้องการ ตัวอย่างวจนกรรณการเชิญชวนที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วจนกรรณการเชิญชวน ตัวอย่างเช่น “สนับสนุน พล.ต.อ.เสรีพิศุทธิ์ เตมียาเวส เป็นนายกรัฐมนตรี” และ “เลือกเพื่อชาติ เพื่อสลายกลุ่มทุน-เผด็จการกินรวบประเทศ”

วจนกรรณตัวอย่างทั้งสองประโยคมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนและใช้กลยุทธ์ในการสร้างความเชื่อมั่นและการกระตุ้นให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการเลือกตั้ง โดยมุ่งเน้นการสร้างความเชื่อมั่นในตัวบุคคลที่มีความสามารถและประสบการณ์ในการบริหารจัดการ โดยการเสนอชื่อ พล.ต.อ. เสรีพิศุทธิ์ เป็นนายกรัฐมนตรี เพื่อให้ประชาชนมั่นใจและสนับสนุนในการเป็นผู้นำประเทศและมุ่งเน้นการต่อต้านการผูกขาดอำนาจและการกินรวบประเทศ โดยมีลักษณะการเรียกร้องให้ประชาชนเลือกพรรคการเมืองที่มุ่งมั่นในการพัฒนาประเทศอย่างเป็นธรรมและเพื่อประโยชน์ส่วนรวม



Figure 10 Example of Persuading 1



Figure 11 Example of Persuading 2

3.2) วจนกรรณการแนะนำ

เป็นถ้อยคำที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ต้องการแนะนำให้ประชาชนปฏิบัติ เนื่องด้วยเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อประชาชนแต่ไม่ได้มีการบังคับ หรือขอรับรองให้ผู้ฟังปฏิบัติตาม

ตัวอย่างวจนกรรณการแนะนำที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วจนกรรณการแนะนำ ตัวอย่างเช่น “ต้องก้าวไกลให้ ขยายแดนใต้/ปาตานี ก้าวหน้า” และ “นโยบายดี ๆ ใครก็พูดได้ แต่พรรคที่ทำได้และทำเป็นคือ เพื่อไทย”

ตัวอย่างทั้งสองวignกรรมนี้แสดงการสร้างภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองในด้านความสามารถและความมุ่งมั่นในการพัฒนาประเทศ พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของพรรคในการทำให้นโยบายที่พูดนั้นเป็นไปได้จริง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่ชายแดนใต้/ปาตานีให้มีความสำคัญของการพัฒนาและการสร้างความก้าวหน้าเพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถของพรรคในการทำให้พื้นที่นี้เจริญก้าวหน้า และมุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นในความสามารถของพรรคเพื่อไทยในการทำให้นโยบายที่ตั้นนั้นเป็นจริงได้ โดยเน้นความแตกต่างระหว่างการพูดถึงนโยบายและการทำให้เกิดผลจริงทำให้ประชาชนเห็นว่าพรรคเพื่อไทยมีความสามารถและความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการ



Figure 12 Example of Recommending 1



Figure 13 Example of Recommending 2

3.3) วignกรรมการทำท่าย

เป็นถ้อยคำที่แสดงให้เห็นความต้องการของผู้สมัครรับเลือกตั้งในการชักจูง ยั่วยุประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งให้กระทำในสิ่งที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องการ

ตัวอย่างวignกรรมการทำท่ายที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วignกรรมการทำท่าย ตัวอย่างเช่น “ยกเลิกกฎอัยการศึก เอาด่านออกจากถนน” และ “คืนกฎหมาย ตำนารัฐประหาร ตัดวงจรเผด็จการ”

วignกรรมทั้งสองประโยคมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนในการสร้างความเชื่อมั่นในระบอบการเมืองที่เป็นประชาธิปไตย การเคารพสิทธิมนุษยชน และการป้องกันการควบคุมทางทหาร ซึ่งเป็นวignกรรมที่มุ่งเน้นการเรียกร้องสิทธิเสรีภาพของประชาชนและลดความเข้มงวดในการควบคุมทางการเมืองเพื่อให้เกิดความเสรีมากขึ้น นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการสร้างระบบการเมืองที่มีเสถียรภาพและยั่งยืน โดยการมีกฎหมายที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพในการต่อต้านการรัฐประหาร เพื่อป้องกันการยึดอำนาจและการกลับมาของระบอบเผด็จการ



Figure 14 Example of Challenging 1 **Figure 15** Example of Challenging 2

3.4) วิจารณ์การร้องขอ

เป็นถ้อยคำที่สื่อให้เห็นถึงผู้สมัครต้องการขอรับรองให้ประชาชนผู้มีสิทธิรับเลือกตั้งปฏิบัติตามสิ่งที่ผู้สมัครต้องการ

ตัวอย่างวัจนกรรมการร้องขอที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วัจนกรรมการร้องขอ ตัวอย่างเช่น “*สวดรัตนขอมทำให้คนไทยหายเหนื่อย*”

จากตัวอย่างเป็นข้อความที่สะท้อนถึงคำแถลงการณ์หรือการร้องขอของผู้นำพรรคการเมือง หรือผู้มีอำนาจทางการเมือง โดยเป็นการแสดงถึงคำขอในลักษณะของอาสาสมัครแก้ไขปัญหาหรือสถานการณ์ที่เป็นทกขีใจหรือเดือดร้อนที่คนไทยต้องเผชิญอยู่



Figure 16 Example of Requesting

4) วัจนกรรมกลุ่มแถลงการณ์

เป็นกลุ่มถ้อยคำที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อ ประกาศหรือเปลี่ยนแปลงสภาพของบุคคล หรือบางสิ่งบางอย่าง โดยทั่วไปส่วนใหญ่จะพบการใช้ในบริบทที่เป็นทางการสูง วัจนกรรมที่รวมอยู่ในกลุ่มแถลงการณ์ ได้แก่ การแต่งตั้งการกล่าวเปิดงาน และการเสนอชื่อ ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าวัจนกรรมที่อยู่ในกลุ่มแถลงการณ์ 1 วัจนกรรม ได้แก่ วัจนกรรมการแถลงการณ์ จำนวน 2 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 0.72

ตัวอย่างวัจนกรรมการแถลงการณ์ที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วัจนกรรมการแถลงการณ์ ตัวอย่างเช่น “ยกระดับกระบวนการสันติภาพสู่การเป็นวาระแห่งชาติ”

ตัวอย่างนี้มุ่งเน้นที่การเสนอคำพูดหรือแนวคิดที่เกี่ยวกับการเพิ่มความสำคัญและระดับของกระบวนการสันติภาพในระดับชาติ เพื่อให้มีผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนและสังคมเป็นวาระของชาติ โดยมุ่งหวังให้มีการยกระดับคุณภาพและความสำคัญของกระบวนการนี้ เพื่อเป็นสิ่งที่สำคัญและสามารถช่วยให้สังคมและประชาชนมีชีวิตที่มั่นคงและมีความสุขขึ้น



Figure 17 Example of Declarative

5) วัจนกรรมแสดงความรู้สึก

เป็นถ้อยคำที่บ่งบอกถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ต้องการสื่อให้ประชาชนรับรู้และได้ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียง ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าวัจนกรรมแสดงความรู้สึก 1 วัจนกรรม ได้แก่ วัจนกรรมการแสดงความรู้สึก จำนวน 1 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 0.36

ตัวอย่างวัจนกรรมแสดงความรู้สึกที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แสดงให้เห็นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วัจนกรรมการแสดงความรู้สึก ตัวอย่างเช่น “พรรคของเราแก้ปัญหา เข้าใจพื้นที่ ฟังพาได้”

ตัวอย่างนี้เป็นข้อความที่สะท้อนถึงความรู้สึกและความเชื่อของผู้แถลงเกี่ยวกับพรรคการเมืองหรือองค์กรที่พร้อมที่จะตอบสนองและเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมหรือพื้นที่นั้น ๆ และพร้อมที่จะสนับสนุน

การพึ่งพาของชุมชนหรือสังคมนั้น ๆ โดยอาจจะตั้งใจที่จะสนับสนุนและสร้างโอกาสให้กับชุมชนหรือสังคมที่ต้องการพึ่งพาตนเองในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาทางเศรษฐกิจสังคม การศึกษา หรือการเพิ่มความมั่นคง



Figure 18 Example of Expressive

ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตเทศบาลนครยะลา ใช้วัจนกรรมกลุ่มผู้กดขี่มากที่สุดในการโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งผ่านทางป้ายหาเสียง ในกลุ่มดังกล่าว ประกอบด้วยวัจนกรรมการสัญญาและวัจนกรรมการเสนอตัว

วัจนกรรมการสัญญาเป็นลักษณะของการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งให้คำมั่นสัญญาต่อประชาชนว่าตน จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหากได้รับเลือกเข้ามาทำงานในตำแหน่ง ซึ่งเป็นการแสดงเจตจำนงชัดเจนและสร้างความเชื่อมั่น ในตัวผู้สมัคร เช่น “เร่งสร้างคนทำงานทักษะสูง สร้างงาน 20 ล้านตำแหน่ง รายได้ไม่ต่ำกว่า 200,000 บาท/ปี” และ “ทำทันที! สังคมสีขาว” จะเห็นได้ว่าวัจนกรรมการสัญญาทั้งสองตัวอย่างมีเป้าหมายและกลยุทธ์ที่ชัดเจน ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในเชิงบวกในจังหวัดยะลา รวมถึงวัจนกรรมการสัญญาเกี่ยวกับการพัฒนา แรงงานที่มีทักษะสูงและการสร้างงาน รวมถึงการตั้งรายได้ขั้นต่ำที่เหมาะสม แสดงถึงความพยายามของ พรรคการเมืองในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดยะลาอย่างแท้จริง จากตัวอย่างวัจนกรรม “เร่งสร้างคนทำงานทักษะสูง สร้างงาน 20 ล้านตำแหน่ง รายได้ไม่ต่ำกว่า 200,000 บาท/ปี” และ “ทำทันที! สังคมสีขาว” จะเห็นได้ว่าการใช้เนื้อหาที่ใช้คำมั่นสัญญา เช่น

การพัฒนาแรงงานที่มีทักษะสูงและการสร้างงาน

ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้ให้คำมั่นว่าจะนำนโยบายที่ส่งเสริมการศึกษาและการฝึกอบรมเพื่อพัฒนา แรงงานที่มีทักษะสูงเพิ่มโอกาสในการทำงานและการสร้างอาชีพที่มั่นคง การให้ความสำคัญกับการพัฒนาแรงงาน ในลักษณะนี้จะช่วยให้เยาวชนและประชาชนมีโอกาสในการพัฒนาตนเองและสามารถเข้าถึงงานที่มีคุณภาพและ รายได้ที่ยั่งยืน

การตั้งรายได้ขั้นต่ำที่เหมาะสม

การตั้งรายได้ขั้นต่ำที่เหมาะสมสะท้อนถึงการดูแลและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนใน

จังหวัดยะลา เป็นการสร้างสังคมที่มีความยุติธรรมและเสมอภาคมากขึ้น การตั้งรายได้ขั้นต่ำที่เหมาะสมจะช่วยให้ประชาชนมีรายได้เพียงพอต่อการดำรงชีวิต ลดปัญหาความยากจนและเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

การสร้างสังคมสีขาว

นอกจากการพัฒนาเศรษฐกิจแล้ว การสร้างสังคมสีขาวที่ปราศจากการทุจริตยังเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายสำคัญ ผู้สมัครรับเลือกตั้งเน้นย้ำถึงความมุ่งมั่นในการสร้างสังคมจังหวัดยะลาที่มีคุณธรรม ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของประชาชนต่อการสร้างสังคมที่ปราศจากการทุจริตจะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมของจังหวัดยะลาที่มีความโปร่งใสและเป็นธรรม

นอกจากนี้วัจนกรรมการเสนอตัวยังพบวาถูกใช้เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตเทศบาลนครยะลาอีกด้วย ซึ่งการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งแสดงความพร้อมและความสามารถในการทำงานให้กับประชาชน ซึ่งมักจะประกอบด้วยการบอกถึงประสบการณ์ที่ผ่านมา คุณสมบัติที่เด่นชัดและแนวทางการทำงานในอนาคต จากการศึกษาพบตัวอย่างการใช้วัจนกรรมประเภทนี้ เช่น “คนรุ่นใหม่อาสาใช้ชาวยะลา” จากวัจนกรรมนี้สะท้อนถึงเนื้อหาที่เน้นความตั้งใจของผู้สมัครที่มาจากคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีเป็นกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ที่พร้อมจะทุ่มเทและบริการประชาชนในจังหวัดยะลา การใช้คำว่า “อาสา” แสดงถึงความสมัครใจและความเต็มใจในการทำงานให้กับชุมชน ซึ่งอาจเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือและเป็นที่รักของประชาชน โดยเฉพาะการเน้นว่าเป็น “คนรุ่นใหม่” ช่วยให้การหาเสียงนี้มีความน่าสนใจและมีความหวังในการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่า คนรุ่นใหม่มักถูกมองว่าเป็นกลุ่มที่มีการศึกษา มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และมีไฟในการทำงานสูง การใช้วัจนกรรมนี้จึงเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้เลือกตั้งที่ต้องการเห็นการเปลี่ยนแปลงของจังหวัดยะลาในทางบวกมากขึ้น

เมื่อพิจารณาจากวัจนกรรมการสัญญาสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสังคมและสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนในเขตเทศบาลนครยะลา และแสดงให้เห็นว่ามีปัญหาในด้านต่างๆ ทั้งการศึกษา เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสามารถสะท้อนได้จากถ้อยคำที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงที่ผู้สมัครนำเสนอในปี 2566 การสัญญาดังกล่าวถือเป็นการนำเสนอนโยบายที่น่าสนใจในการที่พร้อมที่จะช่วยเหลือประชาชน ส่วนการใช้วัจนกรรมเสนอตัวเป็นความต้องการของผู้สมัครรับเลือกตั้งที่จะอาสาทำประโยชน์ให้แก่ประชาชน และผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ และแสดงความพร้อมในการเป็นผู้แทนของประชาชนในเขตเทศบาลนครยะลา จากข้อมูลข้างต้นที่สามารถทำให้เห็นว่า ในการคิดถ้อยคำของผู้สมัครสอดคล้องกับแนวคิดของปณิชา ชาญฤทธิเสน และคณะ [4] ที่กล่าวถึงสิ่งสำคัญที่จะทำให้ประชาชนเลือกผู้แทนเข้าไปทำหน้าที่แทนประชาชนนั้นคือพรรคการเมืองและผู้สมัครจะนำเสนอโยบายต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจจากประชาชนเพื่อให้ได้มาซึ่งชัยชนะในการเลือกตั้ง การนำเสนอโยบายจึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองและผู้สมัครเปรียบเสมือนการแข่งขันกันขายสินค้าทางการเมืองโดยที่พรรคการเมืองจะใช้เทคนิคการสื่อสารในการหาเสียงและกลยุทธ์ทางการเมืองที่แตกต่างกันทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรัชยา เจียวัก และอาทิตย์ยา สมโลก [6] ได้กล่าวว่าการนำเสนอนโยบายของพรรคการเมืองเป็นการแสดงให้เห็นถึงเจตนารมณ์ของผู้แทนผ่านการโฆษณาหาเสียงเพื่อดึงดูดความสนใจจากประชาชน ฉะนั้นสื่อโฆษณาหาเสียงเป็นสิ่งสำคัญในการนำเสนอโยบายของพรรคให้แก่ประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลหาเสียงเลือกตั้งซึ่งเป็นโอกาสสำคัญในการเสนอแนะและจุดแข็งของพรรคนั้น ๆ แต่ละพรรคมีจุดเด่นในการเผยแพร่ที่แตกต่างกันเพื่อให้ประชาชนได้พิจารณาในการใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ขณะที่วัจนกรรมกลุ่ม ชี้นำ ซึ่งประกอบด้วยวัจนกรรมการเชิญชวน วัจนกรรมการแนะนำ

วจนกรรมการทำทหายวจนกรรมการร้องขอ ซึ่งข้อความวจนกรรมบนป้ายหาเสียงจะพ้อยคำที่ผู้สมัครต้องการแนะนำให้ประชาชนปฏิบัติตาม

ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าผู้สมัครใช้ข้อมูลชักนำไปในทางเดียวกันกับนโยบายของตนโดยใช้วจนกรรมการแนะนำ และเป็นการเน้นย้ำและมีเจตนาในการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนลงคะแนนเสียงเพื่อให้พรรคดังกล่าวเป็นตัวแทนของประชาชนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรัชยา เจริญวิก และอาทิตยา สมโลก [6] ได้กล่าวว่า การนำเสนอนโยบายของพรรคการเมืองเป็นการแสดงให้เห็นถึงเจตนารมณ์ของผู้แทนผ่านการโฆษณาหาเสียงเพื่อดึงดูดความสนใจจากประชาชน ฉะนั้นสื่อโฆษณาหาเสียงเป็นสิ่งสำคัญในการนำเสนอ นโยบายของพรรคให้แก่ประชาชน และวจนกรรมกลุ่มบอกกล่าว ที่ประกอบด้วยวจนกรรมการรายงานและวจนกรรมการยืนยัน โดยส่วนใหญ่ผู้สมัครแสดงเจตนาเพื่อบอกข้อมูลต่างๆ จากข้อมูลข้างต้นจะสังเกตได้ว่า ข้อมูลที่นำเสนอผ่านป้ายโฆษณาหาเสียงสามารถเห็นถึงภาพลักษณ์ที่ผู้สมัครต้องการนำเสนอการตลาดทางการเมือง เพื่อให้เป็นที่รู้จักของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของสมยศ ปัญญา [5] กล่าวว่า เพื่อบรรลุเป้าหมายที่สำคัญคือการได้รับคะแนนเสียงจากประชาชนเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการบริหารประเทศ ซึ่งกลยุทธ์การณรงค์หาเสียงเลือกตั้งได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะที่เป็นเครื่องมือการหาเสียงเลือกตั้งที่สำคัญและมีส่วนช่วยพัฒนาระบบประชาธิปไตย และเมื่อประชาชนได้รับรู้และเรียนรู้ นโยบายการหาเสียงของพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งจนเกิดความพึงพอใจแล้วจะนำไปสู่การเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และสอดคล้องกับปณิชา ชาญฤทธิเสน และคณะ [4] ที่กล่าวว่า การนำเสนอนโยบายเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองและผู้สมัครเปรียบเสมือนการแข่งขันขายสินค้าทางการเมืองโดยที่พรรคการเมืองจะใช้เทคนิคการสื่อสารในการหาเสียงและกลยุทธ์ทางการเมืองที่แตกต่างกัน ดังนั้นแล้ว วิธีการหาเสียงของพรรคการเมืองได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการตามยุคสมัย ป้ายหาเสียงได้มีการปรับเปลี่ยนกลวิธีการสื่อสาร และการโฆษณาที่แตกต่างกันไป และจากป้ายหาเสียงของแต่ละพรรคทั้งหมด 209 ป้าย มีลักษณะที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะการใช้ภาษาบนป้ายหาเสียงจะมีความโน้มน้าวและดึงดูดความสนใจให้กับผู้เห็น ซึ่งการตีความการใช้ภาษาที่ปรากฏอยู่บนป้ายหาเสียงมีความเกี่ยวข้องทางการเมือง และมีความสัมพันธ์กับบริบทสังคมในพื้นที่ ณ ขณะนั้น

ข้อค้นพบที่สำคัญของการศึกษาครั้งนี้คือ ความสัมพันธ์ของลักษณะเนื้อหาบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตเทศบาลนครยะลากับความสำคัญของความเชื่อและความขัดแย้งทางศาสนา สังคมและการเมืองในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเทศบาลนครยะลาที่เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การใช้วจนกรรมในการหาเสียงของพรรคการเมือง จากการศึกษาพบว่าลักษณะการใช้เนื้อหาบนป้ายหาเสียงมีความสัมพันธ์กับบริบทสังคมในพื้นที่ ซึ่งป้ายหาเสียงสะท้อนถึงความเชื่อวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ สังคม การเมือง และค่านิยมที่สำคัญของประชาชน

การสะท้อนความเชื่อทางศาสนาและค่านิยม

ป้ายหาเสียงในพื้นที่จังหวัดยะลาต้องคำนึงถึงความเชื่อทางศาสนาและค่านิยมของประชาชนที่มีความหลากหลาย เช่น คนไทยมุสลิมซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนมากในพื้นที่ การใช้สัญลักษณ์หรือข้อความที่สอดคล้องกับค่านิยมและความเชื่อทางศาสนาจะช่วยสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัครมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การใช้ภาษามลายูถิ่น ตัวอักษรภาษาอาหรับ ในป้ายหาเสียงเพื่อให้ประชาชนรู้สึกถึงความใกล้ชิดและการให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมและภาษาของตน

ความซับซ้อนทางการเมือง

จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยเฉพาะจังหวัดยะลา มีลักษณะการเมืองที่ซับซ้อน เนื่องจากมีความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างกลุ่มคนและฝ่ายต่าง ๆ ที่มีความเชื่อทางศาสนา สังคม การเมืองและนโยบายที่แตกต่างกัน การโฆษณาหาเสียงในพื้นที่นี้ต้องคำนึงถึงความละเอียดอ่อนและความซับซ้อนของสถานการณ์ โดยการหาเสียงที่ใช้วัจนกรรมต้องถูกออกแบบให้สามารถเข้าถึงประชากรทุกกลุ่มได้อย่างเท่าเทียม โดยไม่ทำให้เกิดความแตกแยกในสังคม การเลือกใช้ถ้อยคำ วัจนกรรมและสัญลักษณ์ที่ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง

การเข้าถึงประชากรทุกกลุ่ม

การเข้าถึงประชากรทุกกลุ่มในพื้นที่เทศบาลนครยะลาต้องคำนึงถึงความหลากหลายทั้งทางภาษา สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การใช้วัจนกรรมกลุ่มผู้คนที่เน้นการให้คำมั่นสัญญาและการเสนอตัวต้องสอดคล้องกับความต้องการและค่านิยมของประชาชนในพื้นที่ เช่น การให้คำมั่นสัญญาในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจ การสร้างงาน และการสร้างสังคมที่มีคุณธรรม

การออกแบบวัจนกรรมและกลยุทธ์การหาเสียง

วัจนกรรมและกลยุทธ์การหาเสียงต้องตระหนักถึงความหลากหลายและความซับซ้อนของสถานการณ์ การออกแบบป้ายหาเสียงและข้อความวัจนกรรมต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและการเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม โดยไม่เป็นการทำให้เกิดความขัดแย้งหรือละเลยความสำคัญของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การใช้ข้อความที่ส่งเสริมความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างกลุ่มคนต่าง ๆ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจในตัวผู้สมัครและพรรคการเมืองมากขึ้น

การศึกษาครั้งนี้ได้สรุปประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับการใช้ภาษาในการสื่อสารทางการเมืองผ่านการนำเสนอป้ายหาเสียงในการเลือกตั้งซึ่งการใช้ภาษาหรือวัจนกรรมไม่เพียงแค่เครื่องมือในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเป็นสารแสดงความคิดและเป้าหมายทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้งอีกด้วย และการนำเสนอป้ายหาเสียงเป็นการสื่อสารที่มีความหลากหลายและซับซ้อน เนื่องจากป้ายหาเสียงต้องถูกออกแบบให้สื่อถึงข้อความทางการเมืองอย่างชัดเจน และมีการใช้ภาษาและภาพที่มีน้ำหนักทางสังคมและวัฒนธรรมโดยเฉพาะในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อให้ประชาชนเข้าใจและสนับสนุนความเชื่อและเป้าหมายของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างป้ายหาเสียงโดยมีการใช้ภาษาถิ่นหรือศัพท์เฉพาะพื้นที่ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เนื่องจากภาษาถิ่นมักเป็นเครื่องมือที่สามารถเชื่อถือได้ในการสื่อสารกับประชากรในพื้นที่ได้อย่างสมบูรณ์แบบและการใช้ภาษาท้องถิ่นช่วยให้ข้อความโฆษณาเข้าถึงและเชื่อถือได้มากขึ้น เพราะจะสามารถสร้างความรู้สึกถึงความใกล้ชิดและเข้าใจกับประชาชนในพื้นที่ได้ดี

โดยข้อค้นพบนี้สามารถอภิปรายในแต่ละประเภทของวัจนกรรม [10] ได้ดังนี้

กลุ่มบอกกล่าว (Assertives)

ลักษณะการใช้วัจนกรรมบนป้ายหาเสียงในกลุ่มนี้แสดงข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดเกี่ยวกับการเลือกตั้ง เช่น ป้ายที่เน้นการสื่อสารนโยบาย ป้ายที่ระบุหมายเลขผู้สมัคร วันเวลาและสถานที่ที่จะมีการลงคะแนน บอจุดเด่น บอเป้าหมาย ซึ่งป้ายหาเสียงในกลุ่มนี้คือการสื่อสารข้อมูลและความจริงเกี่ยวกับขั้นตอนของการเลือกตั้ง

กลุ่มชี้แนะ (Directives)

ลักษณะการใช้วัจนกรรมบนป้ายหาเสียงในกลุ่มนี้จะใช้เพื่อแนะนำผู้เข้ารับเลือกตั้งให้ดำเนินการบางอย่าง เช่น ป้ายที่ชี้แนะให้ประชาชนเล็งเห็นและตระหนักถึงประเด็นสำคัญ ๆ ที่ผ่านมา ที่กำลังเกิดขึ้น หรือที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต เป้าหมายของป้ายหาเสียงในกลุ่มนี้คือการชี้แนะให้เกิดการถกคิดหรือการตระหนักรู้

กลุ่มผูกมัด (Commissives)

ลักษณะการใช้วัจนกรรมบนป้ายหาเสียงในกลุ่มนี้ใช้เพื่อรับรองหรือสัญญากับประชาชนเกี่ยวกับคำมั่นสัญญาของพรรคการเมืองที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหากได้รับเลือกเป็นผู้แทนราษฎร เป้าหมายของป้ายหาเสียงในกลุ่มนี้คือการสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน

กลุ่มแสดงความรู้สึก (Expressives)

ลักษณะการใช้วัจนกรรมบนป้ายหาเสียงในกลุ่มนี้ใช้เพื่อแสดงความสุขหรือความยินดีต่อการเสนอตัวเพื่อเป็นผู้แทนราษฎร เช่น ป้ายที่ยินดีขอเป็นผู้แทนของประชาชนทุกคน หรือป้ายที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะผู้แทนราษฎร เป้าหมายของป้ายเหล่านี้คือการส่งเสริมความเชื่อมั่นและความรู้สึกที่ดีของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งในการเสนอตัวเป็นผู้แทนราษฎร

กลุ่มแถลงการณ์ (Declaratives)

ลักษณะการใช้วัจนกรรมบนป้ายหาเสียงในกลุ่มนี้ใช้เพื่อประกาศหรือแถลงข้อมูลที่เป็นการแถลงการณ์เกี่ยวกับจุดยืนและนโยบายของพรรคและผู้สมัครรับเลือกตั้ง เช่น ป้ายเกี่ยวกับการเปิดตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง หรือป้ายเกี่ยวกับจุดยืนของพรรคตนเองในการเลือกตั้ง โดยป้ายเหล่านี้จะช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับพรรคและตัวตนของผู้สมัครรับเลือกตั้ง

นอกจากนี้วัจนกรรมและการตีความของข้อความบนป้ายหาเสียงยังเกี่ยวข้องกับการใช้กลวิธีด้านวัจนกรรม เช่น การใช้ภาษาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนและผู้สมัครรับเลือกตั้ง การใช้คำหรือภาพที่สร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์ เช่น การใช้ภาพลายเส้นหรือสีที่สดใสเพื่อดึงดูดความรู้สึกหรือความเชื่อที่เด่นชัด ดังนั้นการศึกษาคำนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์วัจนกรรมการใช้ภาษาบนป้ายหาเสียงของผู้รับสมัครเลือกตั้ง ซึ่งจะช่วยให้พรรคการเมือง ผู้รับสมัครเลือกตั้ง และประชาชนทั่วไปเข้าใจถึงความสำคัญของการใช้ภาษาและภาพในการสื่อสารทางการเมืองและเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวิเคราะห์และเข้าใจประชากรในการเลือกตั้งโดยเฉพาะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวัจนกรรมบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ปี 2566 ในเขตเทศบาลนครยะลา ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้ง มีการใช้วัจนกรรมในป้ายหาเสียง ในลักษณะที่หลากหลาย โดยวัจนกรรมที่พบมากที่สุดคือ วัจนกรรมกลุ่มผูกมัด รองลงมาคือ วัจนกรรมกลุ่มชี้แนะ วัจนกรรมกลุ่มบอกกล่าว วัจนกรรมกลุ่มแถลงการณ์ และวัจนกรรมกลุ่มแสดงความรู้สึก จากข้อมูลข้างต้นจะสังเกตได้ว่า วัจนกรรมกลุ่มผูกมัดมีความถี่ในการปรากฏใช้มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าเจตนาหลักของผู้สมัครรับเลือกตั้งมีจุดประสงค์หลักที่จะสื่อให้เห็นถึงการกระทำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการประชาชน ผลการศึกษาสามารถบ่งบอกถึงลักษณะการใช้ภาษาของนักการเมืองในพื้นที่เทศบาลนครยะลาเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการใช้วัจนกรรมภาษาในสังคมปัจจุบัน และกลยุทธ์การโฆษณาของพรรคการเมืองและข้อความของป้ายหาเสียงถือเป็นหัวใจสำคัญของการถ่ายทอดวัจนกรรมบนป้ายหาเสียงเลือกตั้งที่มีทั้งภาษาถิ่น และข้อความที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อของคนในพื้นที่ อีกทั้ง ข้อเท็จจริง คำบ่งการกระทำ ทศนคติ อุดมการณ์ ที่แฝงเจตนาหรือความตั้งใจก่อให้เกิดการปฏิบัติ โดยมีเงื่อนไขทางสังคมกำหนด ที่เกิดขึ้นในเขตเทศบาลนครยะลา

เอกสารอ้างอิง

- [1] Sonchaeng, P. (2018). *Factors affecting the decision-making of Bangkok residents in the election of the House of Representatives in the year B.E. 2562* [Unpublished Master's Independent Study, Krirk University].
- [2] Kraivichian, T. (1977). *Democracy*. The Printing House of the Teachers' Council.
- [3] Photan, V. (1981). *The concept of democracy and the model of an ideal democratic nation*. Thammasat University.
- [4] Chanritisen, P., Sridee, S., Panvarvuttrakul, H., & Sudhivoraseth, J. (2023). The political marketing strategies in election campaign of Palang Pracharat Party's new female members of the House of Representatives of in Bangkok area. *Journal of Social Science and Cultural*, 7(1), 305–324.
- [5] Panyamak, S. (2020). Political party and election campaign. *School of Administrative Studies Academic Journal*, 1(4), 81-95.
- [6] Jeawkok, J., & Somlok, A. (2020). Campaign sign: Speech acts and discourse of representative candidates in Pattani Province. *Journal of Business, Economics and Communications*, 16(2), 86-96.
- [7] Hannapha, P. (2021). Political marketing communication of the Future Forward Party in Thailand general election 2019. *Suan Dusit Graduate School Academic Journal*, 17(2), 37-52.
- [8] Nantavaropas, N. (2015). *Political communication: theory and application* (2nd). Mass Media.
- [9] Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Alden Press.
- [10] Searle, J. R. (1979). *Expression and meaning: Studies in the theory of speech acts*. Cambridge University Press.
- [11] Intachakra, S. (2010). *Basic concepts of pragmatics*. Thammasat University Press.