

บทความวิจัย (Research Article)

วาทกรรมบนโปสเตอร์หาเสียงเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษา

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2566

Speech Acts in Campaign Posters of the 2023 Chiang Mai University
Student Representative Electionไพบึง หลง¹ และชยานิน บุญสงค์^{2*}Haining Long¹ and Chayanin Boonsongsak^{2*}

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจำแนกประเภทวาทกรรมและศึกษาลักษณะการใช้ภาษาบนถ้อยคำหาเสียงของผู้สมัครเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประจำปี พ.ศ. 2566 จากข้อมูลจำนวน 38 ข้อความที่เผยแพร่ผ่านโปสเตอร์ในเพจทางการของสภานักศึกษาในเฟซบุ๊ก โดยใช้แนวคิดวาทกรรมของจอห์น เซิร์ส (John R. Searle, 1969) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้สมัครใช้วาทกรรม 4 ประเภท ได้แก่ 1) วาทกรรมผูกมัด (commissives) จำนวน 27 ครั้ง (ร้อยละ 71.06) เช่น การให้คำมั่นสัญญาและการเสนอชื่อ 2) วาทกรรมบรรยายเหตุการณ์ (representatives) จำนวน 7 ครั้ง (ร้อยละ 18.42) เช่น การรายงานข้อเท็จจริง 3) วาทกรรมแสดงอารมณ์ความรู้สึก (expressives) จำนวน 3 ครั้ง (ร้อยละ 7.89) เช่น การเตือนใจ 4) วาทกรรมกำหนดให้ทำ (directives) จำนวน 1 ครั้ง (ร้อยละ 2.63) เช่น การเชิญชวน ไม่พบวาทกรรมประกาศ (declarations) ในชุดข้อมูล นอกจากนี้ยังพบว่า วาทกรรมส่วนใหญ่ปรากฏในรูปแบบที่ไม่แสดงเจตนาอย่างชัดเจนหรือเป็นการสื่อสารเชิงอ้อม ผู้วิจัยจึงต้องพิจารณาบริบทและความหมายอย่างรอบคอบ การใช้ภาษาลักษณะนี้สะท้อนแนวโน้มการสื่อสารทางการเมืองของนักศึกษายุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นในการใช้ภาษา มากกว่าการใช้ถ้อยคำชี้แจงโดยตรง

คำสำคัญ: วาทกรรม โปสเตอร์โฆษณาหาเสียง การเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัย

¹ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Master of Arts Program in Thai, Faculty of Humanities, Chiang Mai University

² หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Bachelor of Arts Program in Thai as a Foreign Language, Faculty of Humanities, Chiang Mai University

*Corresponding author; email: cchayanine@gmail.com

(Received: 16 June 2025 ; Revised: 20 July 2025; Accepted: 26 November 2025)

Abstract

This research aimed to classify the types of speech acts and examine language use in the campaign messages of candidates for the Chiang Mai University Student Representative Election in 2023. A total of 38 campaign statements were collected from posters published on the official Facebook page of the Student Council. The study applied John R. Searle's (1969) Speech Act Theory as the analytical framework. The findings revealed that the candidates used four types of speech acts: 1) commissives (27 occurrences, 71.06%), such as promises and self-nomination statements 2) representatives (7 occurrences, 18.42%), such as factual descriptions 3) expressives (3 occurrences, 7.89%), such as expressions of caution 4) directives (1 occurrence, 2.63%), such as invitations. No declarations were found in the data. Moreover, most speech acts appeared in an indirect form, lacking explicit expressions of illocutionary intent. The researcher thus carefully interpreted the acts based on contextual and theoretical cues. This pattern reflects the political communication style of the new generation of students, who favor flexible and indirect language use over overt persuasion.

Keywords: speech acts, campaign posters, university students, student elections

บทนำ

ภาษาในฐานะเครื่องมือของการสื่อสารมิได้จำกัดอยู่เพียงการถ่ายทอดข้อมูลหรือแสดงอารมณ์เท่านั้น แต่ยังสะท้อนโลกทัศน์ ความเชื่อ และค่านิยมของผู้ใช้ภาษาในแต่ละบริบท ทั้งนี้ ข้อความที่ปรากฏในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคำปราศรัย คำโฆษณา หรือข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ ล้วนมีบทบาทในการสะท้อนภาพรวมของสังคมและวัฒนธรรมในช่วงเวลานั้น ๆ (ชญาสินี บุญส่งศักดิ์ และคณะ, 2566)

หนึ่งในรูปแบบของการสื่อสารที่เน้นการโน้มน้าวใจอย่างชัดเจนคือการโฆษณา ซึ่งผู้ส่งสารมักใช้ทั้งถ้อยคำและภาพเพื่อถ่ายทอดสารอย่างมีเป้าหมาย ภายใต้กรอบของภาษาศาสตร์ การโฆษณาสามารถวิเคราะห์ผ่านแนวคิดวัจนกรรม (Speech Acts) ของ Searle (1969) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคำพูดของมนุษย์ไม่เพียงแต่สื่อสารข้อมูล แต่ยังเป็นการกระทำในตัวเอง เช่น

การเชิญชวนการสัญญา หรือการแสดงความรู้สึก โดยสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร

ในบริบทของการเมือง การโฆษณาถูกใช้เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผู้สมัครในช่วงหาเสียง โดยเฉพาะการใช้ถ้อยคำที่สะท้อนความมุ่งมั่น ความใส่ใจต่อปัญหาสังคม และความปรารถนาที่จะเป็นตัวแทนของประชาชน (Kotler & Armstrong, 2018) โปสเตอร์หาเสียงจึงถือเป็นสื่อสำคัญที่กระชับ ชัดเจน และมีพลังในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ สถานศึกษาไทยในปัจจุบันมีการส่งเสริมการเรียนรู้ประชาธิปไตยผ่านกระบวนการเลือกตั้งผู้แทนนักเรียนและนักศึกษา ซึ่งจำลองขั้นตอนจากการเลือกตั้งทั่วไป ทั้งในด้านการสมัคร การนำเสนอ นโยบาย และการหาเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้โปสเตอร์หาเสียงซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับโปสเตอร์ในแวดวงการเมืองระดับประเทศ ทั้งในด้านโครงสร้างข้อความ เจตนา และถ้อยคำที่ใช้สะท้อนภาพของกลุ่มเยาวชนในช่วงเวลานั้นสำหรับการเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี 2566 ซึ่งจัดขึ้นภายใต้หัวข้อ “New Gen’s Voice: Debate” ผู้สมัครใช้ถ้อยคำที่ตรงประเด็น สื่อสารได้ชัดเจน และมีลักษณะเชิงโน้มน้าวเพื่อสร้างการจดจำ โดยเฉพาะวาทกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจและอุดมการณ์ ซึ่งมีความน่าสนใจในการวิเคราะห์ด้านภาษาศาสตร์

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยในประเด็นวาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับการหาเสียงเลือกตั้งในระดับประเทศมีอยู่บ้าง เช่น งานของบุญโชค เขียวมา (2547) ที่วิเคราะห์วาทกรรมบนป้ายหาเสียงผู้ว่าฯ กทม. และของอิงอร พึ่งจะงาม (2554) ที่ศึกษาวาทกรรมในการเลือกตั้งระดับชาติ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่มุ่งศึกษาบริบทของนักศึกษามหาวิทยาลัยซึ่งมีลักษณะการใช้ภาษาที่เฉพาะตัวและสะท้อนพลวัตของยุคสมัยยังมีไม่มากนัก ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความมุ่งหมายที่จะศึกษาประเภทและหน้าที่ของวาทกรรมที่ปรากฏในโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี 2566 เพื่อให้เห็นภาพของการสื่อสารทางการเมืองในกลุ่มเยาวชน และเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ด้านวาทปฏิบัติศาสตร์ร่วมสมัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อจำแนกประเภทวาทกรรมตามแนวคิดของ Searle ที่ปรากฏในถ้อยคำบนโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2566
2. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้ภาษาที่ผู้สมัครใช้ในการโน้มน้าวใจผ่านโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2566

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้กรอบแนวคิดเรื่องวัจนกรรม (speech act theory) ของ Searle เป็นกรอบหลัก เนื่องจากการจำแนกวัจนกรรมออกเป็นประเภทต่าง ๆ อย่างเป็นระบบตามเจตนาทางภาษาของผู้พูด และเน้นการพิจารณาวัจนกรรมในฐานะ “การกระทำผ่านถ้อยคำ” (doing things with words) ที่ปรากฏใช้จริงในสังคมมนุษย์ โดยการวิเคราะห์ภาษาในการหาเสียงเลือกตั้ง มักสะท้อนให้เห็นถึงภาษาที่มีการใช้วัจนกรรมตรงและวัจนกรรมอ้อม (direct and indirect speech acts) เพื่อแสดงให้เห็นถึงอุดมการณ์ไปพร้อมกับการโน้มน้าวผู้รับสาร ดังนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจวัจนกรรมที่ปรากฏบนโปสเตอร์หาเสียงเลือกตั้ง เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของวัจนกรรมกับรูปแบบการใช้ภาษาในบริบทการเมืองนี้อย่างลึกซึ้ง โดยอาศัยการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถอธิบายลักษณะและบทบาทของวัจนกรรมในสื่อหาเสียงได้อย่างครบถ้วนและเป็นระบบ

วัจนกรรม

วัจนกรรม (speech act) เป็นแนวคิดสำคัญในศาสตร์วัจนปฏิบัติศาสตร์ โดยมุ่งศึกษาการกระทำที่เกิดจากการใช้ภาษาภายใต้บริบทที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งผู้พูดหรือผู้เขียนกระทำการบางอย่างผ่านถ้อยคำที่ใช้ต่อผู้ฟังหรือผู้อ่าน (สุจริตลักษณ์ ดีผดุง, 2552, น. 61) กล่าวคือ วัจนกรรมสะท้อนความหมายและเจตนาของผู้สื่อสาร แนวคิดนี้ได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง โดยมี John L. Austin (1975) เป็นผู้บุกเบิก โดยเสนอว่าการใช้ภาษาไม่เพียงเพื่อสื่อความหมายเท่านั้น แต่ยังเป็นการ “กระทำผ่านคำพูด” ซึ่งไม่เกี่ยวกับความจริงหรือเท็จของข้อความ หากแต่เป็นผลของการกระทำนั้น ๆ ทั้งนี้ Austin แบ่งวัจนกรรมออกเป็นสองประเภท ได้แก่ (1) วัจนกรรมแบบชัดเจน (explicit performative) ที่ผู้พูดแสดงเจตนาผ่านถ้อยคำอย่างชัดแจ้ง และ (2) วัจนกรรมแบบไม่ชัดเจน (implicit performative) ที่เจตนาถูกแฝงอยู่ในถ้อยคำและต้องอาศัยบริบทในการตีความต่อมา John R. Searle (1969) ซึ่งเป็นศิษย์ของ Austin ได้ขยายแนวคิดนี้ โดยเสนอว่าการใช้ภาษาสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ (1) การกล่าวถ้อยคำ (utterance act) หมายถึงการเปล่งเสียงหรือสร้างคำพูด (2) การนำเสนอความ (propositional act) คือการอ้างอิงถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งในโลกความเป็นจริง และ (3) การแสดงเจตนา (illocutionary act) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของวัจนกรรมโดยผู้พูดใช้ถ้อยคำเพื่อแสดงเจตนารมณ์บางอย่าง

ในปี Searle (1979) ยังได้จัดประเภทวัจนกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ (1) วัจนกรรมบรรยายเหตุการณ์ (representatives) เช่น การยืนยัน รายงาน หรือสรุปข้อเท็จจริง (2) วัจนกรรมกำหนดให้ทำ (directives) เช่น การสั่ง ขอร้อง หรือแนะนำ (3) วัจนกรรมผูกมัด (commissives) เช่น การสัญญา การอาสา หรือการประกาศเจตนาทำสิ่งใดในอนาคต (4) วัจนกรรมแสดงอารมณ์ความรู้สึก (expressives) เช่น การขอโทษ ต้อนรับ หรือแสดงความยินดี (5) วัจนกรรมประกาศ (declaratives) เช่น การไล่ออก การตัดสิน หรือการตั้งชื่อ ซึ่งคำพูดนั้นส่งผลโดยตรงต่อสถานะของบุคคลหรือสถานการณ์ นอกจากนี้ Searle (1975) ได้ระบุเพิ่มเติมว่าสามารถจัดกลุ่มเพื่อแยกความแตกต่างวัจนกรรมได้โดยแบ่งออกเป็น ความแตกต่างเรื่องจุดมุ่งหมายวัจนกรรม ความแตกต่างเรื่องทิศทางความลงตัว และความแตกต่างเรื่องสภาพจิตใจ จากมุมมองทั้ง 3 ประเภทนี้สามารถเข้าใจลักษณะถ้อยคำของแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน เช่น จากมุมมองทิศทางความลงตัว วัจนกรรมในกลุ่มชี้แนะและกลุ่มผูกมัดเป็นลักษณะการกระทำที่ทำให้โลกรอบข้างเปลี่ยนแปลงไปตามถ้อยคำ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ผู้พูดพยายามให้ผู้ฟังดำเนินการหรือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามเจตนารมณ์และความประสงค์ของผู้พูด เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ต้องการในทางตรงกันข้าม วัจนกรรมกลุ่มบอกเล่าเป็นการกระทำที่ทำให้ถ้อยคำสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกรอบข้าง กล่าวคือ ผู้พูดมีเจตนาให้ผู้ฟังรับทราบข้อมูลข้อเท็จจริง หรือเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น เพื่อสร้างความเข้าใจและความรับรู้ร่วมกันในบริบททางสังคมนั้น ๆ แนวคิดดังกล่าวนี้สอดคล้องกับทฤษฎีวัจนปฏิบัติศาสตร์และวัจนกรรม ซึ่งช่วยให้การวิเคราะห์ถ้อยคำในบริบทต่าง ๆ สามารถตีความเจตนาและผลกระทบของการสื่อสารได้อย่างลึกซึ้งและเป็นระบบ

การโฆษณาหาเสียงเลือกตั้ง

การหาเสียงเลือกตั้งเป็นกิจกรรมที่มีการเตรียมการล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อชักจูงประชาชนให้เกิดความคล้อยตามต่อนโยบายหรือแนวคิดของผู้สมัคร เพื่อสร้างการยอมรับและนำไปสู่การได้รับคะแนนเสียงสูงสุด (เสถียร เขยประทับ, 2551, น. 123 - 124)

งานวิจัยในอดีตจำนวนหนึ่งได้วิเคราะห์วัจนกรรมที่ใช้ในการหาเสียงผ่านสื่อ เช่น ป้ายโฆษณา โดยพบว่ามีการใช้วัจนกรรมหลากหลายประเภท ทั้งในรูปแบบตรงและอ้อม อาทิ วัจนกรรมกลุ่มผูกมัด เช่น การสัญญาและการเสนอตัว วัจนกรรมชี้แนะ เช่น การขอร้องหรือแนะนำ ตลอดจนวัจนกรรมที่แสดงอารมณ์หรือเจตนา ซึ่งบางครั้งอาจปรากฏในลักษณะที่ต้องพิจารณา

ร่วมกับบริบทเพื่อเข้าใจความหมายที่แท้จริง นอกจากนี้ยังมีการศึกษาที่ชี้ให้เห็นถึงการใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ เช่น การเลือกถ้อยคำที่สร้างความเป็นหนึ่งเดียวกับประชาชน การเน้นจุดเด่นของพรรค และการใช้คำขวัญที่จดจำง่าย กลวิธีเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับประเภทของวาทกรรมที่ใช้ในข้อความหาเสียง โดยมักปรากฏควบคู่กันอย่างมีแบบแผนและมีเป้าหมายทางการสื่อสารที่ชัดเจน

จากการทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นปรากฏให้เห็นชัดเจนถึงความเกี่ยวข้องของวาทกรรมบนถ้อยคำโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งเป็นอย่างยิ่ง โดยมีบทบาทสำคัญที่สามารถแสดงให้เห็นถึงจุดมุ่งหมายที่แท้จริงหรือเจตนาของผู้สมัครหาเสียงเลือกตั้งได้อย่างชัดเจน ตลอดจนการแสดงให้เห็นถึงค่านิยมของกลุ่มวัยรุ่นต่อการเลือกตั้ง

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิเคราะห์การใช้วาทกรรมบนโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงในการเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2566 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยทบทวนเอกสารทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการหาเสียงเลือกตั้ง วาทกรรม และวาทปฏิบัติศาสตร์เพื่อสร้างความเข้าใจในแนวคิดและกรอบการวิเคราะห์ที่ใช้ในงานวิจัยนี้ โดยเฉพาะกรอบจำแนกวาทกรรมของ Searle (1975)

2. แหล่งข้อมูลและการเก็บข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือถ้อยคำบนโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษาของผู้สมัครสมาชิกสภานักศึกษาในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2566 โดยผู้วิจัยรวบรวมจากภาพโปสเตอร์ที่โพสต์ในเฟซบุ๊ก (Facebook) เพจทางการของ “สภานักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” บนเฟซบุ๊ก ถอดข้อความจากโปสเตอร์รวมทั้งสิ้น 38 ถ้อยคำ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะถ้อยคำที่เป็นวจนภาษา (verbal language) ที่ปรากฏบนโปสเตอร์ เช่น ชื่อผู้สมัคร คณะ และข้อความที่ใช้ในการหาเสียง โดยไม่พิจารณาถึงส่วนอื่น เช่น ถ้อยคำบอกเวลา วิถีลงคะแนน หัวข้อการเลือกตั้ง (“NEW GEN’S VOICE: DEBATE”) และองค์ประกอบอวจนภาษา เช่น ภาพ สี หรือขนาดตัวอักษร

3. นิยามปฏิบัติการ

เพื่อให้การวิเคราะห์ถ้อยคำมีความชัดเจนและเป็นระบบ ผู้วิจัยกำหนดนิยามปฏิบัติการของวาทกรรมแต่ละประเภทตามแนวคิดของ Searle (1975) ดังนี้

1) วัจนกรรมบรรยายเหตุการณ์ (representatives) หมายถึง ถ้อยคำที่ผู้สมัครใช้เพื่อให้ข้อมูลหรือแสดงข้อเท็จจริง เช่น “...สำคัญ” หรือ “เรามีสิทธิ์....”

2) วัจนกรรมกำหนดให้ทำ (directives) หมายถึง ถ้อยคำที่ผู้สมัครใช้กระตุ้นให้ผู้รับสารกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น “อย่าลืมเลือก...” หรือ “...ไปด้วยกัน”

3) วัจนกรรมผูกมัด (commissives) หมายถึง ถ้อยคำที่ผู้สมัครแสดงเจตนาให้คำมั่นสัญญาต่อผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง เช่น “จะพัฒนา...” หรือ “เราจะผลักดัน...”

4) วัจนกรรมแสดงอารมณ์ความรู้สึก (expressives) หมายถึง ถ้อยคำที่ผู้สมัครแสดงความรู้สึก ความเชื่อ หรือทัศนคติ เช่น “เบื่อไหมกับระบบเดิม ๆ” หรือ “พวกเราทุกคนสมควรได้รับสิ่งที่ดีกว่า”

5) วัจนกรรมประกาศ (declaratives) หมายถึง ถ้อยคำที่มีผลเปลี่ยนแปลงสถานะทางสังคมหรือการเมืองทันทีเมื่อเปล่งออกมา อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาไม่พบวัจนกรรมกลุ่มนี้ในข้อมูลที่ใช้

นอกจากนี้ ยังพิจารณาลักษณะของวัจนกรรมอ้อม (indirect speech acts) ที่ถ้อยคำไม่ได้ปรากฏในรูปแบบตรงตามวัตถุประสงค์ เช่น การใช้คำถามวาทกรรมแทนคำชี้แนะ หรือการเปรียบเปรยแทนการให้สัญญา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจำแนกประเภทของวัจนกรรมที่ปรากฏในถ้อยคำบนโปสเตอร์ตามกรอบแนวคิดเรื่องวัจนปฏิบัติศาสตร์ Searle (1975) โดยอิงหลักการที่มองว่าการใช้ภาษาเป็นการกระทำอย่างหนึ่ง ผู้วิจัยเริ่มจากการวิเคราะห์ประเภทของวัจนกรรมตามการจำแนกของ Searle ได้แก่ วัจนกรรมบรรยายเหตุการณ์ (representatives) วัจนกรรมผูกมัด (commissives) วัจนกรรมแสดงอารมณ์ความรู้สึก (expressives) วัจนกรรมกำหนดให้ทำ (directives) และวัจนกรรมประกาศ (declaratives) จากนั้นจึงวิเคราะห์ลักษณะการใช้วัจนกรรมในแต่ละประเภท โดยพิจารณาทั้งการใช้วัจนกรรมตรง (direct speech acts) และวัจนกรรมอ้อม (indirect speech acts) เพื่อให้เห็นแนวโน้มการใช้ภาษาและรูปแบบการสื่อสารของผู้สมัครสมาชิกสภานักศึกษา อันสะท้อนถึงกลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจและแสดงจุดยืนทางการเมืองของกลุ่มนักศึกษาในบริบทของการเลือกตั้ง

5. การสรุปผล

ผู้วิจัยดำเนินการสรุปผลและอภิปรายเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (descriptive analysis) เพื่อเสนอข้อค้นพบที่สำคัญ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต เช่น แนวทางการออกแบบสื่อหาเสียงให้สอดคล้องกับค่านิยมและภาษาของเยาวชนยุคใหม่

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำถ้อยคำทั้งหมด 38 ถ้อยคำมาวิเคราะห์ประเภทของวัจนกรรม โดยอาศัยกรอบแนวคิดเรื่องวัจนกรรมและเงื่อนไขวัจนกรรมของ Searle (1969) ผลการศึกษาพบว่า การใช้วัจนกรรมบนโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงในการเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2566 มีทั้งหมดจำนวน 4 ประเภท ได้แก่ อันดับที่ 1 วัจนกรรมผูกมัด (commissives) จำนวน 27 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 71.06 อันดับที่ 2 วัจนกรรมบรรยายเหตุการณ์ (representatives) จำนวน 7 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 18.42 อันดับที่ 3 วัจนกรรมแสดงอารมณ์ความรู้สึก (expressives) จำนวน 3 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 7.89 อันดับที่ 4 วัจนกรรมกำหนดให้ทำ (directives) จำนวน 1 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 2.63 โดยไม่พบวัจนกรรมประกาศแต่อย่างใด ประเภทวัจนกรรมที่พบบนโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ.2566

ตาราง 1 ประเภทวัจนกรรมที่พบบนโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ.2566

ประเภทวัจนกรรม	จำนวน	ร้อยละ
วัจนกรรมผูกมัด	27	71.06
วัจนกรรมบรรยายเหตุการณ์	7	18.42
วัจนกรรมแสดงอารมณ์ความรู้สึก	3	7.89
วัจนกรรมกำหนดให้ทำ	1	2.63
วัจนกรรมประกาศ	-	-
รวม	38	100

ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะการใช้วจนกรรมภายใต้กลุ่มวจนกรรมแต่ละกลุ่มดังต่อไปนี้

1. วจนกรรมผูกมัด (commissive) หมายถึง ถ้อยคำที่ผู้สมัครตั้งใจที่จะแสดงให้เห็นว่าจะกระทำการบางสิ่งบางอย่างเพื่อผู้รับสารในอนาคต ในการวิจัยครั้งนี้พบว่ามิวจนกรรมที่อยู่ในกลุ่มวจนกรรมผูกมัด 2 วจนกรรม ได้แก่ วจนกรรมการสัญญา และวจนกรรมเสนอตัว

1.1 วจนกรรมการสัญญา เป็นถ้อยคำที่แสดงเจตนาของผู้สมัครสมาชิกสถานักศึกษาเพื่อให้คำมั่นว่าจะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งแก่นักศึกษาที่มีสิทธิ์เลือกตั้ง เช่น ผู้สมัครให้คำสัญญาว่าจะทำให้ทุกคนมีสิทธิและเสรีภาพอย่างแท้จริง มีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาทักษะหลายด้านของนักศึกษา หรือรีบแก้ปัญหาที่อยู่ในมหาวิทยาลัย เป็นต้น

ตัวอย่างที่ 1 “ตัวแทนนักศึกษาจะพยายามรักษาสีของนักศึกษา”

จากถ้อยคำบนโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงของผู้ที่สมัครสมาชิกสถานักศึกษาคนหนึ่งให้คำสัญญาว่าเมื่อเข้ามาเป็นตัวแทนนักศึกษาในสถานักศึกษา ผู้สมัครจะพยายามทำงานเพื่อสิทธิของนักศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่าสิ่งที่ผู้สมัครสมาชิกสถานักศึกษาคนนี้จะทำเพื่อผู้รับสารในอนาคตคือ รักษาสิทธิของนักศึกษา

ตัวอย่างที่ 2 “เราต้องรักษาสีที่นักศึกษาควรจะมี รวมถึงการเพิ่มเติมสิทธิที่ควรจะได้”

เป็นถ้อยคำจากโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงของผู้ที่สมัครสมาชิกสถานักศึกษาอีกคนหนึ่งให้คำสัญญาไม่ได้โดยตรงว่าจะทำอะไร แต่จากมุมมองหน้าที่ของผู้แทนนักศึกษา เมื่อมีโอกาสเข้าทำงานที่สถานักศึกษา ผู้สมัครจะปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของผู้แทนนักศึกษา ทำให้นักศึกษามีสิทธิที่ควรมี ถ้อยคำนี้ไม่ได้ปรากฏคำว่า “สัญญา” แต่ยังสามารถตีความเจตนาของผู้สมัครได้อย่างชัดเจน เป็นการใช่วจนกรรมสัญญาแบบอ้อม

ตัวอย่างที่ 3 “ผลักดันการมีส่วนร่วมของนักศึกษาให้มากในกิจกรรม ไม่ว่ากิจกรรมความรู้หรือกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์”

เป็นถ้อยคำจากโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงของผู้ที่สมัครสมาชิกสถานักศึกษาอีกคนหนึ่งให้คำสัญญาว่า เมื่อเข้ามาเป็นผู้แทนนักศึกษา ผู้สมัครจะพยายามให้นักศึกษามีส่วนรวม

ในกิจกรรมต่าง ๆ โดยไม่ได้ใช้คำว่า สัญญา แต่สามารถตีความว่าเป็นคำสัญญาจะทำอะไรต่อผู้รับสารในอนาคต

ตัวอย่างที่ 4 “เมื่อเราเป็นสภานักศึกษา กระบอกเสียงของเราจะใหญ่ขึ้น เมื่อมีช่องทางใดที่นักศึกษาไม่สามารถไปถึงได้ เราจะเป็นมือต่อไปแต่ละให้เค้า”

ถ้อยคำตัวอย่างข้างต้นจากโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงของผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษาที่ให้คำสัญญาว่า เมื่อเข้ามาเป็นผู้แทนนักศึกษา เขาจะเป็นมือของนักศึกษาเพื่อเข้าถึงสิ่งที่นักศึกษาทำไม่ได้ ค้นหาผลประโยชน์ต่อนักศึกษาทุกคนในอนาคต

1.2 วัจนกรรมการเสนอตัว เป็นถ้อยคำที่แสดงบุคลิกภาพของผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษา เพื่อแสดงให้เห็นว่าตัวเองมีความสามารถหรือคุณสมบัติเป็นผู้แทนนักศึกษา ให้ผลประโยชน์ต่อผู้รับสาร

ตัวอย่างที่ 1 “ผู้แทนที่ดี ต้องเห็นความคิดเห็นของทุกคน แต่ละคนก็จะมีความคิดเห็นหลากหลาย ต้องเป็นกลางที่สุด เอาผลประโยชน์ของเขาเป็นที่ตั้ง ต้องแก้ไขปัญหามาให้ตรงสุด”

จากตัวอย่างเป็นการใช้ถ้อยคำบนโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงของผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษาที่พูดถึงผู้แทนนักศึกษาที่ดีเป็นอย่างไร เพื่อบอกผู้รับสารว่าตัวเองก็เป็นคนแบบนี้เป็นคนกลางที่สุด รับฟังความคิดเห็นหลากหลาย มีความสามารถค้นหาประโยชน์ให้แก่นักศึกษาในมหาวิทยาลัย

ตัวอย่างที่ 2 “เรามาเพื่อพัฒนา และจะไม่ปิดกั้นคำวิพากษ์วิจารณ์”

เป็นถ้อยคำจากโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงของผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษาอีกคนหนึ่งที่บอกว่าจะไม่ปิดกั้นคำวิพากษ์วิจารณ์ หมายถึงตัวเองเป็นคนที่ยอมรับความผิดของตัวเองหรือคำวิพากษ์วิจารณ์จากคนอื่น และเป้าหมายของเขาก็คือเพื่อการพัฒนาของสภานักศึกษา

2. วัจนกรรมบรรยายเหตุการณ์ (representatives) เป็นถ้อยคำที่ผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษามีจุดมุ่งหมายบรรยายหรือบอกเล่าข้อมูลแท้จริงต่าง ๆ กับผู้รับสารที่ยังไม่ทราบและ

เข้าใจถึงประโยชน์ที่ผู้รับสารจะได้รับ ในการวิจัยครั้งนี้พบว่ามีวัจนกรรมที่อยู่ในกลุ่มวัจนกรรมบรรยายเหตุการณ์ 1 วัจนกรรม คือ วัจนกรรมการบรรยาย

วัจนกรรมการบรรยาย เป็นถ้อยคำที่ผู้ที่สมัครสมาชิกสถานักศึกษาแสดงเจตนาบรรยายเหตุการณ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัย เพื่อให้ผู้รับสารทราบว่าเกิดอะไรขึ้น ทำไมต้องมีนโยบายแบบนั้นที่ผู้ที่สมัครสมาชิกสถานักศึกษาเสนอมา

ตัวอย่างที่ 1 “มหาวิทยาลัยเรากำลังเข้าสู่ *Active Learning* คือ การเรียนที่ให้นักศึกษามีส่วนร่วมมากขึ้น และเน้นการแลกเปลี่ยน อย่างการทำงานกลุ่ม ซึ่งนักศึกษายังไม่เข้าถึงพื้นที่ที่อำนวยความสะดวกให้เกิดขึ้น การผลักดันพื้นที่ *Co-Working* จึงสำคัญและเราอยากเข้ามาพัฒนา”

เป็นถ้อยคำจากโพสต์เตอร์โฆษณาเสียงของผู้ที่สมัครสมาชิกสถานักศึกษาคนหนึ่ง ที่พูดถึง สภาพ *active learning* ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นอย่างไร และยังมีปัญหาเกี่ยวกับพื้นที่ *co-working* ดังนั้นทำให้ผู้ที่สมัครสมาชิกสถานักศึกษาคนนี้เสนอว่าอยากเปลี่ยนแปลงและพัฒนาประเด็นนี้

ตัวอย่างที่ 2 “การพัฒนาทักษะในห้องเรียนเป็นสิ่งที่นักศึกษาควรได้รับอยู่แล้ว... การทำงานเริ่มเปลี่ยนเป็น *Active Learning* แล้ว การเพิ่ม *Soft Skill* ที่จำเป็น ก็สำคัญต่อนักศึกษาเช่นกัน”

เป็นถ้อยคำจากโพสต์เตอร์โฆษณาเสียงของผู้ที่สมัครสมาชิกสถานักศึกษาคนหนึ่ง ที่พูดถึงสภาพ *active learning* ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นอย่างไรเช่นกัน และสิ่งที่ต้องเปลี่ยนคือ *soft skill*

3) วัจนกรรมแสดงอารมณ์ความรู้สึก (*expressives*) เป็นถ้อยคำที่ผู้ที่สมัครสมาชิกสถานักศึกษาบ่งบอกอารมณ์และความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนมุมมองของผู้รับสารที่มีต่อผู้ที่สมัครสมาชิกสถานักศึกษาหรือสิ่งที่อยู่รอบข้าง ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าวัจนกรรมการเตือน ปรากฏในวัจนกรรมที่แสดงอารมณ์ความรู้สึก

วัจนกรรมการเตือน เป็นถ้อยคำที่ผู้ที่สมัครสมาชิกสถานักศึกษาแสดงเจตนากล่าวให้ผู้รับสารทราบว่า การเข้าร่วมลงคะแนนผู้แทนนักศึกษามีความสำคัญอย่างไร มีความเกี่ยวข้องกับ การเมืองอย่างไร มีผลประโยชน์ที่ตนจะได้รับอย่างไร

ตัวอย่างที่ 1 “การเมืองเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของเรา มันเป็นเรื่องที่ต้องตระหนักถึง...”

เป็นถ้อยคำจากโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงของผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษาที่แจ้งเตือนต่อผู้รับสารว่าการเข้าร่วมการเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษาถือเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตเรา ผู้สมัครใช้วัจนกรรมเตือนเพื่อกระตุ้นให้ผู้รับสารตระหนักถึงสิทธิและบทบาททางการเมืองของตน

ตัวอย่างที่ 2 “การเมืองเป็นเรื่องของทุกคน ไม่เพียงแต่นักศึกษา หรือการเป็นสภาหรือไม่เราก็มีเสียงของเราในการขับเคลื่อนการเมือง”

เป็นถ้อยคำจากโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงของผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษาอีกคนหนึ่ง ที่เตือนผู้รับสารว่าการเมืองมีความเกี่ยวข้องกับทุกคน ผู้รับสารต้องตระหนักถึงประเด็นนี้เพื่อรักษาสิทธิหรือผลประโยชน์ของตัวเอง

4. วัจนกรรมกำหนดให้ทำ (directives) เป็นถ้อยคำที่แสดงถึงความพยายามของผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษาที่ต้องการให้ผู้รับสารกระทำบางสิ่งบางอย่างเพื่อผลประโยชน์ของผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษา ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า มีวัจนกรรมที่อยู่ในกลุ่มวัจนกรรมกำหนดให้ทำ 1 วัจนกรรม คือ วัจนกรรมเชิญชวน

วัจนกรรมเชิญชวน เป็นถ้อยคำที่ผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษาแสดงเจตนาชักชวนให้ผู้รับสารกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งร่วมกับผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษาเพื่อสิทธิหรือผลประโยชน์ของตัวเอง

ตัวอย่างที่ 1 “อยากชวนเชิญคน. ออกมาพูดเรียกร้องสิทธิให้มากขึ้น”

เป็นถ้อยคำจากโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงของผู้ที่สมัครสมาชิกสภานักศึกษาที่ชักชวนให้ผู้รับสารออกมาขอร้องสิทธิของตัวเองมากขึ้น จะได้ทำให้สภานักศึกษารู้ว่าจะทำอะไรบ้างเพื่อรักษาสิทธิและผลประโยชน์ของผู้รับสาร

จากลักษณะการใช้วัจนกรรมบนโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงในการเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2566 พบว่าผู้สมัครส่วนใหญ่เลือกใช้วัจนกรรมอ้อมเป็นหลัก กล่าวคือ มักหลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำตรงไปตรงมาที่สามารถจำแนกประเภทวัจนกรรมได้อย่าง

ชัดเจน แต่ต้องอาศัยการตีความเชิงบริบทและการอ้างอิงตามกรอบนิยามของแต่ละประเภทวัจนกรรมอย่างละเอียด ผลการศึกษานี้สะท้อนแนวโน้มทางภาษาของเยาวชนยุคดิจิทัลที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบระมัดระวัง อ้อมค้อม และแฝงนัย พร้อมทั้งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสื่อหาเสียงที่สอดคล้องกับค่านิยมและรูปแบบการสื่อสารของนักศึกษาในปัจจุบัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ประเภทของวัจนกรรมในถ้อยคำทั้งหมด 38 ชิ้นบนโปสเตอร์โฆษณาหาเสียงเลือกตั้งผู้แทนนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2566 โดยใช้กรอบแนวคิดวัจนกรรมและเงื่อนไขวัจนกรรมของ John R. Searle (1969) พบว่าผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของอิงอร (2554) ที่พบวัจนกรรมการสัญญาในบริบทการหาเสียงเป็นกลวิธีหลัก แต่แตกต่างกันที่บริบทของนักศึกษาเน้นการแสดงออกทางอารมณ์มากขึ้น อาจเป็นเพราะนักศึกษามหาวิทยาลัยรุ่นใหม่มองว่าการขอร้องไม่ใช่วิธีการที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดคะแนนเสียงในยุคปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม วัจนกรรมเชิญชวนยังคงปรากฏอย่างต่อเนื่องในหลายถ้อยคำแสดงถึงธรรมเนียมการหาเสียงที่เน้นการจูงใจผู้รับสารให้เกิดความคล้อยตาม นอกจากนี้ วัจนกรรมแสดงอารมณ์ในลักษณะการเตือนมีบทบาทสำคัญบนโปสเตอร์หาเสียง ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและข้อจำกัดของสิทธิที่นักศึกษาควรได้รับ วัจนกรรมการเตือนดังกล่าวไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือสร้างความตระหนักแก่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งเท่านั้น แต่ยังสะท้อนอุดมการณ์ของผู้สมัครที่เน้นความสำคัญของการเมืองในชีวิตประจำวันของนักศึกษา นอกจากนี้การปรากฏของวัจนกรรมอ้อม (indirect speech acts) ในถ้อยคำบางกลุ่ม ผู้สมัครไม่ได้ใช้ถ้อยคำแบบตรงไปตรงมา แต่เลือกใช้ภาษาที่แฝงนัยหรือการใช้การตั้งคำถามเชิงวาทกรรม การเปรียบเทียบ หรือการเสนอข้อเท็จจริงในลักษณะที่แฝงเจตนาเชิญชวนหรือกระตุ้นให้ตัดสินใจเลือกผู้สมัคร วัจนกรรมอ้อมเหล่านี้ อาจสะท้อนค่านิยมของเยาวชนในยุคดิจิทัลที่ให้ความสำคัญกับการเคารพเสรีภาพทางความคิด ไม่ใช่การขึ้นอย่างเด็ดขาดโดยผู้พูด ทั้งยังแสดงถึงความระมัดระวังในการแสดงออกทางการเมืองซึ่งอาจมีผลกระทบในเชิงภาพลักษณ์หรือการถูกวิพากษ์ในพื้นที่สาธารณะ การเลือกใช้วัจนกรรมอ้อมจึงเป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ความนุ่มนวล และการเปิดพื้นที่ให้ผู้อ่านมีอิสระในการตัดสินใจ ดังนั้นการใช้วัจนกรรมอ้อมอาจเป็นกลยุทธ์เพื่อรักษาภาพลักษณ์ให้เหมาะสมกับบริบทของการหาเสียงในหมู่นักศึกษา และยังแสดงถึงความรู้สึกไม่ไว้วางใจอย่างแฝงเร้นต่อระบบการเมืองหรือโครงสร้างอำนาจที่กดทับอยู่เบื้องหลัง

ในขณะเดียวกัน วัจนกรรมกลุ่มผูกมัด เช่น การเสนอตัวและการให้คำมั่นสัญญา ยังคงเป็นกลวิธีสำคัญที่ผู้สมัครเลือกใช้ ซึ่งสะท้อนถึงธรรมเนียมปฏิบัติที่ยังคงอยู่ในกระบวนการหาเสียงเลือกตั้ง ผู้สมัครจำเป็นต้องสร้างพันธะสัญญาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในความสามารถและความตั้งใจของตนต่อผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง อย่างไรก็ตาม ที่น่าสังเกตคือผลการวิจัยไม่พบวัจนกรรมประกาศ ซึ่งสอดคล้องกับการหาเสียงในบริบทอื่น อาจกล่าวได้ว่า วัจนกรรมประกาศคือถ้อยคำที่ผู้พูดประกาศออกมาเพื่อกระทำการบางสิ่งบางอย่าง อันมีผลทำให้สภาพสิ่งของ บุคคล หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปทันที มักใช้ในบริบทที่เป็นทางการสูง การใช้วัจนกรรมประกาศในบริบทการหาเสียงเลือกตั้งอาจไม่เหมาะสมและไม่ได้ผลในการสร้างคะแนนเสียง ไม่ว่าจะการหาเสียงเลือกตั้งระดับชาติหรือภายในสถาบันอุดมศึกษา

ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงในแนวโน้มการใช้ภาษาในการหาเสียงของกลุ่มวัยรุ่น โดยเน้นความสำคัญของการแสดงอารมณ์ ความจริงใจ และการเชิญชวนที่เปิดโอกาสให้ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งได้พิจารณาตัดสินใจอย่างอิสระ ตลอดจนการใช้วัจนกรรมอ้อมยังเป็นสัญญาณของความตื่นตัวทางการเมืองที่อยู่ภายใต้บริบทของการระงับภัยหรือการพยายามรักษาสมดุลระหว่างการวิพากษ์และการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ สิ่งนี้สะท้อนถึงพฤติกรรมและค่านิยมของคนรุ่นใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับความเท่าเทียม การมีส่วนร่วม และการเคารพในเสรีภาพทางความคิดมากกว่าการปฏิบัติตามคำขึ้นอย่างเคร่งครัด ดังนั้นงานวิจัยนี้ไม่เพียงแต่ทำให้เข้าใจรูปแบบการใช้ภาษาในการหาเสียงของนักศึกษา แต่ยังเป็นตัวชี้วัดถึงความเปลี่ยนแปลงในมิติทางสังคมและการเมืองของกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบัน ซึ่งสามารถนำไปพัฒนากลยุทธ์ในการสื่อสารที่เหมาะสมในบริบทของการหาเสียงในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

งานวิจัยชิ้นนี้มีข้อจำกัดด้านพื้นที่การศึกษา เนื่องจากเก็บข้อมูลจากมหาวิทยาลัยเพียงแห่งเดียว ซึ่งอาจไม่สามารถสะท้อนรูปแบบการใช้ภาษาของนักศึกษาทั่วประเทศได้อย่างครอบคลุม ดังนั้นหากมีการนำผลไปประยุกต์ใช้ในวงกว้างควรพิจารณาข้อจำกัดนี้ประกอบ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ให้ครอบคลุมมากขึ้น โดยบูรณาการแนวคิดจากศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น รัฐศาสตร์ วาทกรรมการเมือง จิตวิทยาการสื่อสาร หรือการสื่อสารมวลชน เพื่อให้เข้าใจมิติทางสังคมและเจตนาทางการเมืองของผู้สมัครได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

2. ควรขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลไปยังมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์ทางภาษาในบริบทที่หลากหลายมากขึ้น อันจะช่วยให้เข้าใจภาพรวมของการใช้ภาษาทางการเมืองในหมู่นักศึกษาไทยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชยานิน บุษงศ์ศักดิ์, ขนิษฐา ใจมโน, บุญเหลือ ใจมโน และ สุชาดา เจียพงษ์. (2566).

กลวิธีการใช้ภาษาไทยในการแสดงความไม่พอใจของนักศึกษาไทย: การศึกษาตาม
แนววจนปฏิบัติศาสตร์. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(4), 475–489.

บุญโชค เขียวมา. (2550). *การศึกษาวจนกรรมบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการ
กรุงเทพมหานครฯ ปี 2547*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต,
สาขาภาษาศาสตร์การศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

สุจิตลักษณ์ ดิผดุง. (2552). *วจนปฏิบัติศาสตร์เบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นครปฐม: สถาบันวิจัย
ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท.

เสถียร เขยประทับ. (2551). *การสื่อสาร การเมือง และประชาธิปไตยในสังคมพัฒนาแล้ว*.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อิงอร ฟังจะงาม. (2554). *การใช้วจนกรรมและกลวิธีทางภาษาบนโปสเตอร์โฆษณาหาเสียง
เลือกตั้งปี พ.ศ. 2544*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาภาษาและการ
สื่อสารระหว่างวัฒนธรรม, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

Austin, J. L. (1975). *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Minnesota:
The University of Minnesota Libraries Publishing.

Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*.
Cambridge: Cambridge University Press.

_____. (1975). A taxonomy of illocutionary acts. In *Language, mind and
knowledge* (K. Gunderson, Ed.) (Vol. 7, pp. 344–369). Minnesota: University
of Minnesota Press.

_____. (1979). *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*.
Cambridge: Cambridge University Press.