

มโนอุปลักษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาเมือง
ในการปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์: การถ่ายทอดอุดมการณ์ผ่านอุปลักษณ์

กฤษณะ สุยะอ้าย¹

รชฏ นุเสน²

(วันที่รับ: 22 พ.ค. 2566; วันที่แก้ไขเสร็จ: 5 ต.ค. 2566; วันที่ตอบรับ: 6 ต.ค. 2566)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์มโนอุปลักษณ์และถ้อยคำอุปลักษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาเมืองในการปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน พ.ศ. 2565 ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ และ 2) เพื่ออภิปรายหน้าที่ของมโนอุปลักษณ์ในการถ่ายทอดอุดมการณ์ในการปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการใช้อุปลักษณ์และคลิปวิดีโอการปราศรัยหาเสียงครั้งสำคัญของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องมโนอุปลักษณ์ในงานเขียนของ Lakoff and Johnson (1980) และงานเขียนของ Goatly (1997) เรื่องหน้าที่ของอุปลักษณ์ เป็นกรอบเพื่อศึกษาอุปลักษณ์ในการปราศรัยดังกล่าว

ผลการวิจัยพบมโนอุปลักษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาเมืองในการปราศรัยทั้งสิ้น 7 มโนอุปลักษณ์ ได้แก่ [การพัฒนาเมือง คือ การเดินทาง] [การพัฒนาเมือง คือ การดูแลร่างกาย] [การพัฒนาเมือง คือ การเจียรไนอัญมณี] [การพัฒนาเมือง คือ การเปลี่ยนแปลงวัตถุให้โปร่งใส] [การพัฒนาเมือง คือ การปลูกต้นไม้] [การพัฒนาเมือง คือ การแข่งขันวิ่งมาราธอน] และ [การพัฒนาเมือง คือ การทำธุรกิจ] มโนอุปลักษณ์ที่ผู้ใช้ภาษาใช้บ่อยครั้งที่สุดคือ มโนอุปลักษณ์ [การพัฒนาเมือง คือ การเดินทาง] โดยพบถ้อยคำอุปลักษณ์เกี่ยวกับมโนอุปลักษณ์ดังกล่าว 20 ถ้อยคำ สำหรับการทำหน้าที่ในการถ่ายทอดอุดมการณ์นั้น ผู้ใช้ภาษาได้ถ่ายทอดอุดมการณ์ผ่านมโนอุปลักษณ์ 4 อุดมการณ์ ได้แก่ 1) อุดมการณ์ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม 2) อุดมการณ์ทุนนิยม 3) อุดมการณ์ต่อต้านทุจริต และ 4) อุดมการณ์แบบรัฐสวัสดิการ

คำสำคัญ: มโนอุปลักษณ์ การถ่ายทอดอุดมการณ์ผ่านอุปลักษณ์ ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ การหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

¹ อาจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

อีเมล: kritsana_su@cmru.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

อีเมล: rachod_nu@cmru.ac.th

Conceptual Metaphors about City Development in Campaign Speeches by Chadchart Sittipunt during the Bangkok Governor Election: Conveying Ideologies through Metaphors

Kritsana Su-ya-ai³

Rachod Nusen⁴

(Received: May 22, 2023; Revised: October 5, 2023; Accepted: October 6, 2023)

Abstract

The purposes of this study were as follows: 1) to analyze conceptual metaphors and metaphorical expressions about city development in campaign speeches by Chadchart Sittipunt during the Bangkok governor election in 2022, and 2) to discuss the role of conceptual metaphors in conveying ideologies in the campaign speeches of Chadchart Sittipunt during the Bangkok governor election. The researchers consulted related texts concerning the use of metaphors and recordings of Chadchart Sittipunt's campaign speeches. The researchers used the concept of conceptual metaphors (Lakoff & Johnson, 1980) and Goatly's functions of metaphors (1997) as the study's conceptual framework.

The study found 7 conceptual metaphors about city development in the speeches. They were [CITY DEVELOPMENT IS A JOURNEY], [CITY DEVELOPMENT IS TAKING CARE OF HUMAN BODY], [CITY DEVELOPMENT IS CUTTING JEWELRY], [CITY DEVELOPMENT IS MAKING OBJECTS TRANSPARENT], [CITY DEVELOPMENT IS PLANTING], [CITY DEVELOPMENT IS MARATHON], and [CITY DEVELOPMENT IS DOING BUSINESS]. The most frequently used conceptual metaphor was [CITY DEVELOPMENT IS A JOURNEY] (20 metaphorical expressions). Moreover, in terms of the role of metaphors, the study revealed that the speaker's speeches conveyed 4 ideologies, namely, 1) participatory democracy 2) capitalism, 3) anti-corruption and 4) welfare state.

Keywords: conceptual metaphor, conveying ideologies through metaphors, Chadchart Sittipunt, 2022 Bangkok governor election

³ Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, email: kritsana_su@cmru.ac.th

⁴ Assistant Professor, Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, email: rachod_nu@cmru.ac.th

บทนำ

หลังการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 เมื่อวันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2560 ประเทศไทยได้หวนกลับสู่การดำเนินการทางการเมืองแบบประชาธิปไตยอีกครั้ง หลังจากที่เคยกระบวนกรประชาธิปไตยต้องชะงักงันไปหลังการทำรัฐประหารของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) นำโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้บัญชาการทหารบกในขณะนั้น รัฐธรรมนูญฉบับใหม่เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าช่วงที่ประเทศอยู่ภายใต้การปกครองของ คสช. การเลือกตั้งกลับมาเป็นกลไกสำคัญในการคัดเลือกบุคคลเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมือง

ในระหว่างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนั้น ผู้สมัครรับเลือกตั้งย่อมต้องหาทางโน้มน้าวผู้มีสิทธิเลือกตั้งให้มาลงคะแนนให้ตนให้ได้มากที่สุด เพื่อเพิ่มโอกาสในการได้รับชัยชนะ ด้วยเหตุนี้การเลือกตั้งในสังคมขนาดใหญ่ เช่น ประเทศไทย ผู้สมัครรับเลือกตั้งย่อมไม่อาจหวังพึ่งคะแนนเสียงเฉพาะคนที่รู้จักกับตนเป็นการส่วนตัวเท่านั้น แต่จำเป็นต้องชักชวนให้คนที่ไม่เคยรู้จักกันมาลงคะแนนเสียงให้ตนด้วย

หนึ่งในวิธีการหาเสียงที่เป็นที่นิยมคือการปราศรัย ในระหว่างการปราศรัย ผู้สมัครรับเลือกตั้งอาจใช้กลวิธีอันหลากหลายในการโน้มน้าวผู้ฟัง เช่น การใช้อุปลักษณ์ที่อธิบายว่าสิ่งหนึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่งเพื่อให้เข้าใจง่ายและการเข้าใจและใช้ในการสื่ออุดมการณ์ของตน สอดคล้องกับ Goatly (1997) ที่ระบุว่าหน้าที่หนึ่งของอุปลักษณ์คือการถ่ายทอดอุดมการณ์แฝง ในทำนองเดียวกัน Charteris-Black (2004) อธิบายว่า การใช้อุปลักษณ์เป็นวาทศิลป์ที่มีพลังในการโน้มน้าวใจสูงกว่าการบอกโดยตรง เพราะการใช้อุปลักษณ์เชื่อเชิญให้ผู้ฟังเข้ามาตีความและร่วมในการสร้างความหมายจากสิ่งที่ได้ยิน ทำให้ผู้ฟังรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับผู้พูดมากขึ้น นอกจากนี้ผู้พูดยังสามารถอธิบายสิ่งที่เป็นามธรรม เช่น นโยบายและอุดมการณ์ ซึ่งผู้ฟังอาจไม่คุ้นเคยให้ชัดเจนขึ้นโดยใช้อุปลักษณ์ Charteris-Black (2005) ศึกษาการกล่าวสุนทรพจน์ของวินสตัน เชอร์ชิล นายกรัฐมนตรีอังกฤษช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง แล้วพบว่า เชอร์ชิล ใช้มโนอุปลักษณ์ [BRITAIN IS A HERO] และ [GERMANY IS A VILLIAN] ดังจะเห็นได้จากสุนทรพจน์ในวันที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2483 ซึ่งเชอร์ชิล กล่าวเพื่อปลุกใจของประชาชนในประเทศว่า

And now it has come to us to stand alone in the breach, and face the worst that the tyrant's might and enmity can do . . . here, girt about by the seas and oceans where the Navy reigns; shielded from above by the prowess and devotion of our airmen – we await undismayed the impending assault. (อ้างถึงใน Charteris-Black, 2005, p. 41)

คำพูดดังกล่าวสื่อให้เห็นถึงความกล้าหาญของประชาชนชาวอังกฤษในการเผชิญหน้ากับอันตรายและต่อสู้เพื่อเอกราชของประเทศ ขณะที่นาซีเยอรมันถูกกล่าวถึงในฐานะที่เป็นทรราชย์ นอกจากนี้มโนอุปลักษณ์ดังกล่าวยังสื่อถึงการต่อสู้ระหว่างความดีกับความชั่ว ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เชอร์ชิลใช้ในการสร้างขวัญและกำลังใจ และหลอมรวมคนในชาติให้เป็นหนึ่งเดียว งานศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของอุปลักษณ์ในการถ่ายทอดอุดมการณ์

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การปราศรัยของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในการหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นกรณีตัวอย่าง เนื่องจากการรณรงค์หาเสียงครั้งนี้ประสบความสำเร็จอย่างสูงดังจะเห็นได้จากผลการเลือกตั้งที่ ชัชชาติ ชนะการเลือกตั้งในวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 อย่างท่วมท้น โดยได้รับคะแนน 1,386,215 เสียง (ร้อยละ 51.84 ของผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้ง) มากที่สุดในประวัติศาสตร์ การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยนายชัชชาติชนะการเลือกตั้งในทุกเขตเลือกตั้ง กล่าวได้ว่าผลการเลือกตั้งครั้งนี้เป็นปรากฏการณ์ที่เหนือความคาดหมายและประชาชนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก จนเกิดกระแสที่เรียกกันว่า “ชัชชาติฟีเวอร์” อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีงานที่วิเคราะห์การใช้อุปลักษณ์เพื่อถ่ายทอดอุดมการณ์ในการปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์โนอุปลักษณ์และถ้อยคำอุปลักษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาเมืองในการปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน พ.ศ. 2565 ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์
2. เพื่ออภิปรายหน้าที่ของโนอุปลักษณ์ในการถ่ายทอดอุดมการณ์ในการปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน พ.ศ. 2565 ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์

ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการใช้อุปลักษณ์และศึกษากลิวิธีโอการปราศรัยหาเสียงครั้งสำคัญในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน พ.ศ. 2565 ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ดังต่อไปนี้

1. การปราศรัยเปิดตัวนโยบายในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ณ มิวเซียมสยาม (ระยะเวลา 31.15 นาที)
2. การปราศรัยใหญ่ในวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ณ สวนลุมพินี หลังการลงสมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ อย่างเป็นทางการ (ระยะเวลา 28.45 นาที)
3. การปราศรัยในวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นช่วงท้ายของการรณรงค์หาเสียงก่อนการเลือกตั้ง ณ สยามสแควร์ (ระยะเวลา 5.30 นาที)

ผู้วิจัยเลือกศึกษาการปราศรัยทั้ง 3 ครั้งนี้ เนื่องจากการปราศรัยครั้งสำคัญ การปราศรัยเปิดตัวนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งถือเป็นเหตุการณ์ที่สำคัญ เพราะนโยบายย่อมเป็นปัจจัยหนึ่งในการโน้มน้าวผู้มีสิทธิเลือกตั้งให้มาลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส่วนการปราศรัยใหญ่มีความสำคัญเพราะทั้งผู้รับสมัครเลือกตั้งและผู้มีสิทธิเลือกตั้งมักถือกันว่าการปราศรัยใหญ่เป็นไฮไลต์ที่สำคัญที่สุดในการรณรงค์หาเสียง นอกจากนั้น วันสุดท้ายของการหาเสียงเลือกตั้งก็มีความสำคัญเพราะเป็นช่วงเวลาที่ยุติการเลือกตั้งมักใช้ในการเน้นสรุปแนวคิดหลักของตน

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

มีนักวิชาการให้คำนิยามคำว่า “อุปลักษณ์” ไว้หลายคน ญัฐพร พานโพธิ์ทอง (อ้างถึงใน สิทธิธรรม อ่องวุฒิวัฒน์, 2560) อธิบายว่า “อุปลักษณ์คือการที่ผู้พูดใช้ถ้อยคำแสดงการเปรียบเทียบของสองสิ่ง สิ่งหนึ่ง

เป็นสิ่งที่ถูกเปรียบ อีกสิ่งหนึ่งเป็นแบบเปรียบเทียบ ทั้งสองต้องเป็นสมาชิกจากต่างกลุ่มกัน” ส่วน Abrams and Harpham (2009) กล่าวว่าอุปลักษณ์ (metaphor) คือคำหรือถ้อยคำที่กล่าวถึงสิ่งหนึ่งว่าเป็นอีกสิ่งหนึ่งในขณะที่ Radden and Dirven (2007) อธิบายเพิ่มเติมว่า อุปลักษณ์เป็นปรากฏการณ์ทางภาษาศาสตร์ที่ทำให้เราเข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรม ซ้ำซ้อน โดยการเชื่อมโยงกับสิ่งที่เรารู้คุ้นเคยและง่ายต่อการเข้าใจ สรุปได้ว่าอุปลักษณ์คือการกล่าวถึงสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นนามธรรมที่ซ้ำซ้อนโดยนำสิ่งที่ป็นรูปธรรมซึ่งมนุษย์คุ้นเคยมากกว่ามาเปรียบเทียบ

สำหรับในวงวิชาการนั้น เดิมทีอุปลักษณ์ได้รับความสนใจในฐานะภาษาภาพพจน์ที่ใช้ในงานวรรณกรรม แต่ต่อมา Lakoff and Johnson (1980) ได้เสนอมุมมองใหม่เกี่ยวกับอุปลักษณ์ที่เรียกว่า มโนอุปลักษณ์ (conceptual metaphor) ซึ่งมองว่าอุปลักษณ์ไม่ได้เป็นกลวิธีการสร้างภาพพจน์ซึ่งใช้ในวรรณคดีเท่านั้น แต่เป็นสิ่งที่อยู่ในระบบปริธานของมนุษย์และปรากฏในภาษาที่มนุษย์ใช้ในชีวิตประจำวัน นักวิชาการทั้งสองเชื่อว่ามนุษย์คิดและกระทำสิ่งต่าง ๆ ผ่านระบบมโนทัศน์ซึ่งแสดงผ่านการใช้อุปลักษณ์ สำหรับ Evans and Green (2006) มโนอุปลักษณ์ คือ รูปภาษาที่มีความหมายเชิงเปรียบเทียบ โดยอุปลักษณ์ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงระบบความคิดของผู้ใช้ภาษา โดยถ่ายโยงความหมายจากแบบเปรียบเทียบ (source domain) ซึ่งเข้าใจง่ายและเป็นรูปธรรม ไปสู่สิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ (target domain) ซึ่งมักซับซ้อนและเป็นนามธรรมมากกว่า ตัวอย่างเช่น รัชสมัยของ กสินน้ำหอม (2551, น. 71) ยกตัวอย่างการให้สัมภาษณ์ของนายสุเทพ เทือกสุบรรณ เรื่องการเปิดโอกาสให้นักการเมืองรุ่นใหม่เข้ามามีบทบาทในการบริหารพรรคประชาธิปัตย์ว่า “วันนี้เป็นโอกาสของเขาแล้ว ให้เขาเดินนำหน้าแล้วเราไปด้วยกัน” ถ้อยคำอุปลักษณ์ “เดินนำหน้า” และ “ไปด้วยกัน” สะท้อนให้เห็นมโนอุปลักษณ์ที่ว่า [การเมือง คือ การเดินทาง] ถ้อยคำอุปลักษณ์ทั้งสองทำหน้าที่โยงความหมายต้นทางอันเป็นอากัปกริยาในชีวิตประจำวันไปสู่การเมือง ซึ่งอยู่ในแวดวงความหมายปลายทางและเป็นนามธรรมมากกว่า การเปรียบเทียบนี้แสดงให้เห็นทัศนคติของผู้พูดว่าการทำงานพรรคการเมืองต้องร่วมมือกัน

ในขณะที่มโนอุปลักษณ์ของ Lakoff and Johnson เน้นถึงระบบความคิดของผู้ใช้ภาษามีนักวิชาการอีกจำนวนหนึ่งที่ได้เปลี่ยนจุดเน้นของการศึกษาไปที่บทบาทหน้าที่ของอุปลักษณ์ในบริบทการใช้ Charteris-Black (2005) ได้ศึกษาเรื่องอุปลักษณ์ในเชิงวิพากษ์ (critical metaphor analysis) ซึ่งเป็นการบูรณาการแนวคิดทางอรรถศาสตร์ปริธานเข้ากับแนวคิดทางวาทปฏิบัติศาสตร์ อุปลักษณ์ในเชิงวิพากษ์นี้มุ่งอธิบายความตั้งใจและอุดมการณ์ภายใต้การใช้ภาษา โดยมองว่าอุปลักษณ์เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจผู้ฟังและมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมุมมองของผู้ฟังได้อีกด้วย อุปลักษณ์ใช้การเชื่อมโยงคำที่ก่อให้เกิดอารมณ์ในจิตใต้สำนึก จึงส่งผลทั้งต่อความคิดที่มีเหตุผลและอารมณ์ของผู้ฟัง (Charteris-Black, 2004)

ในขณะที่ Goatly (1997) ระบุหน้าที่ของอุปลักษณ์ไว้ดังนี้

1. เติมช่องว่างในคลังคำ เช่น การเรียกอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ประเภทหนึ่งว่า “mouse” ตามรูปร่างของอุปกรณ์ที่ดูคล้ายหนู เนื่องจากคำนี้ยังไม่มีใครบัญญัติใช้ทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2. อธิบายความคิดและสร้างแบบจำลอง ผู้ใช้ภาษาสามารถใช้อุปสรรคเพื่ออธิบายสิ่งที่เป็นนามธรรม ตัวอย่างเช่น การอธิบายการเคลื่อนที่ของไฟฟ้า ด้วยอุปสรรคที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ น้ำและการไหลของน้ำ

3. ทบทวนกรอบความคิด อุปสรรคบางอย่างอาจส่งผลให้ผู้คนหยุดคิดทบทวนความเชื่อเดิม ๆ ได้ เช่น มโนอุปสรรคที่ว่า [PROPERTY IS THEFT] ซึ่งทำให้ผู้อ่านนึกถึงความเหมือนของการถือครองทรัพย์สินส่วนตัวและการลักขโมยของ ว่าต่างเป็นการกระทำที่แย่งสิทธิ์ในการถือครองทรัพย์สินของผู้อื่น

4. โน้มน้าวใจโดยการเปรียบเทียบเพื่อให้กระทำหรือไม่กระทำการบางอย่าง เช่น การที่รัฐบาลใช้อุปสรรคเพื่อขอความสนับสนุนจากประชาชน โดยเปรียบเทียบรัฐบาลกับพ่อแม่ ซึ่งทำหน้าที่ “ช่วย” “แก้ปัญหา” และ “ดูแล”

5. ถ่ายทอดอุดมการณ์แฝง เช่น การใช้อุปสรรคเพื่อถ่ายทอดอุดมการณ์แบบปิตาธิปไตย ในภาษาญี่ปุ่นมักมีการใช้อุปสรรคที่เปรียบเทียบผู้หญิงเป็นสินค้า ซึ่งทำให้ผู้หญิงอยู่ในฐานะที่ด้อยอำนาจกว่าผู้ชาย

6. แสดงอารมณ์ เช่น การกล่าวสบถด้วยคำว่า “hell” เพื่อแสดงความไม่พอใจ

7. ตกแต่งภาษา อำพราง และกล่าวเกินจริง เช่น การใช้วลีว่า “fell asleep” เพื่อบรรยายถึงการเสียชีวิต

8. สร้างความสนิทสนม ในการตีความอุปสรรค ผู้พูดกับผู้ฟังจะต้องมีความรู้บางอย่างร่วมกัน ความเหมือนกันนี้สามารถก่อให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียว เช่นเมื่อมีการพูดเปรียบเทียบว่า “John Major was Bolingbroke to Maggie’s Richard II.” ผู้ที่จะสามารถเข้าใจอุปสรรคในข้อความนี้ได้ต่างจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการเมืองประเทศอังกฤษในทศวรรษที่ 1980 ซึ่ง จอห์น เมเยอร์ กำลังขึ้นมามีอำนาจแทน มาร์กาเรต แทตเชอร์ ในลักษณะเดียวกับที่ เฮนรี โบลิงบรูก์ แย่งชิงราชบัลลังก์จากพระเจ้าริชาร์ดที่สอง

9. สร้างอารมณ์ขันและการละเล่นทางภาษา อุปสรรคเป็นการใช้ภาษาที่มีการเชิญชวนให้ผู้ฟังขบคิดในลักษณะเดียวกับปริศนาคำทาย “What goes on four legs in the morning, two legs in the mid-day and three legs in the evening?” ทั้งหมดนี้เป็นปริศนาคำทายที่ให้ผู้ฟังขบคิดถึงวัฏจักรชีวิตของมนุษย์

10. ใช้อุปสรรคเพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหา เช่น ในนวนิยายเรื่องหนึ่งที่เกิดเหตุการณ์เรือคว่าจอนมีสิ่งของตกลงมาขวางทางเดินจำนวนมาก ผู้นำของกลุ่มได้ให้กำลังใจตัวละครอื่น ๆ โดยบอกให้คิดว่าสิ่งของเหล่านั้น คือภูเขาที่พวกเขาต้องปีนข้ามไปได้

11. เรียบเรียงโครงสร้าง เช่น ในบทอ่านบทหนึ่งเกี่ยวกับ มด ผู้เขียนได้เปรียบเทียบมดกับกองทัพตลอดทั้งบทความ ทำให้ผู้อ่านมองเห็นภาพและเห็นความเป็นเอกภาพของบทอ่านมากขึ้น

12. สร้างโลกในจินตนาการ เรื่องเล่าในงานวรรณกรรม เมื่อวิเคราะห์ให้ดีแล้วก็เหมือนกับอุปสรรคขยาย ซึ่งมนุษย์สร้างโลกในจินตนาการว่าเป็นโลกที่มีอยู่จริง

13. ทำให้จดจำง่าย ทำให้โดดเด่น และใช้คำให้น้อยแต่สื่อความมาก เนื่องจากอุปสรรคมักเป็นภาษาที่ทำให้เห็นภาพชัดเจนและใช้คำที่กระชับแต่สื่อความได้มาก สิ่งเหล่านี้ทำให้อุปสรรคเป็นภาษาที่จดจำได้ง่ายและสื่อความได้มาก เช่น บทกวีของวิลเลียม เชกสเปียร์ (William Shakespeare) ที่ว่า “bare

ruined choirs where late the sweet birds sang” บทกวีบรรทัดนี้มีการใช้ภาพลักษณ์ของโบสถ์ที่ปรักหักพังและเสียงร้องของนกที่หายไปเพื่อสื่อให้ผู้อ่านระลึกถึงอดีตอันสวยงามที่ได้ล่วงไปแล้ว

การใช้อุปลักษณ์ในทางการเมืองและหน้าที่ของอุปลักษณ์ในการถ่ายทอดอุดมการณ์เป็นประเด็นที่นักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจ รัชนิยา กลิ่นน้ำหอม (2551) ได้ศึกษาหน้าที่ของมโนอุปลักษณ์ที่นักการเมืองไทยใช้แล้วพบว่า มโนอุปลักษณ์ที่นักการเมืองไทยใช้มีหน้าที่ 3 ประการ คือ ด้านการถ่ายทอดความคิดเพื่ออธิบายความและเปลี่ยนแปลงมุมมองของผู้รับสาร ด้านบุคคลสัมพันธ์เพื่อเสนอภาพด้านบวกของตนเองและด้านลบของคู่แข่งทางการเมือง และด้านสัมพันธ์ภาพ เพื่อลำดับและเชื่อมโยงความ ส่วนงานที่มุ่งศึกษาหน้าที่ของอุปลักษณ์ในการถ่ายทอดอุดมการณ์มีอาทิเช่น งานศึกษาของ Cammaerts (2012) ยังแสดงให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของอุปลักษณ์ในการถ่ายทอดอุดมการณ์โดยศึกษาการใช้อุปลักษณ์ของนักการเมืองและนักข่าวเบลเยียมในการถกเถียงเรื่องการแก้ไขรัฐธรรมนูญแล้วพบว่า การใช้อุปลักษณ์ของนักการเมืองและนักข่าวเป็นวิธีการที่ทำให้ข้อเสนอของฝ่ายตนง่ายแก่การเข้าใจและยังทำให้อุดมการณ์ของฝ่ายตนฟังดูมีเหตุผล เช่น ในการถกเถียงเรื่องการแก้ไขรัฐธรรมนูญ มีทั้งกลุ่มที่ต้องการแก้ไขเพียงประเด็นปลีกย่อย และ กลุ่มที่ต้องการแก้ไขในประเด็นที่สำคัญ มีการเรียกร้องให้แก้ไขรัฐธรรมนูญในประเด็นที่สำคัญผ่านการใช้อุปลักษณ์ว่า “A fat fish in the frying pan.” ผู้ใช้ภาษาเปรียบเทียบข้อเสนอของตนกับการทอดปลาตัวใหญ่ซึ่งย่อมดีกว่าการทอดปลาตัวเล็ก การเปรียบเทียบนี้เป็นการโน้มน้าวผู้ฟังให้เห็นว่า การแก้ไขรัฐธรรมนูญในประเด็นที่สำคัญย่อมคุ้มค่ากว่าการแก้ไขรัฐธรรมนูญแค่เพียงประเด็นปลีกย่อย สอดคล้องกับ ธีระยุทธ สุริยะ (2562) ซึ่งศึกษาภาพตัวแทนของชาวโรฮิงญาที่แสดงผ่านการใช้อุปลักษณ์ในข่าวหนังสือพิมพ์ แล้วพบว่ามโนอุปลักษณ์ในข่าวแฝงไว้ด้วยอุดมการณ์ที่แบ่งเขาแบ่งเราระหว่างรัฐบาลไทยกับชาวโรฮิงญา รวมไปถึงลดความเป็นมนุษย์ของชาวโรฮิงญา โดยการเปรียบชาวโรฮิงญากับอุทกภัย ผ่านข้อความเช่น “โรฮิงญาทะลักเข้าไทย 6 พันคน” ส่วนชาอุซัย คงเพียรธรรม (2561) ศึกษาโน้ตสันจากการใช้อุปลักษณ์ “ข้าว” ผ่านภาษิตเขมร ผลการวิจัยพบว่า คนเขมรมองข้าวเป็นทั้งอาหารและสิ่งที่มีคุณค่าทางใจ ผ่านการเปรียบข้าว เป็นมนุษย์ เป็นงาน เป็นเงิน เป็นความรู้ และเป็นมรดก เช่น ภาษิตที่ว่า “ทำนาไม่ต้องไถดิน ดูแลข้าวที่ขึ้นเอง กินข้าวไม่หมด” ข้าวในที่นี้สื่อถึงมรดกที่บรรพชนทิ้งไว้ให้ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อีกนาน

สำหรับงานศึกษาที่วิเคราะห์การใช้อุปลักษณ์ในทางการเมืองไทยนั้นมีดังต่อไปนี้ กมลทิพย์ สมบูรณ์พงษ์ และเชิดชัย อุดมพันธ์ (2563) ศึกษาโนอุปลักษณ์ที่เกี่ยวกับความขัดแย้งทางการเมืองในหนังสือพิมพ์ไทยในช่วง พ.ศ. 2548–2557 แล้วพบว่ามโนอุปลักษณ์ที่พบในหนังสือพิมพ์แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนมักมองความขัดแย้งทางการเมืองผ่านแนวคิดในสองมิติ ในมิติแรก ผู้คนจะมองว่าความขัดแย้งเป็นเรื่องระหว่างบุคคลสองฝ่าย ผ่านมโนอุปลักษณ์เช่น [ความขัดแย้งทางการเมือง คือ การแข่งขัน เกม/ กีฬา] มิติที่สองคือการมองความขัดแย้งว่าเป็นสิ่งก่อให้เกิดความเสียหาย ผ่านมโนอุปลักษณ์เช่น [ความขัดแย้งทางการเมือง คือ ไฟ] ส่วนในงานของ Bangnongkhwa (2003) ได้ศึกษาอุปลักษณ์ที่ปรากฏในข่าวหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการอภิปรายไม่ไว้วางใจรัฐบาลพันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร ใน พ.ศ. 2545 แล้วพบว่า จากข่าวจำนวน

14 เรื่อง มีการใช้อุปลักษณ์ถึง 49 อุปลักษณ์เพื่อกล่าวถึงทั้งการอภิปราย รัฐบาล และฝ่ายค้าน อุปลักษณ์ในข่าวแสดงให้เห็นมโนอุปลักษณ์ที่เด่นชัดเกี่ยวกับการอภิปรายไม่ไว้วางใจสามมโนอุปลักษณ์คือ [การอภิปรายไม่ไว้วางใจ คือ การทะเลาะเบาะแว้ง] [การอภิปรายไม่ไว้วางใจ คือ การชกมวย] และ [การอภิปรายไม่ไว้วางใจ คือ สงคราม] ในขณะที่มโนทัศน์ดังกล่าวเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสนับสนุนอุดมการณ์ทางการเมืองในยุคสร้างชาติ งานศึกษาเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของอุปลักษณ์คือการถ่ายทอดอุดมการณ์ในส่วนของ Chaiyasat and Sudajit-apa (2017) ได้ศึกษามโนอุปลักษณ์ที่ใช้ในวาทกรรมทางการเมืองของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชาในรายการคืนความสุขให้คนในชาติ เพื่อวิเคราะห์อุดมการณ์ทางการเมืองที่ซ่อนอยู่แล้วพบว่า มโนอุปลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องจักรและเครื่องมือถูกนำมาใช้มากที่สุด ตัวอย่างเช่น “If we build good mechanisms for democracy as we are trying to achieve in our reform phase, if everyone cooperates” แสดงให้เห็นว่า พลเอกประยุทธ์ใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ คือ ระบบกลไก กับ ประชาธิปไตย โดยเปรียบเทียบประชาธิปไตยเป็นเครื่องจักรที่ต้องมีระบบกลไกจึงจะสามารถขับเคลื่อนไปได้

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษากลวิธีการใช้ภาษาของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในการหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ได้แก่ งานศึกษาของ ชฎาพร สิทธิศาสตร์, นริศนันท์ ศรีสินธ์, พัชริศา วรรณะ, และวิไลศักดิ์ กิ่งคำ (2566) ซึ่งศึกษาเรื่องกลวิธีการใช้ภาษาของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ในการหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่ากรุงเทพมหานครผ่านทางสื่อออนไลน์แล้วพบว่า ชัชชาติใช้กลวิธีทางภาษาจำนวน 12 กลวิธี ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการใช้อุปลักษณ์ ตัวอย่างเช่น “...ถ้าเรามีพนักงานเป็นประชาชนเนีย เราไม่ต้องกลัวทุนใหญ่หรือครับ เพราะเราเอาประชาชนเป็นหลักใจ” จะเห็นได้ว่าการใช้อุปลักษณ์ “พนักงาน” ซึ่งหมายถึงประชาชน พนักงานก็เปรียบเหมือนประชาชนที่คอยสนับสนุนผู้ว่าฯ ในขณะที่ผู้ว่าฯ เป็นคนนั่งเก้าอี้ที่กำลังต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของประชาชน การใช้อุปลักษณ์ดังกล่าวเป็นการสื่อสารเพื่อให้ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งเกิดมโนภาพและโน้มน้าวว่านายชัชชาติเองเป็นผู้ที่จะทำเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนและต้องการให้ประชาชนสนับสนุนตนเช่นเดียวกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดเรื่องมโนอุปลักษณ์ในงานเขียนของ Lakoff and Johnson (1980) และงานเขียนของ Goatly (1997) เรื่องหน้าที่ของอุปลักษณ์ นอกจากนั้น ยังได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับหน้าที่ของอุปลักษณ์ในการถ่ายทอดอุดมการณ์ตามที่กล่าวข้างต้น

2. เก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยแต่ละคนฟังการปราศรัยของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ที่อยู่ในขอบเขตการวิจัย และจดบันทึกข้อความที่มีการใช้อุปลักษณ์ เฉพาะอุปลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมือง ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการปราศรัยหาเสียง การจดบันทึกเบื้องต้นนี้ ผู้วิจัยแยกกันทำ เพื่อไม่ให้ความเห็นของผู้วิจัยคนใดคนหนึ่งครอบงำกระบวนการเก็บอุปลักษณ์ จากนั้นนำผลการจดบันทึกของแต่ละคนมาพิจารณาพร้อมกันเพื่อร่วมกันระบุคำที่เห็นตรงกันว่าเป็นอุปลักษณ์ในประโยคที่จดบันทึกมา โดยนิยาม “ถ้อยคำอุปลักษณ์” ว่าหมายถึง

“การเปรียบเทียบของสองสิ่ง ได้แก่ แบบเปรียบ (source domain) และสิ่งที่ถูกเปรียบ (target domain) ทั้งนี้สิ่งที่นำมาเปรียบกันต้องเป็นสิ่งที่อยู่ในวงความหมายที่ต่างกัน และในการเปรียบนั้นอาจปรากฏสิ่งที่ถูกเปรียบหรือไม่ก็ได้” (รัชนิญญา กลิ่นน้ำหอม, 2551, น. 9)

ตัวอย่าง

ผู้วิจัยพิจารณาประโยคที่ ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ปราศรัยในวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ณ สวนลุมพินี เกี่ยวกับผู้ที่มาช่วยหาเสียงว่า “โอ้โฮ มีเยอะแยะเลยครับ (แสดงภาพคนวิ่งออกกำลังภายในสวนลุมพินีซึ่งใส่เสื้อยืดมีข้อความว่า “ทำงาน ทำงาน ทำงาน”) ว่าเรามีพลังไว้ มีคนที่จะร่วมเดินทางไปกับเรา เพราะไอ้การทำให้กรุงเทพฯ มันเป็นการวิ่งมาราธอน” จากตัวอย่าง แบบเปรียบ (source domain) คือ “การวิ่งมาราธอน” ซึ่งหมายถึง การวิ่งระยะไกล และสิ่งที่ถูกเปรียบ (target domain) คือ “การทำให้กรุงเทพฯ” ซึ่งต้องใช้กำลังและเวลา

3. วิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้ขั้นตอนการวิเคราะห์อุปลักษณ์ซึ่ง Charteris-Black (2004) เสนอว่ามีด้วยกันทั้งสิ้น 3 ขั้นตอน คือ 1. การระบุอุปลักษณ์ 2. การตีความอุปลักษณ์ และ 3. การอธิบายอุปลักษณ์ รายละเอียดในการดำเนินการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. การระบุอุปลักษณ์

ขั้นนี้เป็นการระบุอุปลักษณ์จากถ้อยคำอื่นที่ไม่ใช่อุปลักษณ์

2. การตีความอุปลักษณ์

ขั้นนี้เป็นการตีความว่าถ้อยคำอุปลักษณ์ที่พบในขั้นตอนที่หนึ่งนั้นว่าสะท้อนมโนอุปลักษณ์ของผู้ใช้ภาษาอย่างไร

3. การอธิบายอุปลักษณ์

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยอธิบายว่ามโนอุปลักษณ์ที่ได้จากการตีความในขั้นตอนที่สองทำหน้าที่ในการถ่ายทอดอุดมการณ์อะไร

ผลการวิจัย

ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ผู้วิจัยพบในการปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ สะท้อนมโนอุปลักษณ์ของผู้ใช้ภาษาจำนวน 7 มโนอุปลักษณ์ ดังต่อไปนี้

1. [การพัฒนาเมือง คือ การเดินทาง]

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ใช้ภาษาใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่สะท้อนมโนทัศน์ [การพัฒนาเมือง คือ การเดินทาง] จำนวน 20 ถ้อยคำอุปลักษณ์ โดยผู้ใช้ภาษาใช้คำว่า “เดิน” “เดินทาง” “พุง” และ “ก้าว” เมื่อกล่าวถึงการพัฒนาเมือง การใช้คำเหล่านี้แสดงการเปรียบเทียบการพัฒนาเมืองกับการเดินทาง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

แบบเปรียบ

การเดินทาง

นักเดินทาง

ระยะทาง

จุดหมาย

สิ่งที่ถูกเปรียบ

การพัฒนาเมือง

ประชาชน

เวลาที่ใช้ในการพัฒนาเมือง

เมืองที่ได้รับการพัฒนา

ตัวอย่าง 1 “ผู้ว่าไม่มีฝึงานอะ วันแรกมันต้องก้าวเลยครับ ต้องทำงานเลยครับถูกไหม เพราะยังงั้นถ้าคุณไม่มี action plan อะ วันแรกคุณมาอะ เฮ้ยทำอะไรวะ เฮ้ย ปลัด เฮ้ย ผอ.เขต ทำไรดีวะ หกเดือนผ่านไป ไม่มีอะไรเกิดขึ้นอะ action plan ใส่ไว้เลย แล้วพอวันแรกปั๊บ เรียกมาคุยเลย เชิญท่าน สก. ที่ได้รับเลือก เชิญ ผอ. เขตมานั่งคุย เชิญปลัดมานั่งคุย อันไหนทำอย่างไร วางแผนอย่างไร”

ตัวอย่าง 2 “ผมพร้อมเป็นผู้นำความหวัง ผู้นำพวกเราไปด้วยกัน ขอให้พวกเราเดินไปด้วยกัน เดินไปเพื่อร่วมกันทำให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่น่าอยู่สำหรับพวกเราทุกคน”

ตัวอย่าง 3 “เราจะทำกรุงเทพฯ ให้ดีขึ้นได้ มันต้องมีแผนปฏิบัติการที่พร้อม เราพร้อมจะเดินไปครับ ผมพร้อมที่จะเป็นผู้นำแห่งความหวังของพวกเราทุกคนครับ กรุงเทพฯ เป็นเมืองแห่งความหวัง เรามีสิ่งสวยงาม มีพลังของคนรุ่นใหม่ เราต้องฟังเขา เอาเขามาเป็นส่วนร่วม ผมพร้อมที่จะนำพวกเรา เดินไปด้วยกัน เดินไปด้วยกันครับ แล้วเราจะสร้างกรุงเทพฯ เป็นเมืองที่น่าอยู่ สำหรับพวกเราทุกคนครับ”

ตัวอย่าง 4 “เมื่อกี้เจอน้องหลายคนมาถ่ายรูปกันอะ บอกขอให้อาจารย์โชคดี อาจารย์โชคดี ผมบอกไม่ได้ ต้องเดินไปด้วยกัน เพราะเมืองไม่ใช่ของผมนคนเดียว เมืองเป็นของพวกเราทุกคน เพราะอย่างนั้นเราไม่มีทางทำเมืองได้ด้วยคนสิบคน ยี่สิบคน มันต้องเป็นหมื่นเป็นแสน รวมพลังกันครับ”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นโมเดลลักษณะ [การพัฒนาเมือง คือ การเดินทาง] กล่าวคือ การพัฒนาเมืองเป็นเหมือนการเดินทางและประชาชนทุกคนเป็นเหมือนนักเดินทาง การจะเดินไปถึงจุดหมายได้อย่างรวดเร็ว นั้น ต้องเริ่มเดินทางทันที ซึ่งหมายความว่า การพัฒนาเมืองจำเป็นที่ต้องเริ่มทันที และคำว่า “เดินไปด้วยกัน” สื่อว่า การพัฒนาเมืองให้สำเร็จนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือของประชาชนทุกคน

โมเดลลักษณะข้างต้นทำหน้าที่ในการถ่ายทอดอุดมการณ์การเมืองที่เปิดกว้างให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และประโยคที่ว่า “ต้องเดินไปด้วยกัน เมืองเป็นของพวกเราทุกคน” แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้ภาษาไม่ได้มองว่า ประชาชนเป็นเพียงผู้อยู่ใต้การปกครองแต่มีความสำคัญไม่น้อยกว่าตัวผู้ใช้ภาษาเอง แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับอุดมการณ์ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม คือ การปกครองที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองและกำหนดนโยบายของภาครัฐด้วยตนเอง ภายใต้การปกครองลักษณะนี้ ประชาชนจะมีบทบาทสำคัญไม่เพียงแต่ผู้ถูกปกครอง (ประจักษ์ ก้องกีรติ, 2562) สาเหตุที่ผู้ใช้ภาษานำเสนออุดมการณ์ในลักษณะนี้ เพื่อนำเสนอตนในฐานะผู้นำที่ต่างไปจากรัฐบาลของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เนื่องจากในขณะนั้นพรรครัฐบาลและนายกรัฐมนตรีกำลังมีคะแนนความนิยมที่ลดลง (ศูนย์สำรวจความคิดเห็น นิติ์โพล,

2565) ด้วยปัจจัยหลายประการ ทั้งความขัดแย้งภายในของรัฐบาลเอง และการดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีอันยาวนานของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชาตั้งแต่การทำให้รัฐประหารใน พ.ศ. 2557 ด้วยเหตุนี้ ประชาชนส่วนหนึ่งจึงเกิดความเบื่อหน่ายกับรูปแบบการบริหารของรัฐบาล และส่วนหนึ่งเห็นว่านายกรัฐมนตรีที่เคยเป็นหัวหน้าคณะรัฐประหารมีภาพลักษณ์เป็นข้าราชการทหารชั้นสูง เผด็จการ และเป็นคนรุ่มแก่อวดคดคลั่งกับงานวิจัยของเสาวรักษ์ หงษ์ไทย (2560) ที่ชี้ว่าประชาชนเห็นว่า พลเอกประยุทธ์มีภาพลักษณ์เป็นผู้นำแบบสั่งการ ในทางตรงกันข้าม ผ่านการใช้มโนอุปลักษณ์ [การพัฒนาเมือง คือ การเดินทาง] ชัชชาติได้นำเสนอตนเองในฐานะผู้นำที่พร้อมรับฟังประชาชน

2. [การพัฒนาเมือง คือ การดูแลร่างกาย]

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้ภาษาใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่สะท้อนมโนทัศน์ [การพัฒนาเมือง คือ การดูแลร่างกาย] จำนวน 14 ถ้อยคำอุปลักษณ์ โดยผู้ใช้ภาษาใช้คำ “เส้นเลือดใหญ่” “เส้นเลือดฝอย” “อ่อนแอ” “แข็งแรง” และ “หัวใจ” เมื่อกล่าวถึงการพัฒนาเมือง การใช้คำเหล่านี้แสดงการเปรียบเทียบการพัฒนาเมืองกับการดูแลร่างกาย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

	แบบเปรียบ	สิ่งที่ถูกเปรียบ
	การดูแลร่างกาย	การพัฒนาเมือง
	ร่างกาย	เมือง
	เส้นเลือดใหญ่	โครงการขนาดใหญ่
	เส้นเลือดฝอย	โครงการขนาดเล็ก
	ความแข็งแรง	ระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ
	ความอ่อนแอ	ระบบการจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ
	หัวใจ	เศรษฐกิจของเมือง
ตัวอย่าง 5	“นโยบายของเราเชื่อว่า เราต้องดูแล <u>เส้นเลือดฝอย</u> มันก็เหมือนกับโซ่อะครีบ โซ่นี้มันจะแข็งแรงเท่ากับจุดที่อ่อนแอที่สุด ถ้าเส้นเลือดฝอย <u>อ่อนแอ</u> ระบบของกรุงเทพฯไม่มีวัน <u>แข็งแรงได้</u> ”	
ตัวอย่าง 6	“ที่ผ่านมา กทม.ไม่ดูแลเรื่องเศรษฐกิจครับ เราเน้นเรื่องความสะอาด เรื่องระบายน้ำ แต่จริงๆ แล้วเศรษฐกิจครับ เศรษฐกิจคือ <u>หัวใจ</u> ของเมืองครับ”	
ตัวอย่าง 7	“2 ปีที่ผ่านมา เราเก็บภาษีที่ดิน สิ่งก่อสร้างไม่ได้ แล้วยังเป็นหนี้ ปีทีเอส อีกไม่รู้กี่หมื่นล้านอะ เพราะยังงั้นจะเห็นได้ว่า โครงการเราไม่ได้เน้นเมกะโปรเจ็ค เราเน้นโครงการ <u>เส้นเลือดฝอย</u> ที่ดูแลประชาชนในเขตในชุมชนให้ดี”	

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นมโนอุปลักษณ์ [การพัฒนาเมือง คือ การดูแลร่างกาย] กล่าวคือ การพัฒนาเมืองเป็นเหมือนการดูแลร่างกายมนุษย์และเมืองเป็นเหมือนร่างกาย ทุกคนจะต้องดูแล้วยะต่างๆ ในร่างกาย เช่น ดูแลหัวใจซึ่งเป็นอวัยวะที่สำคัญที่ผู้ใช้ภาษาเปรียบเหมือนกับเศรษฐกิจของเมือง เส้นเลือดใหญ่คือ

โครงการขนาดใหญ่ เช่น โครงการอุโมงค์ระบายน้ำ และเส้นเลือดฝอยคือโครงการขนาดเล็ก เช่น โครงการขุดลอกคูคลอง เก็บขยะ ซึ่งในการพัฒนาเมืองไม่สามารถที่จะละเลยโครงการขนาดเล็กได้ หากละเลยโครงการเหล่านี้แล้วก็จะทำให้ระบบการบริหารโดยรวมไม่มีประสิทธิภาพ เปรียบเหมือนกับการดูแลอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกาย หากดูแลไม่ดีก็จะทำให้ร่างกายอ่อนแอและไม่สบายได้

มโนอุปลักษณ์นี้ในทางหนึ่งก็เป็นการให้ภาพสังคมแบบองค์ภาพ ซึ่งอรธจักร สัตยานุรักษ์ (2556, มีนาคม) อธิบายว่าเป็นภาพสังคมแบบจารีตนิยมที่มองสังคมเป็นเหมือนร่างกายมนุษย์ โดยมีการแบ่งหน้าที่และความสำคัญที่ไม่เท่าเทียมกันของแต่ละภาคส่วน อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้ภาษาได้ปรับเปลี่ยนการให้คุณค่าดังกล่าวเสีย โดยหันไปให้ความสำคัญกับส่วนเล็กๆ น้อยๆ เช่น “เส้นเลือดฝอย” การปรับเปลี่ยนที่ท่าเช่นนี้สอดคล้องกับอุดมการณ์ประชาธิปไตย ที่มองว่าคนทุกคนสำคัญเพราะเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยเท่ากัน

3. [การพัฒนาเมือง คือ การเจียรไนอัญมณี]

ในการรณรงค์หาเสียง พบว่าผู้ใช้ภาษาใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่สะท้อนมโนทัศน์ [การพัฒนาเมือง คือ การเจียรไนอัญมณี] จำนวน 9 ถ้อยคำอุปลักษณ์ โดยผู้ใช้ภาษาใช้คำ “เจียรไน” “เพชร” และ “เปล่งประกาย” เมื่อกล่าวถึงการพัฒนาเมือง การใช้คำเหล่านี้เป็นการเปรียบเทียบการพัฒนาเมืองกับการเจียรไนอัญมณี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

แบบเปรียบเทียบ	สิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ
การเจียรไน	การพัฒนาเมือง
ผู้เจียรไนอัญมณี	ผู้บริหารกรุงเทพฯ
อัญมณี	กรุงเทพฯ
การเปล่งประกายของอัญมณี	เมืองที่ได้รับการพัฒนา

ตัวอย่าง 8 “กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่มีศักยภาพ มีความงดงาม มันอยู่ในรายละเอียด อยู่ในเส้นเลือดฝอยที่เราต้องใส่ใจดูแลมัน ทุกที่ที่ไปในกรุงเทพฯ เป็นที่ที่มีศักยภาพ ที่เราจะเจียรไนมันได้”

ตัวอย่าง 9 “ผมว่ากรุงเทพฯ มันคล้ายๆ กับเพชรที่ยังไม่ได้เจียรไนนะ มันยังไม่เปล่งประกาย สมศักดิ์ศรีของมัน กทม. นั้นแหละจะต้องทำเจียรไนเพชรเม็ดนี้ให้เปล่งประกาย เป็นเมืองที่มีคุณค่าระดับโลกให้ได้”

ตัวอย่าง 10 “กรุงเทพฯ เราเนี่ย มันเหมือนกับเพชรที่ยังไม่ได้เจียรไน มันมีสิ่งที่มีค่า มีสิ่งที่สวยงาม เยอะแยะไปหมด”

ตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นมโนอุปลักษณ์ [การพัฒนาเมือง คือ การเจียรไนอัญมณี] ซึ่งสะท้อนมุมมองของผู้ใช้ภาษาว่า กรุงเทพฯ เปรียบเหมือนอัญมณีที่ต้องได้รับการพัฒนาหรือการเจียรไนให้ดีขึ้น ผู้บริหารกรุงเทพฯ เป็นเหมือนผู้เจียรไนอัญมณีให้สวยงาม ซึ่งก็หมายถึงเมืองที่ได้รับการพัฒนา

มโนอุปลักษณ์ข้างต้นสะท้อนวิธีคิดแบบทุนนิยม ซึ่งเคยชินการเปลี่ยนทุกสิ่งให้เป็นสินค้า จึงมองว่าพื้นที่ทุกที่ในเมืองนั้นคล้ายกับสิ่งของในธรรมชาติที่ควรได้รับแปรรูปให้เป็นสินค้าที่มีค่าทางการตลาด

4. [การพัฒนาเมือง คือ การเปลี่ยนแปลงวัตถุให้โปร่งใส]

จากการสำรวจ พบว่าผู้ใช้ภาษาใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่สะท้อนมโนทัศน์ [การพัฒนาเมือง คือ การเปลี่ยนแปลงวัตถุให้โปร่งใส] จำนวน 7 ถ้อยคำอุปลักษณ์ โดยผู้ใช้ภาษาใช้คำว่า “โปร่งใส” และ “แบก” เมื่อพูดถึงแนวทางการพัฒนาเมือง การใช้คำเหล่านี้เป็นการเปรียบเทียบการพัฒนาเมืองกับการเปลี่ยนแปลงวัตถุให้โปร่งใส ดังตัวอย่างต่อไปนี้

แบบเปรียบเทียบ	สิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ
การเปลี่ยนแปลงวัตถุให้โปร่งใส	การปรับปรุงพัฒนาเมือง
วัตถุ	ภาครัฐ การทำงานของภาครัฐ
วัตถุโปร่งใส	ภาครัฐที่ไม่มีการทุจริต
วัตถุไม่โปร่งใส	การทุจริต

ตัวอย่าง 14 “ราชการดี ต้องมีส่วนร่วมของประชาชน โปร่งใส มีประสิทธิภาพ ตอนนี้เรามีปัญหาเยอะ”

ตัวอย่าง 15 “เราได้รับการร้องเรียนเรื่องการกินใต้โต๊ะ ต้องเอาจริงเอาจังครับ ต้องโปร่งใส ไม่มีส่วย หัวต้องนิ่ง ทางต้องไม่กระดิก และต้องจัดการกับผู้ทำผิด”

ตัวอย่าง 16 “แม่ค้าหาบเร่แทบตายโดนจับรายเดือน อันนี้มันโปร่งใสไหม ไม่โปร่งใส นี่แหละภาระที่คนกรุงเทพฯ แบกอยู่ จากความไม่มีประสิทธิภาพ เพราะอย่างนั้น กทม. ต้องโปร่งใส”

ตัวอย่างเหล่านี้สะท้อนมโนอุปลักษณ์ที่ว่า [การพัฒนาเมือง คือ การเปลี่ยนแปลงวัตถุให้โปร่งใส] ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้ใช้ภาษามองภาครัฐ หรือการทำงานในภาครัฐเป็นเหมือนวัตถุ การจะพัฒนาเมืองจำเป็นต้องมีภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ การบริหารมีความชัดเจน ตรวจสอบง่าย เหมือนกับการเปลี่ยนแปลงวัตถุที่ไม่โปร่งใสให้เป็นวัตถุโปร่งใสที่มองเห็นได้อย่างทั่วถึง และทำให้ประชาชนสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างราบรื่น ไม่ต้อง “แบก” รับภาระจากปัญหาการทุจริต

มโนอุปลักษณ์ที่ว่า [การพัฒนาเมือง คือ การเปลี่ยนแปลงวัตถุให้โปร่งใส] เน้นการวางบทบาทให้ผู้บริหารเมืองมีหน้าที่ดูแลหน่วยงานของตนให้ไม่มีการทุจริต ซึ่งเป็นค่านิยมที่กลุ่มคนหลากหลายฝ่ายในช่วงวิกฤติการเมืองต่างเห็นว่าเป็นปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไข โดยเฉพาะกลุ่มคนเสื้อเหลืองที่เห็นว่าปัญหานี้เป็นต้นเหตุของปัญหาอื่น ๆ ในสังคมไทย ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คนกลุ่มนี้ต่อต้าน พันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร และพรรคการเมืองของเขา (อภิชาติ สถิตนิรามัย ยุทธิ มุกตาวิจิตร, และนิติ ภาวครพันธ์ุ, 2556) การที่ผู้ใช้ภาษานำเสนออุดมการณ์ต่อต้านการทุจริตนี้ เป็นการปิดจุดอ่อนของผู้ใช้ภาษาเองที่ในอดีตนั้นเคยอยู่พรรคการเมืองที่นายทักษิณ ชินวัตรสนับสนุน

5. [การพัฒนาเมือง คือ การปลูกต้นไม้]

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้ภาษาใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่สะท้อนมโนทัศน์ [การพัฒนาเมือง คือ การปลูกต้นไม้] จำนวน 6 ถ้อยคำอุปลักษณ์ โดยผู้ใช้ภาษาใช้คำ “ร่วมไม้” “ดอกไม้” “ต้นไม้” “ปลูก” “ผล” และ “ร่วม

เงา” เมื่อกล่าวถึงการพัฒนาเมือง การใช้คำเหล่านี้แสดงการเปรียบเทียบการพัฒนาเมืองกับการปลูกต้นไม้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

แบบเปรียบเทียบ	สิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ
การปลูกต้นไม้	การพัฒนาเมือง
ผู้ปลูกต้นไม้	ประชาชน
ต้นไม้	เมือง
ร่มไม้/ ร่มเงา/ ดอกไม้/ ผล	เมืองที่ได้รับการพัฒนา

ตัวอย่าง 17 “ผมว่าแนวคิดเราคือนโยบายต้องเริ่มวันนี้ แต่ละอย่างไม่ใช่เพื่อตัวเราเอง เพื่อลูกหลานเราในอีกยี่สิบปีข้างหน้า ที่จะมีร่มไม้ ดอกไม้ที่สวยงาม เป็นเมืองที่คุณภาพดี”

ตัวอย่าง 18 “ทุกคนคิดเรื่องงานเมือง ทุกคนอยากเห็นกรุงเทพที่ดีขึ้น เหมือนต้นชมพูพันธุ์ทิพย์ เราอยากปลูกต้นไม้ ๆ ที่อีก 20 ปีมันจะออกผล มีร่มเงาให้ลูกหลานของเราต่อไป”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นมโนอุปลักษณ์ [การพัฒนาเมือง คือ การปลูกต้นไม้] กล่าวคือ การพัฒนาเมืองเป็นเหมือนการปลูกต้นไม้ ผู้ใช้ภาษาเปรียบเทียบเมืองกับต้นไม้ ซึ่งต้องใช้เวลาในการพัฒนา แต่หากเริ่มลงมือพัฒนาในวันนี้ ในอนาคตข้างหน้าเราก็จะมีเมืองที่น่าอยู่เหมือนต้นไม้ที่มีร่มเงา ดอก หรือผลที่สวยงาม

มโนอุปลักษณ์ [การพัฒนาเมือง คือ การปลูกต้นไม้] ถ่ายทอดอุดมการณ์แบบทุนนิยม ซึ่งเน้นการลงทุนเพื่อหวังผลกำไรในภายหน้า ตามที่ Weber (2002) ได้อธิบายไว้ว่า ระเบียบทุนนิยมเป็นระบอบคุณค่าที่ให้ความสำคัญกับการทำงานหนักและมองว่าเป้าหมายสูงสุดในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์คือการได้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ

6. [การพัฒนาเมือง คือ การแข่งขันวิ่งมาราธอน]

การกล่าวปราศรัยของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ แฝงไว้ด้วยมโนอุปลักษณ์ [การพัฒนาเมือง คือ การแข่งขันวิ่งมาราธอน] ซึ่งสะท้อนจากถ้อยคำอุปลักษณ์ จำนวน 5 ถ้อยคำที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันวิ่งมาราธอน คือ คำว่า “วอร์มอัพ” “เดิน” “วิ่งมาราธอน” และ “เส้นชัย” การใช้คำเหล่านี้เป็นการเปรียบเทียบการพัฒนาเมืองกับการแข่งขันวิ่งมาราธอน ดังแบบเปรียบเทียบต่อไปนี้

แบบเปรียบเทียบ	สิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ
การวิ่งมาราธอน	การพัฒนาเมือง
นักวิ่ง	ประชาชน
เส้นชัย	เมืองที่ได้รับการพัฒนา

ตัวอย่าง 11 “แนะนำมาเลยครับ ประชาชนหรือใครก็ตาม ว่าแต่ละเขตจะเอา[นโยบาย]เก่าดี สองร้อยสามร้อยนโยบายไปพัฒนารายเขตอย่างไร เราไม่มีเวลาวอร์มอัพ ถึงเวลาปุ๊บ เราต้องเดินหน้าทันที”

ตัวอย่าง 12 “โอ้โฮ มีเยอะแยะเลยครับ (แสดงภาพคนวิ่งออกกำลังกายในสวนลุมพินีซึ่งใส่เสื้อยืดมีข้อความว่า “ทำงาน ทำงาน ทำงาน”) ว่าเรามีพลังไว มีคนที่พร้อมเดินทางไปกับเรา เพราะไอ้การทำกรุงเทพฯ มันเป็นการวิ่งมาราธอน”

ตัวอย่าง 13 “เรายืนหยัด ลุกขึ้น ก้าวไปพร้อมกัน มาร่วมมือกัน จับมือกัน มาช่วยพยุงกัน แล้วเราทุกคน จะวิ่งเข้าเส้นชัยไปด้วยกัน”

ตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ภาษามองการพัฒนาเมืองว่าเหมือนการแข่งขันวิ่งมาราธอน ซึ่งจะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ต้องอาศัยความร่วมมือของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งก็คือประชาชนทุกคน ยิ่งไปกว่านั้นกีฬาประเภทการวิ่งมาราธอนก็มีจำเป็นต้องแข่งขันแบบหาผู้ชนะและผู้แพ้เท่านั้น แต่เป็นกิจกรรมที่สามารถช่วยกันได้ระหว่างทาง ซึ่งก็เหมือนการพัฒนาเมืองที่ ผลสุดท้ายจะเป็นประโยชน์กับทุกคน

มโนอุปลักษณ์ [การพัฒนาเมือง คือ การแข่งขันวิ่งมาราธอน] เป็นส่วนหนึ่งอุดมการณ์แบบทุนนิยม ซึ่ง Tyson (2011) ได้อธิบายว่า อุดมการณ์แบบทุนนิยมให้คุณค่ากับการแข่งขันอย่างมาก เพราะเชื่อว่าการแข่งขันจะช่วยให้ทุกคนมีความกระตือรือร้นและพัฒนาความสามารถของตนให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าตัวอย่างที่ยกมามีได้ให้ภาพของการแข่งขันกันแบบตัวใครตัวมัน แต่มีการให้ความช่วยเหลือกันตลอดทางผ่านคำว่า “จับมือกัน” ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับอุดมการณ์แบบรัฐสวัสดิการ ซึ่งรัฐมีหน้าที่จัดการสวัสดิการสังคมให้กับประชาชนทุกคนอย่างถ้วนหน้า เพื่อให้ทุกคนสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีเกียรติตามสิทธิความเป็นพลเมือง (พลัสสรณ์ วรรณศิริระกุลม, 2560)

7. [การพัฒนาเมือง คือ การทำธุรกิจ]

จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้ภาษาใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่สะท้อนมโนทัศน์ [การพัฒนาเมือง คือ การทำธุรกิจ] จำนวน 3 ถ้อยคำอุปลักษณ์ โดยผู้ใช้ภาษาใช้คำ “ลง” “ลงทุน” และ “ผล” เมื่อกล่าวถึงการพัฒนาเมือง การใช้คำเหล่านี้แสดงการเปรียบเทียบการพัฒนาเมืองกับธุรกิจ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

แบบเปรียบเทียบ	สิ่งที่ถูกเปรียบเทียบ
การทำธุรกิจ	การพัฒนาเมือง
นักธุรกิจ	ผู้บริหารกรุงเทพฯ
การลงทุน	การจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาเมือง
ผล	ความสำเร็จในการพัฒนาเมือง

ตัวอย่าง 19 “ที่ผ่านมามีถามว่า ทำไมน้ำท่วมบ้านทุกวันเลย ผมว่าหลายคนน้ำท่วมบ้าน แต่น้ำอุโมงค์ไปไม่ถึงหรอกเพราะท่อตันตันหน้าบ้าน เพราะอย่างนี้จริง ๆ แล้วเนี่ยะ เอาเงินไปลงโครงการใหญ่ไม่ได้ผล เท่ากับไปดูแลถนนลอยๆที่อยู่หน้าบ้าน”

ตัวอย่าง 20 “เราลงทุนในเส้นเลือดใหญ่ แต่เส้นเลือดฝอยเราละเลย ผมว่าเรามีสองเรื่องที่เราเห็นจากการทำนโยบายกรุงเทพฯ ปัญหากรุงเทพฯ เนี่ยะ มันอยู่ที่ระบบเส้นเลือดฝอย กรุงเทพฯเหมือน

ร่างกายคนนะครับ มีสองระบบ คือ มีเส้นเลือดใหญ่ พวกเมกาโปรเจ็ค กับเส้นเลือดฝอย คือ
 สิ่งที่อยู่หน้าบ้านเรา ครอบครัวเรา”

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นมโนอุปลักษณ์ [การพัฒนาเมือง คือ การทำธุรกิจ] กล่าวคือ การพัฒนาเมืองเป็นเหมือนการทำธุรกิจและผู้บริหารเมืองเป็นเหมือนนักธุรกิจซึ่งจะต้องลงทุนเพื่อหวังผลประโยชน์ทางการค้า เช่นเดียวกับผู้บริหารเมืองที่จะต้องจัดสรรงบประมาณในการบริหารเมืองโดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของเมืองนั่นเอง

มโนอุปลักษณ์ข้างต้นสะท้อนค่านิยมแบบทุนนิยม ที่มองว่าสิ่งสำคัญในชีวิตคือการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การบริหารเมืองจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำให้เกิด “ผล” ตามกรอบความคิดแบบทุนนิยม

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาถ้อยคำอุปลักษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาเมืองในการปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้วิจัยพบมโนอุปลักษณ์ทั้งสิ้น 7 มโนอุปลักษณ์ คือ [การพัฒนาเมือง คือ การเดินทาง] [การพัฒนาเมือง คือ การดูแลร่างกาย] [การพัฒนาเมือง คือ การเจียรไนอัญมณี] [การพัฒนาเมือง คือ การเปลี่ยนแปลงวัตถุให้โปร่งใส] [การพัฒนาเมือง คือ การปลูกต้นไม้] [การพัฒนาเมือง คือ การแข่งขันวิ่งมาราธอน] และ[การพัฒนาเมือง คือ การทำธุรกิจ] โดยมีมโนอุปลักษณ์ [การพัฒนาเมือง คือ การเดินทาง] เป็นมโนอุปลักษณ์ที่ผู้ใช้ภาษาใช้บ่อยที่สุด โดยพบ ถ้อยคำอุปลักษณ์เกี่ยวกับมโนอุปลักษณ์ดังกล่าวถึง 20 ถ้อยคำ

มโนอุปลักษณ์ที่ชัชชาติใช้นั้นมีความหมายเชิงบวกแตกต่างจากมโนอุปลักษณ์ที่พบในงานวิจัยอื่น เช่น งานของกมลทิพย์ สมบูรณ์พงษ์ และเชิดชัย อุดมพันธ์ (2563) ซึ่งศึกษามโนอุปลักษณ์ที่เกี่ยวกับความขัดแย้งทางการเมืองในช่วง พ.ศ. 2548–2557 แล้วพบการใช้มโนอุปลักษณ์ [ความขัดแย้งทางการเมือง คือ ไฟ] และงานของ Bangnoghkwag (2003) ซึ่งศึกษาอุปลักษณ์ในการอภิปรายไม่ไว้วางใจรัฐบาลพันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร แล้วพบมโนอุปลักษณ์ [การอภิปรายไม่ไว้วางใจ คือ การทะเลาะเบาะแว้ง] [การอภิปรายไม่ไว้วางใจ คือ การชกมวย] และ [การอภิปรายไม่ไว้วางใจ คือ สงคราม] จะเห็นได้ว่า “ไฟ” “การทะเลาะเบาะแว้ง” “การชกมวย” และ “สงคราม” ล้วนแล้วแต่เป็นคำที่ให้ความหมายในแง่ลบ เหตุผลที่ผลที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากงานศึกษาอื่น ๆ มักมุ่งศึกษาเรื่องความขัดแย้งทางการเมือง แต่งานวิจัยชิ้นนี้ได้ศึกษาการรณรงค์หาเสียง ซึ่งในกรณีของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ใช้ภาษาจงใจหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่จะก่อให้เกิดความขัดแย้งและโจมตีฝ่ายตรงข้าม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ามโนอุปลักษณ์ที่ผู้ใช้ภาษาเลือกใช้อยู่กับบริบททางสังคมและวาระของบุคคลนั้น ๆ

สำหรับการทำหน้าที่ในการถ่ายทอดอุดมการณ์นั้น มโนอุปลักษณ์ของนายชัชชาติถ่ายทอดอุดมการณ์อย่างน้อย 4 อุดมการณ์ ได้แก่ หนึ่ง อุดมการณ์ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมองประชาชนเป็นเพื่อนร่วมทาง รัฐและประชาชนต้องร่วมมือกัน และเชื่อว่าปัญหาเล็ก ๆ น้อย ๆ ก็มีความสำคัญในการสร้างสังคมโดยรวม มโนอุปลักษณ์ [การพัฒนาเมือง คือ การเดินทาง] ที่นายชัชชาติใช้บ่อยครั้งนั้นก็

สะท้อนอุดมการณ์ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม จะเห็นได้ว่ามโนทัศน์ที่นายชัชชาติใช้ต่างจากมโนทัศน์ของนักการเมืองไทยในช่วง พ.ศ.2545 ถึง พ.ศ. 2548 ซึ่งรัชนิยา กลิ่นน้ำหอม (2551) วิเคราะห์ว่าสะท้อนความคิดและความเชื่อของนักการเมือง 3 ประการ คือ ผู้นำเป็นที่พึ่งของประชาชนและประชาชนเป็นผู้พึ่งพา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอยู่ใต้อาณัติของหัวหน้าพรรค และการเมืองเป็นเรื่องของนักการเมือง ซึ่งความคิดและความเชื่อเหล่านี้ตรงข้ามกับแนวคิดความเชื่อตามหลักการประชาธิปไตย แต่มโนทัศน์ที่นายชัชชาติใช้ให้ภาพผู้ใช้ภาษาว่าเป็นนักประชาธิปไตย ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการของประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองหลังการรัฐประหารจบสิ้นลง

สอง อุดมการณ์แบบทุนนิยม ซึ่งมองว่าการจัดการงบประมาณของหน่วยงานรัฐ เปรียบได้กับการปลูกต้นไม้หรือเจริญในอณุมณี เป็นการลงทุน ที่ต้องหวังผลกำไรในภายหน้า รวมถึงต้องให้ความสำคัญกับการแข่งขัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Charteris-Black (2017) ที่พบว่านักการเมืองอังกฤษมักใช้มโนทัศน์เกี่ยวกับการแข่งขันเพื่ออธิบายการบริหารเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมโนทัศน์เหล่านี้สะท้อนอุดมการณ์การแข่งขันในโลกทุนนิยม ซึ่งครอบงำสังคมสมัยใหม่ทุกสังคม

สาม อุดมการณ์ต่อต้านการทุจริต ผู้ใช้ภาษาได้นัยยะเรื่อง “ความโปร่งใส” และสี่ อุดมการณ์แบบรัฐสวัสดิการ ผู้ใช้ภาษาได้เปรียบเทียบการพัฒนาเมืองกับการแข่งขันวิ่งมาราธอน มีการแข่งขันเพื่อไปสู่เป้าหมายสูงสุดคือเส้นชัย แต่อย่างไรก็ตาม ภาพการแข่งขันกีฬาที่ผู้ใช้ภาษาถ่ายทอดนั้นเป็นการแข่งขันที่ต้องช่วยเหลือกัน ผู้บริหารเมืองมีหน้าที่ต้องให้ความช่วยเหลือ และนำทุกคนไปสู่เส้นชัยด้วยกัน

การวิจัยอุดมการณ์ในมโนทัศน์ของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์นี้ สอดคล้องกับงานศึกษาของชฎาพร สิทธิศาสตร์, นริกันต์ ศรีสินธ์, พัชริศา วรรณะ, และวิไลศักดิ์ กิ่งคำ (2566) ซึ่งพบว่าชัชชาติใช้อุปลักษณ์ที่แสดงให้เห็นอุดมการณ์ประชาธิปไตย โดยใช้มโนทัศน์ [พนักงาน คือ ประชาชน] มโนทัศน์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ภาษาเชื่อว่าการดำเนินการทางการเมืองจะสำเร็จไปด้วยดีนั้น ต้องได้รับการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมจากประชาชน

อย่างไรก็ตามมโนทัศน์ที่ชัชชาติใช้นั้นแตกต่างจากผู้นำทางการเมืองคนอื่น เช่นในงานศึกษาของChaiyasat and Sudajit-apa (2017) นั้น พบว่า พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชาได้ใช้มโนทัศน์ [DEMOCRACY IS MACHINE AND TOOLS] แสดงให้เห็นว่า พลเอกประยุทธ์มองว่าระบอบประชาธิปไตยเป็นเรื่องของระบบกลไกมากกว่าเป็นเรื่องของประชาชน ต่างจากนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ที่ใช้มโนทัศน์ [การพัฒนาเมือง คือ การเดินทาง] ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนทางการเมือง

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนของกรณีศึกษาซึ่งมีไม่มาก เพราะการปราศรัยของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ บางส่วนไม่ได้มีการบันทึกไว้ สำหรับผู้วิจัยที่สนใจศึกษาลักษณะภาษาในการหาเสียงของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ อาจพิจารณาศึกษาเปรียบอุปลักษณ์ที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งของนายชัชชาติกับผู้รับสมัครเลือกตั้งคนอื่น ๆ เนื่องจากงานวิจัยนี้และงานวิจัยของชฎาพร สิทธิศาสตร์, นริกันต์ ศรีสินธ์, พัชริศา วรรณะ, และวิไลศักดิ์ กิ่งคำ (2566) ชี้ให้เห็นว่าชัชชาติได้ใช้อุปลักษณ์ในการหาเสียงเลือกตั้งเพื่อถ่ายทอด

แนวคิดซึ่งให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน จึงควรมีการเปรียบเทียบกับผู้สมัครคนอื่น ๆ ว่าการใช้อุปลักษณ์เพื่อถ่ายทอดความคิดดังกล่าวเป็นกลวิธีของนายชัชชาติเท่านั้น หรือเป็นกลวิธีที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งคนอื่น ๆ ก็ใช้ด้วยเช่นเดียวกัน อุปลักษณ์ของชัชชาติมีความต่างและความเหมือนกับอุปลักษณ์ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งคนอื่นใช้หรือไม่ อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ สมบูรณ์พงษ์ และเชิดชัย อุดมพันธ์. (2563). อุปถัมภ์โน้ตค้นความขัดแย้งทางการเมืองไทย: การศึกษาเชิงอรรถศาสตร์ปริชานในข่าวหนังสือพิมพ์. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 10(4), 129-135.
- ชฎาพร สิทธิศาสตร์ นริกันต์ ศรีสินธ์ พชรวิศา วรรณะ และ วิไลศักดิ์ กิ่งคำ. (2566). การศึกษากลวิธีทางภาษา “ซัซซาติ สิทธิพันธ์” ในการหาเสียงรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อออนไลน์. *วารสารภาษาไทยและวัฒนธรรมไทย*, 9(1), 43-71.
- ชาญชัย คงเพียรธรรม. (2561). การสร้างอุดมการณ์ทางการเมืองผ่านอุปถัมภ์ข่าวจากภาคใต้. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 10(1), 33-58.
- ธีระยุทธ สุริยะ. (2562). “โรธินญาเป็นภัยอันตราย” ภาพตัวแทนของชาวโรธินญาในวาทกรรมข่าว: การวิเคราะห์อุปถัมภ์เชิงวิพากษ์. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 26(1), 252-285.
- ประจักษ์ ก้องกีรติ. (2562). *ประชาธิปไตย: หลากหลายความหมาย หลายรูปแบบ*. สำนักพิมพ์สยาม.
- พลัสสรณ์ วรภัทร์ธรรมา. (2560). การบริหารจัดการภาครัฐไทยภายใต้ระบบรัฐสวัสดิการ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 4(1), 112-113.
- รัชนิยา กลิ่นน้ำหอม. (2551). *อุปถัมภ์ที่นักการเมืองไทยใช้: การศึกษาตามแนวอรรถศาสตร์ปริชาน และวัจนปฏิบัติศาสตร์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/218082>
- ศูนย์สำรวจความคิดเห็น นิด้าโพล. (2565). *การสำรวจคะแนนนิยมทางการเมืองรายไตรมาส ครั้งที่ 1/2565*. <https://nidapoll.nida.ac.th/data/survey/uploads/FILE-1648277064872.pdf>
- สิทธิธรรม อ่องวุฒิวัฒน์. (2560). การศึกษากลวิธีทางภาษาจาก มุมมองวัจนปฏิบัติศาสตร์ : พระบรมราโชวาท พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตร (พ.ศ. 2493-2537). *วารสารร่วมพฤษภา* มหาวิทยาลัยเกริก, 35(3), 9-37.
- เสาวรักษ์ หงษ์ไทย. (2560). *ภาวะผู้นำของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ตามเจตคติของประชาชน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยบูรพา). https://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=511823
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2556, มีนาคม). *จุดจบของรัฐ-สังคมแบบองคตพพในสังคมการเมืองไทย*. <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/101669>

- อภิชาติ สถิตนิรามัย ยุกติ มุกดาวิจิตร และนิติ ภาวครพันธุ์. (2556). *ทบทวนภูมิทัศน์การเมืองไทย*. สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Abrams, M. H., & Harpham, G. G. (2009). *A glossary of literary terms*. Wadsworth Cengage Learning.
- Bangnoghkwag, W. (2003). *A study of political metaphor on the front page of two Thai English newspaper*. [Master degree's thesis, Srinakharinwirot University].
Research Database (ThaiLis).
- Cammaerts, B. (2012). The strategic use of metaphors by political and media elites: The 2007-11 Belgian constitutional crisis. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 8(2), 229-249.
- Chaiyasat, C., & Sudajit-apa, M. (2017). A corpus-assisted critical metaphor analysis of General Prayuth Chan-o-cha's English subtitled weekly addresses on politics and democracy-related in times of political turmoil. *Journal of Studies in the English Language*, 12(1), 70-109.
- Charteris-Black, J. (2004). *Corpus approaches to critical metaphor analysis*. Palgrave Macmillan.
- Charteris-Black, J. (2005). *Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor*. Palgrave Macmillan.
- Charteris-Black, J. (2017). Competition metaphors and ideology. In R. Wodak & B. Forchtner (Eds.), *The Routledge handbook of language and politics* (pp.202-218). Routledge.
- Evans, V., & Green, M. (2006). *Cognitive linguistics: An introduction*. Routledge.
- Goatly, A. (1997). *The language of metaphors*. Routledge.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Radden, G., & Dirven, R. (2007). *Cognitive English grammar*. John Benjamins.
- Tyson, L. (2011). *Using critical theory: How to read and write about literature*. Routledge.
- Weber, M. (2002). *The Protestant ethic and the spirit of capitalism: And other writings*. Penguin Classics.