

การใช้ภาษาในการเสนอภาพสตรี  
จากนิตยสารบันเทิงไทย  
Study the language to represented  
female stereotype from Thai Magazines

วรัญญา ยิ่งยงค์ศักดิ์<sup>1\*</sup>

Warunya Yingyongsak<sup>1\*</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การใช้ภาษาในการเสนอภาพสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมการใช้ภาษาที่กล่าวถึงภาพเสนอของสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทย และเพื่อวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาที่กล่าวถึงภาพเสนอของสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทย ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 – 31 ธันวาคม 2559 รวม 112 ฉบับ โดยผู้วิจัยจะคัดเลือกเฉพาะข้อความพาดหัวที่กล่าวถึงสตรีมาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการใช้ภาษาที่พบมากที่สุด คือ โครงสร้างคำศัพท์ (Lexical Structure) พบทั้งหมด 44 ข้อความ รองลงมาคือ การใช้อุปมาอุปไมย (Metaphor) พบทั้งหมด 20 ข้อความ การใช้ทัศนภาวะ (Modality) พบทั้งหมด 5 ข้อความ และน้อยที่สุด คือ การใช้สำนวน (Proverbs) พบทั้งหมด 1 ข้อความ ซึ่งจากการศึกษาวิธีการใช้ภาษาทำให้เห็นว่าการเสนอภาพสตรีมักถูกเชื่อมโยงให้เกี่ยวข้องกับเรื่อง ความสวยความงามของผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ เช่น รูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ ฯลฯ รองลงมาจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะนิสัย และพฤติกรรมที่แสดงออก

**คำสำคัญ:** การใช้ภาษา, สตรี, นิตยสารบันเทิงไทย

<sup>1</sup> สาขาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา จังหวัด พะเยา 56000

<sup>1</sup> Thai department, School of liberal arts, University of Phayao, Phayao province 56000

\* Corresponding author e-mail: warunyong@gmail.com

## Abstract

This study aims to collect the language used to present Thai women in Thai magazines and to analyze language strategies to present Thai women in Thai magazines. The study focus on Thai magazines that were published during January 1st and December 31st 2016. The total is 112 copies. This research study analyzes the headlines that present Thai women.

The finding reveals that the most language strategies is Lexical Structure (44 utterances), follows by Mataphor (20 utterances), Modality (5 utterances) respectively. The lowest language strategy is Proverbs (1 utterances). The study of language strategies shown that the present of Thai women mostly linked to the beauty of women such as appearances and skin. This follow by personality, characteristic, and behavior.

**Keywords:** Language, Female, Thai magazines

## บทนำ

“เพศ” (Sex) หรือ “ความเป็นเพศ” (Gender) เป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างระหว่างผู้หญิง ผู้ชายเพราะนอกจากจะแสดงถึงความแตกต่างทางสรีระแล้วยังนำไปสู่ความแตกต่างในด้านอื่น ๆ อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นสติปัญญา ความสามารถ ความถนัด จิตใจ และอารมณ์ ด้วยความคิดที่ถูกปลูกฝังและหยั่งรากลึกมาอย่างยาวนานเรื่องความแตกต่างระหว่างผู้หญิง – ผู้ชาย ทำให้ความเชื่อที่ว่าธรรมชาติสร้างให้ผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอ ผู้หญิงเป็นเพศที่ไม่เหมาะกับการเป็นผู้นำ ผู้หญิงเป็นเพศที่ชอบใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล ทำให้เกิดการไม่ยอมรับให้ผู้หญิงเป็นผู้นำด้วยคุณสมบัติทางเพศที่ไม่เหมาะสม แต่กลับมีความเชื่อที่ว่าผู้หญิงต้องเป็นเพศที่ต้องอยู่บ้าน ดูแลครอบครัว รับผิดชอบเรื่องภายในบ้าน ดูแลลูกเท่านั้น แต่ทว่าในปัจจุบันสถานภาพและบทบาทของผู้หญิงเริ่มมีความเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดมากขึ้น ดังจะเห็นได้ว่า ผู้หญิงสมัยใหม่กลับกลายเป็นผู้ที่รับภาระทำงานนอกบ้าน มีการศึกษาและฐานะทางสังคมที่สูงขึ้น มีความคิดและการตัดสินใจที่เป็นเหตุและผลมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากที่ อมรา พงศาพิชญ์ (2546, หน้า 7) ได้กล่าวไว้ว่า สถานภาพและบทบาทสตรีไทยในสังคมไทยปัจจุบันนี้ พื้นที่ในสังคมของสตรีไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงภายในบ้านเท่านั้น แต่ยังขยายไปยังพื้นที่ภายนอกบ้านด้วย สตรีสมัยใหม่สามารถทำงานนอกบ้านเพื่อหารายได้จุนเจือครอบครัวร่วมกับบุรุษ เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะวิถีโลกและการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน ซึ่งส่งผลต่อเรื่องการศึกษาของสตรีที่เดิมเป็นการมองในลักษณะคงที่ แต่ปัจจุบันเริ่มมองในแง่ที่เป็นพลวัตหรือมีความเคลื่อนไหว มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์หรือบทบาทของสตรีในสังคมไทยปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลง การยอมรับในเรื่องของสิทธิมนุษยชน การให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมกันในสังคม ก็ทำให้เกิดการตั้งคำถามต่อความเชื่อเดิม ๆ ว่า เรายังคงมองผู้หญิงว่ามีสถานะด้อยกว่าผู้ชายอยู่เหมือนเดิมหรือไม่ ซึ่งจะนำไปสู่การหาคำตอบเพื่อนำมาอธิบาย ความคิดเรื่องสิทธิสตรีหรือสตรีนิยม (Feminism) ความคิดนี้จึงเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจและแพร่หลายไปทั่วโลก สิ่งเหล่านี้เองที่เป็นจุดที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างเห็นได้ชัด

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมา นำไปสู่การศึกษาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาเรื่องความเสมอภาคและความเท่าเทียมกันทางเพศระหว่างชายและหญิงว่าเป็นเรื่องที่มีอยู่จริงหรือไม่ ดังจะเห็นได้จากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับเพศสภาพ เช่น การศึกษาบทบาทของสตรีในหน้าหนังสือพิมพ์ (รัชยาพร นีรามาทรงสรรค์, 2559) การศึกษาภาษากับเพศทั้งเพศหญิงเพศชาย (นันทนา รัตนเกียรติ, 2531) การศึกษาการต่อรองทางเพศสภาพในนิตยสารผู้หญิงและผู้ชาย (มีโชค ราชภูรานิวต์, 2544) การวิเคราะห์เพศสภาพที่ปรากฏในภาษาโฆษณาในนิตยสารไทย (วรินทร เบญจศรี, 2548) แต่กลับพบว่าการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาในการเสนอภาพผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อบันเทิงไทยยังมีจำนวนไม่มากนัก แม้ว่าจะเป็นสื่อที่มีอิทธิพลและเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้แก่กันและกันอย่างกว้างขวาง เข้าถึงผู้รับสารได้อย่างรวดเร็วและหลากหลาย ครอบคลุมในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นชาวบ้านเมือง ชาวเศรษฐิกิจ ชาวอาชญากรรม ชาวกีฬา ชาวเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวดารานักแสดงหรือชาวนักร้องที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มคนในสังคมเป็นจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากการขยายตัวของสื่อสิ่งพิมพ์แนวนิตยสารบันเทิง โดยมากจะมุ่งนำเสนอข่าวสารในแวดวงบันเทิงเพื่อเกาะกระแสและตามติดความเคลื่อนไหวของชีวิตดารานักแสดง ซึ่งบางฉบับอาจจะมีการใช้คำที่ไม่เหมาะสมในการกล่าวถึงหรือการตั้งฉายา โดยเฉพาะการกล่าวถึงเพศหญิงที่มักจะมีแนวโน้มการใช้ภาษาส่อเสียดและล้อแหลมมากกว่าการนำเสนอข่าวสารหรือความเคลื่อนไหวเพียงอย่างเดียว เช่น “ไม่แคร์กระแสละครแบ๊ว ปูเช็กเต้าไม่เช็กเรตติ้ง” (นิตยสาร HOT No.86 ฉบับเดือนกันยายน) เป็นการกล่าวในทำนองว่า นางเอกละครช่อง 7 ปู ไปรยา สวนดอกไม้ ลุนเบิร์ก ไม่ห่วงเรื่องกระแสตอบรับเรื่องละครที่ตนเองแสดงว่าจะได้รับความนิยมหรือไม่แต่กลับห่วงเรื่องการแต่งกายที่ค่อนข้างส่อแหลมหรือน้อยชิ้น เผยให้เห็นเนื้อหนังผิวพรรณเพื่อไปโชว์ตัวตามงานต่าง ๆ มากกว่า หรือ “ร้อนฉ่ำ&มะลิฉ่ำ คุณนายเอมีมีมาเต็ม” (นิตยสาร HOTNo.86 ฉบับเดือนกันยายน) กล่าวถึงนางเอกสาวช่อง 7 เอมี กลิ้นประทุม เวลาออกงานโชว์ตัวต้องเน้นทรวดทรงหรืออวดลีลาของตนเอง โดยเฉพาะการดันหน้าอกให้เห็นชัดมากที่สุด เป็นต้น การนำเสนอภาพของสตรีที่ปรากฏในนิตยสารบันเทิงไทยจึงยังเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่า

สตรีเพศยังถูกจัดสถานภาพทางสังคมให้แตกต่างจากบุรุษเพศ ดังจะเห็นได้จากการแสดงออกทางภาษาที่ใช้เพื่อกล่าวถึงสตรี อันแสดงให้เห็นถึงความหยابคาย การกดขี่ และเหยียดหยามเสมือนเป็นเพียงวัตถุทางเพศผ่านการใช้ภาษาเท่านั้น

ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การศึกษาการใช้ภาษาในการเสนอภาพสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทยจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิเคราะห์แนวคิดและความหมายที่แท้จริง ตลอดจนความหมายแฝงจากการใช้ภาษาที่กล่าวถึงผู้หญิงที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารบันเทิงไทย เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาการใช้ภาษาในสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และการนำไปประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องต่อไป

### วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อรวบรวมการใช้ภาษาที่กล่าวถึงภาพเสนอของสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทย
2. เพื่อวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาที่กล่าวถึงภาพเสนอของสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทย

### ข้อตกลงเบื้องต้น

ผู้วิจัยจะรวบรวมข้อมูลจากนิตยสารบันเทิงไทย ชื่อ นิตยสาร ที่ดีพิมพ์และเผยแพร่ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 – 31 ธันวาคม 2559 โดยจะคัดเลือกเฉพาะข้อความพาดหัวที่กล่าวถึงสตรีจากนิตยสาร ดังต่อไปนี้

1. นิตยสารสตาร์พิคส์
2. นิตยสารภาพยนตร์บันเทิง
3. นิตยสารโลกดารา
4. นิตยสารดาราภาพยนตร์
5. นิตยสารเอนเตอร์เทน
6. นิตยสารทีวีพูล
7. นิตยสารฟิล์มแมกซ์
8. นิตยสารไบโอสโคป
9. นิตยสารสาระแนดารา
10. นิตยสาร Gossip star
11. นิตยสาร Daradaily
12. นิตยสาร Oops!
13. นิตยสาร Zubzjap

14. นิตยสาร Oho

15. นิตยสาร Hot

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ได้ทราบถึงการใช้ภาษาในการเสนอภาพสตรีในนิตยสารบันเทิงไทย
2. ได้ทราบถึงเนื้อหาและกลวิธีการเสนอภาพสตรีในนิตยสารบันเทิงไทย
3. ได้เผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสารหรือนำไปบูรณาการกับการเรียนการสอน

### **นิยามศัพท์เฉพาะ**

**การใช้ภาษา** หมายถึง การใช้ภาษาในการสื่อความหมายใดความหมายหนึ่งทั้งที่เป็นความหมายโดยนัยและความหมายโดยตรง หรือเป็นการใช้ภาษาที่ทำให้เกิดจินตภาพ ได้แก่ การใช้คำศัพท์ การใช้อุปสรรคณ์ การใช้สำนวน และการใช้ทัศนภาวะเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกหรืออารมณ์คล้อยตามไปกับข้อความ

**การเสนอภาพสตรี** หมายถึง การให้ความหมายเกี่ยวกับผู้หญิงหรือเพศหญิงจากสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เห็นเป็นรูปธรรมซึ่งแสดงออกโดยการใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมาย

**นิตยสารบันเทิงไทย** หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์ออกเผยแพร่ตามกำหนดเวลาหรือตามเวลาที่แน่นอนซึ่งจะเป็นการเผยแพร่เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในวงการบันเทิงของไทย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวที่ทำให้รู้สึกสนุกสนาน รื่นเริง หรือความเคลื่อนไหวของผู้ที่ทำงานในแวดวงโทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นนักแสดง นักร้อง หรือ ผู้จัดรายการที่มีการเผยแพร่และออกอากาศในประเทศไทย

### **วิธีการวิจัย**

#### **วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล**

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้าดังต่อไปนี้

1. เอกสารเกี่ยวกับภาษาและการใช้ภาษา
2. เอกสารเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร
3. เอกสารเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีและบทบาทสตรี
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### กำหนดวิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะรวบรวมข้อมูลจากนิตยสารบันเทิงไทยที่ตีพิมพ์และเผยแพร่ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 – 31 ธันวาคม 2559 โดยจะคัดเลือกเฉพาะข้อความพาดหัวที่กล่าวถึงสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทยที่มีการตีพิมพ์และจัดจำหน่ายเป็นรายเดือนอย่างต่อเนื่อง รวม 112 ฉบับ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การใช้ภาษาในการเสนอภาพสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทย ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูล ตามกรอบแนวคิดของชนกพร อังศุวิริยะ (2557) กลวิธีภาษาที่สำคัญ ได้แก่

1. โครงสร้างของคำศัพท์ (Lexical Structure) หมายถึง โครงสร้างคำศัพท์ที่เกี่ยวกับสตรี เช่น วิชาที่เรียน ความรู้ในครัวเรือน งานที่ปฏิบัติเกี่ยวกับความสวยงามละเอียดประณีต หน้าที่การงาน เรื่องเกี่ยวกับความสวย ความงาม ทั้งกิริยาท่าทางและรูปร่างหน้าตา ตลอดจนการกล่าวถึงสถานภาพทางสังคม

2. การใช้อุปมาอุปไมย (Mataphor) หมายถึง การใช้ความเปรียบเทียบโดยการนำของสองอย่างมาเปรียบเทียบเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นหรือเพื่อหลีกเลี่ยงอะไรบางอย่าง หรือเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น โดยจะถือเอาคุณสมบัติของสตรีเป็นสำคัญในการโยงกับการแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

3. การใช้สำนวน (Proverbs) หมายถึง ถ้อยคำที่อยู่ในความรับรู้ของคนทั่วไปในสังคม โดยทั่วไปเนื่องจากผ่านการใช้มาเป็นเวลานานซึ่งคนจะให้ความหมายของสำนวนได้ดีที่สุดเมื่อใช้สำนวนผ่านสถานการณ์ทางสังคม เพราะสามารถใช้สำนวนแสดงความหมายที่เปรียบนั้นได้โดยไม่ต้องอธิบาย ซึ่งในที่นี้จะเป็นสำนวนที่สามารถแสดงความเป็นสตรีได้อย่างชัดเจน

4. การใช้ทัศนภาวะ (Modality) หมายถึง การใช้ถ้อยคำบางอย่างที่แสดงความคิดของผู้พูดหรือผู้เขียนอย่างเป็นทางการเป็นเหตุเป็นผลถึงความเป็นไปได้ตามความคิด เช่น การแสดงความแน่ใจหรือไม่แน่ใจ ความชัดเจนหรือไม่ชัดเจน ความเป็นไปได้ ความจำเป็น การอนุญาต และการบังคับ เพราะเป็นแนวทางแสดงความเป็นเหตุเป็นผลที่สะท้อนความเป็นสตรีได้เป็นอย่างดี

## ผลการวิจัย

การศึกษากาการใช้ภาษาในการเสนาภาพสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทย เป็นการศึกษา โดยเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลจากนิตยสารบันเทิงไทยที่ดีพิมพ์และเผยแพร่ในช่วงระยะเวลา ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2559 รวม 112 ฉบับ ได้แก่ นิตยสารสตาร์พิคส์ ภาพยนตร์ บันเทิง โลกดารา ดาราภาพยนตร์ เอนเตอร์เทน ทีวี่พูล พิล์มแมกซ์ โบโฮสโคป สารแฉเนดารา Gossip star Daradaily Oops! Zubzip Oho และ Hot โดยผู้วิจัยจะคัดเลือกเฉพาะข้อความพาดหัว ที่กล่าวถึงสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทย พบจำนวนทั้งสิ้น 70 ข้อความ

### ตัวอย่างข้อความ

- “แอลลี่ พิมพ์บงกช” คว้านเต้าทะเลลัก อดโหมก่อนประกวดเวทีมิสยูนิเวิร์ส  
(29 มกราคม 2559)
- “ญาญ่าญี่ปุ่น” โซว์เสียวผ่าหน้า อดมะละลิ้น  
(29 มกราคม 2559)
- “ลิเดีย” โกยเต้าให้ชมอึ้ม ก่อนตั้งหน้าสละโสด  
(4 กุมภาพันธ์ 2559)
- เบิ้มเต็มเม็ดเต็มตุ้มทะเลลื้อ “เอมมี มรกต” วาบหวิวทะเลักบร่า  
(19 กุมภาพันธ์ 2559)
- ฟินไปลิ “น้ำฝน พัชรินทร์” โซว์เนินอึ้ม พอดิศำ  
(26 กุมภาพันธ์ 2559)
- มาแล้วจ้า... อกร่อง “ดาว พิมพ์ทอง” พร้อมเลิร์ฟ  
(3 พฤษภาคม 2559)
- หวิวเดินหน้า “แซมมี” ผงาดอึ้ม  
(4 พฤษภาคม 2559)
- “เจนี่” คว้านโซว์ร่องเต้า สบิมส์ขวนซี้ดตด  
(8 พฤษภาคม 2559)
- อึ้มเอิบ “มิน พีชญา” อดชชาลาเปาคู่อบเรียกแสงแฟลช  
(21 พฤษภาคม 2559)

จากข้อความพาดหัวที่กล่าวถึงสตรีในนิตยสารบันเทิงไทยทั้ง 70 ข้อความ ผู้วิจัย นำมาวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษา ตามกรอบแนวคิดของชนกพร อังศุวิริยะ (2557) ซึ่งได้ กำหนดกลวิธีการภาษาที่สำคัญ ไว้ดังนี้ 1) โครงสร้างของคำศัพท์ (Lexical Structure) 2) การใช้ อุปสรรคณ์ (Mataphor) 3) การใช้สำนวน (Proverbs) และ 4) การใช้ทัศนภาวะ (Modality)

### ผลการวิเคราะห์พบว่า

การใช้ข้อความที่มีการเสนอภาพสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทย จำนวน 70 ข้อความ แบ่งออกเป็นประเภทโครงสร้างของคำศัพท์ (Lexical Structure) จำนวน 44 ข้อความ ซึ่งเป็น จำนวนที่มากที่สุด รองลงมาเป็นการใช้อุปสรรคณ์ (Mataphor) จำนวน 20 ข้อความ ต่อมา เป็นการใช้ทัศนภาวะ (Modality) จำนวน 5 ข้อความ และน้อยที่สุด คือ การใช้สำนวน (Proverbs) จำนวน 1 ข้อความ โดยสามารถจำแนกผลการวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างของคำศัพท์ (Lexical Structure) พบทั้งหมด 44 ข้อความ ซึ่งเป็นจำนวน ที่มากที่สุด เช่น สะปืมไม้แพ้กัน “กระแต – กระต่าย” ฟีน้องบ๊ิกไซส์ (12 ตุลาคม 2559), ส่อง “จ๊ีบ ปกฉัตร” ออกแพบ... แต่ขอแซบ โนบราออกสื่อ (29 ตุลาคม 2559), “ชาว มาลากุล” มาเต็มอีกครั้ง อวดหุ่นอะร่าอรัม (4 พฤศจิกายน 2559), อวบอ้อม เซ็กซ์ ของดี ยี่ห้า “อ้อม” (28 พฤศจิกายน 2559), “มิน พีชญา” สุดเซ็กซ์โชว์เสื้อแหวกเว้ากับเรียวซา ชาวเนียน (8 ธันวาคม 2559), โชว์วงอ้อม “เก๋ กันยกร” หิวล้าหน้า (15 ธันวาคม 2559) ฯลฯ

พบคำศัพท์ที่แสดงความเป็นผู้หญิงและคำศัพท์ที่เกี่ยวกับความสวย ความงามของ ผู้หญิง โดยเฉพาะการกล่าวถึงเรื่องรูปร่างทรงตรงของผู้หญิง เช่น หน้าอก ขา บั้นท้าย ฯลฯ จำนวน 65 คำ ได้แก่ คำว่า 1) หน้าอก 2) ตุ่มตุ่ม 3) อ้อม 4) เอ็กซ์ 5) เซ็กซ์ 6) เต้า 7) ออก 8) ต่อมเสียว 9) เต้าทะเล็ก 10) หอบเต้า 11) เต่งตึง 12) ย้วย 13) โยงเต้า 14) เบ้ม 15) เต็มเม็ดเต็มตุ้ม 16) ทะลุเสื้อ 17) ทะลักบรา 18) เนินอ้อม 19) เนินครึ่งเต้า 20) อ้อมทะเล็ก 21) เต้าตึงเปรี๊ยะ 22) แจกอ้อม 23) ตูมเต่ง 24) บั้นท้ายงาม 25) อ้อมแอ้อลัน 26) ซิดเบียดแน่น 27) สะปืมส์ (สปีมส์) 28) ตุ่ม 29) เต่ง 30) ทะลักทรวง 31) ชาว 32) ชาวผอง 33) กลมกลึง 34) ตึงตึง 35) นำฟัด 36) ร่องเต้า 37) เต่งตึง 38) แน่นเปรี๊ยะ 39) ชาวเนียน 40) ขาอ่อน 41) อ้อมแน่น 42) ออกตุ้ม 43) ออกตึง 44) ออรวาขาว 45) ตุ่มต้าม 46) ขาเรียว 47) ออกไซส์ (ไม่) มินิ 48) เต่ง 49) ทะลุบรา 50) โชว์เต้า 51) ชาวจ๊ิวะ 52) อวบ 53) อวบอ้อม 54) บ๊ิกไซส์ 55) ออกแพบ 56) โนบรา 57) อะร่าอรัม 58) ของดี 59) เรียวซา 60) ชาวปริมอก 61) อวดโฉม 62) อลางฉาง 63) เซ็กซ์/Sexy 64) เบ๊ว 65) คาววอ๊ คำศัพท์ที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับ ความสวย ความงามของผู้หญิง ปรากฏทั้งที่เป็นคำนาม คำกริยา คำวิเศษณ์ คำสแลง



คำทับศัพท์ และวลี ความหมายโดยรวมต้องการกล่าวถึงลักษณะเฉพาะที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้หญิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่พบมากที่สุด คือ การกล่าวถึงเรื่องรูปร่างทรวดทรงของผู้หญิง ดังจะเห็นได้ว่า ปรากฏคำศัพท์ที่กล่าวถึงอวัยวะของผู้หญิงเป็นจำนวนมาก เช่น หน้าอก ขา บั้นท้าย ฯลฯ ทำให้ตระหนักได้ถึงนัยสำคัญบางอย่างที่แสดงออกมาจากข้อความ ซึ่งอาจสันนิษฐานได้ว่าผู้เขียนข่าวอาจเป็นเพศชายหรือไม่เพราะคำที่ปรากฏมักจะเป็นคำที่แสดงถึงอวัยวะของผู้หญิงที่สะดุดตาหรือเรียกร้องความสนใจจากเพศตรงข้ามหรือแสดงให้เห็นว่าค่านิยมการแต่งกายของผู้หญิงไทยในปัจจุบันเน้นไปที่การอวดเรือนร่างของตนเองเพราะอาจจะเป็นโอกาสในการออกสื่อหรือสร้างกระแสให้กับตัวเองได้มีผลงานหรือมีคนจดจำได้มากขึ้นนั่นเอง รองลงมาเป็นคำศัพท์ที่กล่าวถึงเรื่องหน้าตา ผิวพรรณ เช่น ขาว ขาวฟ่อง ขาวเนียน ออรัขาว ฯลฯ จนทำให้เกิดค่านิยมที่ว่า “ขาวคือสวย” ในสังคมไทย ตลอดจนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมเฉพาะตัว ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้เห็นได้ว่าเรื่องเกี่ยวกับความสวยงามนั้นเป็นส่วนสำคัญที่มักจะถูกนำมาเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้หญิงอย่างเลี่ยงไม่ได้

2. การใช้อุปมาอุปไมย (Metaphor) พบทั้งหมด 20 ข้อความ โดยใช้อุปมาอุปไมยเพื่อเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เห็นเป็นรูปธรรม เช่น การเปรียบเทียบรูปร่าง อวัยวะ (หน้าอก) รวมถึง หน้าตา ผิวพรรณ และพฤติกรรมที่แสดงออกมา โดยภาพรวมมักเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะดึงดูดเพศตรงข้ามเป็นหลัก ยกตัวอย่าง เช่น เปิดบั้นท้าย & เต้าเทอริโบ “เปิ้ล ไอร์ธ” แต่งตั้ง แม่นเปรี๊ยะ (15 พฤษภาคม 2559), “ปราง” อี้มกระฉอก (17 พฤษภาคม 2559), อี้มเคิบ “มิน พิชญญา” อวดซาลาเปาคู่อบเรียกแสงแฟลช (21 พฤษภาคม 2559), “ไบเตย” ได้ซาลง .. ทุ่งลั่นเล่นน้ำเรียกเรตติ้ง (18 มิถุนายน 2559) ฯลฯ

พบการใช้อุปมาอุปไมยที่แสดงความเป็นผู้หญิง จำนวน 23 อุปมาอุปไมย ได้แก่ คำว่า 1) มะลิสั้น 2) เมฆนมร้อน 3) ผิวเนียน 4) เต้าภูเขาไฟ 5) อี้มภูเขาไฟ 6) สะท้านทรวง 7) ยกภูเขาไฟ 8) เหว S 9) สะเต้าไล่ตั้ง 10) อกร่อง 11) เต้าเทอริโบ 12) อี้มกระฉอก 13) ซาลาเปาคู่อบ 14) หน้าเป๊ะ 15) สาวสองพันปี 16) มหาเทพย์ 17) โลกสะท้าน 18) ฆ่าตัวตาย 19) อี้มเกรต A 20) ยกโคมาทั้งฟาร์ม 21) ฟาร์มโค 22) ทุ่งเนื้อนมไซ้ 23) ซาลง การใช้อุปมาอุปไมยเพื่อเปรียบเทียบจากข้อมูลข้างต้น พบว่า เป็นการใช้อุปมาอุปไมยเพื่อเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เห็นเป็นรูปธรรมได้อย่างชัดเจนมากขึ้น โดยเฉพาะการเปรียบเทียบเกี่ยวกับรูปร่าง อวัยวะ (หน้าอก) ของผู้หญิงเป็นหลัก รวมถึงหน้าตา ผิวพรรณ และพฤติกรรมที่แสดงออกมา

ซึ่งโดยภาพรวมจะเห็นว่าการใช้อุปสรรคณ์ส่วนใหญ่มักเชื่อมโยงไปถึงคุณสมบัติภายนอก เป็นสำคัญ หรือเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะดึงดูดเพศตรงข้ามเป็นหลัก

3. การใช้ทัศนภาวะ (Modality) พบทั้งหมด 5 ข้อความ ล้วนเป็นข้อความที่มีการใช้ทัศนภาวะแสดงถึงความไม่แน่ใจ การตั้งคำถาม หรือ ความคิดเห็นส่วนตัวที่เพิ่มเติมเข้าไป ผู้เขียนมักจะแสดงออกในลักษณะ “การหยิกแกมหยอก” เพื่อรักษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำเสนอกับผู้ที่ถูกกล่าวถึง ยกตัวอย่าง เช่น “รถเมล์” อิ่มขึ้นมัยไปทำอะไรมา (5 กรกฎาคม 2559), ออกเป็นอก กันเป็นกัน “กระแด่” วางไม้ค์แล้วมาเอาดีทางเซ็กส์เออะ (10 กรกฎาคม 2559), วัดกันหุ่นต่อหุ่น “เจนี่ เจนิลา” “ติว อริสรา” ใครเป๊ะกว่ากัน (11 กรกฎาคม 2559) ฯลฯ

พบการใช้ทัศนภาวะที่แสดงความเป็นเหตุเป็นผลและความเป็นไปได้ ตลอดจนความไม่แน่ใจในข้อความดังกล่าว จึงแสดงให้เห็นว่าการเขียนข้อความพาดหัวในนิตยสารนั้น ผู้เขียนสามารถแสดงความคิดเห็นประกอบกับข้อเท็จจริงที่ต้องการนำเสนอได้ ซึ่งจะแตกต่างจากการเขียนข่าวที่จำเป็นต้องให้ข้อมูลที่เป็นจริงเสมอไม่สามารถเพิ่มเติมหรือแสดงความคิดเห็นส่วนตัวร่วมได้ แต่ในที่นี้จะเห็นว่าข้อข้อความที่เกิดการใช้ทัศนภาวะนั้นมีค่าที่บ่งบอกถึงความไม่แน่ใจ คำที่แสดงว่าเป็นการตั้งคำถาม หรือคำที่แสดงให้เห็นได้ชัดว่าเป็นความคิดเห็นส่วนตัวที่เพิ่มเติมเข้าไปซึ่งความหมายของข้อความอาจจะเป็นไปได้ด้านบวกหรือด้านลบก็ได้เพราะผู้เขียนมักจะเขียนในลักษณะที่ทำให้ผู้อ่าน อ่านแล้วรู้สึกว้า เหมือนเป็น “การหยิกแกมหยอก” คือไม่ทำให้ผู้ที่ถูกกล่าวถึงรู้สึกติดลบจนเกินไป แต่ก็ไม่สามารถกล่าวถึงเฉพาะด้านดีแต่เพียงด้านเดียวได้เช่นกัน จึงต้องนำเสนอให้มีลักษณะคล้ายกับการหยอกล้อกันด้วยคำพูดที่เป็นกันเองและความรู้สึกสนิทสนมเหมือนกับการสนทนากันในกลุ่มเพื่อน

4. การใช้สำนวน (Proverbs) พบทั้งหมด 1 ข้อความ เป็นกลวิธีการใช้ภาษาที่พบน้อยที่สุด คือ กระดั่งงานไฟ “คลาวเดีย จักรพันธ์” โชว์ความแซบ อดหุ่นในวัย 36 (21 กรกฎาคม 2559) ซึ่งเป็นสำนวนที่สะท้อนนัยสำคัญเกี่ยวกับผู้หญิงได้เป็นอย่างดี เพราะการใช้สำนวนดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการให้ความชื่นชมชื่นชอบว่าผู้หญิงอายุ 36 ปี ไม่น่าจะดูแลตัวเองให้สวยและดูดีได้เท่ากับบุคคลดังกล่าว แต่ทั้งนี้ก็แฝงนัยสำคัญที่แทรกอยู่ในความหมายของสำนวนด้วยว่ามักจะมีการแบ่งแยกกันอย่างชัดเจน ดังจะเห็นได้ว่า เราจะไม่ใช่คำว่ากระดั่งงานไฟกับหญิงสาววัยรุ่นหรือผู้หญิงที่ยังไม่ได้แต่งงาน แต่จะนำมาใช้เฉพาะกับผู้หญิงที่มีอายุและเคยผ่านการแต่งงานมาก่อน อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงภาพสะท้อนเรื่องหน้าที่ของภรรยาที่ต้องปรนนิบัติสามีซึ่งถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่สืบทอดต่อกันมาอย่างยาวนาน

ทั้งหมดที่กล่าวมาล้วนแต่สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมและพฤติกรรมของคนในสังคมอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะการสร้างค่านิยมเรื่องความสวยความงามของผู้หญิง การเป็นเพศที่ต้องปรนนิบัติผู้ชายที่เป็นสามีในฐานะภรรยาอย่างไม่ขาดตกบกพร่อง ตลอดจนการสร้างพฤติกรรม การเลียนแบบให้เกิดขึ้นในสังคม เช่น การศัลยกรรม การแต่งกาย ฯลฯ ที่อาจก่อให้เกิดเป็นภาพสังคมที่ไม่ถูกต้องเหมาะสมกับคนรุ่นหลังต่อไป

## อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การศึกษาการใช้ภาษาในการเสนอภาพสตรีจากนิตยสารบันเทิงไทย เกิดจากความสนใจในการใช้ภาษาของสื่อมวลชนต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลและช่องทางในการติดต่อสื่อสารอย่างกว้างขวางและทั่วถึง แต่กลับมีพฤติกรรมในการใช้สื่อเป็นเครื่องมือ โดยการนำเสนอข่าวด้วยความตลกคะนอง การใช้ภาษาไม่เหมาะสม หรือเป็นไปในทางล้อเสียดให้บุคคลที่ถูกกล่าวถึงนั้นได้รับความเสียหาย มากกว่าการนำเสนอข่าวสารหรือความเคลื่อนไหวแต่เพียงอย่างเดียว สอดคล้องกับที่ จันทนา ทองประยูร และมนวิภา วงจรูจีระ (2550, หน้า 148 – 160) ที่กล่าวถึงความแตกต่างของการเขียนข่าวในนิตยสารกับหนังสือพิมพ์เพราะหากเป็นการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์นั้นจะห้ามมิให้ใส่ความคิดเห็นลงไปข่าวอย่างเด็ดขาด ซึ่งแตกต่างจากข่าวในนิตยสารที่ผู้เขียนอาจมีแนวคิดต่อข่าวที่เกิดและสามารถแสดงจุดยืนของตนเองประกอบการเขียนข่าวได้ โดยการใช้ภาษาเชิงวิพากษ์นั่นเอง ด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นผลให้ข้อความพาดหัวข่าวในนิตยสารบันเทิงไทยที่กล่าวถึงการเสนอภาพสตรีพบคำศัพท์ที่แสดงความเป็นผู้หญิงได้อย่างชัดเจน ดังจะเห็นได้ว่าการขอความทั้ง 70 ข้อความจากผลการวิจัย พบว่า มีข้อความที่ปรากฏคำศัพท์ที่แสดงความเป็นผู้หญิงถึง 65 คำ โดยคำศัพท์ที่พบส่วนใหญ่เป็นคำศัพท์ที่กล่าวถึงเรื่องความสวยความงามของผู้หญิง ซึ่งจะสอดคล้องกับการศึกษาลักษณะภาษาโฆษณาสำหรับผู้หญิงในสื่อ นิตยสารของ วสลิภา รุมาคม (2546) ที่พบว่าการใช้ภาษาในการโฆษณาสำหรับผู้หญิงมักจะนำถ้อยคำที่สื่อถึงความสวยงามและลักษณะที่พึงปรารถนาเพื่อให้ผู้หญิงสนใจในโฆษณาและชักจูงให้ซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น แต่ในทางกลับกันก็พบว่าคำศัพท์ที่ถูกนำมาใช้กล่าวถึงผู้หญิงนั้น กลับมุ่งความสำคัญไปที่รูปร่างหน้าตา โดยเฉพาะหน้าอก ซึ่งเป็นอวัยวะที่บ่งบอกเพศของผู้หญิงเป็นจำนวนมาก อันเป็นการแสดงให้เห็นว่าปัจจุบันผู้หญิงมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องความคิดไปจากอดีตไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งกาย การแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น มีการแสดงความคิดเห็นและความเป็นตัวตนมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการแต่งกาย การเสริมความงาม การศัลยกรรม ฯลฯ แต่ถึงอย่างไรก็ตามจากผลการวิเคราะห์ที่พบก็ยังคงเน้นย้ำสำคัญเรื่องความไม่เท่าเทียมกันในสังคมระหว่างเพศหญิงและ

เพศชายให้เห็นอย่างชัดเจน เพราะการแสดงออกทางภาษาที่พบบนนั้นทำให้เห็นว่าผู้หญิงยังมีบทบาทเป็นเพียงภาพแทนเรื่องความสวยความงาม ความหมายเชิงอารมณ์หรือการเป็นเสมือนภาพแทนของวัตถุทางเพศ ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดสตรีนิยมที่นักวิชาการหลายท่าน เช่น ประสิทธิ์ แยมศรี (2548, หน้า 18) และ วันทนีย์ วาลิกะลิน (2543, หน้า 47) ได้สนับสนุนให้สตรีมีสิทธิความเสมอภาคเท่ากับผู้ชายในหลาย ๆ ด้าน เช่น เรื่องเพศ เรื่องการทำงาน เรื่องการมีสิทธิทางการเมือง และสิทธิทางการศึกษาเพื่อลดความแตกต่างและเพิ่มบทบาทให้กับสตรีมากขึ้น ไม่จำกัดเพียงแคบทบาทเดิม ๆ เช่น บทบาทภรรยา บทบาทมารดา หรือบทบาทของการเป็นวัตถุทางเพศให้ผู้ชายได้ชื่นชมดังเช่นที่ผ่านมา

### กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณคณะศิลปศาสตร์ ประจำปี พ.ศ. 2559 มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้อนุมัติงบประมาณสนับสนุนการทำวิจัยในครั้งนี้

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง หรือนำไปศึกษาวิเคราะห์แนวคิดตลอดจนความหมายที่แท้จริงของภาษาในการเสนอภาพสตรีในนิตยสารบันเทิงไทย

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่ายังมีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. การศึกษาการใช้ภาษาที่กล่าวถึงเพศชายในสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เพื่อจะให้เห็นถึงความเหมือนหรือความต่างในการใช้ภาษาเมื่อกล่าวถึงเพศชายกับเพศหญิง
2. การศึกษาแนวคิดสตรีนิยมจากการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับเพศหญิงของสื่อมวลชน เพื่อสนับสนุนการสร้างความเท่าเทียมกันทางสังคมให้เกิดขึ้นระหว่างเพศชายกับเพศหญิง

## เอกสารอ้างอิง

- กองบรรณาธิการบริษัทสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย. [นามแฝง]. (2559). นิตยสาร HOT No. 86 เดือนกันยายน. กรุงเทพฯ: มีดี ออล มีเดีย จำกัด.
- จันทนา ทองประยูร และมนวิภา วงรุจิระ. (2550). *การออกแบบและจัดหน้าสื่อสิ่งพิมพ์*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชนกพร อังศุวิริยะ. (2557). *กลวิธีภาษาแสดงความเป็นผู้หญิงในนิตยสารบันเทิงไทยระหว่างปีพ.ศ. 2499 – 2519*. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่. สงขลา.
- นันทนา รณเกียรติ. (2531). *ทัศนคติการตั้งชื่อเล่นสองพยางค์ของคนไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประสิทธิ์ แย้มศรี. (2548). *ภาพลักษณ์ของผู้หญิงไทยในเพลงลูกทุ่ง: ศึกษากรณีเพลงแนวคาเฟ่*. มหาสารคาม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มีโชค ราชภูรานิวัด. (2544). *การต่อรองทางเพศสภาพในนิตยสารผู้หญิงและผู้ชาย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัชยาพร นีรนาทรังสรรค์. (2559). *ประสิทธิภาพของกระบวนการสื่อสารเพื่อการศึกษาทางไกลระดับมัธยมศึกษาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในโครงการศึกษาสามัญด้วยระบบทางไกลผ่านดาวเทียม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรินทร์ เบญจศรี. (2548). *การวิเคราะห์เพศสภาพที่ปรากฏในภาษาโฆษณาในนิตยสารไทย*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วันทนีย์ วาลิกะสิน. (2543). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัลลิกา รุมาคม. (2546). *พฤติกรรมการอ่านหนังสือของนักศึกษา มหาวิทยาลัยปทุมธานี*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยปทุมธานี.
- อมรา พงศาพิชญ์. (2546). *เพศสถานะและเพศวิถีในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.