

กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสื่ออุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่ในนิตยสารกุลสตรี Linguistic Strategies for Conveying Modern Women Ideology in Kullastree Magazine

ปิยธิดา คงวิมล (Piyathida Kongwimol) *

วิมลมาศ ปุณชากุล (Wimonmas Paruchakul)

สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

Thai Language Department, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Prince of Songkhla University Pattani Campus, Pattani, Thailand

Corresponding author, e-mail: piyathida5959@gmail.com

Received: July 31, 2021, Revised: August 22, 2021, Accepted: September 13, 2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษากลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสื่อความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ที่ปรากฏในนิตยสารกุลสตรีในช่วงตั้งแต่ พ.ศ. 2530-2561 รวมทั้งสิ้น 84 ฉบับ ตามแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis หรือ CDA) ผลการศึกษาพบการใช้กลวิธีทางภาษาทั้งสิ้น 4 วิธี คือ 1) การเลือกใช้คำศัพท์ต่าง ๆ 2) การใช้อุปมาอุปไมย 3) การใช้สหพจน์ และ 4) การกล่าวอ้างข้อคิดเห็น ซึ่งกลวิธีทางภาษาต่าง ๆ ดังกล่าวได้ถ่ายทอดชุดความคิดเกี่ยวกับผู้หญิงสมัยใหม่ เช่น ผู้หญิงสมัยใหม่มีสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคในด้านการศึกษา การประกอบอาชีพ และความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ ผู้หญิงสมัยใหม่ต้องทำงานและมีรสนิยมและวิถีการดำเนินชีวิตที่ทันสมัย

คำสำคัญ: ผู้หญิงสมัยใหม่ วาทกรรม อุดมการณ์ กลวิธีทางภาษา นิตยสารกุลสตรี

Abstract

This article aimed to study the linguistic strategies used for conveying modern women ideology in 84 issues, published in Kullastree Magazine from 1987 to 2018, using a critical discourse analysis or CDA. The results revealed that 4 linguistic strategies were used: 1) choice of words, 2) metaphors, 3) intertextuality, and 4) claiming opinions. These strategies conveyed mindsets on modern women, such as having rights, freedoms, and equality in education, careers, and gender. This also included the mindset that modern woman must work as well as possess up-to-date tastes and ways of life.

Keywords: modern women, discourse, ideology, linguistic strategies, Kullastree Magazine

บทนำ

ในปี ค.ศ. 1949 ซีมอน เดอ โบวัวร์ เป็นนักเขียน นักปรัชญาและนักคิดทฤษฎีชาวฝรั่งเศสได้นำเสนอความคิดของผู้หญิงไว้ว่า "คนเราไม่ได้เกิดมาเป็นผู้หญิง หากแต่กลายมาเป็นผู้หญิง" (One is not born, but rather becomes, a woman) โดยย้ำว่า เหตุที่เราให้การอบรมเลี้ยงดูและปฏิบัติต่อเด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชายต่างกันนั้นมีบทบาทสำคัญยิ่งในการกำหนดสภาพแห่งความเป็นหญิง การออกคำสั่งให้ปฏิบัติตามโดยการแบ่งแยกกว่าเป็นผู้หญิงต้องทำตามแบบของผู้หญิงซึ่งตรงกันข้ามกับแบบของผู้ชาย วิธีปฏิบัติเหล่านี้เองที่หล่อหลอมให้ความแตกต่างนั้นหยั่งรากลึกลงไป นอกเหนือไปจากความแตกต่างทางสรีระธรรมชาติอันมีอยู่เดิม (Simone de Beauvoir, 1989)

งานเขียนและบทความหลาย ๆ เรื่องของซีโมน เดอ โบวัวร์ ยังได้กล่าวถึง "ความเป็นผู้หญิง" ในหลายรูปแบบ ซึ่งแบ่งออกเป็น ความเป็นผู้หญิงสมัยเก่า, ความเป็นผู้หญิงที่มีลักษณะผสมระหว่างเก่าและใหม่ และความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ ซึ่งความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่นี้ ผู้หญิงจะมีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง มีอิสระในการดำเนินชีวิตจากการเอารัดเอาเปรียบจากผู้ชาย และจากพันธนาการของค่านิยมเดิมๆ ในสังคม ไปสู่ความเป็นตัวเอง เป็นมนุษย์ที่เท่าเทียม ซึ่งโดยพื้นฐานแล้ว ผู้หญิงสมัยใหม่จะมีความคิด ค่านิยม และทัศนคติที่เป็นตัวของตัวเอง กล้าแสดงออกในสิ่งที่ตนต้องการและปฏิเสธสิ่งที่ไม่ต้องการได้ รวมทั้งการมีเสรีภาพเลือกที่จะมีหรือเป็นตามความปรารถนาและความสามารถของตน สร้างสรรค์คุณค่าให้ชีวิตส่วนตัวและการทำงาน (มิตรารมณ์ อยู่สุภาพร, 2541, น. 20) แนวคิดของซีโมนได้กระตุ้นให้เกิดความคิดและการเปลี่ยนแปลงบทบาทระหว่างเพศ เกิดความกระจ่างในการเข้าใจปัญหาของผู้หญิง ตลอดจนกระตุ้นให้เกิดแนวทางที่จะช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเพศที่อยู่ในทั้งสังคมตะวันตกและไทยด้วย และด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงจะนำความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่นี้มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อให้เข้ากับบริบทสังคมไทย และให้นิยาม "ความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่" หมายถึง ผู้หญิงที่สิทธิเสรีภาพ มีโอกาสทางการศึกษาและมีความก้าวหน้าในหน้าที่การทำงานที่ทัดเทียมกับผู้ชาย รวมทั้งการปรับวิถีชีวิตให้เท่าทันกับความเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่เสมอ

เป็นที่ทราบกันดีว่า ทศวรรษ 2530 เป็นยุคของการเติบโตครั้งใหญ่ทางเศรษฐกิจ เกิดความเฟื่องฟูทางเศรษฐกิจควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการผลิต ดังจะเห็นได้จากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของภาคอุตสาหกรรมจนสามารถสร้างผลผลิตได้เป็นอันดับหนึ่งแทนที่ภาคเกษตรกรรม การเติบโตทางเศรษฐกิจในทศวรรษ 2530 จึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการขับเคลื่อนทางสังคม (social mobility) ทำให้ผู้หญิงไทยมีโอกาสก้าวออกจากพื้นที่ในบ้านไปสู่พื้นที่แห่งการงานสาธารณะและยังรวมถึงการใช้ชีวิต (life style) และการบริโภคทางวัฒนธรรมที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของวาทกรรม ส่งผลให้เกิดการไหลเวียนไปมาในสังคมของวาทกรรมว่าด้วยเรื่อง สิทธิมนุษยชน และวาทกรรมเกี่ยวกับผู้หญิงสมัยใหม่ (เสนาะ เจริญพร, 2548, น. 4) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแวดวงสื่อสารมวลชนประเภทนิตยสาร

นิตยสาร (magazines) นับเป็นสื่อสารมวลชนประเภทหนึ่งที่มีบทบาทในการประกอบสร้างความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ผ่านภาษาและวาทกรรมต่าง ๆ นิตยสารถือว่าเป็นสื่อที่บันทึกเรื่องราวทางสังคม โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและสังคมไทยอย่างใกล้ชิด ดังจะเห็นได้จากการศึกษาความเป็นผู้หญิงในนิตยสารสตรีสาร (พ.ศ. 2491-2539) ของชนกพร อังศุวิริยะ (2551) ได้แสดงให้เห็นว่านิตยสารเป็นสื่อสาธารณะจึงเข้าถึงผู้หญิงจำนวนมาก การถ่ายทอดความคิด คำแนะนำ คำบอกกล่าวที่นิตยสารสื่อสารไปยังผู้อ่านย่อมส่งผลกับกระบวนการคิดและความเชื่อของผู้อ่าน จนนำไปสู่วิถีปฏิบัติที่เปลี่ยนแปลงตนเองตามข้อเสนอแนะ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทฤษฎีทางภาษาที่ใช้ในการนำเสนออุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่ (Modern Woman) เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับความคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่และเลือกนำนิตยสารกุลสตรีมาเป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้ โดยศึกษาตั้งแต่ พ.ศ.2530-2561 ผ่านแนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม (discourse) และการวิเคราะห์ตัวบท

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

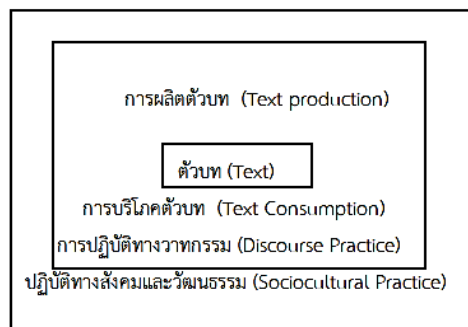
ศึกษากลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสื่ออุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่ในนิตยสารกุลสตรี

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม (Discourse) และการวิเคราะห์ตัวบท

ในบทความนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรมแนวทฤษฎีวิพากษ์ CDA (Critical Discourse Analysis) เป็นหลักในการวิเคราะห์ตามแนวคิดการวิเคราะห์วาทกรรมสื่อที่มีแก่นหลักเพื่ออธิบายว่า วาทกรรมเป็นผลผลิตของสังคม เช่นเดียวกับที่สังคมเป็นผลผลิตของวาทกรรม การแบ่งกรอบการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเช่นนี้มาจากพื้นฐานแนวคิดที่ว่า “ตัวบท” (text) ไม่สามารถจะถูกกระทำความเข้าใจได้โดยตัวของมันเองโดยลำพังแต่จำเป็นต้องเชื่อมสัมพันธ์กับส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการเกิดขึ้นของวาทกรรมด้วย

แฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) กล่าวถึง ‘Discourse’ หรือ ‘วาทกรรม’ ว่าหมายถึง ภาษาในฐานะที่เป็นกิจกรรมทางสังคมที่ถูกกำหนดโดยโครงสร้างทางสังคม (language as social practice determined by social structure) เหตุที่กล่าวเช่นนี้เพราะภาษาถือเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ปรากฏการณ์ทางภาษาที่เกิดขึ้นจึงจัดว่าเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมด้วย ดังนั้น คำว่า ‘วาทกรรม’ ในความหมายของแฟร์คลัฟ จึงมีความหมายกว้างกว่าแค่ตัวบท (text) เพราะหมายรวมถึงทั้งกระบวนการการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น ขณะที่ใช้ภาษาและการวิเคราะห์วาทกรรม (discourse analysis) จึงไม่ใช่แค่การวิเคราะห์ตัวบท (text analysis) เท่านั้น เพราะจะต้องพิจารณาไปถึงการผลิตและการรับตัวบทนั้น ๆ ตลอดจนปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมต่าง ๆ ด้วยที่มองว่าวาทกรรมเป็นสถานการณ์การสื่อสารที่มีองค์ประกอบ 3 มิติ คือ ตัวบท (text) วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (discourse practice) และวิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (sociocultural practice) ทั้ง 3 มิติมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน เนื่องจากการเลือกใช้ภาษาและการแสดงออกของคนในสังคมหนึ่ง ๆ นั้นจะถูกแวดล้อมด้วยปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ ค่านิยม หรืออุดมการณ์ ย่อมส่งอิทธิพลต่อขั้นตอนการผลิต ทำให้มีการเลือกใช้ภาษาและแสดงออกมาในรูปแบบเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อผลิตตัวบท และยังส่งอิทธิพลต่อขั้นตอนการตีความและการบริโภคตัวบทด้วย ฉะนั้น ตัวบทจึงไม่ใช่เป็นเพียงแค่ผลงานหรือผลผลิตที่เกิดจากการกระทำของผู้สร้างตัวบทนั้น ๆ แต่เพียงลำพังแต่ยังมีกระบวนการผลิตและบริโภค ตลอดจนปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมมาเกี่ยวข้องด้วย



ภาพที่ 1 กรอบการวิเคราะห์วาทกรรมตามแนวคิดของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995: p.59)

สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษามิติตัวบท (Text) ซึ่งแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) พบว่าการพิจารณาตัวบทเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อความคิดต่าง ๆ การวิเคราะห์ภาษาจะทำให้พบอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ในการวิเคราะห์จะพิจารณาโครงสร้างและองค์ประกอบของตัวบท (Fairclough, 1995 อ้างถึงใน ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, น.57) โดยพิจารณาการเลือกใช้คำศัพท์ต่าง ๆ และสหบท พร้อมกันนั้นยังจะได้วิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ตามแนวทางของพานโดจ์ (Van Dijk, 2008) ซึ่งเป็นแนวทางในการวิเคราะห์กลวิธีต่าง ๆ เช่น การใช้อุปลักษณ์ การใช้คำศัพท์ต่าง ๆ ไปพร้อมกันด้วย เพราะพานโดจ์มองว่าอุดมการณ์เป็นส่วนหนึ่งของระบบความคิดของมนุษย์ที่เชื่อมโยงวาทกรรมกับสังคมเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะในแง่อำนาจและการใช้อำนาจในสังคมและมีบทบาทที่สำคัญยิ่งในการตีความวาทกรรม ขณะที่วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวทางของแฟร์คลัฟ มองว่าอุดมการณ์เป็นส่วนหนึ่งของบทบาททางสังคมวัฒนธรรมที่แวดล้อมที่ส่งผลต่อการผลิต ทำให้มีการเลือกผลิตตัวบท หรือเลือกใช้ภาษาและแสดงออกมาในรูปแบบเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งและส่งผลต่อการตีความและการบริโภคตัวบท

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาอุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่ในนิตยสารกุลสตรี โดยศึกษาตั้งแต่ พ.ศ. 2530-2561 เป็นระยะเวลา 31 ปี รวมนิตยสาร 84 เล่ม (ม.ค. 2530- ต.ค.2558 นิตยสารออกเป็นรายปักษ์ และตั้งแต่ พ.ย. 2558-ธ.ค. 2561 ออกเป็นรายเดือน) ทั้งนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เนื้อหาในเล่มนิตยสาร ซึ่งจะแบ่งส่วนเนื้อหาได้ 4 ส่วนดังนี้ 1) บทบรรณาธิการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับผู้หญิงสมัยใหม่ 2) บทความที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงสมัยใหม่ประกอบด้วยเนื้อหาเรื่องครอบครัว อาชีพ การศึกษา 3) คอลัมน์สัมภาษณ์กุลสตรีที่มีบทบาทผู้หญิงสมัยใหม่ในด้าน ครอบครัว การทำงาน สิทธิเสรีภาพ และ 4) บทโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับกุลสตรีในบทบาทผู้หญิงสมัยใหม่ เช่น เครื่องสำอาง เครื่องแต่งกาย เครื่องใช้อุปโภคบริโภค (โดยไม่นับโฆษณาที่ซ้ำ) ทั้งนี้ข้อมูลด้านเนื้อหาจะนำมาวิเคราะห์อุดมการณ์ที่แฝงมาผ่านกลวิธีทางภาษา ผ่านแนวคิดเกี่ยวกับวาทกรรม (discourse) และการวิเคราะห์ตัวบท

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาแนวคิดวาทกรรมเชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis หรือ CDA) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่ งานวิจัยที่ใช้แนวคิดวาทกรรม/ วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์/ อุดมการณ์

2. เก็บรวบรวมข้อมูลเลือกจากนิตยสารกุลสตรี ในการศึกษาอุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่โดยเลือกศึกษาจากนิตยสารกุลสตรีตั้งแต่ พ.ศ.2530-2561 เป็นระยะเวลา 31 ปี รวม 84 เล่ม โดยมีข้อมูลของเนื้อหาในการวิเคราะห์ดังนี้

เนื้อหาที่วิเคราะห์	จำนวน
บทบรรณาธิการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับผู้หญิงสมัยใหม่	51 บท
บทความที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงสมัยใหม่	45 บทความ
คอลัมน์สัมภาษณ์กุลสตรีที่เป็นผู้หญิงสมัยใหม่	60 คอลัมน์
โฆษณาที่เกี่ยวข้องกับกุลสตรีในบทบาทผู้หญิงสมัยใหม่	520 โฆษณา

3. วิเคราะห์ข้อมูลอุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่ โดยใช้กรอบการวิเคราะห์ตัวบทตามแนวทางของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) และฟานไดก์ (Van Dijk, 2008) ในการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในนิตยสารกุลสตรี

4. เรียบเรียงและนำเสนอผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรมแนวทฤษฎีวาทกรรมหรือ CDA (Critical Discourse Analysis) เป็นหลักในการวิเคราะห์ พบว่ามีกลวิธีการใช้ภาษา 4 วิธี ที่ปรากฏและผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่องในนิตยสารกุลสตรี ซึ่งสื่ออุดมการณ์ความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่อย่างชัดเจน ดังนี้

1. **การเลือกใช้คำศัพท์** คือ การที่ผู้ผลิตนิตยสารกุลสตรีเลือกสรรคำมาใช้เพื่อสื่อความคิดและความรู้สึกที่จะทำให้ผู้รับสาร หรือผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งก่อให้เกิดการตอบสนองต่อพฤติกรรม สืบค้นนั้น ๆ ตามทฤษฎีของฮัลลiday (Halliday) ได้กล่าวไว้ว่า “Vocabulary or lexis is a major determinant of ideation of ideational structure.” กล่าวคือ “คำศัพท์เป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดโครงสร้างความคิดของผู้ใช้” (ชนกพร อังศุวิริยะ, 2551, น. 120) ดังนั้นจากการศึกษาการสื่ออุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่ในนิตยสารกุลสตรี ผู้วิจัยพบว่าผู้สร้างวาทกรรมหรือนิตยสารใช้กลวิธีในการเลือกใช้คำหรือกลุ่มคำ 3 รูปแบบ คือ การใช้คำที่มีความหมายแสดงการยืนยัน การใช้คำที่แสดงความรู้ความสามารถและการเลือกใช้คำศัพท์ที่แสดงพฤติกรรมหรือการกระทำ

ก) การใช้คำที่มีความหมายแสดงการยืนยัน

การใช้คำที่มีความหมายแสดงการยืนยันเป็นการเลือกใช้คำศัพท์ลักษณะหนึ่ง โดยการเลือกใช้คำที่แสดงให้เห็นว่าผู้ส่งสารเชื่อมั่นว่าผลลัพธ์จะต้องเป็นไปตามที่ผู้ส่งสาร (นิตยสาร) การใช้คำที่มีความหมายแสดงการยืนยันเป็น การแสดงความมั่นใจว่าสิ่งที่นิตยสารนำเสนอมีอำนาจกำหนดความเป็นไปในชีวิตของผู้รับสารและเป็นการแสดงอำนาจของผู้สร้างวาทกรรม (นิตยสารกุลสตรี) ชัดเจนที่แสดงให้เห็นว่าตนมีความรู้และสามารถที่จะล่วงรู้ความเป็นไปในอนาคตของผู้อ่านได้ ดังตัวอย่าง

จากตัวอย่างที่ 1-3 ผู้ส่งสารหรือนิตยสาร เลือกใช้คำแสดงการยืนยันพบคำว่า มั่นใจไม่มีใครไม่รู้จัก, มั่นใจว่า ชีวิตทำงานที่ก้าวหน้าแบบนี้...เพราะ, ถ้าไม่เปิดโอกาส...ก็ไม่มี, มั่นใจในตัวเอง, สามารถเลือกเส้นทางชีวิตได้ด้วยตนเอง, อยากรองอะไรใหม่ ๆ และมั่นใจในความสามารถด้านภาษา, มั่นใจ, ต้องได้, แน่นนอน, ได้ตั้งใจปรารถนา เพื่อยืนยันว่า หากผู้รับรับสารหรือผู้อ่านนิตยสาร ถ้าปฏิบัติตามคำแนะนำชีวิตจะประสบความสำเร็จเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ที่สังคมในการยอมรับ สิ่งทีนิตยสารพยายามจะสร้างให้ผู้หญิงเป็นผู้หญิงสมัยใหม่นั้น ผู้หญิงต้องมี

การศึกษา มั่นใจในตนเอง กล้าทำในสิ่งใหม่ ๆ และหากผู้อ่านเชื่อและปฏิบัติตามจะแสดงถึงพลังจากภาษา (text) จะผลต่อชีวิตของผู้อ่านอย่างแน่นอน ทั้งยังเป็นการยืนยันเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถและอำนาจของนิยายสารที่แสดงแก่ผู้อ่านได้

ข) การใช้คำที่แสดงความรู้ความสามารถ

การใช้คำที่แสดงถึงความสามารถของผู้หญิงในที่นี้คือ การใช้นามวลีเกี่ยวกับด้านการศึกษา ผู้หญิงมีการศึกษาที่สูงขึ้น หรือสามารถไปศึกษาต่อต่างประเทศได้ ทำให้ผู้หญิงสามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้นในด้านอาชีพ จะมีอาชีพและมีบทบาททางสังคมที่มีเกียรติได้รับการยอมรับของคนในสังคม ซึ่งในอดีตผู้หญิงยังถูกปิดโอกาสในด้านการศึกษา ทำให้หน้าที่การงานจึงทำได้เพียงไม่กี่อาชีพ ซึ่งถือเป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพความรู้ความสามารถของผู้หญิง เนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่ถูกมองว่าอ่อนแอ ทำอะไรได้ไม่เหมือนผู้ชาย และมีหน้าที่หลักคือการเลี้ยงลูกและปรนนิบัติสามีเท่านั้น

(ตัวอย่างที่ 1)

ดร.เพ็ญสุภา สุขคตะ การเรียนของคุณเพ็ญสุภาโดดเด่นมาตลอด สอบเอ็นทรานซ์เข้ามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะโบราณคดีเอกประวัติศาสตร์ศิลปะ จบการศึกษาและเริ่มทำงานเมื่ออายุเพียงยี่สิบปี ศึกษาต่อปริญญาโทที่คณะเดิมสาขาเดิม จากนั้นสอบชิงทุนรัฐบาลสวิส ไปเรียนที่มหาวิทยาลัยโลซานน์และรับปริญญาเอกเมื่อกลางปี' 40 ปัจจุบัน คุณเพ็ญสุภาทำงานด้านเอกสารจดหมายเหตุ เน้นประวัติศาสตร์วงศ์จักรีตั้งแต่สมัยรัชกาลที่สี่จนถึงองค์ปัจจุบัน ให้บริการนักศึกษา นักค้นคว้ามาค้นข้อมูลพงศาวดาร พระราชหัตถเลขา และสมุดภาพ ฯลฯ สังกัดห้องสมุดเฉพาะพระองค์ สำนักราชเลขาธิการ รวมเวลาทำงานที่นี้ก็สิบเอ็ดปีแล้ว นอกจากการเรียนที่ยอดเยี่ยมแล้ว คุณเพ็ญสุภา จบต็อกเตอร์ หมด ๆ ยังมีความสามารถพิเศษอีกหลายด้าน (บทสัมภาษณ์ “ดร.เพ็ญสุภา สุขคตะ”)

(กุลสตรี, ตุลาคม, ปักษ์แรก, 2540)

(ตัวอย่างที่ 2)

อารียา สิริโสภา ผู้หญิงสุด Perfect จบปริญญาตรีและโทจากสหรัฐอเมริกา เป็นผู้หญิงอีกหนึ่งคนที่มีความสวย ความสำเร็จและความเก่งรอบด้านคู่ควรกับหน้าที่เป็นอาจารย์พิเศษสอนนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ชั้นปีที่ 2 คณะนิเทศศาสตร์ คือ น้องป๊อปไปเป็นอาจารย์สอนม.กรุงเทพก็ดีคะ สนุกดี ได้ใช้ความรู้ที่เรียนมามาถ่ายทอดลูกศิษย์อย่างเหมาะสม (บทสัมภาษณ์ “ครูสาวคนเก่ง น้องป๊อป อารียา สิริโสภา”)

(กุลสตรี, ปักษ์แรก, กันยายน, 2538)

(ตัวอย่างที่ 3)

เพราะมีอะไรดี?...เคียงข้าง ชัยชนะจึงได้มาเคียงคู่ ไม่ว่าจะไปแข่งซีเกมส์ที่อินโดนีเซียก็กวาดเหรียญทองหรือตอนสอบเข้ามหาวิทยาลัย ดูหนังสือดีๆ สบายมาก คุณแม่อยู่ด้วยตลอดเวลาแล้วก็ต้องมีแบรนด ไวให้แจนเสมอเลยคะ” (โฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงร่างกาย)

(กุลสตรี, ปักษ์แรก, มิถุนายน 2536)

จากตัวอย่างที่ 1-3 จะเห็นการใช้คำศัพท์ที่แสดงความรู้ความสามารถของผู้หญิง ผู้เขียนใช้คำว่า สอบเอ็นทรานซ์เข้ามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะโบราณคดี เอกประวัติศาสตร์ศิลปะ, สอบชิงทุนรัฐบาลสวิสไปเรียนที่ มหาวิทยาลัยโลซานน์และรับปริญญาเอก ทำงานด้านเอกสารจดหมายเหตุ, จบด็อกเตอร์หมาด ๆ, มีความสามารถพิเศษอีกหลายด้าน, ผู้หญิงสุด Perfect, จบปริญญาโทจากสหรัฐอเมริกา, มีความสำเร็จและเก่งรอบด้าน, อาจารย์มหาวิทยาลัย, ชัยชนะจึงได้มาเคียงคู่, ไม่ว่าจะไปแข่งซีเกมส์ที่อินโดนีเซียก็กวาดเหรียญทอง, ตอนสอบเข้ามหาวิทยาลัย เพื่อแสดงให้เห็นว่าความสามารถของผู้หญิง และเมื่อผู้หญิงได้รับโอกาสทางการศึกษาที่สูงขึ้นสามารถเข้าเรียนมหาวิทยาลัยในคณะที่หลากหลาย หรือในคณะที่สมัยก่อนจำกัดให้เฉพาะผู้ชายเรียนเท่านั้น นอกจากนั้นยังสามารถเรียนจบระดับสูงสุดคือ ระดับปริญญาเอกได้อีกด้วย แตกต่างจากสมัยก่อนที่ผู้หญิงจะสามารถเรียนเฉพาะสาขาเพื่อประกอบอาชีพที่ให้เฉพาะผู้หญิงทำเท่านั้น เช่น ช่างเย็บผ้า พยาบาล ครู เลขาณูการ แต่ปัจจุบันเปิดกว้างให้ผู้หญิงทำอาชีพที่ได้รับการยอมรับในสังคมเท่าเทียมกับผู้ชาย เช่น ผู้พิพากษา หมอ วิศวกร เป็นต้น นอกจากนั้นยังพบการแสดงความสามารถในด้านการแข่งขันกีฬาที่ผู้หญิงชนะและได้เหรียญทองอีกด้วย

ค) การเลือกใช้คำศัพท์ที่แสดงพฤติกรรมหรือการกระทำ

การเลือกใช้คำศัพท์ที่แสดงพฤติกรรมหรือการกระทำ สิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาคในสังคมในด้านความคิด ค่านิยม และความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ เช่นตัวอย่าง

(ตัวอย่างที่ 1)

มีคนมองว่ามีภาพลักษณ์เป็น “ทอม” ในจุดนี้รู้สึกอย่างไร... แพร่วคิดว่สมัยนี้เปิดกว้างในเรื่องนี้ ผู้หญิงสามารถมีอิสระในด้านความรัก ไม่มีคำว่าถูกผิด มีแต่ความรักและอยากให้ดูที่ผลงานที่ทำมากกว่า (บทสัมภาษณ์ “จิรวรรณ สอมสะอาด แพรว V15”)

(กุลสตรี, ปักษ์หลัง, ตุลาคม, 2554)

(ตัวอย่างที่ 2)

ถ้าพูดถึงกลุ่ม LGBT คงไม่มีใครไม่รู้จัก เพราะทุกวันนี้สังคมโลกเราเปิดกว้างในเรื่องนี้กันมากขึ้น ไม่เหมือนอดีตที่เราจะไม่ยอมรับในเรื่องเพศสภาพที่ต่างออกไปจากชาย-หญิงสักเท่าไร อาจเพราะวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยมทางเพศ ที่ปลูกฝังเรามาตั้งแต่เด็ก ว่าในสังคมเรามีแค่เพศชายหรือหญิงเท่านั้น ผู้หญิงมีสิทธิเสรีภาพในการคบเพศเดียวกันสังคมเปิดรับมากขึ้น จากที่เมื่อก่อนต้องหลบ ๆ ไม่กล้าเปิดเผย (บทบรรณาธิการ)

(กุลสตรี, ปักษ์หลัง, สิงหาคม, 2561)

จากตัวอย่างที่ 1-2 จะเห็นการเลือกใช้คำศัพท์ที่แสดงพฤติกรรมหรือการกระทำ สิทธิเสรีภาพ และความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ คำว่า มีอิสระในด้านความรัก ไม่มีคำว่าถูกผิด มีแต่ความรัก, สิทธิเสรีภาพในการคบเพศเดียวกัน เพื่อแสดงให้เห็นถึงอุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่ ที่มีสิทธิเสรีภาพในเรื่องความรัก การคบเพศเดียวกัน หญิงรักหญิง ในอดีตการคบเพศเดียวกัน หรือหญิงรักหญิงยังถือเป็นเรื่องที่สังคมยังไม่ยอมรับ เพราะผู้หญิงยังติดกับบทบาทการเป็นแม่ให้กำเนิดลูก และเป็นภรรยาที่ปรนนิบัติสามี

2. การใช้อุปมาอุปไมย (metaphor)

แนวความคิดการใช้อุปมาอุปไมยของ เลคอฟและจอห์นสัน (Lakoff and Johnson, 1980) ที่ผู้วิจัยเลือกนำมาวิเคราะห์ความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ เพื่อแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิต หรือ นิติสารกุลสตรี ได้ใช้อุปมาอุปไมยเป็นเครื่องมือในการสร้างมุมมองและต่อยอดแนวคิดบางประการให้แก่ผู้บริโภค การใช้อุปมาอุปไมย คือ การเปรียบเทียบความเหมือนกันของสองสิ่งโดยเชื่อมโยงคุณลักษณะ เด่นของแบบเปรียบไปยังสิ่งที่ถูกเปรียบก่อให้เกิดการถ่ายโยงความรู้ที่เรามีต่อแบบเปรียบไปยังสิ่งที่ถูกเปรียบเพื่อให้เกิดความเข้าใจ จากการศึกษาพบใช้กลวิธีอุปมาอุปไมยโดยแฝงการถ่ายทอดอุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่

(ตัวอย่างที่ 1)

ดร.รุ่งทิพย์ โชตินภลัย เมื่อก่อนตัวเองเป็นคนบ้า บ้าทุกอย่าง แต่ชีวิตเปลี่ยนไปเพราะเจอเส้นทางธรรม ตลอดสองสามปีที่ผ่านมา เกิดความเครียดจากการทำงานประกอบชีวิตรักมันถึงทางตัน เป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิตร่างกายพัง จนตามลมหายใจไม่ทัน **ฉันต้องดูแลและปฏิบัติต่อร่างกายอย่างเคารพ เปรียบเช่นนักดนตรีปฏิบัติต่อเครื่องดนตรีของเขา** จนตอนนี้มองเห็นตัวเองให้เวลากับตัวเองกับครอบครัว เริ่มหาโอกาสทำประโยชน์ต่อคนอื่น (บทสัมภาษณ์ “หัวใจสีขาว ดร.รุ่งทิพย์ โชตินภลัย”) (กุลสตรี, ปักษ์หลัง, ธันวาคม, 2538)

(ตัวอย่างที่ 2)

หนทางสู่คำว่า จบดอกเตอร์ เหมือนชีวิตกำลังอยู่ท่ามกลางคลื่นลมแรง ฝ่าพายุลูกใหญ่ลูกแล้วลูกเหล่านี้อาจมาถึงปริญญาเอกได้สำเร็จ ไปเรียนเมืองนอกภาษาอังกฤษต้องดี แต่เราก็ดีแต่ไม่มาก พยายามจนสอบผ่านเกณฑ์พอติดพอดี (บทสัมภาษณ์ “ดอกเตอร์สุดแซ่บไม่แสบวิชา” ผศ.ดร.สุกัญญา สมไพบูลย์”) (กุลสตรี, ปักษ์หลัง, พฤษภาคม, 2559)

(ตัวอย่างที่ 3)

เพราะผู้หญิงเปรียบดังดอกกุหลาบ... Armand Basically Rose Glace มอบความรู้สึกสดชื่นในแบบผู้หญิงสาวผู้ทันสมัย ร่าเริง และอ่อนเยาว์ จากความหอมของแอปเปิ้ลเขียว เกรปฟรุต เลมอน ชินามอน แอมเบอร์ ไม้หอม และมัสก์คริสตัล ฝาชวด **บรรจุออกแบบเป็นดอกกุหลาบเหมือนผู้หญิงผู้งดงามทันสมัย** (กุลสตรี, ปักษ์แรก, กุมภาพันธ์, 2556)

จากตัวอย่างที่ 1-3 ผู้สร้างวาทกรรม คือนิติสารกุลสตรี ใช้กลวิธีอุปมาอุปไมยโดยเปรียบเทียบ **ฉันต้องดูแลและปฏิบัติต่อร่างกายอย่างเคารพ เปรียบเช่นนักดนตรีปฏิบัติต่อเครื่องดนตรีของเขา** แสดงภาพผู้หญิงสมัยใหม่ที่สามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิต รู้จักการดูแลร่างกาย จิตใจในยามที่เกิดปัญหา เช่นเดียวกับนักดนตรีที่ต้องทะนุถนอมดูแลเครื่องดนตรีของตนด้วยความเคารพเพื่อให้คงอยู่ในสภาพที่ดีและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ และเปรียบเทียบ **ดอกเตอร์ เหมือนชีวิตกำลังอยู่ท่ามกลางคลื่นลมแรง ฝ่าพายุลูกใหญ่ลูกแล้วลูกเหล่านี้อาจมาถึงปริญญาเอกได้สำเร็จ** เพราะต้องพบอุปสรรคไม่น้อยกว่าจะสำเร็จการศึกษา แสดงภาพผู้หญิงสมัยใหม่ที่เก่ง มีความอดทน มีการศึกษา มีคุณค่าในตัวเอง และมีความ

พยายามในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบความสำเร็จถึงแม้ว่าจะต้องผ่านความยากลำบากขนาดไหน แสดงภาพผู้หญิงที่มีพลังสร้างสรรค์คุณค่าให้แก่ชีวิตทั้งด้านชีวิตส่วนตัวและหน้าที่การงาน นอกจากนั้นยังพบการเปรียบเทียบ **ผู้หญิงทันสมัยเป็นดอกกุหลาบที่งดงาม** เพราะดอกกุหลาบเป็นดอกไม้ที่สะท้อนถึงความทันสมัย เลิศหรู งดงามแหลมของกุหลาบเปรียบเสมือนผู้หญิงที่มีความสามารถ ดูแลและปกป้องตนเองได้

3. การใช้สหพ

‘สหพ’ (Intertextuality) หมายถึง การที่มีตัวบทหนึ่งในการอ้างอิงหรือแทรกตัวบทอื่น ซึ่งส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบทที่กำลังกล่าวถึงและตัวบทอื่นที่อ้างอิงหรือแทรกเข้ามา สหพจะแทรกคำถามปัญหา และการแทรกข้อมูลทางวิทยาศาสตร์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ (Fairclough, 1992 อ้างถึงในศิริพร รักดีผาสุก, 2553, น. 100) ผู้วิจัยพบว่าในนิตยสารกุลสตรี มีการใช้สหพเพื่อนำเสนออุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่ด้วย เช่น

(ตัวอย่างที่ 1)

เรือแห่งทางเลือกและเสรีภาพของผู้หญิง **Women on Waves** คุณหมอและทีมงานล่องเรือไปน่านน้ำยุโรปและหยุดตามขอบน่านน้ำของประเทศที่เห็นการทำแท้งเป็นสิ่งผิดกฎหมาย เพื่อให้ผู้หญิงที่ต้องการทำแท้งอย่างถูกกฎหมายลงเรือเล็กมารับบริการอย่างถูกกฎหมายโดยมีเงื่อนไขว่าต้องมีอายุครรภ์ไม่เกิน 12 สัปดาห์ ซึ่งการให้บริการทำแท้งถูกกฎหมายที่เรือใหญ่ ซึ่งเรือลำนี้เป็นไปตามข้อกำหนดสากลที่ว่าหากเรืออยู่ห่างจากชายฝั่งของประเทศใดเกิน 12 ไมล์ ก็ให้บังคับใช้กฎหมายของเจ้าของเรือ (บทความ “Women on Waves”)

(กุลสตรี, ปักษ์หลัง, พฤษภาคม, 2560)

จากตัวอย่างที่ 1 ผู้สร้างวาทกรรมหรือนิตยสารได้สอดแทรกตัวบทขนาดสั้น คือคำว่า **“Women on Waves”** ซึ่งเป็นชื่อแคมเปญที่แพทย์หญิงรีเบก้า กอมเปอร์ท (Rebecca Gomperts) คิดขึ้นซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากการที่เธอเคยเป็นอาสาสมัครแพทย์ขณะแล่นเรือไปที่ทวีปอเมริกาใต้ ทำให้ได้พบผู้หญิงจำนวนมากที่ต้องบาดเจ็บและเสียชีวิตจากการยุติการตั้งครรภ์ที่ไม่ปลอดภัยและผิดกฎหมาย จึงเกิดแนวคิดที่อยากจะช่วยเหลือในเรื่องสิทธิอนามัยเจริญพันธุ์ของผู้หญิง และรณรงค์ให้เกิดการตระหนักถึงอันตรายจากการยุติการตั้งครรภ์ที่ไม่ปลอดภัยหรือการทำแท้งที่ผิดกฎหมาย โดยเห็นว่าควรเปลี่ยนแปลงกฎหมายเรื่องการทำแท้งสำหรับผู้หญิงเพื่อสิทธิมนุษยชน เพราะในแต่ละปีมีผู้หญิงทั่วโลกเสียชีวิตจากการยุติการตั้งครรภ์ที่ไม่ปลอดภัยหรือการทำแท้งที่ผิดกฎหมายมากกว่า 1 ล้านคนต่อปี

(ตัวอย่างที่ 2)

มิว นิษฐา จิรยั่งยืน กระตุ้นให้ตัวเองมีความสุขกับการทำงานอย่างไรคะ

มิวใช้**กฎแห่งแรงดึงดูด**ในการทำงานค่ะ คิดถึงสิ่งดี ๆ คนดี ๆ งานดี ๆ มันจะมีแรงดึงดูดคนดี ๆ สิ่งดี ๆ เข้ามา และเมื่อทำงานเราจะต้องสนุกกับการทำงานด้วย อย่างวันนี้นางามมิวก็คือถ่ายแบบนิตยสาร ซึ่งมิวก็นั่งสบาย แต่มิวไม่รู้สึกว่าเหนื่อยหรือไม่อยากจะทำเลย มิวรู้สึกสนุกด้วยซ้ำที่ได้มาเจอพี่ ๆ ทีมงานที่คุ้นเคยกัน มิวจึงไม่รู้สึเหมือนมาทำงาน แต่รู้สึกเหมือนมาถ่ายรูปเล่นมากกว่า (บทสัมภาษณ์ “มิว นิษฐา จิรยั่งยืน”)

(กุลสตรี, ปักษ์หลัง, ธันวาคม, 2558)

จากตัวอย่างที่ 2 ผู้สร้างวาทกรรมหรือนิยายสารได้สอดแทรกตัวบทย่อยเกี่ยวกับ **กฎแห่งแรงดึงดูด** (The Law of Attraction) เป็นหลักเกณฑ์ที่ได้รับอิทธิพลมาจากหนังสือที่มียอดขายสูงสุดทั่วโลกในปี พ.ศ. 2549 (ค.ศ. 2006) คือ เดอะซีเครต (The Secret) โดยผู้เขียนคือรอนดา เบิร์น (Rhonda Byrne) เสนอแนวคิดที่ว่าโลกมีแรงดึงดูด มนุษย์สามารถเป็นจุดศูนย์กลางของแรงดึงดูดได้โดยใช้ความคิดเป็นตัวกำหนดจากนั้นสมองของมนุษย์จะประมวลผลแล้ว ผลักดันให้เกิดแรงผลัก (การกระทำ) ที่จะดึงสิ่งนั้นเข้ามาสู่ตัวมนุษย์ แนวคิดนี้ถูกนำมาใช้สร้างแรงจูงใจในการทำงานเพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดเชิงบวก

(ตัวอย่างที่ 3)

วิวัฒนาการใหม่ เลมอนนีน ครีมทำความสะอาดมือโดยไม่ต้องใช้น้ำสำหรับสาวทันสมัย สาวทำงานที่ต้องการความคล่องตัวแต่ปลอดภัย ขจัดคราบสกปรกและกลิ่นทางอย่างได้ผล หอมสดชื่นด้วยกลิ่นผิวสัมผัส **สัมผัสสามผลนี้เป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจาก “เนเจอร์ล ซีทรีล” ที่สกัดจากผิวส้มแท้ 100% กลิ่นหอมสดชื่น ใช้ได้อย่างปลอดภัยและได้ผลตามประสิทธิภาพ โดยได้รับการรับรองจากนักวิทยาศาสตร์ในสหรัฐอเมริกา (โฆษณาผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด)**

(กุลสตรี, ปักษ์หลัง, มกราคม, 2534)

จากตัวอย่างที่ 3 จะเห็นว่าการใช้สทบทโดยการแทรกข้อมูลด้านการรับรองจากนักวิทยาศาสตร์ในสหรัฐอเมริกา กลวิธีดังกล่าวทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเชื่อถือ ยอมรับ และสามารถเชื่อผลิตภัณฑ์นี้ เพื่อให้สอดคล้องกับการเป็นผู้หญิงสมัยใหม่

4. การกล่าวอ้างข้อคิดเห็น

การกล่าวอ้างข้อคิดเห็น คือ การใช้ถ้อยคำที่แสดงความเชื่อ การตัดสินใจ การใช้ทัศนคติของผู้พูดหรือของผู้เขียน ซึ่งข้อคิดเห็นจะเป็นข้อคิดเห็นเพื่อชี้นำ เช่น

(ตัวอย่างที่ 1)

ถึงเวลาแล้วที่สังคมจำเป็นต้องยกระดับและเสริมศักยภาพสตรีในทุกมิติ **ควรมีโอกาสเพิ่มขึ้นในสังคม** ได้ผ่านการสำรวจความเห็นและความต้องการของผู้หญิง **อย่างแท้จริง** โจทย์ที่แก้ไขคือ จะทำอะไรให้ผู้หญิงเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับการลงทุน เพื่อพัฒนาอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ พึ่งพาตนเองได้ **ยอมนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและเชื่อว่าคุณค่าสตรี เท่ากับโอกาสที่ได้รับ** (บทสัมภาษณ์ ดร.ชนิษฐา กาญจนรังสีสินธ์ รองผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีแห่งชาติ)

(กุลสตรี, ปักษ์หลัง, พฤษภาคม, 2558)

(ตัวอย่างที่ 2)

มาลาลา ยูซาฟไซ พลังของเด็กหญิงคนหนึ่งที่ไม่เคยยอมแพ้และเรียกร้องสิทธิของการศึกษา การต่อสู้ที่ต้องแลกด้วยอันตรายเกือบชีวิต และความท้าทายมหาอำนาจและโหดร้ายอย่างกลุ่มตาลีบัน เพราะผู้หญิงทุกคน**ต้องได้รับความเท่าเทียมกับผู้ชาย** (บทความ FEATURE)

(กุลสตรี, ปักษ์หลัง , พฤษภาคม, 2559)

(ตัวอย่างที่ 3)

ผู้หญิงสมัยใหม่ส่วนใหญ่ทำงานประจำไปด้วยทำงานไปด้วยอาชีพเสริมที่มาแรงในขณะนี้คือ การเป็นสาวจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและยี่ห้อที่รู้จักกันดีเป็นที่นิยมแพร่หลายและเป็นบริษัทที่มียอดขายสูงที่สุดในขณะนี้ก็คือ มิสทีน ดังตัวอย่าง สุดาวดี อนุพรรณสว่าง คนทั้ง ๆ ที่ ครอบครัวมีฐานะดีมีแต่เธอก็ยังเลือกจะทำอาชีพเสริมเป็นสาวมิสทีน ชายมิสทีนเพราะเธอภูมิใจที่ได้ร่วมงานกับ มิสทีนเต็มเปี่ยมในคุณธรรมและความจริงใจ สร้างสรรค์เพื่อสังคม เช่น การรณรงค์เพื่อสิทธิสตรีไทยที่มีแต่เสียงชื่นชมและยกย่องให้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางมากขึ้นในสังคม (โฆษณา มิสทีน)

(กุลสตรี, ปักข์หลัง, พงศกัณณ, 2539)

จากตัวอย่างที่ 1-2 การกล่าวอ้างข้อคิดเห็น หรือแนะนำผู้ส่งสาร (นิตยสาร) ใช้คำว่าจำเป็นต้อง ควร อย่างแท้จริง ไม่เคยยอมแพ้ ต้องได้รับความเท่าเทียมกับผู้ชาย เป็นการสร้างอุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่ที่ต้องมีสิทธิเสรีภาพ การศึกษาให้เท่าเทียมผู้ชายแม้จะต้องแลกกับการต่อสู้และความโหดร้าย และในตัวอย่างที่ 3 พบคำว่าส่วนใหญ่ รู้จักอย่างกว้างขวาง เพื่อแสดงการยกย่องชื่นชมผู้หญิงที่ทำอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว แสดงให้เห็นศักยภาพในการทำงานของผู้หญิง

อภิปรายผลการวิจัย

การนำแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรมแนวทฤษฎีวาทกรรมหรือ CDA (Critical Discourse Analysis) มาเป็นหลักในการวิเคราะห์ศึกษานิตยสารกุลสตรีในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2530-2561 ผู้วิจัยพบว่ามีกววิธภาษาที่ใช้เพื่อสื่ออุดมการณ์ความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ 4 กลวิธี คือ 1) การเลือกใช้คำศัพท์ต่าง ๆ 2) การใช้อุปลักษณ์ 3) การใช้สัทพจน์ และ 4) การกล่าวอ้างข้อคิดเห็น

จากกลวิธีทางภาษาที่ศึกษา พบชุดความคิดในอุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่คือ **ผู้หญิงสมัยใหม่ มีสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาค** ในการเลือกที่จะเป็นสิ่งที่ตนปรารถนา มีความคิด ค่านิยม และทัศนคติที่เป็นตัวของตัวเอง เช่น การศึกษา การประกอบอาชีพ มีความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ ในฐานะที่ผู้หญิงเป็นมนุษย์เช่นเดียวกับผู้ชาย ผู้หญิงจึงเป็นปัจเจกชนที่ควรได้รับเสรีภาพบนพื้นฐานเดียวกันกับผู้ชาย และควรที่จะผลักดันผู้หญิงให้เข้าไปสู่พื้นที่สาธารณะ (public space) เปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้ เข้าไปมีบทบาทในสังคม และมีบทบาทในสถาบันต่างๆ ทางสังคม ทั้งการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ การศึกษา และการประกอบอาชีพ ผู้หญิงมีสิทธิและเสรีภาพที่จะทำและมีความสำคัญในหน้าที่เช่นเดียวกับผู้ชายในทุกด้าน เพราะฉะนั้นถ้าผู้หญิงอยากมีการศึกษาสูง ๆ สามารถเรียนในสาขาที่ผู้ชายเรียนได้ โดยไม่ได้มีข้อจำกัดว่าสาขานี้ให้เรียนเฉพาะเพศชายเท่านั้น การออกไปทำงานนอกบ้าน หรือปรารถนาที่จะประกอบอาชีพใดก็ตาม จึงไม่ควรถูกกีดกันเพราะความเป็นเพศหญิง ผู้หญิงควรที่จะได้รับการตัดสินใจเป็นบุคคลที่ความสามารถในการประกอบอาชีพได้เหมือนผู้ชาย รวมทั้งผู้หญิงควรที่จะสิทธิเท่าเทียมกับผู้ชายในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และทางกฎหมายตลอดจนควรมีความรับผิดชอบเท่าเทียมกันด้วยแนวนี้นี้ความเชื่อที่ว่าค่าความเสมอภาคระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย รวมทั้งการต่อสู้เพื่อให้ได้มาซึ่ง “อิสรภาพของสตรี” นั้นสามารถเกิดขึ้นได้ภายใต้กรอบสังคมที่เป็นอยู่ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และสังคม หรือระบบที่มีอยู่แต่อย่างใดและไม่ได้คิดว่าผู้หญิงทุกคนจะต้องได้รับการปลดปล่อยพร้อม ๆ กัน และยังเชื่อว่าการปลดปล่อยผู้หญิง

ก็เท่ากับเป็นการปลดปล่อยผู้ชายด้วย เพราะผู้หญิงสามารถทำงานของผู้ชายได้ รวมทั้งยังรับผิดชอบในการทำงานร่วมกันได้ เช่น ผู้หญิงช่วยผู้ชายหาเลี้ยงครอบครัว และ ผู้ชายช่วยงานบ้าน หรือ ช่วยแบ่งเบาภาระหน้าที่ในบ้านของผู้หญิง

นอกจากนั้นนิตยสารกุลสตรียังนำเสนอชุดความคิด **ผู้หญิงทำงาน (working woman)** ซึ่งเป็นผู้หญิงทันสมัยก้าวทันโลก เท้าทันเทคโนโลยี มีความรู้ มีการศึกษาที่สูงขึ้น สามารถทำงานได้หลายหลาก ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยมและบรรทัดฐานทางสังคมของคนแต่ละกลุ่มด้วยกลวิธีทางภาษา

นิตยสารกุลสตรีได้สร้างภาพตัวแทนของผู้หญิงโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งเป็นการนิยามตัวตนของผู้หญิงไทยให้เข้ากับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป เพราะปัจจุบันผู้หญิงไทยมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในสังคม นอกเหนือไปจากการเป็นแม่บ้าน นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา นิตยสารเริ่มมีการเสนอเรื่องราวการทำงานของผู้หญิง มีการเสนอข่าวการประชุมกลุ่มสตรี ภาพผู้หญิงทำงานที่ได้รับการยกย่อง การแจกรางวัลแก่สตรีดีเด่นสาขาต่าง ๆ เพื่อยกระดับ “ความสามารถของสตรี” และเป็นไปตามกระแสสังคมในช่วงนั้นที่เริ่มมีการพูดถึงสิทธิและความเท่าเทียมระหว่างหญิง-ชาย ภาพของผู้หญิงในนิตยสารจึงเป็นการนำเสนอภาพของผู้หญิงโดยการนำอัตลักษณ์ของผู้หญิงในสังคมตะวันตกที่ต้องทำงานนอกบ้านและดูแลบ้านไปพร้อม ๆ กัน ด้วยการสร้างภาพของผู้หญิงสมัยใหม่ (modern woman) รวมทั้งการนำเสนอการดำเนินชีวิตของผู้หญิงสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการมีสิทธิเสรีภาพที่เท่าเทียมกับผู้ชาย ได้รับการยอมรับในสังคมโดยจะเห็นได้จากการประกอบอาชีพที่หลากหลายขึ้น ทั้งระดับผู้บริหาร และอาชีพที่ในอดีตจำกัดไว้เฉพาะผู้ชาย สังคมยอมรับในความสามารถประกอบอาชีพหรือเรียนในสาขาที่เมื่อก่อนรับเฉพาะเพศชาย เช่น ทหาร นักบิน หนายความ หรือ วิศวกร เป็นต้น

ผู้หญิงสมัยใหม่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากผู้หญิงในอดีต เพราะนอกจากจะต้องเป็นสาวทันสมัยอย่างผู้หญิงตะวันตก มีการศึกษาหรือสามารถไปศึกษาต่อที่ต่างประเทศได้แล้ว ต้องมีบุคลิกที่คล่องแคล่ว มีความมั่นใจสูง เปี่ยมไปด้วยความรู้ ความสามารถแล้วยังต้องมีการบริโภคเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของ “ผู้หญิงสมัยใหม่” ให้กับตนเองอีกด้วย “ผู้หญิงสมัยใหม่” จึงเป็นภาพของผู้หญิงเก่งที่มีรูปแบบเฉพาะตัวต่างจากยุคอื่น ๆ กลายเป็นภาพอุดมคติและเป็นแบบ (model) ของผู้หญิงในสังคมภาพผู้หญิงสมัยใหม่ที่นิตยสารได้ประกอบสร้างขึ้น จึงเป็นต้นแบบให้ผู้หญิงหลายคนในสังคมยึดเอาเป็นแบบอย่าง และได้กลายเป็นภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่ และหลอมละลายตัวตนของแต่ละคนให้มีเพียงรูปแบบเดียว ผู้หญิงทำงานในวันนี้จึงเปลี่ยนไป ตัวตนของผู้หญิงสมัยใหม่ที่จะสะท้อนผ่านภาพของผู้หญิงสมัยใหม่ จึงเป็นเหมือนภาพตัวแทนที่สะท้อนถึงความต้องการหรือความคาดหวังของคนในสังคมต่อบทบาทใหม่ของผู้หญิงโดยมีปัจจัยเรื่องเศรษฐกิจการเมืองและวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เน้นการบริโภคมากขึ้นและพร้อมที่จะซื้อเพื่อความสุขและความพึงพอใจของตัวเอง เกิดการเลียนแบบและเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เป็นแบบผู้หญิงสมัยใหม่ หล่อหลอมกลายเป็นตัวตนของปัจเจก นิตยสารจึงมีส่วนอย่างมากในการชี้นำความคิดคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการตั้งใจหรือไม่ก็ตาม แต่สิ่งที่ผู้หญิงในสังคมตระหนักดีก็คือ เนื้อหาในนิตยสารเป็นสิ่งที่เชื่อถือได้ และเป็นคู่มือในการเข้าสังคม ถ้าใครอยากเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ ก็ต้องเป็นผู้หญิงในลักษณะเดียวกับในนิตยสาร จึงเป็นรูปแบบหนึ่งในการทำให้คนยอมรับและเพื่อไม่ให้รู้สึกแปลกแยกในสังคม เมื่อมีการเปิดรับสารและได้รับการตอกย้ำอยู่บ่อย ๆ รวมถึงสังคมรอบข้างและผู้คนในแวดลอม ย่อมส่งผลให้คิดว่านั้นเป็นสิ่งที่ดี หล่อหลอม ผิดซ้ำ และถ่ายทอดจนกลายเป็นอุดมการณ์และเกิดการและเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เป็นแบบผู้หญิงสมัยใหม่

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษากลวิธีทางภาษาในอุดมการณ์ผู้หญิงสมัยใหม่ในนิตยสารฉบับอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- ชนกพร อังศุวิริยะ. (2551). “ความเป็นหญิง” ในนิตยสารสตรีสาร (2491-2539): การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์. (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต). คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). วาทกรรมเชิงวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์: แนวคิดและการนำมาศึกษา วาทกรรมภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มิตรารมณ์ อยู่สถาพร. (2541). การสร้างความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ผ่านบทเพลงไทยสมัยนิยมระหว่างปี พ.ศ. 2527-2539. (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต). คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- เสนาะ เจริญพร. (2548). ผู้หญิงกับสังคมไทยยุคฟองสบู่. กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- ศิริพร ภักดีผาสุข. (2557). วาทกรรม “ความเป็นผู้หญิง” ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย: รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Beauvoir, S. D. (1989). *The second sex*. New york: Vintage Book.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: the critical study of language*. London: Longman.
- Lakoff, G, & Johnson, M. (1980). *Metaphor we live by*. Chicago: University Chicago.
- Van Dijk, T. A. (1995). Discourse semantics and ideology. *Discourse and Society*, 6(2), 243-289.
- Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Context a Socio-cognitive: Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.