

เพศ-ภาษา: การสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศสภาวะ  
ผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทย

Gender-Discourse: Ideology on gender represented by linguistic  
strategies in public discourse of Thai language

วิสันต์ สุขวิสิทธิ์<sup>1</sup>

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นบทความวิชาการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประมวลผลการศึกษาด้านกลวิธีทางภาษาที่ใช้เพื่อสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศสภาวะจากงานวิจัยต่างๆ ที่ศึกษาประเด็นดังกล่าวในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทยตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ จำนวน 5 เรื่อง ผลการศึกษางานวิจัยดังกล่าวพบกลวิธีทางภาษาซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 4 ระดับ ได้แก่ กลวิธีทางภาษาระดับคำ กลวิธีทางภาษาระดับประโยค กลวิธีทางภาษาระดับวัจนปฏิบัติศาสตร์ และกลวิธีทางภาษาระดับปริจเฉท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาษาต่างๆ ระดับนั้นสามารถประกอบสร้างหรือตอกย้ำความคิดเกี่ยวกับเพศสภาวะสู่ผู้อ่านและสังคมได้ นอกจากนี้ ยังพบว่า กลวิธีทางภาษาบางประการอาจมีส่วนสัมพันธ์กับบริบทที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตวาทกรรม อันได้แก่ ประเภทของวาทกรรมและผู้รับสารอีกด้วย

Abstract

This is an academic article which aims at compiling the studies on linguistic strategies used to convey the concept of gender from different research in public discourse of Thai language. Based on the Critical Discourse Analysis, the study was carried out in 5 publications. The results showed that linguistic strategies could be classified into 4 levels: lexical level, syntactic level, pragmatic level, and discourse level. It is clearly shown that all classes of language compose or insist on the concept of gender and it is conveyed to the readers and the society. Moreover, some linguistic strategies are related to the procedural context of discourse production such as types of discourse and receivers.

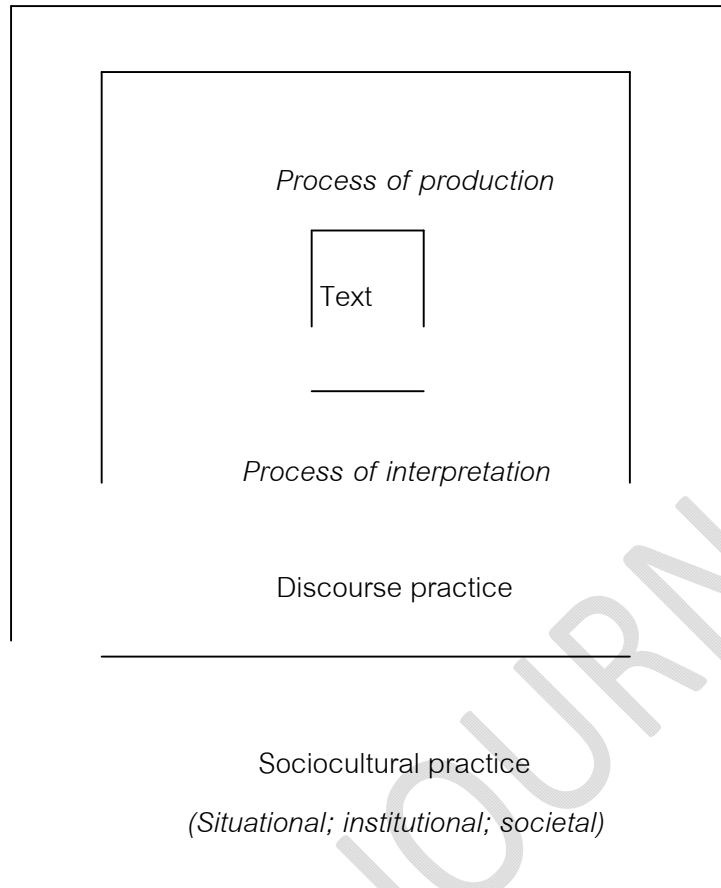
<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

## เพศสภาวะกับวาทกรรมและภาษา

Sex หรือที่ในภาษาไทยบัญญัติว่า “เพศสรีระ” นั้นเป็นคำศัพท์ที่มุ่งเน้นถึงการจัดจำแนกหญิงชายตามลักษณะทางกายภาพและชีวภาพ ซึ่งต่างจากคำว่า Gender หรือ “เพศสภาวะ” ที่กล่าวถึงเพศในแง่ของการประกอบสร้างทางสังคม บาร์เกอร์ (Barger, 2008: 480) กล่าวว่า เพศสภาวะนั้นเป็นเรื่องของการประกอบสร้างความเป็น “ผู้หญิง” และความเป็น “ผู้ชาย” ในสังคม รวมถึงการแสดงบทบาทอัตลักษณ์ของ “ผู้หญิง” และ “ผู้ชาย” ผู้สังคม แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับเวสต์และซิมเมอร์แมน (West and Zimmerman, 1987) ที่กล่าวว่า เพศสภาวะมิใช่สิ่งที่ติดตัวเรามาตั้งแต่กำเนิด และมีใช้สิ่งที่เรามีอยู่ แต่เป็นสิ่งที่เรากระทำหรือแสดงออก ด้วยเหตุนี้ตามแนวคิดดังกล่าว ถึงแม้มนุษย์จะถือกำเนิดมา มีสรีระเป็นหญิงหรือเป็นชาย แต่ก็มีได้หมายความว่าผู้นั้นจะมีเพศสภาวะดังเช่นสรีระที่ปรากฏ เพศสภาวะของผู้นั้นจะค่อยๆ ถูกหล่อหลอมผ่านสถาบันทางสังคมต่างๆ เช่น สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา รวมถึงสถาบันสื่อมวลชน จนทำให้ผู้นั้นมีลักษณะที่เหมาะสมตามเพศของตนตามที่สังคมคาดหวัง

นับตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 1970 เป็นต้นมา มีนักวิจัยหลายท่านที่สนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศสภาวะกับวาทกรรมในสาขาวิชาต่างๆ กันอย่างกว้างขวาง เช่น ด้านมานุษยวิทยา ปรัชญา จิตวิทยา ภาษาศาสตร์ วรรณคดี นิเทศศาสตร์และการสื่อสาร ในช่วงเวลานี้ นักวิจัยต่างสนใจศึกษาภาษาในฐานะที่เป็นสิ่งสำคัญในการควบคุมและการจัดการการแสดงออกเกี่ยวกับเพศสภาวะด้านต่างๆ ของสมาชิกในสังคม (West, Lazer and Framarae, 1997)

ต่อมาแฟร์คลอฟ (Fairclough, 1989) ได้เสนอแนวการวิเคราะห์วาทกรรมที่ชื่อว่า วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis – CDA) โดยนำแนวคิดของฟูโกต์ที่เห็นว่า วาทกรรมนั้นเป็นระบบและกระบวนการในการสร้าง/ผลิต (constitute) เอกลักษณ์ (identity) และความหมาย (significance) ให้แก่สรรพสิ่งต่างๆ ในสังคมที่ห่อหุ้มเราอยู่ ทั้งความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของเราเอง (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร, 2543: 3-4) และขยายความว่า ภาษานั้นเองที่เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างหรือผลิตเอกลักษณ์และความหมายให้แก่สรรพสิ่ง นอกจากนี้ แฟร์คลอฟยังได้เสนอแผนภาพเพื่ออธิบายวาทกรรมโดยเชื่อมโยงการใช้ภาษาเข้ากับกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับเงื่อนไขทางสังคม ดังต่อไปนี้



### แผนภาพที่ 1 กรอบมิติทั้งสามของวาทกรรม (Fairclough, 1995: 98)

จากแผนภาพข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ตามความคิดของแฟร์คลอฟ ตัวบทหรือภาษา (Text) นั้นเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของวาทกรรมโดยมีบริบททางสังคมและวัฒนธรรมประกอบอยู่ด้วย อันได้แก่ วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice) ซึ่งหมายถึง กระบวนการผลิตและกระจายตัวบทและกระบวนการบริโภคนิยมและตีความตัวบทที่เกิดขึ้น และวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural practice) ซึ่งหมายถึง ปัจจัยหรือบริบททางสังคมและวัฒนธรรมต่างๆ ที่มีผลต่อกระบวนการผลิตและกระบวนการตีความตัวบทและส่งผลต่อไปยังตัวบทหรือภาษาที่ใช้สื่อสาร

จากแนวคิดดังกล่าว ภาษาจึงมิใช่เป็นเพียงผลที่เกิดจากกระบวนการทางสังคมเท่านั้น แต่อาจกล่าวได้ว่า ภาษาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางสังคม ดังจะเห็นว่า ทุกครั้งที่ใช้ภาษา เราต้องใช้ตามวิถีทางที่สังคมกำหนดและในขณะเดียวกันการใช้ภาษาแต่ละครั้งก็ส่งผลกระทบต่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างเรากับ สิ่งอื่นในสังคมด้วย เช่น การเลือกใช้คำสรรพนามในภาษาไทยที่ผู้พูดจำเป็นต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมตามที่สังคมกำหนด และขณะเดียวกันเมื่อผู้พูดเลือกใช้คำสรรพนามนั้นก็เป็นการแสดงถึง

ความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้พูดกับผู้ฟังด้วยเช่นกัน จึงอาจกล่าวได้ว่า ภาษานั้นเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดและต่อยอด ชุมความคิดต่างๆ ให้ดำรงอยู่ต่อไปในสังคม ดังนั้นหากวาทกรรมใดสามารถเข้าถึง (access) ผู้รับสารและสังคมได้มาก ก็ยิ่งมีผลต่อการถ่ายทอดและต่อยอดความคิดต่างๆ ที่ประกอบอยู่ในวาทกรรมนั้นไปสู่สังคมได้มากยิ่งขึ้นเช่นกัน รวมถึงความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะซึ่งเป็นสิ่งที่สังคมประกอบสร้างขึ้นนั้นจึงสามารถถ่ายทอดไปสู่สังคมผ่านภาษาซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของวาทกรรม

ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จึงเป็นงานวิจัยที่มีผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงพลังของภาษาที่สามารถประกอบสร้าง สื่อและต่อยอดความคิดต่างๆ รวมถึงความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะ เช่น ผู้หญิงเป็นผู้อ่อนแอ ผู้ชายเป็นทำงานหาเลี้ยงครอบครัว หรือการเป็นเกย์เป็นสิ่งผิดไปสู่สังคม

จากการศึกษางานวิจัยที่ศึกษาการสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทยตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ พบว่า งานวิจัยต่างๆ ได้ศึกษาพบกลวิธีทางภาษาที่หลากหลาย เช่น การเลือกใช้คำศัพท์ การเลือกใช้ประโยคบางประเภท การใช้มูลบท และการสร้างสหพจน์เป็นที่น่าสนใจว่า กลวิธีทางภาษาต่างๆ ที่งานวิจัยในกลุ่มนี้พบว่า สามารถถ่ายทอดและต่อยอดความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทยได้นั้นประกอบด้วยกลวิธีประเภทใดบ้าง และกลวิธีเหล่านั้นสามารถประกอบสร้างคิดเกี่ยวกับเพศไปสู่สังคมได้อย่างไร ซึ่งจะช่วยให้เห็นพลังของภาษาที่ใช้สื่อสารในสังคมในอีกแง่มุมหนึ่งมากขึ้น

## 1. ภาษา: เครื่องมือสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะ

จากการสำรวจงานวิจัยที่ศึกษาการสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทยตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ พบงานวิจัยทั้งสิ้นจำนวน 5 เรื่อง ได้แก่ งานวิจัยของชนกพร อังศุวิริยะ (2551) ซึ่งศึกษาการสื่อความคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้หญิงในบทความแสดงทัศนะในนิตยสารสตรีสารตั้งแต่ปี พ.ศ.2491 – 2539 งานของธีระ นุชบกแก้ว (2553) ซึ่งศึกษาการนำเสนออัตลักษณ์ของเกย์หรือชายรักชายในบทความและคอลัมน์จากเว็บไซต์ “เกย์ออนไลน์” งานของวุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2553) ซึ่งศึกษาการสื่อความคิดเกี่ยวกับความเป็นชายในโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารสำหรับผู้ชาย งานของศิริพร ภัคดีผาสุข (2553) ซึ่งศึกษาการสื่อความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงในบทความแนะนำวิธีการ (How to) และโฆษณาสินค้าและบริการในนิตยสารสุขภาพและความงาม และงานของวิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2554) ซึ่งศึกษาการสื่อความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงและความเป็นชายที่ปรากฏในหนังสือเรียนวิชาภาษาไทยระดับประถมศึกษา

งานวิจัยเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า วาทกรรมสาธารณะทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ บทความและคอลัมน์ใน นิตยสารและวารสาร บทความและคอลัมน์ในเว็บไซต์ โฆษณาในนิตยสาร และหนังสือเรียนนั้นต่างเป็น วาทกรรมที่ประกอบด้วยกลวิธีทางภาษาที่สื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะ อันได้แก่ อัตลักษณ์ความเป็น หญิง ความเป็นชาย และความเป็นชายรักชายหรือเกย์ไปสู่สังคม

กลวิธีทางภาษาที่สื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะไปสู่สังคมในวาทกรรมสาธารณะเหล่านี้สามารถ จำแนกได้เป็น 4 ระดับ ได้แก่ กลวิธีทางภาษาระดับคำ กลวิธีทางภาษาระดับประโยค กลวิธีทาง ภาษาระดับวัจนปฏิบัติศาสตร์ และกลวิธีทางภาษาระดับปริจเฉท ดังรายละเอียดต่อไปนี้

## 2.1 กลวิธีทางภาษาระดับคำ: เพศภาวะที่สื่อผ่านความหมายประจำรูป

กลวิธีทางภาษาระดับแรกในงานวิจัยทั้ง 5 เรื่องดังกล่าวพบว่า สามารถสื่อความคิดเกี่ยวกับ เพศภาวะในวาทกรรมสาธารณะประเภทต่างๆ ได้นั้นคือ กลวิธีทางภาษาในระดับคำ กลวิธีทาง ภาษาระดับนี้เป็นการใช้คำและกลุ่มคำเพื่อสื่อความหมายตามความหมายประจำรูปของคำหรือกลุ่มคำนั้น ซึ่งความหมายที่สื่อมานี้เองจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบสร้าง สื่อ หรือต่อยอดความคิดเกี่ยวกับ เพศภาวะต่างๆ ไปสู่ผู้อ่านรวมถึงสังคม

จากการศึกษางานวิจัยข้างต้นสามารถสรุปกลวิธีทางภาษาในระดับคำที่ใช้เพื่อสื่อความคิด เกี่ยวกับเพศภาวะได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

### 2.1.1 การเลือกใช้คำหรือกลุ่มคำคู่กันกับคำศัพท์อื่น

กลวิธีทางภาษาระดับคำลักษณะนี้เป็นกลวิธีที่พบในงานวิจัยทั้ง 5 เรื่องข้างต้น ผู้วิจัย ต่างวิเคราะห์เห็นว่า ตัวบทนั้นมีการเลือกใช้คำหรือกลุ่มคำบางกลุ่มความหมายร่วมกับคำที่หมายถึงผู้หญิง ผู้ชาย และกลุ่มชายรักชายหรือเกย์ คำศัพท์ที่เลือกใช้เหล่านี้จะสื่อความหมายที่ประกอบสร้าง สื่อ หรือต่อยอดความคิดที่ทำให้ผู้อ่านเห็นว่า กลุ่มบุคคลที่มีเพศสรีระ (Sex) หรือ เพศวิถี (Sexuality) ที่แตกต่างกัน นั้นมีลักษณะ อารมณ์ หรือความคิดที่เฉพาะแตกต่างกัน หรืออาจกล่าวได้ว่ามีเพศภาวะเฉพาะที่แตกต่าง กันนั่นเอง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- (1) เพราะผู้หญิงไม่ได้ร้องไห้เพราะเศร้าโศกเสียใจอย่างเดียว ดีใจเธอก็ร้อง ตื่นเต้นเธอ ก็ร้อง กลัวก็ร้อง โกรธก็ร้อง กลุ่มก็ร้อง สงสารก็ร้อง ตื่นตันใจก็ร้อง บางครั้งก็ร้อง

เพื่อผลประโยชน์อะไรสักอย่าง แต่บางทีก็ร้องผิดไป บางทีตัวเองก็ไม่รู้ว่าตัวร้องให้  
ทำไม แต่ก็ยังโกรธที่ผู้ชายไม่รู้ เธอต้องการให้ผู้ชายรู้และหาวิธีทำให้เธอหยุดร้องด้วย

(สตรีสาร, 7 เมษายน 2511 อ้างถึงใน ชนกพร อังศิริวิยะ, 2551: 124)

(2) *Ban for Men: Hero* สำหรับลูกผู้ชายมาดเข้มเต็มตัวพกความมั่นใจมาเต็ม  
เปี่ยม!...

(FHM, พฤษภาคม 2552 อ้างถึงใน วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ, 2553: 81)

(3) จดหมายจากผู้อ่านท่านหนึ่งเล่าให้ฟังว่า รู้ตัวว่าเป็นเกย์มาตั้งนานแล้ว แต่ยังไม่กล้า  
จะบอกที่บ้าน และแม้จะไม่ได้รู้สึกผิดหรือรู้สึกรังเกียจสิ่งที่เป็น แต่ก็ยังกลัวที่บ้านจะ  
รับไม่ได้

(พี่น้องท้องไม่ชนกัน, 2549 อ้างถึงใน ธีระ บุชบกแก้ว, 2553: 35)

จากตัวอย่างที่ปรากฏในงานวิจัยต่างๆ ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า คำหรือกลุ่มคำที่เลือกใช้ร่วมกับคำที่  
หมายถึงผู้หญิง ผู้ชาย และชายรักชายนั้นมีผลต่อการสื่อความคิดทางเพศภาวะเกี่ยวกับบุคคลดังกล่าว  
เป็นอย่างมาก กล่าวคือ เมื่อตัวบทเลือกใช้คำว่า “ร้องให้” และ “ร้อง” ร่วมกับคำที่หมายถึงผู้หญิงเป็น  
จำนวนมากดังตัวอย่างที่ (1) ก็จะสื่อความคิดให้ผู้อ่านเห็นว่า การ “ร้อง” หรือ “ร้องให้” นั้นเป็นเรื่อง ปกติ  
ธรรมดาของผู้หญิง ผู้หญิงจึงกลายเป็นเพศที่สังคมมองว่าอ่อนแอ เช่นเดียวกับการใช้คำว่า “มาดเข้ม” และ  
“มั่นใจ” ร่วมกับคำศัพท์ที่หมายถึงผู้ชายดังตัวอย่างที่ (2) ก็สื่อความคิดให้ผู้อ่านเห็นว่า “มาดเข้ม” และ  
“มั่นใจ” นั้นเป็นลักษณะของผู้ชาย ซึ่งเป็นการตอกย้ำความคิดของสังคมที่มีอยู่เดิมที่มักเห็นว่า ผู้ชายควรมี  
ลักษณะดังกล่าว ส่วนการใช้คำว่า “ไม่กล้า” และ “กลัว” ร่วมกับคำที่หมายถึงชายรักชายหรือเกย์ดัง  
ตัวอย่างที่ (3) นั้น ก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงการสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะของชายรัก  
ชาย ที่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจว่า บุคคลกลุ่มนี้มีลักษณะร่วมกันประการหนึ่งคือ กลัวและไม่กล้าที่จะเปิดเผยหรือ  
แสดงตัวตนให้สังคมรับรู้

นอกจากนี้ ในงานวิจัยของศิริพร ภัคดีผาสุข (2553) ยังพบว่า มีการเลือกใช้คำที่มีความหมายใน  
เชิงบวกและเชิงลบร่วมกับบรรยายลักษณะบางประการเพื่อบ่งว่าลักษณะเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ ฟังประสงค์

และไม่เพียงประสงค์สำหรับผู้หญิง ซึ่งเป็นการสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะของผู้หญิงใน อีกลักษณะหนึ่งไปสู่ผู้อ่าน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(4) เพราะความผอมคือที่สุดแห่งปรารถนาของผู้หญิงสาว จึงมีผู้คิดค้นสารพัดวิธีเพื่อทำให้ตัวเลขบนตาชั่งลดลงให้ได้...

(สุขภาพดี, มิถุนายน 2551: 60 อ้างถึงใน ศิริพร ภัคดีมาสุข, 2553: 51)

(5) เจ้าผิวขรุขระๆ เหมือนเปลือกส้มที่เห็นนั่นแหละ เขาเรียก เซลูลไลท์ ซึ่งสร้างความปวดใจให้ผู้หญิงหลายคนเหลือเกิน

(Health Plus, ตุลาคม 2551: 35 อ้างถึงใน ศิริพร ภัคดีมาสุข, 2553: 54)

จากตัวอย่างข้างต้นนี้ ผู้วิจัยได้แสดงให้เห็นว่า การใช้คำที่มีความหมายในเชิงบวก คือ “ที่สุดแห่งปรารถนาของผู้หญิงสาว” ร่วมกับคำบรรยายลักษณะ คือ “ความผอม” ดังตัวอย่างที่ (4) นั้น ทำให้ผู้อ่านเห็นว่า ความผอมนั้นเป็นลักษณะที่พึงปรารถนาของผู้หญิง ในขณะที่การใช้คำที่มีความหมายเชิงลบ คือ “ความปวดใจ” ร่วมกับคำที่กล่าวถึงลักษณะ คือ “เซลูลไลท์” ดังตัวอย่างที่ (5) นั้นก็ทำให้ผู้อ่านเห็นว่า เซลูลไลท์นั้นเป็นลักษณะที่ไม่พึงประสงค์ของผู้หญิงด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ การเลือกใช้คำศัพท์ในลักษณะนี้จึงเป็นอีกกลวิธีหนึ่งที่สื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะของผู้หญิงไปสู่ผู้อ่านได้ด้วยเช่นกัน

## 2.1.2 การใช้คำเรียกบุคคลเพศต่างๆ

กลวิธีทางภาษาในระดับคำลักษณะนี้เป็นการใช้คำหรือกลุ่มเพื่ออ้างถึงหรือกล่าวถึงบุคคลเพศต่างๆ การใช้คำเรียกบุคคลนี้ ธีระ นุชบกแก้ว (2553) กล่าวว่า เป็นกลวิธีทางภาษาประการหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นทัศนคติของผู้พูดที่มีต่อบุคคลกลุ่มนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการใช้คำเรียกนั้นมิได้เป็นเพียงลักษณะทางภาษาเท่านั้น แต่ยังแฝงทัศนคติและความคิดทางสังคมบางประการที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งที่กล่าวถึง ด้วยเหตุนี้ การที่ตัวบทเลือกใช้คำเรียกผู้หญิง ผู้ชายและเกย์จึงอาจสื่อความคิดบางประการเกี่ยวกับ เพศภาวะของบุคคลเหล่านั้นด้วยเช่นกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(6) ...ภาพที่ผู้หญิงยืนโหนรถอยู่บนราวตัวตรง ในมือถือห่อของน้อยบ้างมากบ้างอยู่ตรงหน้าผู้ชายหลายท่าน ที่นั่งเหม่อเฉยออกไปนอกรถ ชมวิวต่างๆ อย่างเพลิดเพลิน

ปล่อยให้เธอเหล่านั้นยืนประโประงพลั่วลมผ่านไปมาต่อหน้าผู้ชายเหล่านั้น มีน้อยนักที่  
ลุกยืนให้เพศผู้อ่อนแอ...

(สตรีสาร, ต้นพฤษภาคม 2495 อ้างถึงใน ชนกพร อังศุวิริยะ, 2551: 153)

(7) เติมเต็มไลฟ์สไตล์ของ**สุภาพบุรุษผู้มีรสนิยม** ด้วยรองเท้าหนังและเข็มขัดหนังชั้นดี  
จองสุดยอดเมืองแห่งเครื่องหนัง...

(FHM, เมษายน 2552 อ้างถึงใน วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ, 2553: 88)

(8) **ครอบครัวเอ** รู้หรือเปล่าว่า ลูกชายเป็น**ชายรักชาย**

(สิ่งดีๆที่เราจะมีให้กันตลอดไป, 2550 อ้างถึงใน ชีระ บุษบกแก้ว, 2553: 28)

จากตัวอย่างเหล่านี้ ผู้วิจัยต่างแสดงให้เห็นว่า การใช้คำเรียกบุคคลที่มีเพศต่างๆ นั้นเป็น การใช้  
ภาษาวิธีการหนึ่งที่สามารถสื่อความคิดทางเพศภาวะให้ผู้อ่านเห็นว่า แต่ละเพศนั้นมีลักษณะมีลักษณะ  
เป็นเช่นไร ดังเช่นการใช้คำว่า “เพศผู้อ่อนแอ” เพื่อเรียกผู้หญิงนั้นเป็นการสื่อความคิดที่ประกอบสร้างให้  
ผู้หญิงมีลักษณะเป็นผู้อ่อนแอ เช่นเดียวกับการใช้คำว่า “สุภาพบุรุษผู้มีรสนิยม” เพื่อเรียกผู้ชายก็สื่อให้เห็น  
ลักษณะของผู้ชายที่เป็นผู้มีมารยาทและรู้จักให้เกียรติผู้หญิง อีกทั้งแสดงให้เห็นว่า ผู้ชายนั้นจะต้องมี  
รสนิยมด้วยจึงจะทำให้การดำเนินชีวิตของผู้ชายสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ส่วนการใช้คำว่า “ชายรักชาย” เพื่อเรียกเกย์  
นั้นเป็นการสื่อความคิดที่เกี่ยวกับเพศภาวะของเกย์ โดยเน้นไปที่ตัวตนด้านอารมณ์ ความรู้สึกและ  
หลีกเลี่ยงการกล่าวถึงพฤติกรรมทางเพศซึ่งเป็นด้านที่สังคมมักจะมองหรือรับรู้เกี่ยวกับเกย์

นอกจากนี้ ในงานวิจัยของวิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2554) ยังพบวิธีการใช้คำเรียกตัวละครหญิงและชาย  
ในตัวบทหนังสือเรียนซึ่งมักเรียกในลักษณะของการรวมกลุ่มระหว่างผู้มีที่เพศเดียวกัน ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า การ  
ใช้คำเรียกเช่นนี้เป็นการสื่อความคิดให้ผู้อ่านเห็นถึงการรวมกลุ่มกันของบุคคลเพศเดียวกัน และใน  
ขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นถึงการจำแนกบุคคลที่มีเพศสรีระต่างกันให้เป็นคนละกลุ่มกันด้วย ดัง  
ตัวอย่างต่อไปนี้

(9) **พ่อและชาวบ้าน**ช่วยกันขนสินค้าพื้นเมืองขึ้นรถบรรทุก **พวกผู้หญิง**ช่วยกันจัดผ้า  
ทอบรรจุถุงอย่างสวยงามเพื่อนำไปแสดงที่งาน

(ป.2 เล่ม 2, 2533: 5 อ้างถึงใน วิสันต์ สุขวิสิทธิ์, 2554: 184)



จากตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยแสดงให้เห็นว่า การใช้คำว่า “พวกผู้หญิง” เพื่อเรียกตัวละครหญิงในเรื่องนั้นเป็นการจัดจำแนกให้ตัวละครกลุ่มนี้กลายเป็นตัวละครอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากตัวละครอีกกลุ่มหนึ่งคือ “พ่อและชาวบ้าน” และเมื่อพิจารณาประกอบกับกิจกรรมที่แตกต่างกันของตัวละครทั้งสองกลุ่มจึงยิ่งสื่อให้ผู้อ่านเห็นว่า เพศทั้งสองมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นการตอกย้ำและเชื้อต่อการประกอบสร้างเพศสภาวะของเพศทั้งสองให้มีความแตกต่างกันด้วยนั่นเอง

### 2.1.3 การใช้คำสรรพนามและคำลงท้าย

กลวิธีทางภาษาระดับคำลักษณะนี้เป็นการใช้คำสรรพนามและคำลงท้าย ซึ่งในภาษาไทย คำทั้ง 2 หมวดคำนี้มีหน้าที่สำคัญประการหนึ่งร่วมกัน คือ การบอกเพศของผู้พูด ด้วยเหตุนี้ ในงานวิจัยของธีระ บุชบกแก้ว (2553) จึงพบว่า ผู้พูดที่เป็นเกย์นั้นเลือกใช้คำสรรพนามและคำลงท้ายเพื่อแสดงอัตลักษณ์ด้านเพศสภาวะของตนเองให้ผู้อ่านได้รับรู้ ซึ่งส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้มักพบการใช้คำสรรพนามและคำลงท้ายที่บ่งบอกความเป็นเพศชาย ได้แก่ “ผม” และ “ครับ” การใช้คำสรรพนามและคำลงท้ายเช่นนี้จึงเป็นสื่อภาพให้เห็นว่ากลุ่มเกย์เป็นเพศชาย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(10) **ผม**สังเกตดู พฤติกรรมของเขาก็เหมือนผู้ชายประเภทหัวๆ ท้วๆ ไปที่เราเห็นๆ  
กันอยู่นะ**ครับ**

(ขออีกสักครั้ง...เถอะน่า, 2549 อ้างถึงใน ธีระ บุชบกแก้ว, 2553: 42)

ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยก็พบการใช้คำสรรพนามที่บ่งบอกความเป็นเพศหญิง เช่น “หนู” เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของตนว่า เป็นเพศหญิงด้วยเช่นกัน แต่ปรากฏในข้อมูลไม่มากนัก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การใช้คำสรรพนามที่กลุ่มเกย์ส่วนใหญ่เลือกใช้ใช้นั้นสามารถสื่อให้เห็นว่า กลุ่มเกย์เป็นเพศชายนั่นเอง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(11) ตอนเข้ามาหา'ลัยปีหนึ่ง ก็นึกว่าจะได้เจอผู้ชายหล่อๆ ที่ไหนได้ คนแรกที่เจอ ก็เขานั้นแหละ เขาไม่ใช่คนหล่อ ไม่ใช่สเปคหนูเลยละที

(แล้วเธอล่ะ...รู้สึกยังไงกับฉัน?, 2549 อ้างถึงใน ธีระ บุชบกแก้ว, 2553: 43)

## 2.2 กลวิธีทางภาษาระดับประโยค: เพศสภาวะที่สื่อผ่านความหมายทางไวยากรณ์

กลวิธีทางภาษาระดับประโยคนี้เป็นกลวิธีทางภาษาที่ผู้วิจัยวิเคราะห์เห็นว่า โครงสร้างประโยคในตัวบทที่กล่าวถึงเพศต่างๆ นั้นมีการสื่อความหมายทางไวยากรณ์โดยเฉพาะการก (voice) ที่แสดงให้เห็น

สถานภาพของบุคคลเพศนั้นๆ กลวิธีทางภาษานี้จึงเป็นการสื่อความคิดที่ประกอบสร้างลักษณะบางประการให้เพศสภาวะที่แตกต่างกันได้อีกกลวิธีหนึ่ง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(11) คนที่เกิดมาเป็นผู้ที่มีความหมายหลายทางเพศมักจะถูกกดทับจากอคติ

(เราคือใคร, 2551 อ้างถึงใน ธีระ บุชบกแก้ว, 2553: 57)

(12) น้ำหวานกลับบ้านดึกมาก โดยมีน้ำชายสามีเป็นคนไปรับ

(ป.3 ภ, 2544: 3 อ้างถึงใน วิสันต์ สุขวิสิทธิ์, 2554: 188)

จากตัวอย่าง (11) ผู้วิจัยอธิบายว่า การใช้ประโยคกรรมวาจก คือ “ถูกกดทับจากอคติ” กับผู้ที่เป็นเกย์นั้น ทำให้เกย์ถูกกล่าวถึงในฐานะของผู้ถูกระทำ ในขณะที่คนในสังคมส่วนใหญ่หรือบรรทัดฐานของสังคมอยู่ในฐานะของผู้กระทำ ด้วยเหตุนี้ โครงสร้างประโยคดังกล่าวจึงสื่อให้ผู้อ่านเห็นว่า เกย์นั้นกลายเป็น “เหยื่อ” หรือผู้ที่ถูกสังคมกระทำ คล้ายคลึงกับตัวอย่างที่ (12) ที่ผู้วิจัยอธิบายว่า ประโยคนี้เรียบเรียงให้ตัวละคร “น้ำชาย” ซึ่งเป็นเพศชายเป็นผู้กระทำ ในขณะที่ตัวละคร “น้ำหวาน” ซึ่งเป็นเพศหญิงเป็นผู้รับประโยชน์จากการกระทำของตัวละครเพศชายดังกล่าว ประโยคนี้จึงสื่อความหมายให้ผู้อ่านเห็นถึงบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกันระหว่างเพศทั้งสอง ซึ่งนำไปสู่การประกอบสร้างความคิดเกี่ยวกับเพศสภาวะของผู้ชายและผู้หญิงที่มักกำหนดให้ผู้ชายเป็นผู้ดูแลและปกป้องผู้หญิง

## 2.3 กลวิธีทางภาษาระดับวัจนปฏิบัติศาสตร์: เพศสภาวะที่สื่อผ่านความหมายของผู้พูด

กลวิธีทางภาษาระดับวัจนปฏิบัติศาสตร์นี้เป็นกลวิธีทางภาษาที่สื่อความคิดเกี่ยวกับเพศสภาวะโดยอาศัยความหมายของถ้อยคำที่แปรไปตามบริบทการสื่อสาร หรือที่เรียกว่าความหมายของผู้พูดเป็นเครื่องมือในการสื่อความคิด กล่าวคือ ถ้อยคำที่ตัวบทกล่าวถึงเพศต่างๆ นั้นอาจมิได้สื่อความคิดนั้นโดยตรงตามรูปภาษาที่ปรากฏ แต่ความหมายที่อยู่นอกเหนือรูปภาษาและแฝงเร้นอยู่ในถ้อยคำที่ตัวบทเลือกใช้ ผู้อ่านจึงจำเป็นต้องตีความโดยอาศัยบริบทต่างๆ ทั้งรูปภาษาแวดล้อมและสถานการณ์ในการสื่อสารครั้งนั้นๆ

จากการศึกษางานวิจัยทั้ง 5 เรื่องพบกลวิธีทางภาษาระดับวัจนปฏิบัติศาสตร์นี้ 4 กลวิธี ดังนี้

### 2.3.1 การใช้มูลบท (presupposition manipulation)

มูลบท (presupposition) นั้นเป็นการแนะนำความหมายประเภทหนึ่งซึ่งเฟรเก (Frege) นักปรัชญาภาษาท่านหนึ่งเสนอไว้ โดยสังเกตเห็นว่า ในการใช้ภาษานั้นมีรูปภาษาประเภทหนึ่งที่แนะนำความหมายบางประการที่มีได้กล่าวถึงโดยตรงในถ้อยคำนั้น มูลบทจึงเป็นความหมายที่แฝงเร้นอยู่ในการ

ใช้ภาษา (Levinson, 1983) อาทิประโยค “เขาเลิกสูบบุหรี่แล้ว” หากพิจารณาตามรูปภาษาจะเห็นว่า ประโยคนี้เป็นการบอกสภาพในปัจจุบันของผู้ที่ถูกกล่าวถึง แต่หากพิจารณาการใช้คำว่า “เลิก” และ “แล้ว” จะเห็นว่า คำเหล่านี้เเนะความหมายอื่น คือ “เขาสูบบุหรี่เป็น” และ “เขาเคยสูบบุหรี่” ไปสู่ผู้รับสารด้วยเช่นกัน

จากลักษณะดังกล่าวของมูลบท จึงทำให้มูลบทเป็นกลวิธีทางภาษาที่สำคัญประการหนึ่ง ในการสื่อชุดความคิดต่างๆ ของวาทกรรม เนื่องจากสามารถสื่อความคิด ความเชื่อ รวมถึงความรู้เบื้องต้น ที่มีอยู่ก่อนของผู้ส่งสารโดยมิต้องเอ่ยสิ่งนั้นออกมาโดยตรง ซึ่งทำให้ความคิด ความเชื่อ หรือความรู้นั้นมี ลักษณะแฝงไว้ และสามารถสื่อไปสู่ผู้รับสารโดยผู้รับสารอาจไม่รู้ตัว

การสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะในวาทกรรมสาธารณะก็เช่นกัน งานวิจัยทั้ง 5 เรื่อง พบว่า ตัวบทที่ศึกษามีการใช้มูลบทเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะไปยังผู้อ่าน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(13) **สวยสมใจแม้วัยเปลี่ยน**

(Shape, พฤษภาคม 2551: 48 อ้างถึงใน ศิริพร ภัคดีผาสุข, 2553: 61)

(14) **ดังเช่นคุณหญิงโม แม้ท่านจะเป็นสตรี ท่านยังได้ใช้อุบายอย่างเฉลียวฉลาด**  
สามารถเอาชนะทหารของเจ้าอนุวงศ์ กษัตริย์แห่งเมืองเวียงจันทน์จนได้รับ  
พระราชทานนามว่า ท้าวสุรนารี

(ป.6 เล่ม 2, 2533: 99-100 อ้างถึงใน วิสันต์ สุขวิสิทธิ์, 2554: 189)

(15) **ดังนั้นหากวันใดวันหนึ่งลูกเกิดพบว่าตัวเองไม่ใช่ชายแท้ขึ้นมา เขาหวังว่าจะสารภาพ**  
กับพ่อแม่ได้ และท่านก็คง**ให้อภัย**

(แนใจนะว่า...คุณรู้จักเกยดีพอ, 2553 อ้างถึงใน วีระ บุชบกแก้ว, 2553: 46)

จากตัวอย่างข้างต้นนี้ ผู้วิจัยชี้ให้เห็นว่า ตัวบทของวาทกรรมสาธารณะนั้นมีการใช้รูปภาษาบาง ประเภทที่สื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะไปสู่ผู้อ่านทั้งที่ผู้เขียนมิได้กล่าวคิดนั้นออกมาโดยตรง ดังเช่นการใช้คำว่า “แม่” ในตัวอย่างที่ (13) และ (14) ที่แสดงความเชื่อเบื้องต้นของผู้เขียนที่มีต่อผู้หญิงและผู้ชายตามลำดับ โดยตัวอย่างที่ (13) นั้นสื่อความเชื่อว่า วัยมีผลต่อความงามของผู้หญิง ซึ่งความงานนี้เองเป็นคุณสมบัติประการหนึ่งที่ผู้หญิงพึงรักษา ส่วนตัวอย่างที่ (14) สื่อความเชื่อว่า “ความเฉลียวฉลาด” นั้นมิใช่คุณสมบัติของผู้หญิง ส่วนตัวอย่างที่ (15) การที่ตัวบทใช้คำว่า “สารภาพ” และ “ให้อภัย” เมื่อกล่าวถึง

การเป็นเกย์นั้น ผู้วิจัยชี้ให้เห็นว่า คำศัพท์ทั้งสองนี้ต่างแฝงความหมายว่า การเป็นเกย์นั้นเป็นสิ่งผิด ซึ่งเป็น การสื่อถึงเพศสภาวะของบุคคลกลุ่มนี้ได้อีกทางหนึ่ง

### 2.3.2 การใช้อุปลักษณ์ (metaphor)

ซาอิด (Saeed, 2003) กล่าวว่า อุปลักษณ์คือการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่ง โดยที่ สิ่งทั้งสองนั้นมาจากต่างวงความหมายกัน เลคอฟและจอห์นสัน (Lakoff and Johnson, 1980) ได้เสนอ แนวคิดเกี่ยวกับอุปลักษณ์ตามแนวปรัชญาศาสตร์โดยจำแนกอุปลักษณ์ออกเป็น 2 ระดับ คือ ถ้อยคำ อุปลักษณ์ (metaphorical expression) ซึ่งหมายถึง อุปลักษณ์ในระดับถ้อยคำที่ผู้ใช้ภาษาใช้สื่อสาร และ มโนอุปลักษณ์ (conceptual metaphor) ซึ่งหมายถึง อุปลักษณ์ในระดับมโนทัศน์ซึ่งเป็นความคิดใน ลักษณะความเปรียบที่มีอยู่ในระบบปริชานของผู้ใช้ภาษา เลคอฟและจอห์นสันเชื่อว่า ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ เราใช้สื่อสารกันนั้นสามารถสะท้อนให้เห็นถึงมโนอุปลักษณ์ซึ่งเป็นระบบวิถีคิดหรือ มโนทัศน์ของผู้ใช้ภาษา ที่มีต่อสิ่งนั้นได้

นอกจากนี้ โกลตี (Goalty, 1998 อ้างถึงใน ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2542) และ ชาร์เตอร์ วิส-แบล็ค (Charteris-Black, 2004) ยังได้เสนอแนวคิดที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับหน้าที่ของ อุปลักษณ์ ว่า สามารถสร้าง กำหนดหรือเปลี่ยนมุมมองความคิด ความรู้สึก ตลอดจนมุมมองของเรามีต่ออีกสิ่งหนึ่ง ได้ ตัวอย่างเช่น การใช้อุปลักษณ์เปรียบเทียบผู้หญิงกับสินค้าหรือสิ่งของเครื่องใช้ในภาษาญี่ปุ่นนั้น เป็นการสร้างและกำหนดความคิดให้คนในสังคมยอมรับและเชื่อร่วมกันว่า ผู้หญิงเป็นเพศที่ด้อยกว่า ถูกใช้ และครอบครองโดยผู้ชาย เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ อุปลักษณ์จึงเป็นการใช้ภาษาลักษณะหนึ่งที่สามารถสื่อ ความคิดบางประการเกี่ยวกับเพศสภาวะในวาทกรรมสาธารณะประเภทต่างๆ และส่งผลต่อการรับรู้ ลักษณะของบุคคลแต่ละเพศได้เป็นอย่างดี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- (16) มีคำกล่าวแบบล้อเลียนกันว่า ผู้ชายนั้นเกิดมาเป็น “นักดูสินค้ำที่นำมาโชว์หน้าร้าน” ทั้งๆ ที่ไม่ได้ตั้งใจจะซื้อหาอะไร ฉะนั้นการที่ผู้ชายเพียงมองผู้หญิงที่มีใช้ภริยาก็มิได้หมายความว่า เขาไม่ซื้อเสมอไป ตราบใดที่เขายังไม่ได้เอาตัวไปพัวพัน

(สตรีสาร, 7 มิถุนายน 2535 อ้างถึงใน ชนกพร อังศิริวิริยะ, 2551: 185)

- (17) เซลูลไลท์ ศัตรูตัวฉกาจของผู้หญิงยุคใหม่

(Slimming, สิงหาคม 2551: 27 อ้างถึงใน ศิริพร ภัคดีผาสุข, 2553: 63)

## (18) สร้างเกราะแห่งความชุ่มชื้นเพื่อคงความยืดหยุ่นให้แก่ผิว

(FHM, กรกฎาคม 2552 อ้างถึงใน วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ, 2553: 94)

ตัวอย่างที่ (16) นี้ ผู้วิจัยแสดงให้เห็นว่า ตัวบทมีการใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ “สินค้า” และ “ซื้อหา” เพื่อเปรียบเทียบผู้หญิงกับสินค้าซึ่งผู้ชายอาจเลือกหรือไม่เลือกก็ได้ ผู้วิจัยอธิบายว่า การใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ดังกล่าวนั้นสื่อความคิดว่า ผู้หญิงเป็นเพียงวัตถุที่มีไว้ให้ผู้ชายชื่นชม ผู้หญิงจึงเป็นเพียงผู้ถูกกระทำจากผู้ชายเท่านั้น ส่วนตัวอย่างที่ (17) นั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ตัวอย่างนี้เป็นการใช้ถ้อยคำอุปลักษณ์ที่เปรียบเทียบเซลล์โลโก้ว่าเป็นศัตรูตัวฉกาจที่ผู้หญิงจะต้องเอาชนะ การใช้อุปลักษณ์ดังกล่าวจึงส่งผลต่อการสื่อความคิดให้ผู้อ่านเห็นว่า ความอ้วนนั้นเป็นสิ่งไม่พึงประสงค์ของผู้หญิงซึ่งจะทำให้ผู้หญิงวิตกกังวลและขาด ความมั่นใจ คล้ายคลึงกับตัวอย่างที่ (18) ที่ผู้วิจัยเห็นว่า การใช้คำว่า “เกราะ” ซึ่งเป็นอุปกรรมในการป้องกันตนเองขณะทำสงครามนั้นเป็นการเปรียบเทียบการดูแลรักษารูปร่างหน้าตาของเพศว่าเป็นการทำสงคราม ซึ่งสื่อให้ผู้อ่านเห็นว่า การจัดการกับจุดบกพร่องต่างๆ ในร่างกายนั้นเป็นสิ่งที่ผู้ชายจำเป็นต้องกระทำ ความคิดดังกล่าวนี้ส่งผลถึงการตอกย้ำให้เห็นถึงสภาพทางร่างกายที่พึงปรารถนาและไม่พึงปรารถนาของผู้ชายด้วย

## 2.3.3 ถ้อยคำนัยผกผัน (verbal irony)

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง (Panpothong, 1996) ได้ให้คำจำกัดความของถ้อยคำนัยผกผันว่า คือถ้อยคำที่ผู้พูดใช้เพื่อแสดงความหมายในทางตรงข้ามกับความหมายตามรูปของถ้อยคำนั้นๆ เช่น กล่าว “สวย” ทั้งที่ตนเองต้องการสื่อความหมายว่า “ไม่สวย” ไปสู่ผู้ฟัง รวมถึงถ้อยคำที่ละเมิดเงื่อนไขความจริงใจ (sincerity condition) ในการกล่าววัจจนกรรมตามแนวคิดของเซิร์ล (Searle) เช่น การขอบคุณผู้ที่กระทำไม่ดีต่อตนเอง เป็นต้น

จากการศึกษาของชนกพร อังศุวิริยะ (2551) พบว่า ตัวบทบทความแสดงความคิดเห็นในนิตยสารสตรีสารมีการใช้ถ้อยคำนัยผกผันเพื่อสื่อความคิดเกี่ยวกับผู้หญิงและผู้ชาย โดยเห็นว่า ถ้อยคำนัยผกผันที่ใช้ในตัวบทนั้นเป็นการแสดงน้ำเสียงหรือทัศนคติด้านลบผ่านการประชดประชันพฤติกรรมด้านลบของผู้หญิงและผู้ชาย ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นการประชดผู้ชายที่ยึดติดกับบทบาทหน้าที่ที่สังคมกำหนดจนไม่สามารถสลบหน้าที่กับผู้หญิงได้ และประชดผู้หญิงที่ไม่ปฏิบัติตามกรอบที่สังคมกำหนด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(19) ที่อยู่ของผู้ชายนั้น ไม่ใช่ที่เก้าอี้หน้าบ้านแห่งเดียวและของผู้หญิงก็ไม่ใช่ในครัวแห่งเดียว หากภายใต้หลักคำเดียวกันนั้น ทุกตารางนิ้วจะต้องเป็นที่อยู่รับความทุกข์ ความสุข ความรักร่วมกัน ฉะนั้นอย่าก็ดกันเมื่อสุขภาพบุรุษของท่านจะช่วยเข้าครัว แม้ว่าเขาจะได้แต่เข้าไปทำให้ครัวสกปรกขึ้นอีก ด้วยการต้มแกงตามถนัดของ

เขาแล้วทิ้งกระทะไว้ให้เปื้อนอยู่อย่างนั้น (เพราะผู้ชายไม่เคยคิดที่จะล้างกระทะ – ว่าจะ เป็นฟอบ้านดีแค่ไหนก็ตาม เขาคิดว่ากระทะมันล้างตัวของมันเองได้) ก็ ตาม!

(สตริสาร, ตันกันยายน 2495 อ้างถึงใน ชนกพร อังศุวิริยะ, 2551: 196)

ตัวอย่างที่ (19) นี้ ผู้วิจัยอธิบายว่า ถ้อยคำ “เขาคิดว่ากระทะมันล้างตัวของมันเองได้” ที่ ปรากฏในตัวบทนั้นเป็นถ้อยคำนัยแฝงที่แสดงถึงความไม่สมเหตุสมผล กล่าวคือ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถ เกิดขึ้นได้จริง การใช้ถ้อยคำนัยแฝงเช่นนี้เป็นการใช้ภาษาเสี่ยงประชดประชันผู้ชายที่ยึดติดกับบทบาทหน้าที่ ของตนจนไม่ยอมทำงานบ้าน เพราะคิดว่างานดังกล่าวเป็นของผู้หญิง ด้วยเหตุนี้ การใช้ถ้อยคำนัยแฝงนี้ จึงเป็นการตอกย้ำความคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของเพศหญิงและชายพร้อมไปกับการประชดประชัน ดังกล่าวด้วย

### 2.3.4 การกล่าวเกินจริง

การกล่าวเกินจริงเป็นการใช้ภาษาเพื่อแนะนำความหมายของผู้พูดอีกประการหนึ่ง หาก พิจารณาตามแนวคิดหลักการให้ความร่วมมือในการสนทนา (Cooperative Principle) ของไกรซ์ (Grice, 1975) จะเห็นว่า การกล่าวเกินจริงนั้นเป็นถ้อยคำที่ผู้พูดจงใจละเมิดหลักคุณภาพ (maxim of quality) ซึ่ง กล่าวหาว่า ผู้พูดต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องตามความเป็นจริงแก่ผู้ฟัง โดยให้ข้อมูลที่ไม่เป็นจริงในลักษณะที่เกิน กว่าความเป็นจริงแก่ผู้ฟัง ทั้งนี้ก็เพื่อสื่อความหมายในเชิงเน้นย้ำและแสดงอารมณ์ความรู้สึกของตนให้ผู้ฟัง ได้รับทราบนั่นเอง

จากการศึกษาบทความแนะนำวิธีการในนิตยสารสุขภาพและความงามของ ศิริพร ภัคดี ฆาสุข (2553) พบว่า ตัวบทดังกล่าวมีการใช้การกล่าวเกินจริงเพื่อย้ำผู้อ่านเห็นถึงปัญหาหรือ ความไม่ สบายใจอันเกิดจากลักษณะบางประการที่ถูกลำเลียงว่าเป็นสิ่งไม่พึงประสงค์ของผู้หญิง อาทิ ริ้วรอย บนใบหน้า รอยหมองคล้ำ และไขมันหน้าท้อง ส่วน วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2553) ได้ศึกษาโฆษณาสินค้า และบริการในนิตยสารสำหรับผู้ชายพบว่า ตัวบทโฆษณานั้นนอกจากจะใช้การกล่าวเกินจริงเพื่อสร้างความ เชื่อมั่นให้แก่ผู้ชายว่า ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถทำให้ผู้ชายดูดีได้อย่างง่ายดายแล้ว ในขณะเดียวกันยังกำหนด หรือตอกย้ำความคิดเกี่ยวกับลักษณะของพึงประสงค์ของผู้ชาย อาทิ หล่อ ดูดี ไร้สิว และไร้กลิ่นกาย ดัง ตัวอย่างต่อไปนี้

(20) ริ้วรอยเป็นศัตรูตัวฉกาจที่ผู้หญิงต้องการกำจัด (มัน) ออกไปจากชีวิตเพราะ การ ปรากฏริ้วรอยเพียงเส้นบางๆ เส้นเดียวก็ส่งผลต่อความมั่นใจอย่างมาก

(Slim Up, สิงหาคม 2551: 78 อ้างถึงใน ศิริพร ภัคดีฆาสุข, 2553: 66)

(21) ต่อให้เหงื่อออกเท่าไรวาก็ไม่หวั่น หอมสดชื่นมัดใจสาวได้ทั้งวัน

(FHM, พฤษภาคม 2552 อ้างถึงใน วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ, 2553: 94)

ตัวอย่างที่ (20) นี้ ผู้วิจัยชี้ให้เห็นว่า เป็นการใช้การกล่าวเกินจริงกล่าวถึงผลกระทบที่เกิดจากรีวรอยบนใบหน้า ดังจะเห็นได้จากการใช้ส่วนขยายที่ตรงข้ามกันเป็นอย่างมาก คือ “เพียงเส้นบางๆ” และ “ส่งผล...อย่างมาก” การใช้ถ้อยคำเช่นนี้จึงเป็นการย้าให้ผู้อ่านเห็นว่า รีวรอยเป็นลักษณะที่ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ แก่ผู้หญิงเป็นอย่างมาก การสื่อความหมายเช่นนี้จึงเป็นการสื่อความคิดเกี่ยวกับลักษณะของผู้หญิงไปสู่ผู้อ่าน ส่วนตัวอย่างที่ (21) ผู้วิจัยอธิบายว่า ตัวอย่างนี้เป็นการกล่าวเกินจริงที่สื่อว่า แม้จะมีเหงื่อออกมาเพียงใดก็ไม่ส่งผลต่อกลิ่นตัว เนื่องจากผลิตภัณฑ์นี้ช่วยให้ผู้ชายมีกลิ่นกายที่หอมได้ตลอดวัน ซึ่งในอีกด้านหนึ่งโฆษณานี้ก็ส่งผลต่อการกำหนดความคิดว่า กลิ่นกายหอมนั้นเป็นเสน่ห์ประการหนึ่งของผู้ชายที่อาจเอาชนะใจผู้หญิงได้

จากตัวอย่างทั้งสองนี้จึงแสดงให้เห็นว่า การกล่าวเกินจริงนั้นเป็นกลวิธีทางภาษาประการหนึ่งที่อาจมิได้สื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะไปสู่ผู้อ่านโดยตรง แต่ช่วยเน้นย้ำให้ความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะเข้าถึงผู้อ่านได้มากยิ่งขึ้น

## 2.4 กลวิธีทางภาษาระดับปริจเฉท: เพศภาวะที่สื่อผ่านรูปแบบและโครงสร้างของตัวบท

คำว่า “ปริจเฉท” นั้นเป็นคำที่บัญญัติขึ้นเพื่อใช้แทนคำว่า “discourse” โดยใช้ในความหมายว่าเป็น “หน่วยทางภาษาในระดับที่ใหญ่กว่าประโยคและเป็นรูปภาษาที่มีเอกภาพและความสมบูรณ์ในตัวเอง” (เพียรศิริ วงศ์วิภาณนท์, 2531) คำว่า “ปริจเฉท” จึงเป็นการมอง “discourse” ในฐานะที่เป็นหน่วยทางภาษา ในขณะที่ คำว่า “วาทกรรม” เป็นการมอง “discourse” ในฐานะที่เป็นระบบและกระบวนการสังคมใน การผลิตสร้าง สื่อ หรือต่อยอดความคิด ความเชื่อบางประการจากสังคมไปสู่สังคม

จากการศึกษาวาทกรรมสาธารณะภาษาไทย ผู้วิจัยหลายท่านพบว่า รูปแบบ โครงสร้าง หรือวิธีการเรียบเรียงเนื้อหาในตัวบทของวาทกรรมเพื่อนั้นมีผลต่อการสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะไปยังผู้อ่าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลวิธีทางภาษาระดับปริจเฉทนั้นสามารถสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะไปยังผู้ฟังได้ด้วยเช่นกัน จากการศึกษางานวิจัยทั้ง 5 เรื่องดังกล่าว พบกลวิธีทางภาษาในระดับปริจเฉททั้งสิ้น 4 กลวิธี ดังนี้

### 2.4.1 การสร้างสหบท (intertextuality)

สหบทเป็นแนวคิดที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะของตัวบทหนึ่งๆ ที่มีความคิดหรือตัวบทอื่นๆ แทรกอยู่ (Fairclough, 1992: 101-105) จากการศึกษางานวิจัยข้างต้นพบว่า ผู้วิจัย มีความคิดสอดคล้อง

กันว่า การที่ตัวบทของวาทกรรมสาธารณะถูกสร้างให้มีลักษณะเป็นสหบท กล่าวคือ มีการนำตัวบทอื่น เช่น ข้อคิดเห็นจากนักวิทยาศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีชื่อเสียง ผู้ที่สังคมให้การนับถือ ผลการศึกษา ผลการวิจัย รวมถึงถ้อยคำที่เชื่อว่าเป็นความคิดของคนโบราณมาสอดแทรกเป็นส่วนหนึ่งของตัวบทนั้น เป็นการเสริมความหนักแน่น น่าเชื่อถือซึ่งจะส่งผลให้ความคิดต่างๆ เกี่ยวกับเพศสภาพะนั้นๆ มีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อของผู้อ่าน รวมถึงผู้อื่นในสังคมต่อไปได้ด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(22) คนเราพออายุขึ้นเลข 3 การแพทย์แผนปัจจุบันถือว่าเป็นวัยที่เริ่มเหนื่อยง่ายและหย่อนยานลง หรือภาษาชาวบ้านเรียกว่า “แก่” จึงควรหันมาดูแลสุขภาพ

(สุขภาพดี, กรกฎาคม 2551: 84 อ้างถึงใน ศิริพร ภัคดีมาสุข, 2553: 68)

(23) “ผมก็ดูแลผิวด้วยพวกผลิตภัณฑ์มอยส์เจอร์ไรเซอร์ต่างๆ ตามปกติแต่ในช่วงที่งานเยอะ หรือเหนื่อยมากๆ ความโทรมมักมาเยือน โดยเฉพาะบริเวณใต้ตาต่างๆ ที่ผมว่าผิวผมดีมากแล้วนะ ก็มีเพื่อนแนะนำให้มาลองที่โรงพยาบาลผิวหนังอโศก ผมเพิ่งรู้ว่าที่นั่นดูแลได้ทั้งเรื่องผิว ผม หนึ่งศักระ เป็นตัวช่วยที่ดีมากเลยครับ...” นายแบบลูกครึ่ง โอลิเวอร์ เฟเวอร์

(Men's health, สิงหาคม 2552 อ้างถึงใน วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ, 2553: 113)

(24) ลองอ่านงานวิจัยนี้...

“ผู้ชายร้อยละ 37 มีเช็กซ์กับเพศเดียวกันอย่างน้อย 1 ครั้ง ร้อยละ 18 มีประสบการณ์ทางเพศทั้งกับคนเพศเดียวกันและเพศตรงข้าม ผู้ชายร้อยละ 4 มีเพศสัมพันธ์กับคนเพศเดียวกันตั้งแต่วัยรุ่น” ถ้าลูกชายของเราเผชิญเป็นหนึ่งในนั้น ก็ น่าจะถือว่าเป็นเรื่องปกตินะครับ

(แนใจนะว่า..คุณรู้จักเกย์ดีพอ, 2553 อ้างถึงใน วีระ บุชบกแก้ว, 2553: 58)

จากตัวอย่างข้างต้นนี้ ผู้วิจัยต่างอธิบายว่า การที่ตัวบทถูกสร้างให้กลายเป็นสหบทโดยการนำตัวบทอื่น ได้แก่ ความคิดตามการแพทย์แผนปัจจุบัน ดังตัวอย่างที่ (22) คำให้สัมภาษณ์ของนายแบบ ดังตัวอย่างที่ (23) และผลการวิจัย ดังตัวอย่างที่ (24) นั้นเป็นการนำข้อมูลอื่นมาช่วยสนับสนุนให้ความคิดเกี่ยวกับเพศสภาพ่อันที่ตัวบทนั้นต้องการสื่อไปยังผู้อ่าน อันได้แก่ ความคิดที่สื่อว่า ความชราเป็นภาวะไม่พึงประสงค์ ผู้ชายก็ต้องดูแลรักษาบุคลิกของตนเอง และ การมีเพศสัมพันธ์กับเพศเดียวกันเป็น



เรื่องปกติ มิใช่เรื่องผิดธรรมชาติมันมีน้ำหนักและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น และอาจมีอิทธิพลต่อการกำหนดกรอบความคิดของเพศต่างๆ ในสังคมได้

#### 2.4.2 การใช้วัจนลีลา

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2548) กล่าวว่า วัจนลีลานั้น หมายถึง รูปแบบหรือลักษณะของวิชาภาษาที่แตกต่างกันตามสถานการณ์การใช้ภาษา ตัวอย่างเช่น การใช้คำเรียกตนเอง ซึ่งบางครั้งอาจแทนตนเองด้วยคำว่า “ดิฉัน” แต่บางครั้งก็อาจแทนตนเองด้วยชื่อ ตามแต่สถานการณ์การสื่อ เป็นต้น

จากการศึกษาบทความแนะนำวิธีการโน้มน้าวสารสุขภาพและความงาม ศิริพร ภัคดีผาสุข (2553) พบว่า ตัวบทของวาทกรรมประเภทนี้มีการใช้วัจนลีลาแบบเป็นกันเอง กล่าวคือ มีการใช้ภาษาพูดปะปนกันภาษาเขียน และใช้ประโยคที่ง่าย ไม่ซับซ้อนซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า การใช้วัจนลีลาดังกล่าวทำให้บทความประเภทนี้มีลักษณะเป็น “วาทกรรมแห่งมิตร” (discourse of the buddy) ซึ่งช่วยให้ผู้เขียนสามารถถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับเพศสภาวะที่ตนเองมีอยู่ไปสู่ผู้อ่านได้ง่ายและดียิ่งขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(25) *ใครว่าต้องมีเงินมากมายสำหรับซื้อครีมกระจุกละหมื่น อุปกรณ์เสริมสวยเต็มโต๊ะ เครื่องแต่งเท่านั้นถึงจะสวยได้ เพราะ สุขภาพดีมีทริคสวยได้ด้วยงบนิดเดียวมากคะ*

(สุขภาพดี, มีนาคม 2552: 74 อ้างถึงใน ศิริพร ภัคดีผาสุข, 2553: 70)

ตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยอธิบายว่า การใช้คำว่า “เงินมากมาย” “ทริค” และ “งบนิดเดียว” นั้นเป็นการแสดงให้เห็นว่า ผู้เขียนบทความนี้ต้องการใช้วัจนลีลาแบบเป็นกันเองสื่อสารกับผู้อ่าน ซึ่งจะทำให้ความคิดเกี่ยวผู้หญิงที่ปรากฏในบทความส่วนที่ตามนั้นสามารถถ่ายทอดไปสู่ผู้อ่านได้ง่ายและดียิ่งขึ้นนั่นเอง

#### 2.4.3 การซ้ำกระสวนประโยค

จากการศึกษาตัวบทหนังสือเรียนระดับประถมศึกษา วิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2554) พบว่า ตัวบทหนังสือเรียนบางตัวบทนั้นมีการนำประโยคหรือข้อความที่มีโครงสร้างคล้ายคลึงกันมาเรียงลำดับต่อเนื่อง เชื่อมโยงกันซึ่งทำให้ตัวบทของหนังสือเรียนในส่วนนั้นกลายเป็นปริศนาที่มีลักษณะพิเศษซึ่งผู้วิจัยเรียกว่า การซ้ำกระสวนประโยค การสร้างตัวบทหนังสือเรียนให้มีลักษณะเช่นนี้ผู้วิจัยเห็นว่า เป็น

การทำให้ความแตกต่างระหว่างผู้หญิงและผู้ชายที่ตัวบทกล่าวถึงปรากฏต่อเนื่องกันและถูกเน้นย้ำผู้อ่านเห็นได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และด้วยเหตุนี้เอง การซ้ำกระบวนประโยคจึงเป็นกลวิธีทางภาษาประการหนึ่งที่ช่วยให้การสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะหญิงและชายไปสู่ผู้อ่านและสังคมได้ง่ายขึ้น ดังต่อไปนี้

(26) พ่อ พา วัว ไป กิน หญ้า ในนา  
แม่ ทำ กับข้าว อยู่ ใน บ้าน

(ป.1 เล่ม 1, 2533: 63 อ้างถึงใน วิสันต์ สุขวิสิทธิ์, 2554: 186)

จากตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยชี้ให้เห็นว่า การสร้างให้ตัวบทมีลักษณะการซ้ำกระบวนประโยคนั้น เป็นการทำให้รายละเอียดของกิจกรรมและสถานที่อยู่ของตัวละครผู้หญิงและผู้ชายที่ถูกปรับเปลี่ยนให้แตกต่างกัน ซึ่งเป็นส่วนที่สามารถสื่อความคิดเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างกิจกรรมและพื้นที่ที่เพศทั้งสองกระทำและอยู่ถูกนำมาเปรียบเทียบกัน ผู้อ่านจึงสามารถรับรู้ถึงความแตกต่างดังกล่าวได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

#### 2.4.4 การใช้เสียงของตัวละครในตัวบท

จากการศึกษาตัวบทหนังสือเรียนระดับประถมศึกษา วิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2554) พบว่า ตัวบทหนังสือเรียนส่วนหนึ่งเป็นเรื่องเล่าที่ผู้เรียบเรียงหนังสือเรียนแต่งขึ้นเพื่อให้เป็นบทอ่านประจำบท พร้อมสอดแทรกเนื้อสาระอื่นๆ ที่ต้องการให้นักเรียนได้เรียนรู้ เรื่องเล่าเหล่านี้เองผู้ผลิตหนังสือเรียนได้สอดแทรกความคิดบางประการเกี่ยวกับเพศภาวะไว้ด้วย วิธีการดังกล่าวนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นการแสดงทัศนคติโดยการเลียนเสียง (ventriloquation) ซึ่งหมายถึงการนำความคิดหรือคำพูดของตนไปใส่เป็นคำพูดของตัวละครหรือผู้อื่น (Worham and Locher, 1996)

การแสดงทัศนคติโดยการเลียนเสียงเช่นนี้จึงเป็น การยืมเสียงของบุคคลหรือตัวละครอื่นที่อาจมีผลต่อการชักจูงผู้อ่านมาถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะไปยังผู้อ่าน เพื่อช่วยให้ความคิดเหล่านั้นสามารถสื่อไปสู่ผู้อ่านได้ดียิ่งขึ้น ดังเช่นการใช้เสียงของตัวละครที่เป็นเด็กผู้หญิงอายุใกล้เคียงกับนักเรียนผู้อ่านเพื่อทำให้อ่านเชื่อว่า การทำอาหารก็เป็นสิ่งที่ผู้ชายสามารถกระทำ มิใช่หน้าที่เฉพาะของผู้หญิงแต่เพียงฝ่ายเดียว การใช้เสียงของตัวละครลักษณะนี้เป็นการทำให้อ่านเห็นว่า คนที่เป็นกลุ่มเดียวกับตนก็มีความคิดดังกล่าวเช่นเดียวกัน จึงอาจชักจูงให้ผู้อ่านเชื่อตามความคิดที่สื่อมานั้นได้ง่ายยิ่งขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(27) “ผู้ชายก็เล่นได้นะ ผู้ชายก็หุงข้าวต้มแกลงได้” ปรากฏพูด

(ป.2 เล่ม 2, 2533: 38 อ้างถึงใน วิสันต์ สุขวิสิทธิ์, 2554: 192)

จากการประมวลกลวิธีทางภาษาที่งานวิจัยทั้ง 5 เรื่อง ได้แก่ งานวิจัยของชนกพร อังศุวิริยะ (2551) ธีระ บุชบกแก้ว (2553) วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2553) ศิริพร ภัคดีผาสุข (2553) และวิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2554) จะเห็นว่า ภาษานั้นเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้วาทกรรมสาธารณะประเภทต่างๆ สามารถสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะ ทั้งหญิง ชาย และเกย์ไปสู่สังคมได้ กลวิธีแต่ละระดับและแต่ละกลวิธีต่างทำหน้าที่สื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะไปยังผู้อ่านในลักษณะที่แตกต่างกัน บางกลวิธีเป็นกลวิธีที่สื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะไปยังผู้อ่านโดยตรง เช่น การเลือกใช้คำศัพท์ประเภทต่างๆ การใช้ประโยคกรรมวาจก การใช้อุปลักษณ์ และการใช้มูลบท ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า กลวิธีทางภาษาเหล่านี้เป็นกลวิธีหลักในการสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทย ในขณะที่กลวิธีทางภาษาบางกลวิธีเป็นกลวิธีที่เอื้อ เน้นหรือต่อย้ำให้ความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะที่สื่อผ่านกลวิธีหลักดังกล่าวสามารถสื่อไปยังผู้อ่านได้อย่างมีน้ำหนัก น่าเชื่อถือ เช่น การซ้ำกระบวนประโยค การใช้วลีจันลีลา และการใช้เสียงตัวละคร ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า กลวิธีทางภาษาดังกล่าวเป็นกลวิธีเสริมในการสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะในวาทกรรมภาษาไทย

อย่างไรก็ดี ถึงแม้กลวิธีทางภาษาที่สื่ออุดมการณ์เกี่ยวกับเพศภาวะแต่ละกลวิธีจะทำหน้าที่แตกต่างกันดังกล่าว แต่กลวิธีทางภาษาทั้งกลวิธีหลักและกลวิธีเสริมต่างทำหน้าที่สอดประสานกันเพื่อสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะไปสู่ผู้อ่าน ด้วยเหตุนี้ ภาษาจึงมิได้เป็นเพียงเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างกันของมนุษย์เท่านั้น แต่ยังสามารถชี้แนะหรือกำกับให้สมาชิกในสังคมมีความคิด ความเชื่อเป็นไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

## 2. ภาษา ประเภทวาทกรรม และผู้รับสาร: ข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับกลวิธีทางภาษา

ถึงแม้การศึกษาวาทกรรมตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (CDA) นั้นจะมีได้มีแนวการวิเคราะห์ไว้ตายตัว ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยสามารถเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์ได้หลากหลายตามความเหมาะสม จึงอาจทำให้ผลการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาของวิจัยแต่ละเรื่องมีความแตกต่างกันได้ แต่จากการศึกษางานวิจัยที่ศึกษาการสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทยกลับพบข้อสังเกตว่า กลวิธีทางภาษาบางกลวิธีอาจเป็นกลวิธีที่มีความสัมพันธ์กับบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตวาทกรรม อันได้แก่ ประเภทของวาทกรรม (Genre) และผู้รับสารด้วยเช่นกัน

ด้านประเภทของวาทกรรม พบว่า กลวิธีทางภาษาบางกลวิธีเป็นกลวิธีที่พบเฉพาะในการศึกษา วาทกรรมบางประเภท และเมื่อพิจารณากลวิธีทางภาษาเหล่านั้นพบว่า มีลักษณะบางประการที่สัมพันธ์กับ ประเภทของวาทกรรมสาธาดรณะนั้นๆ ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นข้อมูลศึกษา ดังนี้

1) การกล่าวเกินจริง เป็นกลวิธีทางภาษาที่พบเฉพาะในการศึกษาวาทกรรมโฆษณา เนื่องจาก วาทกรรมประเภทนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อโน้มน้าวให้ผู้อ่านซื้อสินค้าหรือบริการ การกล่าวเกินจริงจึงเป็น รูปภาษาลักษณะหนึ่งที่มักพบในโฆษณา เพื่อสร้างความน่าสนใจและทำให้ผู้อ่านคล้อยตามการโฆษณา นั้น แต่บางครั้ง การกล่าวเกินจริงในวาทกรรมโฆษณาก็สามารถสื่อหรือต่อยอดความคิดเกี่ยวกับเพศ สภาวะไปยังผู้อ่านได้ด้วยเช่นกัน

2) ถ้อยคำนัยผกผัน เป็นกลวิธีทางภาษาที่พบเฉพาะในการศึกษาวาทกรรมบทความแสดง ความคิดเห็น เมื่อพิจารณาถึงหน้าที่สำคัญของถ้อยคำนัยผกผันจะเห็นว่า ถ้อยคำนัยผกผันนั้นเป็นการใช้ ภาษาในการสื่อความคิดเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่ตรงข้ามกับรูปภาษาที่ใช้ (Panpothong, 1996) ด้วยเหตุนี้ จึงอาจส่งผลให้ถ้อยคำนัยผกผันเป็นกลวิธีทางภาษาที่พบได้เฉพาะในวาทกรรมบทความแสดง ความคิดเห็นเท่านั้น

3) การใช้เสียงของตัวละครในตัวละคร เป็นกลวิธีทางภาษาที่พบเฉพาะในการศึกษาวาทกรรม ประเภทเรื่องเล่า ทั้งนี้เนื่องจากวาทกรรมประเภทนี้มีลักษณะที่สำคัญคือ จำเป็นต้องมีบุคคลหรือตัวละครที่ ดำเนินเรื่องหรือเหตุการณ์ต่างๆ ของเรื่อง (Longacre, 1983) บทสนทนาหรือความคิดของตัวละครในเรื่อง จึงเป็นสิ่งที่มักปรากฏในวาทกรรมประเภทนี้ ด้วยเหตุนี้ การใช้เสียงของตัวละครในตัวละครจึงเป็นกลวิธี ทางภาษาที่สัมพันธ์และพบเฉพาะเพียงในวาทกรรมประเภทเรื่องเล่า

ส่วนด้านผู้รับสาร พบว่า กลวิธีการซ้ำกระสวนประโยคนั้นเป็นกลวิธีที่พบเฉพาะในหนังสือเรียน สำหรับเด็ก ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่หนังสือเรียนต้องการสอนรูปประโยคประเภทต่างๆ แก่เด็กซึ่งเป็นผู้เรียน แต่จากการวิเคราะห์กลับพบว่า การซ้ำประโยคที่มีโครงสร้างคล้ายๆ กัน โดยเปลี่ยนรายละเอียดบาง ประการในประโยคนั้นกลับเป็นการเปรียบเทียบลักษณะที่แตกต่างกันของแต่ละเพศ ซึ่งสื่อความคิด เกี่ยวกับเพศสภาวะไปสู่ผู้อ่านได้ในอีกวิธีการหนึ่ง

จากข้อสังเกตข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กลวิธีทางภาษาที่สื่อความคิดเกี่ยวกับเพศสภาวะนั้นอาจมีส่วนสัมพันธ์กับบริบทที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตวาทกรรม จึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาต่อไปว่า กลวิธีทาง ภาษาในการสื่อความคิดอื่นในวาทกรรมต่างๆ มีความสัมพันธ์กับบริบทเกี่ยวกับการผลิตวาทกรรมนั้นๆ มากน้อยเพียงใด ซึ่งอาจทำให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะบางประการของวาทกรรมแต่ละประเภทที่มีบทบาท ประกอบสร้างหรือต่อยอดความคิด ความเชื่อต่างๆ ให้แก่สังคม

### 3. บทสรุป

จากการศึกษางานวิจัยที่ศึกษาการสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะในวาทกรรมสาธารณะภาษาไทยตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์พบว่า กลวิธีทางภาษาที่สื่อความคิดดังกล่าวนั้นสามารถจำแนกได้เป็น 4 ระดับ ได้แก่ กลวิธีทางภาษาระดับคำ กลวิธีทางภาษาระดับประโยค กลวิธีทางภาษาระดับ วัจนปฏิบัติศาสตร์ และกลวิธีทางภาษาระดับปริจเฉท ซึ่งแสดงให้เห็นว่า วาทกรรมสาธารณะประเภทต่างๆ นั้นสามารถสื่อความคิดเกี่ยวกับเพศภาวะทั้ง หญิง ชาย และเกย์ไปสู่สังคมโดยมิได้จำกัดอยู่เพียงกลวิธีทางภาษาในระดับใดระดับหนึ่งเท่านั้น แต่กลับสื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในทุกๆ ระดับ ด้วยเหตุนี้ การทำความเข้าใจวาทกรรมเพื่อมิให้ตนเองและสังคมถูกรอบงำด้วยความคิดต่างๆ ที่สื่อผ่านวาทกรรมนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำความเข้าใจภาษาที่ปรากฏในตัวบทซึ่งเป็นมิติที่สำคัญประการหนึ่งของวาทกรรมด้วย ความเหลื่อมล้ำต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมอันเกิดจากการประกอบสร้างและต่อยอดด้วยวาทกรรม รวมถึงความเหลื่อมล้ำทางเพศภาวะจึงอาจคลี่คลายลงได้ ตามวัตถุประสงค์สำคัญของการศึกษาวาทกรรมตาม แนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ที่ แฟร์คลาฟ (Fairclough, 1989) กล่าวว่า คือการปลดปล่อยตนเองออกจากการครอบงำทางความคิดที่เกิดจากวาทกรรมต่างๆ ในสังคมนั้นเอง นอกจากนี้ ยังพบข้อสังเกตที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ กลวิธีทางภาษาบางประการอาจมีส่วนสัมพันธ์กับบริบทที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตวาทกรรม อันได้แก่ ประเภทของวาทกรรมและผู้รับสารอีกด้วย

### รายการอ้างอิง

- ชนกพร อังศุวิริยะ. 2551. **"ความเป็นผู้หญิง"** ในนิตยสารสตรีสาร (พ.ศ.2491-2539): การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทชั้นปริญญาตรีบัณฑิต, สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. 2543. **วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณะและความเป็นอื่น**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิภาษา.
- ธีระ นุชบกแก้ว. 2553. **กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่ม "เกย์ออนไลน์"**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทชั้นปริญญาตรีบัณฑิต, สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญศิริ วงศ์วิภาณนท์. 2531. **การวิเคราะห์โครงสร้างความคิดในภาษาไทย: ข้อเขียนประเภทแสดงความคิดเห็นในสาขามนุษยศาสตร์**. รายงานการวิจัยโครงการวิจัยด้วยทุนสนับสนุนการวิจัย รัชดาภิเษกสมโภช คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิสันต์ สุขวิสิทธิ์. 2554. **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในหนังสือเรียนรายวิชาภาษาไทย หลักสูตรประถมศึกษา พ.ศ.2503-2544: การศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์**.

วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. 2553. **อุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริพร ภักดีผาสุข. 2553. **โครงการวาทกรรม “ความเป็นหญิง” ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์**. ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2548. **ภาษาในสังคมไทย : ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนา**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Barger, C. 2008. *Culture Studies: Theory and Practice*. Los Angeles: Sage.

Charteris-Black, J. 2004. *Corpus approaches to critical metaphor analysis*. New York: Palgrave Macmillan.

Fairclough, N. 1989. *Language and power*. London: Longman.

Fairclough, N. 1995. *Critical discourse analysis: the critical study of language*. London: Longman.

Goalty, A. 1998. *The Language of Metaphor*. London: Routledge. อ้างถึงใน ญัฐพร พานโพธิ์ทอง. 2542. **หน้าที่อุปลักษณ์จากมุมมองของผู้พูดภาษาไทย. ภาษาและวรรณคดีไทย**. 14 (ธันวาคม 2542): 259 – 268.

Grice, P. 1975. *Logic and Conversation*. In Cole, P. and Morgan, J. (eds.), *Syntax and Semantics 3*. pp. 41-58. New York: Academic Press.

Lakoff, G. and Johnson, M. 1980. *Metaphors we live by*. Chicago; London: The University of Chicago Press.

Levinson, S.C. 1983. *Pragmatics*. Cambridge : Cambridge University Press.

Longacre, R. 1983. *The Grammar of Discourse*. New York: Plenum Press.

Panpothong, N. 1996. **A pragmatics study of verbal irony in Thai**. PhD Dissertation. University of Hawai'i.

Saeed, J. I. 2003. **Semantics**. 2<sup>nd</sup> ed. Oxford: Blackwell.

West, C. Lazer M. M. and Framarae, C. 1997. Gender in Discourse. In **Discourse as Social Interaction**, eds. Teun A. van Dijk. pp. 119-143. London: Sage.

West, C. and Zimmerman, D. 1987. "Doing Gender," **Gender & Society** 1: 125-151.

Wortham, S. and Locher, M. 1996. Voicing on the News: An Analytic Technique for Studying Media Bias. **Text**. 16 (4): 550 – 585.

VACANA JOURNAL