



## การประกอบสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลงของจ๊ะ อาร์สยาม Complementing the image of modern women in the Music literature of Jak R Siam

อรบุษย์ บุษย์เพชร<sup>1\*</sup> และพัชลินจ์ จินนุ่น<sup>2</sup>

Orabud budphet<sup>1\*</sup> and Phatchalin Jeennoon<sup>2</sup>

<sup>1</sup> นิสิตหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาภาษาไทย, คณะศึกษาศาสตร์ร่วมกับคณะมนุษยศาสตร์  
และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ

<sup>1</sup> Graduate student, Department of Thai, Faculty of Humanities and Social Sciences,  
Thaksin University.

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์สาขาวิชาภาษาไทย, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ

<sup>2</sup> Asst. Prof. Dr., Thai Languages Section, Faculty of Humanities and Social sciences, Thaksin university.

\*Corresponding author, E-mail: bootdynamphet@gmail.com

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประกอบสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ใน  
วรรณกรรมเพลงของจ๊ะ อาร์สยาม โดยศึกษาจากเนื้อเพลงของจ๊ะ อาร์สยาม จำนวน 15 เพลง  
ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ที่ปรากฏในเพลงจ๊ะ อาร์สยาม ประกอบไปด้วย 1) ภาพของผู้หญิงที่  
“รู้เท่าทันผู้ชาย” สามารถรับมือและจัดการกับพฤติกรรมของผู้ชายได้ 2) ภาพของผู้หญิงที่ “มั่นใจใน  
ตนเอง” มีเสน่ห์น่าหลงใหลดึงดูดใจ และไม่จำเป็นต้องง้อผู้ชาย 3) ภาพของผู้หญิงที่ “มีสิทธิ์เลือก”  
ผู้ชายตามความพอใจของตนเอง 4) ภาพของผู้หญิงที่ “ทันโลกทันเหตุการณ์” ทั้งทางความคิดและ  
พฤติกรรมการแสดงออก เช่น การแต่งกาย การวางตัวในสังคม 5) ภาพของผู้หญิงที่ “ล้ำสมัยในด้าน  
เพศสัมพันธ์” ที่ผู้หญิงสามารถพูดหรือแสดงออกในเรื่องเพศอย่างเปิดเผย ภาพลักษณ์ที่ปรากฏประกอบ  
สร้างผ่านทางภาษาของผู้แต่ง โดยกลวิธีทางภาษาที่เชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ใน  
วรรณกรรมเพลง ประกอบไปด้วย 1) การใช้คำทับศัพท์ ซึ่งแสดงความทันสมัย 2) การใช้คำศัพท์สมัยใหม่  
โดยเฉพาะศัพท์กลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการฟังเพลง 3) การสร้างสำนวนใหม่ เพื่อดึงดูดใจ  
และสร้างความเป็นเอกลักษณ์และทันสมัย 4) การซ้ำคำ เล่นเสียง เพื่อย้ำความหมายที่สื่อสาร  
5) การใช้คำเรียกผู้หญิงและผู้ชาย ในการบ่งบอกความสัมพันธ์ ความสนิทสนมและความรู้สึกของผู้เรียกที่



มีต่อผู้ถูกเรียก 6) การใช้คำกริยาสื่อพฤติกรรมของผู้หญิงสมัยใหม่ 7) การเปรียบเทียบ เพื่อให้ผู้ฟังเกิด อรรถรสและเห็นภาพชัดเจนขึ้น และ 8) การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ แทนพฤติกรรมของเพศหญิง กลวิธีทางภาษา ที่ผู้แต่งนำเสนอช่วยเสริมภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ผ่านจี๊ะ อาร์สยาม เป็นภาพแทนของผู้หญิงที่มีความทันสมัยมีความมั่นใจและรู้เท่าทันผู้ชายอย่างชัดเจน

**คำสำคัญ:** การประกอบสร้าง, ภาพลักษณ์, ผู้หญิงสมัยใหม่, วรรณกรรมเพลง

## Abstract

The objective of this article is to study the image building of modern women in the music literature of Jak R Siam by studying the song lyrics. The results of the study showed that the image that appears in the song consists of 1) The image of the woman know as much as men which able to cope and manage the men's behaviour. 2) The image of a woman who is self-confident, charming, revishing and attracting. 3) Image of a woman "have the right to choose" the men according to their own preferences. 4) Image of a woman who up-to-date with the latest events with both thought and expression behavior. 5) Image of a woman ultrafashionable in sex where women can openly say or express themselves in sex, which the image appears to be created through the the author by language strategies linked to the image of modern women in music literature. Consisted of 1) Using transliteration to show modernity. 2) Use modern vocabulary especially teenagers vocabulary which is the main target audience for listening to music. 3) Creating new idioms to attract and create a unique and up-to-date. 4) Word repetition, play a nada to reiterate the communicate's meaning. 5) Use of terms for women and men to indicate the relationship, the intimacy and feelings of the caller to the called. 6) Use of verbs to show the behavior of modern woman. 7) A comparison in order to make the audience pleasure and see more clearly. 8) The use of signs instead of female behavior. Which language tactics presented by the author helping to enhance the image of modern women through Jak R Siam. Which is a representation of a woman that are modern, be confident and know the men clearly

**Keyword:** Assembly, Image, Modern woman, Music literature



## บทนำ

สังคมเกิดจากการอยู่ร่วมกันของคนหรือกลุ่มคนจากทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ และทุกศาสนา มาปฏิสัมพันธ์กัน มีทิศทางการขับเคลื่อนสังคมด้วยข้อตกลงตามแบบแผนเดียวกัน จึงทำให้สังคมนั้นมีวิวัฒนาการการอยู่ร่วมกันอย่างเป็นเอกลักษณ์และแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม ดังที่พัทธา สายหู (2526) กล่าวถึงความหมายของสังคมว่า หมายถึง กลุ่มคนที่ร่วมกันในอาณาบริเวณที่มีขอบเขตกำหนด มีความสัมพันธ์อันเกิดจากการประพุดิปฏิบัติต่อกัน มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ยอมรับแบบแผนและกฎเกณฑ์อย่างเดียวกันว่าเป็นวิธีที่เหมาะสมถูกต้องของกลุ่ม อย่างไรก็ตามทุกสังคมต้องเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปตามความเป็นพลวัตของโลกในทุกด้าน ซึ่งส่งผลกับความเป็นอยู่ของคนในสังคมโดยตรง โดยเฉพาะสังคมไทยปัจจุบันที่ต้องรับมือกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้คนในสังคมเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตเพื่อความอยู่รอดอย่างเท่าทัน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงจากชุมชนเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม การแพร่ขยายเศรษฐกิจแบบทุนนิยม การเกิดขึ้นและเติบโตของเทคโนโลยีเพียงชั่วข้ามคืน การแพร่หลายของสื่อในทุกช่องทาง สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยหล่อหลอมทิศทางของสังคมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและบทบาทหน้าที่ของคนในสังคม ทั้งบทบาทของรัฐหรือผู้นำประเทศ บทบาทของข้าราชการ บทบาทของนักธุรกิจ บทบาทของผู้ซื้อ บทบาทของผู้ขาย บทบาทของสถาบันครอบครัว และที่เห็นได้ชัดเจนคือบทบาทของเพศที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะบทบาทของเพศหญิงที่ถูกสร้างภาพลักษณ์ขึ้นมาให้มีความเป็นเพศวิถีที่แตกต่างไปจากเดิมผ่านสื่อต่าง ๆ

ภาพลักษณ์ที่สะท้อนผ่านสื่อเหล่านั้นเป็นเสมือนเงาสะท้อนจากภายนอกที่มองเข้าไปยังสิ่งต่าง ๆ ทั้งสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต เป็นความจริงที่เกิดขึ้นร่วมกับความรู้สึก สอดคล้องกับโบลต์ดิง (1969 ; อ้างอิงจาก วจิภรณ์ อาหารมิตร. 2541) กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์เป็นเรื่องของความรู้สึกและอารมณ์ที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) เนื่องมาจากประสบการณ์ของเราแต่ข้อจำกัดคือเราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้เสมอไปดังนั้นเราจะได้เพียง “ภาพ” ซึ่งเราจะต้องมาตีความโดยตัวเอง ซึ่งต้องใช้ค่านิยมความเชื่อทัศนคติเดิมของเราในการตีความนั้น ๆ ดังนั้นภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการตีความโดยผ่านทางประสบการณ์ตรงและประสบการณ์โดยอ้อมแทนความหมายเชิงอัตวิสัย ของสิ่งต่าง ๆ ที่เรารับรู้มาเป็นการตีความหมายหรือสิ่งประทับใจภาพที่ปรากฏ (Appearance) จะเป็นตัวแทนของการรับรู้ (Perception) ในเชิงความหมาย (Interpreted Sensation) ที่ผ่านกระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรรและก่อให้เกิดการใช้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งกระบวนการนี้คือกระบวนการเกิดภาพลักษณ์ (Process of Imagery)

ผู้ศึกษาพบว่า สังคมปัจจุบันมีการนำเสนอภาพลักษณ์ของบุคคลต่าง ๆ ในสื่อดิจิทัลจำนวนมาก ทั้งดารา ศิลปิน นักเขียน แม้กระทั่ง นักร้อง ในการนำเสนอภาพลักษณ์ก็มีการสื่อสารกันหลากหลายรูปแบบ ทั้งในเชิงพฤติกรรม ความโดดเด่น สีสันท่าทาง และการสื่อสารในเชิงเพศวิถีความเป็นชาย ความเป็นหญิง หรือความเป็นเพศหลากหลาย



ในแง่ของความเป็นเพศวินิที่เห็นจากสื่อ คือกระบวนการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเรื่องเพศ โดยกฤติยา อาชวนิจกุล (2554) กล่าวว่า เพศวินิมิใช่เรื่องหยุดนิ่ง แต่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและสัมพันธ์กับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ในแง่ระบบสังคม เพศวินิจึงมีที่ทางอยู่บนกฎเกณฑ์ของ การเมือง ศิลธรรมและแนวปฏิบัติเรื่องเพศหรือวัฒนธรรมทางเพศในแต่ละสังคม ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาโดยสื่อชนิดหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงเพศวินิ ค่านิยม วัฒนธรรม ประเพณี บทบาทและวิถีการใช้ชีวิตของคนในสังคม ก็คือ เพลง โดยเฉพาะเพลงลูกทุ่งถือว่ามีความเชื่อมโยงกับคนไทยเสมอมา ดังคำกล่าวของจินตนา ดำรงเลิศ (2533) ที่กล่าวถึงเพลงลูกทุ่งไว้ว่า เพลงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมมนุษย์ มนุษย์สร้างสรรค์บทเพลงเพื่อตอบสนองความรู้สึกนึกคิดหรือแรงบันดาลใจที่ได้รับจากสิ่งแวดล้อมในสังคมของตน เพลงลูกทุ่งนับเป็นประจักษ์พยานถึงพลังสร้างสรรค์ดังกล่าว มีวิวัฒนาการและเอกลักษณ์ของตนเองสะท้อนให้เห็นลักษณะของคนไทยและสังคมไทยอย่างกว้างขวาง ลุ่มลึก และด้วยลีลาอันหลากหลาย เพลงลูกทุ่งมีวิวัฒนาการมาจากเพลงพื้นบ้านหรือเพลงชาวบ้าน เกิดจากการนำเอาวิถีชีวิตของคนในสังคมไทยมาเรียงร้อยเป็นบทเพลง ลักษณะการแต่งหรือเนื้อร้องจะเน้นเรื่องราวหรือพฤติกรรมของคนที่เกิดขึ้นจริงในสังคม จนมาในปัจจุบันเนื้อร้อง ทำนองของเพลงลูกทุ่งถูกดัดแปลงให้เข้าตามยุคสมัย มีการใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมา ง่ายต่อความเข้าใจ อาศัยเค้าโครงเรื่องจากกระแสสมัยนิยม ดนตรีเน้นความสนุกสนาน ฟังสบาย ผ่อนคลาย สามารถเข้าถึงผู้ฟังได้ตามยุคสมัย เพลงลูกทุ่งจึงเปรียบเสมือนกระจกบานสำคัญที่สะท้อนบทบาทของผู้หญิงสมัยใหม่ผู้ซึ่งมีความกล้า ความมั่นใจ และเท่าทันกระแสสังคมได้อย่างชัดเจน

วงการเพลงลูกทุ่งสมัยใหม่มีนักร้องหน้าใหม่เกิดขึ้นจำนวนมาก ภายใต้กระแสนิยมและบทบาทที่เปลี่ยนไปของคนในสังคม โดยเฉพาะจี๊ อาร์ทสยาม นักร้องชนบทชาวอ่างทองที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายผ่านวรรณกรรมเพลงที่ได้รับความนิยมตามช่องทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อออนไลน์ ความน่าสนใจของนักร้องผู้นี้ คือ การนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ผ่านบทเพลง ภาพลักษณ์ที่พบ เช่น ความมั่นใจ กล้าแสดงออก รู้เท่าทันโลก เท่าทันเหตุการณ์ ดังจะเห็นได้จากเว็บไซต์ <https://gossipstar.com>ที่ได้กล่าวถึงผลงานของจี๊ อาร์ทสยามว่า ไม่เคยทิ้งความแรง ความกล้าตรงไปตรงมาทั้งน้ำเสียงและเนื้อหา เป็นคำถามแทนใจผู้หญิงคนหนึ่งในยุคสมัยใหม่ว่าการตกเป็นเบี้ยล่างของเพศชายจะเป็นการยอมมากไปหรือไม่ และที่สำคัญการไม่ตกอยู่ภายใต้อำนาจการควบคุมของเพศชายสำหรับภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ผู้ศึกษาสังเกตเห็นว่ามีการนำเสนอผ่านกลวิธีทางภาษาต่าง ๆ เช่น การใช้คำทับศัพท์การใช้คำศัพท์สมัยใหม่และการใช้คำเรียกผู้หญิงหรือผู้ชาย เป็นต้น ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ยังไม่พบการศึกษาวรรณกรรมเพลงของจี๊ อาร์ทสยามอย่างลึกซึ้งนัก ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาการประกอบสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลง และกลวิธีทางภาษาที่เชื่อมโยงภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลงของจี๊ อาร์ทสยามต่อไป



## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการประกอบสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลงของจ๊ะ อาร์สยาม

## แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

### แนวคิดเรื่องการสร้างความหมายทางสังคม

ในปัจจุบันเราอยู่ท่ามกลางโลกของการติดต่อสื่อสารและการสร้างความหมายตามความรู้สึก ประสบการณ์ และค่านิยม ทำให้เราอยู่กับโลกของความหมายที่สร้างขึ้นมาเองตามสัญชาตญาณ โดยความหมายที่เราสร้างขึ้นมานั้นเกิดจากโลกที่แวดล้อมตัวเรา ประกอบด้วย โลกทางกายภาพ เช่น พื้นดิน แม่น้ำ วัตถุ บุคคล เป็นต้น และโลกทางสังคม (Social World) ที่เกิดจากผลการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ในสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน สถานที่ทำงาน ศาสนา รัฐ และสื่อมวลชน โดยโลกทางสังคมเกิดจากการนิยามความหมายแก่สิ่งต่าง ๆ จากโลกกายภาพรอบตัว (กาญจนา แก้วเทพ. 2549) “ความเป็นจริง” (Reality) ที่ยึดถือในสังคมนั้น แท้จริงแล้วไม่ได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้าง (Constructed) ขึ้นจากการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ของสังคม ให้กลายเป็นความจริงของสังคม (Social Reality) เรียกว่า วัฒนธรรม ทั้งนี้ Whorf & Sapir (1939 ; อ้างถึงในวิโรจน์ อรุณมานะกุล. 2556) กล่าวว่า ภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างแนวคิด (concept) เกี่ยวกับความเป็นจริง นอกจากนี้ ภาษายังเกี่ยวข้องกับโลกกายภาพ เมื่อโลกกายภาพแตกต่างกันทำให้เกิดโลกทางสังคมและทำให้เกิดระบบภาษาที่ต่างกัน การใช้ภาษาที่แตกต่างกัน ก็จะทำให้คนมีประสบการณ์กับความเป็นจริงต่างกัน หรือกล่าวได้ว่า ภาษาทำหน้าที่เป็นกุญแจไขประตูไปสู่ความเป็นจริง นอกจากนี้ เราสามารถสร้างโลกแห่งความหมาย (World of Meaning) คือความรู้ที่เราได้มาจากโลกแห่งความเป็นจริงแค่บางส่วน แล้วสร้างโลกแห่งความหมายขึ้นมาเติมเต็มความจริงบางอย่างที่เราไม่สามารถหาความแน่นอนจากความเป็นจริงที่มีอยู่ได้ โลกแห่งความหมายจึงถูกสร้างขึ้นเพื่อที่จะกำหนดและอธิบายความหมายนั้น ๆ กลายเป็นความรู้ เมื่อความรู้ถูกสั่งสมมากขึ้นก็กลายเป็นคลังความรู้ สร้างทัศนคติ และค่านิยมต่าง ๆ จนกลายเป็นความจริงทางสังคมที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย โดยสื่อมวลชนมีส่วนสำคัญที่สร้างความหมายของโลกทางสังคม โดยผ่านกลไกทางภาษา

สื่อมวลชนสามารถสร้างความหมายให้กลายเป็นความจริงทางสังคมนั้นสามารถทำได้ด้วย 4 ลักษณะ คือ การสถาปนา (Establishment) คือการบรรจุคำหรือความหมายใหม่เข้าไปในผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารเกิดการเรียนรู้คำและความหมายใหม่การยืดขยาย (Extension) คือ การที่สื่อเพิ่มความหมายใหม่เข้าไปจากคำเดิมที่ผู้รับสารรู้ความหมายอยู่แล้ว แต่ทำให้รู้เพิ่มและกว้างขึ้นไปอีกการแทนที่ (Substitution) คือ การที่สื่อลบความหมายเดิมออกจากการรับรู้ของผู้รับสาร และเพิ่มความหมายใหม่เข้าไปแทนที่ และการดำรงอยู่ (Standardization) คือการทำให้ความหมายเหล่านั้นคงอยู่ต่อไปด้วยการตอกย้ำ หรือฉายภาพซ้ำ(กาญจนา แก้วเทพ. 2543)



บทบาทของสื่อในฐานะสร้างความเป็นจริงทางสังคม ปรากฏในลักษณะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างโลกความเป็นจริงกับโลกแห่งความหมาย โดย กาญจนา แก้วเทพ (2549) กล่าวว่า ในปัจจุบันคนที่มีประสบการณ์ตรงมีอยู่อย่างจำกัด ขณะที่ตัวกลางอย่างสื่อมวลชนได้ทำลายกาละ (Time) และเทศะ (Space) ลง ส่งผลให้มนุษย์มีประสบการณ์ความเป็นจริงที่เกิดจากสื่อมากกว่า หรือกล่าวคือ สื่อมวลชนได้ทำให้มนุษย์เกิดภาพในหัว ซึ่งเป็นภาพความเป็นจริงของโลกภายนอกที่มนุษย์อาจไม่เคยมีประสบการณ์เข้าไปสัมผัสกับความเป็นจริงเหล่านั้นโดยตรง ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นช่องทางในการนำความเป็นจริงจากโลกภายนอกเหล่านั้นเข้ามาสู่มนุษย์ และมนุษย์ก็จะสร้างความหมายจากความจริงเหล่านั้น โดยอาจแตกต่างกันไปตามแต่ประสบการณ์ส่วนตัวหรือสภาพสังคม

วรรณกรรมเพลง ถือเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่มีผู้คนเข้าถึงได้ง่ายและคนส่วนใหญ่มักชื่นชอบการฟังเพลงขณะทำกิจกรรมอื่นทั้งนี้เป็นเพราะวรรณกรรมเพลงเกิดจากการนำเรื่องราวของคนในสังคมมาแต่งสอดคล้องกับดุษฎี ชุมสาย (2516) ที่กล่าวว่า การสร้างวรรณกรรมเพลงเกิดจากแรงบันดาลใจของมนุษย์ที่ได้รับจากการดำรงชีวิตในสังคม เพลงจึงถือเป็นแหล่งประกอบสร้างความหมายของสังคมกายภาพชั้นดี

### วิธีดำเนินการวิจัย

บทความนี้เป็นการศึกษาเชิงเอกสาร ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลบทเพลงลูกทุ่งของจ๊ะ อาร์สยาม จากเว็บไซต์ จำนวน 15 เพลง ต่อมาจึงรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประกอบสร้างความหมาย และรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับประวัติและผลงานของจ๊ะ อาร์สยาม ตามด้วยการขึ้นวิเคราะห์ข้อมูลวรรณกรรมเพลงไทยลูกทุ่งของจ๊ะ อาร์สยาม โดยศึกษาวิเคราะห์ 2 ประเด็นคือ การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลงของจ๊ะ อาร์สยาม และการวิเคราะห์ทวิวิถีทางภาษาที่เชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลง เรียบเรียงโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

### ผลการวิจัย

#### ภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลง

ภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลงของจ๊ะ อาร์สยาม ถือเป็นเอกลักษณ์ของเพลงที่ชัดเจนมาก ทุกเพลงจะปรากฏภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่แบบตรงไปตรงมา ดังนี้

#### 1. ภาพของผู้หญิงที่ “รู้เท่าทันผู้ชาย”

ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่เป็นคนฉลาด มีสติ คิครอบคอบ รู้เท่าทันคนโดยเฉพาะรู้ทันผู้ชายซึ่งเป็นคนรักมีปรากฏในบทเพลงดังตัวอย่าง “นิสัยของฉัน เปลี่ยนไปตามสันดานของเธอ รู้เอาไว้หะอ๊ะ ถ้าเธอยังทำฉันก็ไม่หาย โรคนี้อย่างเป็นอีกนาน อยู่ที่สันดานเธอใจเธอเล็กเลวเมื่อไร ถึงวันนั้นฉันจะหายดี” (นิสัยของฉันเปลี่ยนตามสันดานเธอ: จ๊ะ อาร์สยาม) ทำให้เห็นภาพของผู้หญิงสมัยใหม่ที่รู้ทันนิสัยและความประพฤติของผู้ชายที่นอกใจเป็นภาพที่แตกต่างไปจากภาพของผู้หญิงในอดีตที่มักเชื่อฟังสามี ไม่ได้รู้เท่าทันคน กลับกลายเป็นผู้หญิงไร้เหตุผล ใช้อารมณ์ ไม่ไว้เนื้อเชื่อใจผู้ชาย รวมถึงพยายามสร้างความอุ่นใจกลับ



แก่ผู้ชายเพื่อเอาคืน มีความกล้าในการต่อรองกับพฤติกรรมเชิงลบของผู้ชาย แตกต่างกับในอดีตที่ผู้หญิงตกเป็นผู้ตามฝ่ายชายเพียงอย่างเดียว

อีกหนึ่งบทเพลงที่สะท้อนภาพลักษณ์ การรู้เท่าทันผู้ชายอย่างชัดเจน นั่นคือเพลง “หนูเอาอยู่” ดังตัวอย่างบทเพลงตอนหนึ่งที่ว่า “อ้าว .. เอาอยู่ อย่างพื้หนี่หนูเอาอยู่ อ้าว .. เอาอยู่ สบายสบายก็ เพราะว่าหนูเอาอยู่ อย่างพื้หนี่มันจิบจิบอยากจะกระชิบว่าหนูเอาอยู่ อ้าปากก็เห็นลิ้นไก่อย่ามาลวดลายนะ หนูเอาอยู่” (หนูเอาอยู่: จ๊ะ อาร์สยาม) เนื้อหาของเพลงสะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่มีความสามารถที่จะรับมือกับพฤติกรรมของผู้ชายได้ เนื่องจากรู้ทันผู้ชายว่าเขาคิดอะไร และแสดงออกซึ่งพฤติกรรมเช่นนั้น เพราะเหตุใด มีการใช้วลีที่ว่า “อ้าปากก็เห็นลิ้นไก่” ก็ยังเป็นการชี้ให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า ผู้หญิงรู้ทันผู้ชายที่จะเข้ามาจิบและสามารถจัดการกับพฤติกรรมของผู้ชายได้เป็นอย่างดี

## 2. ภาพของผู้หญิงที่ “มั่นใจในตนเอง”

ความมั่นใจนับเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งของนักร้อง จ๊ะ อาร์สยามเนื่องจากภาพลักษณ์ของตัว จ๊ะ อาร์สยามเองเป็นผู้หญิงมั่นใจ มีความโดดเด่น สง่างามและดูแข็งแรงไปพร้อมกัน ทำให้ภาพเหล่านี้ถูกสร้างลงในบทเพลงหลายบทเพลง ดังตัวอย่าง “สวยนะไม่ค่อยมาก แต่ทำยาก ๆ นะได้ มีแต่คนถูกใจกันเป็นล้าน เลิกก็ต้องมาจิบ อยากได้ก็ต้องรีบ ๆ คนมารอต่อแถวยาวเป็นพัน ถ้าได้ลองคบดูไม่นานจะรู้ว่าถึงใจ” (จิบหนอยอร์รอยแฉะ: จ๊ะ อาร์สยาม) แสดงให้เห็นบทบาทของผู้หญิงสมัยใหม่ซึ่งมีความมั่นใจว่าตนเองเป็นที่สนใจของผู้ชายหลายคนในเวลาเดียวกัน ดังในข้อความ “คนมารอต่อแถวยาวเป็นพัน” มีเสน่ห์ ลีลา น่าหลงใหลทำให้ผู้ชายต้องยอมรับ เน้นนำเสนอตัวเอง เพื่อให้ผู้ชายสนใจ นอกจากนี้ยังเห็นความมั่นใจของผู้หญิงที่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยไม่ต้องมีหัวหน้าครอบครัวครอบครัวยุคใหม่ ดังตัวอย่างที่ปรากฏในเพลง “มีทองเท่าหัว ไม่มีฝั้วก็ได้” มีเนื้อหาว่า “อยู่กับเพื่อนกับฝูงได้นี้ เงินทองเราก็มี ไม่เห็นต้องง้อ แต่ผู้ชายกะโหลกกะลา ไม่ใช่ป่าไม่ใช่พ้อ ไม่ง้อให้เปลืองน้ำลาย มีทองท่วมหัวรีใหญ่เท่าหัว ไม่มีฝั้วก็ได้ ไม่ตายหรอกนำ ไม่หรอกนำถ้าไม่มีฝั้ว มีทองท่วมหัว แล้วไม่มีฝั้ว ไม่ต้องกลัว มีทองท่วมหัวรีใหญ่เท่าหัว ไม่มีฝั้วก็ได้” (มีทองเท่าหัว ไม่มีฝั้วก็ได้: จ๊ะ อาร์สยาม) ความมั่นใจที่ปรากฏนี้ เป็นความมั่นใจอีกแง่หนึ่ง ที่ผู้หญิงแสดงออกว่าสามารถพึ่งตนเองโดยไม่ต้องมีสามีผู้เป็นหัวหน้าครอบครัว ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่แตกต่างกับวิถีในอดีตอย่างเห็นได้ชัด

## 3. ภาพของผู้หญิงที่ “มีสิทธิ์เลือก”

ภาพของผู้หญิงได้เปลี่ยนแปลงจากอดีตที่ผู้หญิงเป็นเพียงตัวเลือกของผู้ชาย กลายเป็นผู้เลือกด้วยความเก่ง ความมั่นใจ ความเพียบพร้อมทำให้ผู้หญิงเป็นผู้มีสิทธิ์เลือกผู้ชายตามความพอใจ ดังตัวอย่างตอนหนึ่งในเพลง “สวยวนไปคะ” ความว่า “สวยวนไปคะเดี่ยวก็มาเองแหละ ผู้ชายเยอะเยอะกินไม่ไหว” (สวยวนไปคะ: จ๊ะ อาร์สยาม) เนื้อเพลงที่กล่าวว่า “ผู้ชายเยอะเยอะกินไม่ไหวไม่ไหว” เห็นได้ว่าผู้หญิงสมัยใหม่มีสิทธิ์เลือกผู้ชาย ที่เข้ามาเป็นตัวเลือกรายานานมาก ที่สำคัญยังมีการใช้คำว่า “กิน” ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าผู้หญิงมีอำนาจเป็นผู้กระทำเหนือผู้ชายลักษณะของการเป็นผู้เลือกดังกล่าว ยังสอดคล้องกับเพลง “เห็นนางเจียบ ๆ ฟาดเรียบนะคะ” ที่แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงมีผู้ชายให้เลือกมาก



ตอนหนึ่งว่า “ก็อยู่ในตู้ ซู้ยู่ใต้เตียง แพนเก่าอยู่นอกระเบียง คนเลี้ยงกำลังจะมา ก็อยู่ในตู้ ซู้ยู่ใต้เตียง แพนเก่าอยู่นอกระเบียง แพนใหม่เดินเรียงกันมา” (เห็นนางเงียบ ๆ ฟาดเรียบนะคะ: จ๊ะ อาร์สยาม)

คำว่า “ก๊ิก ชู้ แพนเก่า คนเลี้ยง และแพนใหม่” เป็นคำเรียกผู้ชาย ทำให้ภาพของผู้หญิงที่เป็นผู้เลือกเด่นชัดขึ้น เพราะมีผู้ชายเข้ามาจับพร้อมกันที่หลายหลายคน ซึ่งมีสิทธิ์ตัดสินใจในการเลือกใครก็ได้

#### 4. ภาพของผู้หญิงที่ “ทันโลกทันเหตุการณ์”

ภาพลักษณะอีกประการหนึ่งที่แสดงความเป็นหญิงสมัยใหม่นั้นคือการรู้ทันโลกทันเหตุการณ์ มีความทันสมัย ทั้งด้านความคิด ทักษะคติ ตลอดจนไปถึงการแต่งกายและการวางตัวในสังคมที่มีความโดดเด่นตามกระแสนิยม ดังตัวอย่าง “แอบตามกระแส... แผลๆๆตามสไตล์ เทรนด์ไหนมาแรง ต้องเกาะติด เสนอหน้า แอบแหลเนียน ๆ สร้างกระแสมา呀 แสดงออรัว่าเป็น ซุปตาร์ออนไลน์” (แอบตามกระแส แผลตามสไตล์: จ๊ะ อาร์สยาม) ทำให้เห็นภาพของผู้หญิงที่ใช้ชีวิตเกาะติดตามกระแสนิยม “เทรนด์ไหนมาแรง ต้องเกาะติดเสนอหน้า” หมายรวมถึงความเป็นอยู่ที่บ่งบอกความทันสมัยในทุกเรื่อง ทั้งการแต่งกาย การแต่งหน้า วิถีความเป็นอยู่ เน้นภาพภายนอกที่หมายรวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ให้มีระดับที่สูงขึ้นเพื่ออวดโอ้ในสื่อออนไลน์ ดังข้อความ “แสดงออรัว่าเป็น ซุปตาร์ออนไลน์” ซึ่งตรงกับความเป็นจริงในสังคมปัจจุบันที่คนมักติดกับภาพที่สร้างขึ้นมากกว่าความจริงที่เป็น เพื่อบ่งบอกความทันสมัยของบุคคล

#### 5. ภาพของผู้หญิงที่ “ล้ำสมัยในด้านเพศสัมพันธ์”

ภาพลักษณะที่น่าสนใจอย่างหนึ่งในวรรณกรรมเพลงของ “จ๊ะ อาร์สยาม” ก็คือการสะท้อนให้เห็นว่าผู้หญิงสมัยใหม่มองเรื่องเพศสัมพันธ์เป็นเรื่องปกติ สามารถเกิดขึ้นได้ทั่วไปโดยง่าย กล่าวพูดกล้าแสดงออกเรื่องเพศสัมพันธ์แบบตรงไปตรงมา ดังตัวอย่าง “ไม่เชื่อก็ต้องเข้ามา มาลองสักอ้า มาชิมสักคำว่า จะอร่อยแค่ไหน โตแล้วไม่ต้องอายมัวแต่จ้องอยู่ได้ ไม่ใช่เป็นปลากัดนะคะ” (จิบหน่อย อร่อยแน่: จ๊ะ อาร์สยาม) จะเห็นว่า ผู้หญิงมีความกล้าที่จะชักชวนผู้ชายเพื่อที่จะมีเพศสัมพันธ์อย่างตรงไปตรงมา รวมถึงยังเป็นผู้เสนอตัวเองต่อผู้ชาย และยังสร้างความมั่นใจให้ผู้ชายมีความกล้าแสดงออกเรื่องเพศอย่างเต็มที่ เช่นเดียวกับเพลง “ไม่แรดอยู่ยาก” ตอนหนึ่งที่ว่า “เปิดเกมรุก เปิดเกมเริ่มก่อนได้นี้ นั้ก็ลองดูสิ ไม่ผิตผี ทรอกจ้า ถ้ายังท้อ ซื่อป้อไม่เปลี่ยนสไตล์ โดนใครแย่งไป นั้ยอม่าบ่นอีกน้า” (ไม่แรดอยู่ยาก: จ๊ะ อาร์สยาม) ภาพลักษณ์ความล้ำสมัยในด้านเพศสัมพันธ์นี้ ยิ่งชัดเจนขึ้นในตัวอย่าง กล่าวคือ ผู้หญิงในเพลงมีการเชื้อเชิญผู้ชายให้เข้าหาตน รวมถึงพูดถึงเรื่องเพศอย่างเปิดเผย นอกจากนี้ยังตำหนิผู้ชายที่เรียบร้อย ให้เกียรติฝ่ายหญิงตามขนบเดิมว่าล้ำสมัยและทำลายโอกาสของตัวเอง

#### กลวิธีทางภาษาที่เชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลง

กลวิธีทางภาษา เป็นการเลือกใช้คำต่าง ๆ ของผู้แต่งเพลงเพื่อสร้างและสื่อความหมายจากเพลงถึงผู้ฟังให้ได้ดีที่สุด ซึ่งในเพลงของจ๊ะ อาร์สยามมีการใช้กลวิธีทางภาษาที่เชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ดังนี้





### 1. การใช้คำทับศัพท์

บทเพลงมีการใช้คำทับศัพท์จำนวนมาก เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและตามกระแสกลุ่มผู้ฟัง ซึ่งนับว่าเป็นลักษณะเด่นประการหนึ่งเพลงจะ อาร์สยาม ตัวอย่างเช่น “อ่อนแอก็แพ้ไป ต้องเจ็ดมันต้อง ฉาย ให้ผู้ชายน้ำลายกระฉอก เข้ามาเลิฟเข้ามาไลค์...” “แอ็บ แอ็บตามกระแส แหลๆๆตามสไตล์ อยู่ใน โลกออนไลน์ ขวนขวายหาแต่ผู้ชายรับประทาน...” และ “ชอบโชว์ชอบอวดของดี เซลฟี่ชอบอวดฐานะ โปสท์ ว่าโสดชั่ว ทั้งที่มีผัวก็ดราม่า บ้างก็สร้างภาพดีดี ชอบไปเซลฟี่ในวัดโนงา”(แอ็บตามกระแส แหล ตามสไตล์ : จ๊ะ อาร์สยาม)เห็นว่าผู้แต่งมีการเลือกใช้คำทับศัพท์ เช่น show, online, line, selfy, sure, drama เพื่อให้ภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ที่มีความทันสมัย รู้เท่าทันคน โดยเฉพาะการเลือกใช้คำ ทับศัพท์ที่เกี่ยวกับสื่อเทคโนโลยี ที่ทำให้ผู้ฟังเข้าถึงความทันสมัยเมื่อฟังเพลง

### 2. การใช้คำศัพท์สมัยใหม่

เพลงของจ๊ะ อาร์สยาม มุ่งการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ดึงความเป็นสมัยใหม่ และอยู่ในกระแสนิยม ดังตัวอย่าง “ทำตัวแรงแต่ว่าจริงใจ ดีกว่าทำตัวใสๆแต่สตอเบอแหลแอ็บแอ็บแต่ภายนอกแต่ภายใน มันยอดแฉ่” (สตอเบอแหล : จ๊ะ อาร์สยาม) “ยังคิดมันก็ยังน้อยใจ หมดโปรแล้วไข่ม้อย ถึงได้เป็นแบบนี้” (หมดโปร : จ๊ะ คันทู)และ “อะเสริจใจลึคะ ไม่ทันหล่อนทรอกนะ แ่งไปนาบชะ ปาดเค็กเข้าเส้นชัย”(ไม่ แรดอยู่ยาก : จ๊ะ อาร์สยาม)มีการใช้คำเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน เช่นคำว่า “แอ็บแอ็บ” แทนลักษณะผู้หญิงที่แสดงความไร้เดียงสา คำว่า “หมดโปร” แทนความรักที่เปลี่ยนไปจากเคยเอาใจใส่ กลายเป็นความเฉยเมย ซึ่งการใช้คำข้างต้นนั้นได้ส่งเสริมภาพลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงที่ทันสมัยทันโลก ทันเหตุการณ์ได้อย่างชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการใช้คำที่ส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นผู้หญิงที่มั่นใจและ “ล้ำสมัยในเรื่องเพศสัมพันธ์” ในความว่า “แ่งไปนาบชะ” ซึ่งมีการใช้คำว่า “นาบ” ที่เป็นคำใหม่ในกลุ่ม นักร้องราตรีมาใช้แทนการร่วมหลับนอนเชิงขู่ว่าและยังทำให้เห็นว่าผู้หญิงสมัยใหม่กล้าเข้าหาผู้ชายเพื่อ สานต่อความสัมพันธ์ในลักษณะของการมีเพศสัมพันธ์

### 3. การสร้างสำนวนใหม่

สำนวนคือถ้อยคำที่มีความหมายไม่ตรงตามตัว หรือมีความหมายอื่นแฝงอยู่ อาจเป็นถ้อยคำที่สืบ ต่อกันมาช้านานหรือเป็นสำนวนที่เกิดขึ้นใหม่ในปัจจุบัน ซึ่งในเพลงของจ๊ะ อาร์สยามมีการสร้างสำนวน ขึ้นมาใหม่ให้เข้ากับยุคสมัย ดังตัวอย่างในเพลง “มีทองท่วมหัว” ความว่า “มีทองท่วมหัวรีใหญ่เท่าหัว ไม่มี ผัวก็ได้ ไม่ตายทรอกน่า ไม่ทรอกน่า ถ้าไม่มีผัว มีทองท่วมหัว แล้วไม่มีผัว ไม่ต้องกลัว มีทองท่วมหัวรีใหญ่ เท่าหัว ไม่มีผัวก็ได้”(มีทองทั้งหัว ไม่มีผัวก็ได้ : จ๊ะ อาร์สยาม)เนื้อเพลงนี้ ทำให้เห็นว่ามีการดัดแปลง สำนวนใหม่เกิดขึ้น จากสำนวนเดิม คือ มีทองท่วมหัวเอาตัวไม่รอด หมายถึง การมีทรัพย์สินสมบัติมหาศาล แต่ไม่สามารถเอาตัวรอดในสังคมได้ มาสร้างเป็นสำนวนใหม่ที่เห็นได้ชัดว่าสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของ ผู้หญิงที่ “มีสิทธิ์เลือก” คือ มีทองท่วมหัวรีใหญ่เท่าหัว ไม่มีผัวก็ได้ หมายถึง การมีทรัพย์สินสมบัติมีค่า มากกว่าการมีสามี จากสำนวนใหม่นี้เห็นได้ชัดว่าผู้ชายไม่ใช่เป้าหมายสูงสุดของผู้หญิงอีกต่อไป



อีกเพลงหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของสำนวนใหม่ ก็คือ เพลง “สวายนไปคะ” ในเพลงนี้มีสำนวนที่เกิดขึ้นใหม่ นั่นก็คือ ชุดใหญ่ไฟกระพริบ หมายถึง การมีเพศสัมพันธ์กันอย่างเต็มที่ ซึ่งสำนวนนี้ถือได้ว่าช่วยสนับสนุนภาพลักษณ์ผู้หญิงที่ “ล้ำสมัยในด้านเพศสัมพันธ์” ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ดังตัวอย่าง “สวายนไปคะเดี่ยวก็มาเองแหละ ผู้ชายเยอะเยอะกินไม่หวาดไม่ไหว ให้แจ่มให้เจงให้ขาวให้แดง เข้าไว้ จะไปที่ไหนชุดใหญ่ไฟกระพริบ” (สวายนไปคะ : จ๊ะ อาร์สยาม)

#### 4. การซ้ำคำ เล่นเสียง

ผู้แต่งบทเพลงใช้ศิลปะในการแต่งโดยการซ้ำคำ ซึ่งเป็นกลวิธีที่ใช้คำคำเดียวกันซ้ำในเพลง อาจจะวางไว้ติดกันแบบซ้ำซ้ำ หรือวางไว้แยกจากกันแต่เป็นระเบียบเรียบร้อย โดยความหมายของคำที่ซ้ำนั้นจะต้องไม่เปลี่ยนแปลง จะมีความหมายเหมือนกันทุกคำ ซึ่งลักษณะการซ้ำคำและเล่นเสียงดังกล่าว ทั้งคำว่า “มา” และคำว่า “กิน” ต่างก็เป็นการย้ำเพื่อแสดงถึงการเชื่อเชิญผู้ชายให้มา มีเพศสัมพันธ์ สะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่มี “ความล้ำสมัยในด้านเพศสัมพันธ์” อีกนัยหนึ่ง ดังตัวอย่าง “มามาลองสักอ้อ มาชิมสักคำ มาหะอะอย่าทำซึกซึก เมื่อถ้าใครเข้ามา...” (จีบหน่อย อร่อยแน่ : จ๊ะ อาร์สยาม) “ไปแอบกินกันไกล ๆ ทาง่าย ๆ ไม่มีปัญหา ให้กินกันแบบฟรี ๆ ซื่อเสียงขึ้นชื่อลือชา นิงๆ แบบนี้อะนะ นี่ละตัวกินดับตัวแม่...” (เห็นนางเจี๊ยบๆ ฟาดเรียบนะคะ : จ๊ะ อาร์สยาม) และ “น้องเพียงอยากอยู่กับพี่ทุกวันอยากเป็นลิ้นกับฟัน อยากอาบน้ำด้วยกันน้องให้พี่คอยอุหล่ง อยากซักผ้าให้พี่ทำกับข้าวให้ว่าที่สามีกินฉันท์ผิวเมีย” (ไร่ยางอายุ : จ๊ะ อาร์สยาม)

นอกจากภาพลักษณ์ผู้หญิงที่ “ล้ำสมัยในด้านเพศสัมพันธ์” จะเกิดจากการซ้ำคำแล้ว ยังมีการเล่นเสียงพยัญชนะเพื่อเน้นย้ำความหมายให้ชัดเจนมาเป็นตัวช่วยสนับสนุนภาพลักษณ์ดังกล่าวอีกด้วย ดังตัวอย่าง “ได้ลองคบดูไม่นานจะรู้ว่าถึงใจ ลีลาลวดลายระดับที่เธอต้องร้อง อะฮะอะฮ้า” (จีบหน่อยอร่อยแน่ : จ๊ะ อาร์สยาม) จะเห็นได้ว่าการเน้นย้ำความหมายการเคลื่อนไหวในเรือนร่างของผู้หญิงด้วยคำว่า “ลีลาลวดลาย” และย้ำคำอุทานที่แสดงถึงความเร้าร้อนของผู้หญิงด้วยคำว่า “อะฮ้า อะฮ้า” ลักษณะดังกล่าวนี้ถือได้ว่าเป็นการเสริมภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ “ล้ำสมัยในด้านเพศสัมพันธ์” คือ มีอารมณ์ร่วมกับการมีเพศสัมพันธ์อย่างถึงขีดสุด

#### 5. การใช้คำเรียกผู้หญิงและผู้ชาย

คำสรรพนามที่ใช้เรียกแทนหญิงหรือชายในเพลงเน้นเลือกใช้สรรพนามที่บ่งบอกความสัมพันธ์ ความสนิทสนมและความรู้สึกของผู้เรียกที่มีต่อผู้ถูกเรียก ดังตัวอย่าง “ชนะงชนะนี้หรือแก๊งกวาง ไม่เคยห่างหน้าจอละนะ” (แอบตามกระแสแหลตามสไตล์ : จ๊ะ อาร์สยาม) และ “ชนะนี้ไม่ประสีประสา ไม่ค่อยหวือหวาเรื่องนั้นเท่าไร อะเสร์จใจระลึะ ไม่ทันหล่อนทรอกนะแย่งไปนาบชะปาดเค็กเข้าเส้นชัย” (ไม่แรดอยู่ยาก : จ๊ะ อาร์สยาม) เนื้อเพลงนี้ ทำให้เห็นถึงความเป็นสมัยใหม่ในการเลือกใช้คำเรียกแทนผู้หญิงด้วยคำว่า “ชนะนี้” ซึ่งการใช้คำว่า “ชนะนี้” นั้น ยังสื่อถึงนัยของความเป็นผู้หญิงที่มีนิสัยชอบเข้าหาผู้ชาย ลักษณะการใช้คำสรรพนามรูปแบบใหม่เช่นนี้ ถือได้ว่าสอดคล้องกับการสร้างภาพลักษณ์ผู้หญิงที่ “ทันสมัยทันเหตุการณ์” อีกด้วย



## 6. การใช้คำกริยาสื่อพฤติกรรม

พฤติกรรมที่แสดงออกจากเพลงถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เพลงมีความน่าสนใจ และเข้าถึงผู้ฟังตามยุคสมัย ซึ่งเพลงของจ๊ะ อาร์สยาม มีการใช้คำกริยาเพื่อนำเสนอพฤติกรรมของบุคคลในเพลง โดยเฉพาะผู้หญิง ดังตัวอย่าง “สร้างภาพว่าอินโนเซนต์ บื้อเหมือนเป็นคุณยาย แต่เบื้องหลังร้ายจะตาย เธอแอบกินหลายรายแล้วละ...เห็นนางเงียบๆ ก็ก็เพียบนะคะ เห็นนางเงียบๆ นางพาดเรียบประวังไว้นะ เห็นนางเงียบๆ ก็ก็เพียบนะคะ เห็นนางเงียบๆ นางเก็บเรียบเลยน้ำ” (เห็นนางเงียบ ๆ พาดเรียบนะคะ: จ๊ะ อาร์สยาม) “แอบ แอบตามกระแส แหละๆๆตามสไตล์ อยู่ในโลกออนไลน์ ชวนชวนหาแต่ผู้ชาย รับประทาน” “เทรนด์ไหนมาแรง ต้องเกาะติดเสนอหน้าแอบแหละเนียนๆ สร้างกระแสมา” และ “ชอบโชว์ชอบอวดของดี เซลที่ชอบอวดฐานะโสดตัวโสดตัว ทั้งที่มีผิวก็คร่ามา” (แอบตามกระแส แหละตามสไตล์ : จ๊ะ อาร์สยาม) คำว่า “แอบกิน พาดเรียบ เก็บเรียบ ชวนชวนหาผู้ชายรับประทาน” เป็นการใช้กริยาที่แสดงพฤติกรรมทางเพศของผู้หญิงที่แสดงออกมา ส่วน “แอบ แหละ เกาะติดเสนอหน้า สร้างกระแสมา ชอบโชว์ชอบอวด” ถือเป็นกริยาแสดงพฤติกรรมของหญิงยุคใหม่ จากคำว่า “แอบ” ทำให้เห็นว่าผู้หญิงยุคใหม่มักสร้างภาพลักษณ์ให้ตนเองดูรู้ดีเพียงสา และคำว่า “แหละ” ทำให้เห็นถึงค่านิยมของผู้หญิงยุคใหม่ที่สร้างภาพลักษณ์ให้ตนเองดูดี ทั้งหน้าตา ฐานะเพื่อให้เกิดการยอมรับในสังคม

## 7. การใช้การเปรียบเทียบ

การเปรียบเทียบเป็นการพิจารณาเทียบเคียงให้เห็นลักษณะที่เหมือนกันและต่างกันของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการเปรียบเทียบในเพลงเป็นการเปรียบเทียบเพื่อให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์และเห็นภาพชัดเจนขึ้น ดังตัวอย่าง “สวยเงียบเงียบทุกกระเบียดนิ้วแบบไทย นอนนิ่งนิ่งเป็นเสไฟฟ้า ไม่ค่อยหือค่อยอือ” “อะเสร็จใจลึะ ไม่ทันหล่อนทรอกะ แย่งไปนาบชะ ปาดเค้กเข้าเส้นชัย” (ไม่แรดอยู่ยาก : จ๊ะ อาร์สยาม) และ “ยุคนี้ใครแจ่มก็วินนะจ๊ะ พวกจืดจืดอย่างกับคุณน้ำหมาคาบไปกินทุกที่” (สายนไปคะ : จ๊ะ อาร์สยาม) จะเห็นการเปรียบเทียบในสองลักษณะ กล่าวคือ การเปรียบเทียบโดยมีคำเชื่อมเพื่อเปรียบเทียบได้แก่ “นอนนิ่งนิ่งเป็นเสไฟฟ้า, พวกจืดจืดอย่างกับคุณน้ำ” และการเปรียบเทียบโดยไม่มีคำเชื่อมเพื่อเปรียบเทียบแต่เป็นการนำสิ่งที่ จะเปรียบเทียบสิ่งที่จะพูดถึงโดยทันทีได้แก่ “ปาดเค้กเข้าเส้นชัย, หมาคาบไปกินทุกที่” ซึ่งการเปรียบเทียบลักษณะนี้ผู้ฟังต้องอาศัยการตีความจากบริบทด้วย

## 8. การใช้สำนวนต่าง ๆ

ในบทเพลงของจ๊ะ อาร์สยาม มีการสร้างคำใหม่เป็นสำนวนเพื่อแทนสิ่งที่จะกล่าวถึง ซึ่งสำนวนต่าง ๆ ที่ใช้ มักเป็นสำนวนที่เกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมของเพศหญิง ดังตัวอย่างการใช้สำนวนว่า “ซีมากับคาราไมล์” ซึ่งซีมาคาราไมล์เป็นยาสำหรับทาแก้คัน การที่ใช้คำนี้แทนผู้หญิง ถือเป็นการเล่นยของหญิงที่มีความต้องการทางเพศสูง ส่วน “มะม่วงแรด” หมายถึง ผู้หญิงที่ปล่อยเนื้อปล่อยตัว ยั่ววนผู้ชาย เล่นยด้วยคำว่า “แรด” ที่เป็นคำแทนลักษณะผู้หญิงตามที่ได้กล่าวมา ดังความว่า “ต้องมอบรางวัล เป็นของ



กำนัลให้นางไวใช้มีชีมำกับคาลาไมล์แถมมะม่วงแรดไวให้กิน” (เห็นนางเงียบ ๆ ฟาดเรียบนะคะ: จ๊ะ อาร์สยาม) “ต๊อออก โอ้ย ต๊อออก ห๊ะ มันเยอะตอก เอาออกไปบ้างก็ดี ต๊อออก โอ้ย ต๊อออก ชักจะเยอะตอก เอาออกไปซะดีดี” (ต๊อออก: จ๊ะ อาร์สยาม)

### สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาศึกษาการประกอบสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลงของ จ๊ะ อาร์สยาม โดยศึกษาจากเนื้อเพลงของจ๊ะ อาร์สยาม จำนวน 15 เพลง ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ที่ปรากฏในเพลงจ๊ะ อาร์สยาม ประกอบไปด้วย 1) ภาพของผู้หญิงที่ “รู้เท่าทันผู้ชาย” 2) ภาพของผู้หญิงที่ “มั่นใจในตนเอง” 3) ภาพของผู้หญิงที่ “มีสิทธิ์เลือก” 4) ภาพของผู้หญิงที่ “ทันโลกทันเหตุการณ์” และ 5) ภาพของผู้หญิงที่ “ล้ำสมัยในด้านเพศสัมพันธ์” ภาพลักษณ์ที่ปรากฏประกอบสร้างผ่านทางภาษาของผู้แต่ง ประกอบไปด้วย 1) การใช้คำทับศัพท์ ซึ่งแสดงความทันสมัย 2) การใช้คำศัพท์สมัยใหม่ โดยเฉพาะศัพท์กลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการฟังเพลง 3) การสร้างสำนวนใหม่ เพื่อดึงดูดใจและสร้างความเป็นเอกลักษณ์และทันตามสมัย 4) การซ้ำคำ เล่นเสียง เพื่อย้ำความหมายที่สื่อสาร 5) การใช้คำเรียกผู้หญิงและผู้ชาย ในการบ่งบอกความสัมพันธ์ ความสนิทสนมและความรู้สึกของผู้เรียกที่มีต่อผู้ถูกเรียก 6) การใช้คำกริยาสื่อพฤติกรรมของผู้หญิงสมัยใหม่ 7) การเปรียบเทียบ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์และเห็นภาพชัดเจนขึ้น และ 8) การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ แทนพฤติกรรมของเพศหญิง

การประกอบสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลงของจ๊ะ อาร์สยามทำให้เห็นภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ ทั้งภาพของผู้หญิงที่รู้เท่าทันผู้ชาย มีความฉลาด ใช้ความคิดมากกว่าอารมณ์ในการรับมือกับผู้ชายซึ่งเป็นคนรัก ภาพของผู้หญิงที่มั่นใจในตนเอง เชื่อว่าตนเองมีค่า มีความสามารถ และสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยไม่ต้องง้อผู้ชาย ภาพของผู้หญิงที่มีสิทธิ์เลือก เป็นฝ่ายเลือกผู้ชายเอง ภาพของผู้หญิงที่ทันโลกทันเหตุการณ์ มีความทันสมัย ทั้งด้านความคิด ทักษะคติ ตลอดจนไปถึงถึงการแต่งกายและการวางตัวในสังคมที่มีความโดดเด่นตามกระแสนิยม และภาพของผู้หญิงที่ล้ำสมัยในด้านเพศสัมพันธ์มองเรื่องเพศสัมพันธ์เป็นเรื่องเปิดเผย กล้าคิด กล้าแสดงออกเกี่ยวกับเรื่องเพศสัมพันธ์อย่างเต็มที่ โดยกลวิธีทางภาษาที่เชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลงประกอบไปด้วย การใช้คำทับศัพท์ การใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม การสร้างสำนวนใหม่ การซ้ำคำ เล่นเสียง การใช้คำเรียกผู้หญิงและผู้ชาย การใช้คำกริยาสื่อพฤติกรรมเปรียบเทียบ และการใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งกลวิธีเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ช่วยประกอบสร้างให้เห็นภาพของผู้หญิงสมัยใหม่ ที่สำคัญคือภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลง ของจ๊ะ อาร์สยาม ยังสะท้อนความเป็นจ๊ะ อาร์สยาม ได้เป็นอย่างดี ทั้งการเป็นผู้หญิงที่กล้าแสดงออก ที่เห็นได้จากความมั่นใจในการแสดงบนเวที การเป็นผู้ที่ไม่ยอมคน ที่เห็นได้จากกระแสนิวที่เคยมีปัญหากับนักร้องในสังกัดเดียวกัน รวมถึงการเทเปียร์ใส่ผู้ชมที่ล่วงเกินร่างกายขณะแสดงคอนเสิร์ต ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่เป็นเสมือนกระจกสะท้อนสังคม เพราะพัฒนาการของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้คนในสังคมมีพฤติกรรม ความคิด ความเชื่อและค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไป



ด้วย ดังปรากฏชัดจากภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลงของจ๊ะ อาร์สยาม ที่ผู้หญิงมีภาพลักษณ์เปลี่ยนไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการประกอบสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในวรรณกรรมเพลงของจ๊ะ อาร์สยามเพียงประเด็นเดียว ควรมีการศึกษาในประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เช่น ลักษณะการสื่อความทางเพศ อัตลักษณ์ และภาพสะท้อนสังคมที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลง เป็นต้น

### เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ไม้สนธิ. (2544). การต่อรองอำนาจของผู้หญิงจากการนำเสนอเรือนร่างผ่านสื่อวิทยุสารไทย. ปรินญาณีเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤตยา อาชวนิจกุล. (2554). เพศวิถีที่กำลังเปลี่ยนไปในสังคมไทย. ในจุดเปลี่ยนประชากร จุดเปลี่ยนสังคมไทย. สุรีย์พร พันพิ่ง และมาลี สันภูวรรณ (บรรณาธิการ): 43-66. นครปฐม: สำนักพิมพ์ประชากรและสังคม.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). ภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- จ๊ะ อาร์สยาม ประวัติลูกทุ่งสาวเซ็กซี่ ถึงจะแรงแต่จริงใจ กับแง่มุมที่ไม่เคยรู้. สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2563, จาก <http://musicstation.kapook.com>.
- จินตนา ดำรงเลิศ. (2533). วรรณกรรมเพลงลูกทุ่ง : ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยมและการดำเนินชีวิตของชาวชนบทไทย ที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่งไทย ตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 จนถึงปัจจุบัน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพฯ.
- จิรัฏฐ์ ธรรมชาติ. (2545). การอธิบายตัวตนในชุมชนเสมือนจริง. วิทยานิพนธ์ปรินญาณีเทศศาสตรมหาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ตราจิตต์ เมืองคล้าย. (2556). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาตามทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา. ปรินญาณีรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ตุ้ย ชุมสาย. (2516). วรรณกรรมพินิจเชิงจิตวิทยา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ปฐรินทร์ นาคสิงห์. (2556). การประกอบสร้างตัวตนเกย์ในภาพยนตร์ไทย, วารสารธรรมศาสตร์ (สาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์). 39(2), 35-53.
- พัทยา สายหู. (2526). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลไกของสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พิชฌเศศ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2555 (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.



วจีภรณ์ อาทรมิตร. (2541). ภาพลักษณ์ของนักรการเมืองสตรีที่ถูกนำเสนอผ่านทางหนังสือพิมพ์ในปี พ.ศ. 2541. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2563, จาก <http://cuir.car.chula.th>.

วิโรจน์ อรุณมานะกุล. (2556). *ทฤษฎีภาษาศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สันติ ทิพย์นา. (2561). ภาพลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ในบทเพลงลูกทุ่งของไบเตย อาร์สยาม, *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*. 20(2), 25-37.

เสนาะ เจริญพร. (2548). *ผู้หญิงกับสังคมในวรรณกรรมไทยยุคทอง*. กรุงเทพฯ : มติชน.

อุดมพร ยิ่งไพบูลย์สุข, เปรมวดี คฤหเดช. (2554). *เพศวิถีของนักศึกษาในเขตรัตนโกสินทร์ กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.