

ภาพตัวแทนความรักและความสัมพันธ์ของหญิงสาวใน บทเพลงของกลุ่มศิลปินหญิง: จาก สาว สาว สาว ถึง BNK48*

Representations of Love and Relationship of Girls in Song Lyrics of Girl Groups and Duos: From Sao Sao Sao to BNK48

เวฬุรีย์ เมธาวิวินิจ**
Veluree Metaveevinij**

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพตัวแทนความรักและความสัมพันธ์ของหญิงสาวในบทเพลงของกลุ่มศิลปินหญิง โดยคัดเลือกกลุ่มศิลปินหญิง 8 วง ที่มีอิทธิพลในอุตสาหกรรมเพลงไทยในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525-2561 โดยศึกษาตัวบท (textual analysis) ของเนื้อหาในเพลง และศึกษาบริบท (contextual analysis) ของอุตสาหกรรมเพลงในช่วงที่บทเพลงนั้นถูกผลิตขึ้นมา ผลการวิจัยคือภาพตัวแทนของความสัมพันธ์ของหญิงสาว สามารถจำแนกได้สี่แบบหลัก คือ หญิงสาวที่แอบรัก หญิงสาวที่มีแฟนหรือคนรัก หญิงสาวที่ผิดหวังในความรัก และหญิงสาวกับมิตรภาพความเป็นเพื่อน แต่ในแต่ละช่วงระยะเวลาได้มีความเปลี่ยนแปลงในเนื้อหาของเพลง เช่น หญิงสาวที่แอบรักกล้าแสดงออกมากขึ้น หญิงสาวที่มีแฟนหรือคนรักก็มีบทบาทในการเริ่มต้นความสัมพันธ์มากขึ้น รวมทั้งหญิงสาวที่

*วันที่รับบทความ 14 มกราคม 2562; วันที่แก้ไขบทความ 22 เมษายน 2562; วันที่ตอบรับบทความ 10 พฤษภาคม 2562

**อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ช่องทางการติดต่อ: 2 ถนนพระจันทร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200 หรือ 02 623 5055 หรือ veluree@citutu.ac.th

**Lecturer, College of Innovation, Thammasat University, Bangkok, Thailand
Telephone: 02 623 5055 E-mail: veluree@citutu.ac.th

ผิดหวังในความรัก ก็ไม่ได้มองว่าความผิดหวังนั้นเป็นสิ่งที่ร้ายแรง ซึ่งพัฒนาการของภาพตัวแทนเหล่านี้ มีผลจากปัจจัยทั้งอิทธิพลของวงการเพลงภายในประเทศและต่างประเทศ ภาพลักษณ์ของวงดนตรี และอายุการทำงานในวงการของศิลปิน ซึ่งภาพตัวแทนเหล่านี้เป็นสิ่งที่สะท้อนวัฒนธรรมหญิงสาวในแต่ละยุคได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: ภาพตัวแทน / หญิงสาว / วัฒนธรรมหญิงสาว / เกิร์ลกรุ๊ป / เกิร์ลดูโอ

Abstract

This research has objectives to study the representations of girls in the song lyrics of girl groups and girl duos in Thailand by choosing 8 girl groups and duos that are influential in the Thai music industry during 1982-2018. By using textual analysis of the song lyrics and contextual analysis of the music industry during these songs were produced, the research finding is the representation of girl relationship can be classified in four categories, including girls who secretly fall in love, girls who have relationship with boyfriends or lovers, girls who are disappointed in love, and girls with their friendship. Nonetheless, many developments can be found in the lyrics. As time has gone by, girls portrayed in the song lyrics have more courage to show their affections. They also have more active roles in relationships. And, girls who are disappointed in love do not take their disappointment too seriously. This development is affected by several factors in domestic and international music industry, girl band images, length of time that girl bands have been formed. These representations can effectively reflect girl culture in each era.

Keywords: Representation / Girl / Girl culture / Girl groups / Girl duos

บทนำ

ในเดือนพฤศจิกายน 2561 สาว สาว สาว วงเกิร์ลกรุ๊ปที่โด่งดังตั้งแต่ยุค 80 ได้รวมตัวกันอีกครั้งเพื่อจัดคอนเสิร์ตที่รอยัล พารากอน ฮอลล์ กรุงเทพฯ คอนเสิร์ตซึ่งมีการแสดงทั้งหมด 3 รอบ ระหว่างวันที่ 23-25 พฤศจิกายน สามารถขายบัตรหมดเกลี้ยงทุกรอบ โดยกลุ่มคนดูหลักคือแฟนคลับซึ่งรอคอยการกลับมาของวง สาว สาว สาว ที่วางรายการจัดคอนเสิร์ตการแสดงร่วมกันไปถึง 34 ปี

ในขณะเดียวกันวง BNK48 ซึ่งเป็นวงน้องสาวของ AKB48 วงไอดอลของญี่ปุ่น ก็ได้ประสบความสำเร็จอย่างสูง เพลง 'คุกกี้เสียงทาย' ซึ่งดัดแปลงมาจากเพลง 'Koisuru Fortune Cookie' ของ AKB48 กลายเป็นเพลงฮิตติดชาร์ตของหลายคลื่นวิทยุ และมีนักร้องนักแสดงที่นำเพลงนี้มีรางวัลจำนวนมาก สมาชิกในวง BNK48 หลายคน ก็ได้รับความนิยมนอย่างล้นหลามและเป็นพรีเซนเตอร์สินค้าหลากหลายชนิด

หากพิจารณาว่าความนิยมของวงเกิร์ลกรุ๊ป จะพบว่ามีมาต่อเนื่องเกือบ 40 ปี โดยนับตั้งแต่อัลบั้มแรกของ สาว สาว สาว ซึ่งวางแผงในปี 2525 มาจนถึงการออกผลงานเพลงของวง BNK48 ล่าสุดในปี 2561 ซึ่งในระหว่างช่วงดังกล่าว ก็จะมีวงเกิร์ลกรุ๊ปอื่นๆที่โด่งดังในช่วงเวลาต่างๆ เช่น T-Skirt (2538-2539) ของคีตา Girly Berry (2545-2547) ของอาร์เอส และ Zaza (2541-ปัจจุบัน) ของ GMM Grammy เป็นต้น นอกจากนี้หากพิจารณาวงศิลปินหญิงไปถึงวงดนตรีผู้หญิงล้วนที่มีสมาชิก 2 คน ก็มีหลายวงที่ได้รับความนิยมในช่วงต่างๆ เช่น Triumphs Kingdom (2542-2544) ของค่าย Dojo City และ ไฟร์-มด (2548-2558) ของอาร์เอส

ถึงแม้ว่ากลุ่มศิลปินหญิงจะได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องหลายสิบปี แต่กลับมีงานวิจัยน้อยมากที่มุ่งศึกษากลุ่มศิลปินหญิงซึ่งเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ของไทย ผู้วิจัยจึงได้หยิบยกหัวข้อดังกล่าวมาศึกษา โดยงานวิจัยนี้จะเน้นศึกษาถึงภาพตัวแทนความรักและความสัมพันธ์ของหญิงสาวในบทเพลงของกลุ่มศิลปินหญิงที่ร้องเพลงป๊อป (pop music) ตั้งแต่ยุคของวง สาว สาว สาว จนถึง วง BNK48 โดยมีสมมุติฐานว่า บทเพลงของวงศิลปินหญิงล้วนเหล่านี้ได้ทำหน้าที่ถ่ายทอดอัตลักษณ์ของผู้หญิงที่เริ่มก้าวสู่วัยสาว และเริ่มที่จะมีความรักและความสัมพันธ์ โดยความสัมพันธ์ในที่นี่ หมายถึง ความผูกพัน เกี่ยวข้องกัน ทั้งแบบคนรักและแบบเพื่อน ระหว่างต่างเพศหรือเพศเดียวกัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษากลุ่มศิลปินหญิง เนื่องด้วยกลุ่มศิลปินหญิงมักมีการกำหนดภาพลักษณ์อย่างชัดเจน จากบทเพลงและการแต่งกาย ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับความเป็นผู้หญิงในแต่ละยุคสมัย การศึกษาภาพตัวแทนในบทเพลงนี้จึงทำให้สามารถเห็นพัฒนาการและความเปลี่ยนแปลงสังคมวัฒนธรรมในบริบทของอุตสาหกรรมเพลงระหว่างในช่วงเวลาเกือบ 40 ปี ของการมีกลุ่มศิลปินหญิงในวงการเพลงไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาภาพตัวแทนของความรักและความสัมพันธ์ของหญิงสาวในบทเพลงของกลุ่มศิลปินหญิงเพลงป๊อป
2. ศึกษาบริบทของอุตสาหกรรมเพลงที่มีผลต่อบทเพลงของกลุ่มศิลปินหญิงเพลงป๊อป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมหญิงสาว (Girl Culture)

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 'สาว' หมายถึงหญิงที่อายุพ้นวัยเด็ก นับตามความนิยมแล้วมีอายุตั้งแต่ 15-30 ปีขึ้นไป อย่างไรก็ตาม หากใช้คำภาษาอังกฤษว่า Girl แล้ว อาจหมายความตั้งแต่เด็กผู้หญิง เด็กสาวแรกเริ่มไปจนถึงหญิงสาว ในการศึกษาชั้นนี้ เลือกที่ใช้คำภาษาไทยว่า 'หญิงสาว' และภาษาอังกฤษว่า Girl เพื่อเจาะจงถึงกลุ่มศิลปินหญิงที่มีผลงานเพลงออกมาในขณะที่อายุอยู่ในช่วงระหว่าง 15-25 ปี และมีอิทธิพลต่อกลุ่มคนฟังที่อยู่ในช่วงวัยเดียวกันหรือช่วงวัยที่ใกล้เคียง รวมทั้งเป็นส่วนหนึ่งในวัฒนธรรมหญิงสาว (Girl Culture)

Mitchell and Reid-Walsh (2008) ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมของหญิงสาวในฐานะวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ซึ่งเป็นภาพตัวแทน (representation) ของความเป็นหญิงสาว (girlhood) ซึ่งสามารถศึกษาได้หลายรูปแบบ ยกตัวอย่างเพียงบางส่วนดังนี้

วัฒนธรรมของหญิงสาวสามารถศึกษาได้จากการปฏิบัติทางสังคม (social practice) โดยศึกษาว่าหญิงสาวทำอะไร หรือการกระทำใดถูกเชื่อมโยงกับความเป็นหญิงสาว ยกตัวอย่างเช่น ในบริบทสังคมอเมริกัน ความเป็นหญิงสาวในสื่อมักเชื่อมโยงกับการคุ้ยโทรศัพท์ หรือการแต่งตัวไปงานฉลองจบการศึกษา เป็นต้น วัฒนธรรมของหญิงสาวยังสามารถศึกษาได้จากวัฒนธรรมทางวัตถุ (material culture) ยกตัวอย่างเช่น ศึกษาเสื้อผ้า เครื่องประดับ หรือตุ๊กตาที่เป็นนิยมในหมู่หญิงสาว เป็นต้น หรือศึกษาจากสื่อ (media) โดยศึกษาหนังสือ ภาพยนตร์ ดนตรี หรือรายการโทรทัศน์

ที่เป็นที่นิยมในกลุ่มหญิงสาว หรือเป็นส่วนหนึ่งในการประกอบสร้างความ เป็นหญิงสาวในสังคม

วัฒนธรรมของหญิงสาวยังสามารถศึกษาจากพื้นที่ (space) ที่เชื่อมโยงกับความเป็นหญิงสาว เช่น ห้างสรรพสินค้าได้กลายเป็นพื้นที่ที่ถูกเชื่อมโยงกับความเป็นหญิงสาว นอกจากนี้ วัฒนธรรมของหญิงสาว ยังสามารถศึกษาได้จากพิธีกรรม (rite of passage) ของการเปลี่ยนผ่านช่วงวัยของหญิงสาวในทั้งเชิงศาสนาและเชิงสังคม ยกตัวอย่างเช่น การสวมใส่ยกทรง เป็นครั้งแรก การออกเดท และการมีแฟน เป็นต้น

วัฒนธรรมของหญิงสาว จึงสามารถศึกษาได้หลากหลายรูปแบบ ในบทความชิ้นนี้ จะเน้นการศึกษาวัฒนธรรมของหญิงสาวโดยผ่านสื่อ คือ บทเพลงของวงศิลปินหญิง แต่ทั้งนี้ การวิเคราะห์บทเพลง อาจมีการกล่าวถึงวัฒนธรรมของหญิงสาวตามรูปแบบอื่นๆที่กล่าวมาข้างต้น

2. แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) และ อุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)

‘เพลงป๊อป’ (pop music) คือ แนวเพลงที่ฟังง่าย มีทำนองที่ติดหู และเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) หรือวัฒนธรรมมวลชน (mass culture) การศึกษาวัฒนธรรมประชานิยมในงานวิชาการ สามารถแยกได้เป็นสองแนวคิดหลัก แนวคิดแรก คือ แนวคิดที่มีต้นกำเนิดจากสำนักแฟรงค์เฟิร์ต (Frankfurt School) ศูนย์รวมของนักวิชาการสาย ทฤษฎีวิพากษ์ช่วงศตวรรษที่ 1930 ประกอบด้วยนักคิดที่สำคัญคือ เช่น Theodor Adorno และ Max Horkheimer ซึ่งได้วิพากษ์วัฒนธรรมมวลชน ภายใต้การผลิตของ“อุตสาหกรรมวัฒนธรรม”(Culture Industry)ว่ามีลักษณะ

ที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) มีลักษณะของการเป็นสินค้า (commodification) 2) มีมาตรฐานเดียวกันหมด (standardization) และ 3) มีปริมาณมากมายมหาศาล (massification) ซึ่งทำให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคผลผลิตทางวัฒนธรรมดังกล่าว ขาดความเป็นปัจเจกบุคคล และตกอยู่ภายใต้ระบบของนายทุนอุตสาหกรรม (กาญจนา แก้วเทพ: 2557, 268-269)

แนวคิดอีกแบบหนึ่งคือแนวคิดของสำนักเบอร์มิงแฮม (Birmingham School) ซึ่งกำเนิดมาจาก Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) ซึ่งก่อตั้งในปี 1964 ที่มหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮมประเทศอังกฤษ ซึ่งเน้นการศึกษาวัฒนธรรมในฐานะปฏิบัติการทางวัฒนธรรม (cultural practice) มากกว่าที่จะสนใจผลผลิตทางวัฒนธรรมเพียงอย่างเดียว ดังนั้นนักวิชาการในสำนักเบอร์มิงแฮมจึงสนใจว่าปฏิบัติการวัฒนธรรมดังกล่าวเกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ: 2557, 257-258) นอกจากนี้ สำนักเบอร์มิงแฮมยังมองว่าวัฒนธรรมประชานิยมไม่ได้ทำหน้าที่ผลิตซ้ำทางอุดมการณ์และครอบงำทางอุดมการณ์เพียงอย่างเดียว แต่ยังทำหน้าที่วิพากษ์วิจารณ์หรือต่อต้านอำนาจได้เช่นกัน (กาญจนา แก้วเทพ: 2557, 269)

3. สัญญะวิทยา (Semiotics) และภาพตัวแทน (Representation)

สำนักเบอร์มิงแฮมได้นำแนวคิดของ Ferdinand De Saussure มาใช้ในการวิเคราะห์ระบบชุดของความสัมพันธ์ที่เป็นตัววงกรอบและการสร้างความหมาย โดย Saussure ได้เสนอว่าภาษาไม่ได้มีหน้าที่ในการสร้างความหมายเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่ “จัดระบบ” (organize) และ “ประกอบสร้าง” (obstruct) วิธีการเข้าถึงความเป็นจริง โดยความหมายของคำเกิดขึ้นได้เมื่อ

มี “ระบบความสัมพันธ์” (system of relationship) ดังนั้น ความหมายของ “ผู้ชาย” ก็เกิดขึ้นได้เมื่อสามารถมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่าง “ผู้ชาย” กับ “สิ่งอื่นที่ไม่ใช่ผู้ชาย” เช่น ผู้หญิง กระทั่ง ว่าเป็นอย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ: 2557, 272) หากเปรียบเทียบกัน เนื้อหาของเพลงป๊อบของกลุ่มศิลปินหญิง ก็เป็นสิ่งที่สร้างความหมายให้กับ “ความเป็นหญิงสาว” (Girlhood) โดยสร้างระบบความสัมพันธ์ระหว่างหญิงสาวกับสิ่งอื่น ๆ ขึ้นมาเช่นเดียวกัน

อีกแนวคิดที่สำคัญในสำนักเบอร์มิงแฮม คือ แนวคิดเรื่องภาพตัวแทน (Representation) ซึ่งหมายความถึง การผลิตความหมายผ่านภาษา (the production of meaning through language) โดย Stuart Hall (2013: 3) ได้ระบุว่า ระบบของภาพตัวแทน (systems of representation) คือระบบที่วัตถุ คน หรือเหตุการณ์ สามารถเชื่อมต่อกับแนวคิดที่มีอยู่ในหัวของผู้รับสารและทำให้ผู้รับสารสามารถตีความวัตถุ หรือคน หรือเหตุการณ์ เป็นภาพตัวแทนของบางสิ่งบางอย่างได้ ซึ่งระบบของภาพตัวแทนนี้เองเป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้ทำความเข้าใจต่อโลกใบนี้ ซึ่งระบบของภาพตัวแทนนั้นทำหน้าที่ได้ทั้งเป็นเชิงภาพสะท้อน (reflective approach) ของวัตถุ คน ความคิด หรือเหตุการณ์ ในโลกความจริง หรืออาจทำหน้าที่เชิงภาพการประกอบสร้างทางสังคม (constructionist approach) ที่สร้างความหมายและความเชื่อในสังคม (Hall, 2013: 10-11)

4. ภาพตัวแทนของความเป็นผู้หญิงในเพลง

การศึกษาภาพตัวแทนของความเป็นผู้หญิงในเพลงปรากฏในงานวิจัยหลายชิ้น อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และวราทิพย์ อธิบาย (2554) ได้ศึกษาภาพของความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ที่เบี่ยงเบนออกจากจารีตของสังคม ผ่าน

เพลงไทยสมัยนิยม โดยศึกษาภาพและเนื้อหาของนักร้องเดี่ยวและนักร้องกลุ่ม จำนวน 4 กรณีศึกษา ได้แก่ ทาทา ยัง, มาซา วัฒนพานิช, โฟร์-มด และ Girly Berry และพบว่าเพลงสมัยนิยมได้สร้างให้ผู้หญิงแตกต่างจากบรรทัดฐานเดิมของสังคม เช่น มีความมั่นใจในตนเองสูง เป็นตัวของตัวเอง กล้าแสดงออก เช็กชี ยั่วยวน เข้มแข็ง ฉลาด และรู้เท่าทันผู้ชาย รวมถึงไม่ยึดมั่นในความรักและสามารถพึ่งพาตนเองได้

ในขณะที่ ทับทิม ชัยชนะ โกชัย สาริกบุตร และรังสรรค์ จันดี๊ะ (2559) ได้ศึกษาบทบาทของผู้หญิงสามัญในเพลงลูกทุ่งร่วมสมัย โดยศึกษาบทเพลงลูกทุ่งร่วมสมัย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2555 และค้นพบว่า บทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏ มี 8 ด้าน ดังนี้ คือ ผู้หญิงด้านการสร้างอำนาจต่อรองทางเพศ ผู้หญิงที่บูชาความรัก ผู้หญิงในฐานะลูกสาว ผู้หญิงด้านความเชื่อและความศรัทธา ผู้หญิงที่ต่อสู้ชีวิต ผู้หญิงทางเพศสภาวะ ผู้หญิงในฐานะภรรยา และผู้หญิงในฐานะแม่ นอกจากนี้ ผลวิจัยชิ้นนี้ระบุว่าแนวคิดที่เด่นชัดมากที่สุดคือ แนวคิดความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ ซึ่งมีความเข้มแข็ง รักศักดิ์ศรี เปิดเผยและกล้าท้าทาย ซึ่งสอดคล้องกันผลวิจัยของ อมรรัตน์และวราทิพย์ (2554) ที่ศึกษาเพลงไทยสมัยนิยม

งานวิจัยบางชิ้นไม่ได้เน้นที่เพลงของศิลปินหญิงอย่างเดียว แต่เน้นที่เพลงที่มีลักษณะเนื้อหาที่คล้ายคลึงกัน เช่น งานของ ปรมารณณ์ ลิมปีเลิศเสถียร (2557) ซึ่งศึกษาเพลงลูกทุ่งและเพลงลูกกรุงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการนอกใจ หรือการมีชู้ ซึ่งปรมารณณ์ได้วิเคราะห์ว่า เพลงที่มีฝ่ายชายเป็นผู้นอกใจ จะมีเนื้อหาเชิงอ้อนวอนให้ฝ่ายหญิงยกโทษให้ หรือโทษว่าเป็นเพราะความยั่วยวนของอีกฝ่ายเลยทำให้ตนเองพลั้งเผลอไป ในขณะที่ ถ้าผู้หญิงเป็นฝ่ายนอกใจ เพลงก็จะสะท้อนว่าผู้ชายเป็นผู้ที่น่าสงสาร ถูกเมียทอดทิ้ง

เป็นต้น ซึ่งเป็นภาพสะท้อนของการที่ยอมรับ ‘ผิวเดียวหลายเฉย’ แต่กลับ
ประนาม ‘เฉยเดียวหลายผิว’ ในสังคมไทย อย่างไรก็ตาม ประมาภรณ์ ก็ได้
สรุปว่าสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ได้ทำให้บทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏในเพลง
นอกใจมีความเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องเก็บความรู้สึก และกล้า
ที่จะมีพฤติกรรมสวนทางกับความเชื่อของสังคม เช่น เพลง “ฉันรักผิวเขา”
ของ สีนจัย เปล่งพานิช หรือ เพลง “ให้เลวกว่านี้” ของ ปาน ธนพร เป็นต้น
นอกจากนี้ ยังมีการใช้คำใหม่ เช่น คำว่า ‘กิ๊ก’ เพื่อหลีกเลี่ยงคำว่าชู้
และหลีกเลี่ยงจากบรรทัดฐานของการมีผิวเดียวเฉยเดียว

จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า บทเพลงของศิลปินนักร้อง
หญิง มีความใกล้เคียงกับความเป็นหญิง และมีการใช้ภาษาซึ่งประกอบสร้าง
เป็นภาพตัวแทนของความเป็นหญิงในวัฒนธรรมประชานิยม งานวิจัยชิ้นนี้
จึงมุ่งเน้นที่จะวิเคราะห์ภาพตัวแทนดังกล่าว โดยเชื่อมโยงบทเพลงของกลุ่ม
ศิลปินหญิงกับบริบทที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมเพลงในยุคต่างๆ ซึ่งการศึกษา
ภาพตัวแทนนี้ยังเป็นการมองในมิติเชิงอำนาจของผู้หญิง บริบทสังคม และ
อุตสาหกรรมเพลง ที่ล้วนส่งผลต่อการกำหนดความหมายของความเป็นหญิง

นิยามศัพท์เฉพาะ

กลุ่มศิลปินหญิง ในที่นี้หมายถึงวงดนตรีที่มีสมาชิกเป็นผู้หญิงล้วน
และมีสมาชิกตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยผู้วิจัยจึงเลือกใช้คำภาษาอังกฤษแทน
คำว่ากลุ่มศิลปินหญิงสองคำด้วยกันคือ เกิร์ลกรุ๊ป (Girl Groups) ซึ่งมีความ
หมายถึงกลุ่มศิลปินหญิงที่มีสมาชิก 3 คนขึ้นไป และ เกิร์ลดูโอ (Girl Duos)
ที่มีความหมายถึงกลุ่มศิลปินหญิงที่มีสมาชิก 2 คน

ภาพตัวแทน ในที่นี้หมายถึงการผลิตความหมายผ่านภาษาโดยเน้นที่เนื้อเพลงของกลุ่มศิลปินหญิงที่แสดงให้เห็นถึงความรักและความสัมพันธ์ทั้งในแบบคนรักและแบบเพื่อนของหญิงสาว

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาภาพตัวแทนของผู้หญิงผ่านเพลงป๊อปของวงศิลปินหญิง ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525-2561

ทั้งนี้ การคัดเลือกวงศิลปินที่จะนำมาวิเคราะห์ มีหลักเกณฑ์ดังนี้

1. เป็นกลุ่มศิลปินที่มีสมาชิกเป็นผู้หญิงล้วนและมีสมาชิกจำนวน 2 คนขึ้นไป
2. เป็นกลุ่มศิลปินซึ่งออกผลงานเพลงในฐานะวงตั้งแต่เริ่มแรกไม่ได้เป็นศิลปินเดี่ยวที่มารวมกันเป็นวงเพื่อออกผลงานเพลงเฉพาะกิจ
3. เป็นศิลปินเพลงที่มีผลงานเป็นที่ยอมรับ กล่าวคือ มีผลงานต่อเนื่องกันมากกว่า 1 อัลบั้ม หรือมากกว่า 1 ซิงเกิ้ลในยุคหลัง และมีผลงานที่ติดอันดับเพลงฮิตและเป็นที่ยอมรับของผู้ฟัง
4. เป็นศิลปินที่มีผลกระทบต่อวัฒนธรรมหญิงสาว เช่น เป็นต้นแบบของเสื้อผ้า ทรงผม หรือคำพูดติดปากที่เป็นวัฒนธรรมประชานิยมในกลุ่มหญิงสาวในแต่ละยุค

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มศิลปินที่จะศึกษาดังนี้

ชื่อบทเพลง	จำนวนสมาชิก	สังกัด	ปีที่ออกผลงาน ในฐานะวง	จำนวนอัลบั้ม/ซิงเกิ้ล (ไม่รวมผลงานพิเศษ)
1. สาว สาว สาว	3 คน	รถไฟดนตรี	2525-2533	10
2. T-Skirt	3 คน	คีตา	2538-2539	2
3. Zaza	3 คน	GMM Grammy	2541-ปัจจุบัน	5
4. Triumphs Kingdom	2 คน	Dojo City	2542-2544	4
5. Girly Berry	4 คน	อาร์เอส	2545-2557	8
6. โฟร์-มด	2 คน	ไอดี เร็คคอร์ด/ กามิกาเซ่	2548-2558	9
7. เฟย์ ฟาง แก้ว (FFK)	3 คน	กามิกาเซ่	2550-2559	6
8. BNK48	26-53 คน	BNK48 office	2560-ปัจจุบัน	1 อัลบั้ม 4 ซิงเกิ้ล

บทเพลงของศิลปินหญิงทั้ง 8 วงนี้เป็นประเด็นหลักของการวิเคราะห์ ในบทความชิ้นนี้ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยอาจยกตัวอย่างบทเพลงของศิลปินวง อื่นๆ ในยุคสมัยเดียวกันเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบ

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่วิเคราะห์ทั้งตัวบท (textual analysis) และบริบท (context analysis) ของบทเพลงของกลุ่มศิลปินหญิง โดยมีขั้นตอนในการวิจัยมีดังนี้

1. วิจัยเอกสารเพื่อศึกษาบริบทของอุตสาหกรรมเพลงในไทยและต่างประเทศในช่วงยุคสมัยดังกล่าว
2. นำบทเพลงของศิลปินในกลุ่มหญิงมาวิเคราะห์ โดยวิเคราะห์เนื้อหา ความหมาย และคำที่ถูกใช้ในเพลงที่สื่อถึงสองประเด็นความรักและความสัมพันธ์ของหญิงสาวในบทเพลง

3. วิเคราะห์และอธิบายผลว่าบทเพลงที่เป็นภาพตัวแทนความรักและความสัมพันธ์ของหญิงสาวมีความเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุคสมัยอย่างไร และความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดขึ้นจากปัจจัยใด

ผลการวิจัย: 'หญิงสาว' ในบทเพลงของวงศิลปินหญิง

ผลการวิจัยพบว่าภาพตัวแทนของหญิงสาวในเพลงของวงศิลปินหญิง สามารถแบ่งออกเป็นยุคสมัยหลักๆ ได้สี่ยุคด้วยกัน และแต่ละยุคสมัยจะมีความยาวประมาณสิบปี ได้แก่

- ยุคเริ่มต้น ปี 2525-2537 เหตุการณ์โดดเด่นที่เกิดขึ้นในยุคนี้ คือ การเกิดขึ้นของวง สาว สาว สาว ของค่ายรถไฟดนตรี จนกระทั่งวง สาว สาว สาว ยุบวง

- ยุคที่สอง ปี 2538-2547 เหตุการณ์โดดเด่นที่เกิดขึ้นในยุคนี้ คือ การเริ่มมีเกิร์ลกรุ๊ปที่มีการวางภาพลักษณ์อย่างชัดเจน เช่น T-Skirt จากค่าย คีตา Zaza จาก GMM Grammy Triumphs Kingdom จาก Dojo City และ Girly Berry จากอาร์เอส

- ยุคที่สาม ปี 2550-2558 เหตุการณ์โดดเด่นที่เกิดขึ้นในยุคนี้ คือ การกำเนิดของค่ายเพลงกามิกาเซ่ภายใต้สังกัดอาร์เอส ซึ่งรวมศิลปินวัยรุ่นมากมาย เช่น โฟร์-มด และ เพ็ญ ฟาง แก้ว

- ยุคที่สี่ ปี 2558-ปัจจุบัน เหตุการณ์ที่โดดเด่นที่เกิดขึ้นในยุคนี้ คือ การเกิดศิลปินกรุ๊ปไอดอลที่ได้รับอิทธิพลจากญี่ปุ่น เช่น BNK48

บทเพลงในแต่ละยุคสมัยจะมีความคล้ายคลึงในเชิงของเนื้อหาของบทเพลง มากกว่าบทเพลงที่เกิดขึ้นในยุคสมัยที่แตกต่างกัน โดยส่วนต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์รายละเอียดของบทเพลงในแต่ละยุค

ยุคเริ่มต้น: ก๊อก ก๊อก ก๊อก เปิดประตู (2525-2537)

จุดเริ่มต้นของวง สาว สาว สาว เริ่มจากประเสริฐ พงษ์ธนานิกร หรือที่วงการเพลงรู้จักในชื่อ “ระย้า” ซึ่งเป็นนักจัดรายการวิทยุชื่อดัง และเจ้าของค่ายรถไฟดนตรี คิดที่จะทำวงดนตรีสำหรับวัยรุ่น ระย้าได้สอบถามไปยังวิรัช อยู่ถาวร ซึ่งเป็นผู้อำนวยการโรงเรียนดนตรีสยามมาฮ่าในขณะนั้น ให้หาเด็กวัยรุ่นอายุสัก 17-18 ปี มาร้องเพลง วิรัชได้แนะนำระย้าให้รู้จักกับ แอม เสาวลักษณ์ ลีละบุตร ลูกสาวของฉันทนา กิติยพันธ์ ซึ่งเข้ามาร้องเพลงสากลให้ระย้าฟังพร้อมกับ แหม่ม พัชริดา วัฒนา ระย้าพอใจการแสดงของทั้งสองคนและตั้งใจที่จะให้ออกเทปด้วยกันสองคน แต่ฉันทนา กิติยพันธ์ได้แนะนำหลานสาวอีกคนที่เป็นญาติกัน คือ ปุ่ม อรวรรณ เย็นพูนสุข สุดท้ายวง สาว สาว สาว จึงมีสมาชิกสามคนในที่สุด (วิภาวี บุรพาเดชะ, 2561)

94

เพลงยุคเริ่มต้นของวง สาว สาว สาว นั้น มักเอ่ยถึงมุมมองความรักของหญิงสาวที่เพิ่งเคยสัมผัสประสบการณ์ความรัก ที่ทำให้เกิดทั้งความสับสน ลังเลใจ และไม่แน่ใจว่าจะจัดการกับอารมณ์ความรู้สึกของตนเองอย่างไร อาทิ เพลง “รักปักใจ” ซึ่งแต่เดิมเป็นเพลงที่ขับร้องโดย ลินจง บุนนาครินทร์ แต้วง สาว สาว สาว ได้นำมาขับร้องใหม่

“รักปักใจ ใ้อใครช่วยฉันที
ทุกนาที ดังไฟมาจี๋เหลือที่บรรเทา

อาวรณ์ใจร้อนรน พระวิภพวงเหลือก่อนซืมเซา

ตรึงฤทัย ให้หลงเมา หัวใจกระเส้า
นี่ตัวเราหรือตัวใคร”

(รักปักใจ, 2525)

อย่างไรก็ตาม อัลบั้มชุดแรก รักปักใจ (2524) ของ สาว สาว สาว ไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งระย้าได้วิเคราะห์ไว้ในบทสัมภาษณ์ว่าสาเหตุหลักน่าจะมาจากดนตรีที่เป็นผู้ใหญ่มากเกินไป ไม่เหมาะกับวัยรุ่นในสมัยนั้น ในอัลบั้มชุดต่อมา ประตู่ใจ (2526) จึงมีการเปลี่ยนแนวทางดนตรี และทำให้วงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาก (วิภาวี บุรพาเดชะ, 2561)

บทเพลงโปรโมทของอัลบั้มที่สองต่างถ่ายทอดว่าความรักครั้งแรกมักจะลงเอยด้วยความผิดหวัง เมื่อหญิงสาวตระหนักว่าคนรักไม่จริงใจ หรือมีมือที่สามที่พาคนรักจากไป ซึ่งความผิดหวังนี้ ก็สรุปด้วยท่าทีโศกเศร้าที่ทำให้หญิงสาว ‘ปิดประตู(หัวใจ)’ หรือตระหนักว่า ‘รักคือฝันไป’ เพียงเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น

“ก๊อก ก๊อก ก๊อก เปิดประตู เปิดประตู เขาเป็นใคร
แต่ใยเขา เขาทำไม เอาเธอจากไปสู่ประตูวิวาร์ห์
ล๊อก ล๊อก ล๊อก ปิดประตู ไม่อยากดู ดูหน้าใคร
ไม่อยากเห็น คนไร้หัวใจ จึงต้องปิดไฟ ใสลอนประตู”

(ประตูใจ, 2526)

“รักของเธอ พาใจข้าเศร้าหมอง บางครั้งจง ให้ใจ ฉันสุขสันต์
เมื่อมีรัก ไม่จริงใจ ต่อกัน ทุกคืนวัน ผ่านมา ฉันฝันไป”

(รักคือฝันไป, 2526)

อย่างไรก็ดี สาว สาว สาว ก็มีเพลงที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ของแบบคนรัก เช่น เพลง “เป็นแฟนกันได้ยังไง” ซึ่งกล่าวถึงความสัมพันธ์ของการเป็นแฟนด้วยอารมณ์ขัน

“เราชอบกันเหมือนฝัน นั้นเป็นบุพเพ หันเหตลก
ฉันจอมงกขี้ตืด ส่วนเธอหน้าจืด สูดฝืดเหลือทน
ฉันนั้นชอบปุ่เค็ม ส่วนพ่อเนื้อเย็นชอบกินแกงจืด
ดูๆไปคงคบกันยืด เหมือนกินแกงจืด.....ใส่ปุ่เค็ม”

(เป็นแฟนกันได้ยังไง, 2527)

ส่วนในความสัมพันธ์แบบเพื่อนนั้น สาว สาว สาว ก็มีเพลง “แค่เพื่อนกัน” (2531) ที่กล่าวถึงหญิงสาวพยายามเตือนเพื่อนที่คิดกับเธอมากเกินไปเกินกว่าคำว่าเพื่อน นอกจากนี้ ยังมีเพลงที่ไม่ได้มีคำว่าเพื่อนอยู่ในเนื้อเพลง แต่ก็ยังเป็นเพลงที่แสดงถึงน้ำใจไมตรีและการให้กำลังใจในช่วงเวลาที่ท้อแท้ คือ เพลง “ดอกไม้ของน้ำใจ” (2533) ซึ่งดัดแปลงมาจากเพลง “Hana” ของศิลปิน Shinji Tanimura

ความนิยมของวง สาว สาว สาว ต่อเนื่องยาวนานเกือบสิบปี เมื่อเวลาผ่านไป สมาชิกในวงเติบโตขึ้น รัชยาได้เปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีบทบาทในการแต่งเนื้อร้องและทำนอง เช่น ในอัลบั้ม ‘หาคนร่วมฝัน’ ปี 2529 เสาวลักษณ์ ลีละบุตร แต่งเพลง ‘ทุ่งอ้อ’ และอรวรรณ เป็นพูนสุข แต่งเพลง ‘หาคนร่วมฝัน’ ซึ่งเป็นเพลงที่กล่าวถึงความรักที่ลุ่มลึกและเป็นผู้ใหญ่มากขึ้น ทั้งนี้ แอม เสาวลักษณ์ ลีละบุตร หนึ่งในสมาชิกในวงก็ยอมรับในช่วงหลัง ทางวงลำบากมากขึ้นในการวางภาพลักษณ์และเนื้อเพลง

“ทุกคนเริ่มโต เริ่มมีบุคลิกของตัวเองที่ชัดเจนขึ้น มันก็เป็นธรรมดาที่...ไม่ไหวแล้ววะ ครั้นจะหน่อมแน้ม ชีวิตเราก็ไม่หน่อมแน้มแล้ว ครั้นจะโตเกินเพลง คนดูก็ยิ่งอยากเห็นความน่ารักอยู่ แต่เราไม่น่ารักแล้วไง” (ประชาชาติธุรกิจ, 2561)

ในอัลบั้มชุดที่ 8 ว้าว..ว! วง สาว สาว สาว ได้ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์เป็นผู้หญิงที่มีความมั่นใจมากขึ้น บทเพลงในอัลบั้มได้สะท้อนถึงบุคลิกดังกล่าว เช่น เพลง ‘ฉันบอกเธอเอง’ (2531) ซึ่งได้เอ่ยถึงหญิงสาวที่โดนชายหนุ่มถามว่าเธอรักเขาหรือไม่ แต่เธอกลับตอบอย่างตรงไปตรงมาดังเนื้อเพลงที่ว่า

“ความรักเกิดในใจ ไม่อาจเขียนขึ้นมาได้ หากฉันแกล้งรักไป
ไม่มีความหมาย
วันใดตัดสินใจ ไม่จำเป็นให้เธอถามก่อน หากรักเธอแน่นอน
ฉันบอกเธอเอง”

(ฉันบอกเธอเอง, 2531)

วง สาว สาว สาว ถึงจุดอิมิตัวและมีอัลบั้มสุดท้ายในปี 2533 คือชุด ดอกไม้ของน้ำใจ ซึ่งมีเพลงดอกไม้ของน้ำใจ เป็นเพลงที่มีเนื้อร้องผสมระหว่างภาษาไทยกับภาษาญี่ปุ่นเป็นเพลงหลัก

ในช่วงของวง สาว สาว สาว ก็มีศิลปินหญิงอีกวง คือ ปุ้ยฝ่าย ของค่ายเพลงอาร์เอส ชาวดี ที่ทำงานเพลงออกมาในแนวคล้ายคลึงกัน หลังจากการยุบวง สาว สาว สาว มีวง Carrot ของค่ายนิธิทัศน์ ซึ่งได้รับความนิยมใน

ช่วงสั้นๆในปี 2535-2539 โดยมีเพลงโปรโมท เช่น เพลง 'ลองดู' (2535) เพลง 'ซิดซาย' (2535) ซึ่งมีการพูดถึงผู้หญิงที่ทันสมัยมากขึ้น มีทั้งความกล้าในการเริ่มต้นความสัมพันธ์ และตัดความสัมพันธ์ แต่ก็ยังไม่มีศิลปินวงใดที่ได้รับความนิยมเช่นเดียวกับบวง สาว สาว สาว

ยุคที่สอง: ไม่อยากทอดสะพาน แต่รอนานๆก็ไม่ไหวนะ (2538-2549)

ในช่วงต้นทศวรรษที่ 1990 (พ.ศ. 2533) ได้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า Girl Power ขึ้น โดยผู้หญิงผิวขาวชนชั้นกลางในวอชิงตัน ได้รวมตัวกันในชื่อ Riot Grrrls ใช้ดนตรีฟังก์ (Punk) และสโลแกนว่า "Girls need guitar" ในการปฏิวัติวัฒนธรรมของหญิงสาว และกระตุ้นให้หญิงสาวลุกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์เรื่องผิว ชนชั้น และเพศมากขึ้น (Mitchell and Reid-Walsh, 2008: 310-311) ขณะเดียวกันในอุตสาหกรรมบันเทิง ก็เริ่มเกิดภาพยนตร์และละครซีรีส์ที่เน้นตัวละครหลักที่เป็นผู้หญิงมากขึ้น เช่น Charlie's Angels, Buffy the Vampire Slayer เป็นต้น แต่สิ่งที่น่าจะเป็นที่จดจำมากที่สุด ในอุตสาหกรรมเพลงที่ขับเคลื่อนแนวคิดแบบ Girl Power ก็คือ Spice Girls วงเกิร์ลกรุ๊ปจากประเทศอังกฤษที่สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับอุตสาหกรรมเพลงสากล หลังจากอัลบั้มแรกในปี 2537 ประสบความสำเร็จอย่างเป็นปรากฏการณ์ และทำให้ภาพลักษณ์ของผู้หญิงหลายแบบเริ่มเป็นที่ยอมรับมากขึ้น (ibid: 312)

ในวงการเพลงไทย ความเปลี่ยนแปลงของเกิร์ลกรุ๊ป เริ่มเห็นชัดเจนเมื่อมีการก่อตั้งวง T-Skirt เป็นวงเกิร์ลกรุ๊ปที่มีการดีไซน์คาแรคเตอร์ รวมทั้งเสื้อผ้าอย่างชัดเจน และหากวิเคราะห์ถึงเนื้อหาของเพลง T-Skirt เป็นวงดนตรี

ที่พูดถึงหญิงสาวที่มีความกล้าในเรื่องความรักมากขึ้น ในเพลง มีการพูดถึงความรักในแง่ว่าเป็นความเสี่ยง ซึ่งเธออยากจะทดลอง แม้ว่าจะรู้ว่าอาจจะต้องเสียใจในภายหลังก็ตาม

“ไม่เท่าไรหรอก ไม่เท่าไรหรอกคนเนี่ยะ
เสี่ยงกันชะหน่อยเสี่ยงกันให้รู้ ขอตามไปดูให้มันเห็นให้เข้าใจ
ก็คนเขาบอกบอกว่าเธอร้าย หลอกเขามากมายไม่เคยรักใครซักคน
ดูดูยิ่งทำทายเป็นอะไรมันจะยากเย็น ก็จำเป็นต้องทดลอง
ขอร้องอย่าห้าม มีดีเหมือนกันมันจะเท่าไร คงไม่ถึงตายหากใจ
จะไปรักเธอ”

(ไม่เท่าไร, 2538)

แม้กระทั่งในเพลงที่แสดงความผิดหวัง หญิงสาวในเพลงของ T-Skirt ยังมีการขอร้องคนรักและขอให้เขารับผิดชอบต่อความรู้สึกของเธอ

“เข้าใจเธอเข้าใจทุกคำ พร้อมจะทำอย่างที่คุณต้องการ
แต่ถามเธอคำเดียว ว่าใจที่เจ็บช้ำ เธอจะรับผิดชอบอย่างไร
เจ็บแทนได้ไหมอยากฟังแค่นี้ บอกฉันสักคำแล้วยินดีจะเลิก
เจ็บแทนกันได้ไหมถ้าฉันมีน้ำตา เธอจะร้องแทนฉันได้ไหม”

(เจ็บแทนได้ไหม, 2538)

นอกจากนี้ T-Skirt ยังมีเพลงที่กล่าวถึงมิตรภาพของความเป็นเพื่อน ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ของเพื่อนที่คอยอยู่เคียงข้างและปลอบโยนกันและกันในเพลง 'เพื่อนกัน' (2538) และเพลง 'ถามเพื่อนก่อน' (2539) ก็แสดงให้เห็นว่าเพื่อนมีอิทธิพลต่อการเลือกคนรักของหญิงสาว ทั้งนี้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า การให้ความสำคัญกับมิตรภาพความเป็นเพื่อนในกลุ่มผู้หญิงมากขึ้นก็สะท้อนถึงการเพิ่มขึ้นของ Girl Power ได้แบบหนึ่ง แต่ Girl Power ในอุตสาหกรรมเพลงไทยนั้นแตกต่างจากอุตสาหกรรมเพลงตะวันตกที่ไม่ได้เน้นในเรื่องการวิพากษ์ชนชั้น เพศ หรือสังคมอย่างชัดเจน แต่เป็นการที่ผู้หญิงสามารถเปิดเผยความรู้สึกมากขึ้นและมีบทบาทมากขึ้นในความสัมพันธ์

จุดเปลี่ยนที่ชัดเจนมากขึ้นของเพลงวงเกิร์ลกรุ๊ปเกิดขึ้นในยุคที่ค่าย Bakery Music ของบอย โกสิยะพงษ์ เริ่มต้นตั้งค่าย Dojo City เพื่อรองรับศิลปินวัยรุ่นโดยเฉพาะ โดยมี สมเกียรติ อริยะชัยพาณิชย์ เป็นผู้ดูแลในการผลิต โดยสมเกียรติได้กล่าวถึงแนวทางของ Dojo City ว่าเป็นค่ายเพลงที่ทำให้เพลงมาจากเรื่องจริงหรือไลฟ์สไตล์ของคนร้อง เพื่อให้เนื้อหาเป็นกระบอกเสียงให้กับวัยรุ่น ในการทำเพลงให้กับศิลปินค่าย Dojo City นั้น สมเกียรติได้กล่าวว่าเขาได้รับอิทธิพลจากเพลงของหลายประเทศ เพลง "อย่าเข้าใจฉันผิด" ของวง Triumphs Kingdom ก็ได้รับอิทธิพลจากเพลง Latin Lover และเพลง "ผ้าเช็ดหน้า" ก็ได้รับแรงบันดาลใจจากเพลงจีนที่ชื่อ เย่ไหลเซียงของ เต็งลี่จวิน (ยอดมนุษย์..คนธรรมดา, 2562)

ศิลปินวง Triumphs Kingdom ประสบความสำเร็จอย่างสูง เพลง "อย่าเข้าใจฉันผิด" ซึ่งเป็นเพลงโปรโมทเพลงแรกของวง ได้กล่าวถึงหญิงสาวที่พยายามอธิบายความรู้สึกของตนเอง และยังเรียกร้องให้คนรักเข้าใจในตัวเธอ

“ที่วันนั้นฉันนะโกรธ ไร่ เพราะคิดถึง ที่วันนั้นฉันหน้าบึ้ง บึ้งก็เพราะ
ว่าแค้น

ก็อแงเป็นเหมือนกัน เพราะตัวฉันนั้นสุดทน ก็แค่บ่น ๆ ๆ แหม
ก็คนมันมีใจ”

(อย่าเข้าใจฉันผิด, 2542)

นอกจากนี้ เพลงของ Triumphs Kingdom ยังมีการกล่าวถึงสิทธิ์
ของผู้ชาย และหญิงสาวได้เปลี่ยนจากผู้ถูกมอง เป็นผู้จ้องมอง และยังมีกา
รวิพากษ์สิทธิ์ของผู้ชายโดยตรงไปตรงมา

“อ้วนอ้วนอ้วนอ้วน อ้วน ใครๆก็หาว่าเธอนะอ้วน
หน้าอกหน้าใจหน้าท้อง จับไปมีแต่ไขมันล้วนๆ
คนโน้นคนนี้ชอบบอก ให้ตัวเธอนั้นไปลดความอ้วน
แต่ฉันดูว่าน่ารักดีแล้ว ดั่งนั้นไม่ควรไม่ควร”

(อ้วน, 2542)

“ถ้าบ๊วกไปเท่านั้น ไม่เห็นเขาหล่อกว่าแฟนฉัน ไม่เห็นจะสักเท่าไร
ไหนใครบอกคิวหนาหน้าตาก็ดีรู้ใหม่ฉันแอบดูก็ยังงี้ยังไม่น่าสนใจ”
(ถ้าบ๊วก, 2544)

สิ่งที่น่าสังเกตอีกประการคือ ‘ผู้ชาย’ ในเพลงของ Triumphs King-
dom นั้น มักเป็นผู้ชายอยู่ในสถานะเป็นรอง เช่น ผู้ชายที่ไม่มั่นใจในรูปร่าง
ของตนเองในเพลง “อ้วน” หรือเป็นผู้ชายที่ไม่กล้าเผยความรู้สึก จนกระทั่ง

หญิงสาวในเพลงของ Triumphs Kingdom ต้องเป็นฝ่ายที่ทอดสะพานออกมาก่อน ยกตัวอย่างเช่น ในเพลง “คนขี้อาย” ซึ่งมีการใช้ ‘ประตู’ ในการเปรียบเทียบถึงการเปิดใจเช่นเดียวกับเพลง “ประตูใจ” ของ สาว สาว สาว แต่แทนที่หญิงสาวจะเป็นฝ่ายหลบอยู่หลังประตู รอให้คนมาเคาะ กลับเป็นฝ่ายชายที่อยู่หลังประตู และสลับบทบาทให้หญิงสาวเป็นผู้ที่ไปเคาะประตูบานนั้น รวมทั้งจะ ‘บุก’ ด้วย หากผู้ชายไม่ยอมเปิดประตู(หัวใจ)ให้กับเธอ

“เปิด ประตู เปิด ออกมาดูนี่สิ เปิดประตู โอเพน เซซามิ
เปิดประตู ออกมาดูใจฉันที่ ไม่งั้นจะ บุก บุก บุก ไม่เชื่อก็ลองดูสิ”
(คนขี้อาย, 2542)

“ไม่อยากทอดสะพาน แต่รอนานๆก็ไม่ไหวนะ
เจอกันมาตั้งนานแล้ว ทำไมไม่มองตัวฉันบ้างล่ะ
ตรงนี้ตรงนี้ หยิบสิหยิบสิ มองเห็นไหมจ๊ะ
อุตสาหกรรมให้เธอเก็บ ทำไมไม่เก็บซะทีละคะ”
(ฟ้าขีดหน้า, 2542)

ความสำเร็จของ Triumphs Kingdom และศิลปินคนอื่นๆใน Dojo City ไม่ได้สร้างความนิยมแค่ในวงการเพลงเท่านั้น แต่ได้มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมวัยรุ่น เช่น โบ-จอยส์ นักร้องวง Triumphs Kingdom ได้ถูกมองว่าเป็นผู้นำแฟชั่นเกาะอก-สายเดี่ยวที่สาววัยรุ่นใส่ในเซ็นเตอร์พอยต์ รวมทั้ง Dojo City ก็ได้ผลิตนิตยสาร Katch ซึ่งนางแบบที่ได้ขึ้นปกของนิตยสารก็ได้กลายเป็นผู้นำแฟชั่นของวัยรุ่นในยุคสมัยนั้น (ยอดมนุษย์..คนธรรมดา, 2562)

ทั้งนี้ ในช่วงดังกล่าว อาจจะถูกถือว่าเป็นยุคเฟื่องฟูของเกิร์ลกรุ๊ป เพราะค่ายใหญ่ เช่น แกรมมี่ และอาร์เอส ต่างปั้นศิลปินกลุ่มหญิงมากมาย เช่น วง Bubble Girls (2541-2548) วง JAMP (2542-2544) 3G (2545) และ China Dolls (2542-2548) ซึ่งส่วนใหญ่มีจุดขายที่ความสดใสและเพลงเต้น แต่กลุ่มศิลปินหญิงของแกรมมี่ที่มีผลงานต่อเนื่องและได้รับความนิยมมายาวนานได้แก่ วง Zaza (2541-ปัจจุบัน)

ในขณะที่ อาร์เอส โปรโมชัน ก็พยายามโปรโมทวงศิลปินหญิงอีกหลายกลุ่ม ซึ่งกลุ่มที่ได้รับความนิยมสูงคือ Girly Berry มีผลงานแรกในปี 2545 และ โฟร์-มด มีผลงานแรกในปี 2548 สำหรับวง Girly Berry นั้น ในอัลบั้มแรก ชุด Girly Berry เน้นความสดใสร่าเริงและเพลงเต้น แต่ในอัลบั้มที่สองชุด Very Girly วงได้รับเปลี่ยนแปลงลักษณะเป็นเซ็กซี่ ซึ่งทำให้วงเป็นที่นิยมและได้รับเสียงโจมตีไปพร้อมกัน ทั้งนี้ เนื้อเพลงของอัลบั้มแรกและอัลบั้มที่สองก็มีความเปลี่ยนแปลงเช่นกัน โดยในอัลบั้มที่สอง มีการพูดประเด็นที่สามารถโยงกับเรื่องเพศหลายเพลง เช่น เพลง “เรื่องคืนนั้น” ซึ่งกล่าวถึงผู้ชายที่เหงาใจและมาแอบลอบรักหญิงสาวในคืนหนึ่ง ซึ่งมีนัยยะถึงการมีความสัมพันธ์ชั่วข้ามคืนหรือ one night stand ได้ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่หญิงสาวยอมรับและเข้าใจโดยดี แม้ว่าความสัมพันธ์ระยะสั้นจะจบลงในที่สุด แต่หญิงสาวในเพลงของ Girly Berry ก็ไม่ได้แสดงท่าทีในฐานะผู้ที่ถูกเอาเปรียบแต่อย่างใด

“เรื่องคืนนั้นเธอก็คิดซะว่าผ่านไป
ไม่เป็นไรฉันเข้าใจไม่ต้องขอโทษ
คือฉันไม่ได้โกรธ รู้ว่าคืนนั้นเธอแค่เหงาใจ”

(เรื่องคืนนั้น, 2547)

นอกจากนี้ยังมีการนำความสัมพันธ์ที่เรียกกันว่า ‘กิ๊ก’ ซึ่งเป็นคำใหม่ที่เกิดขึ้นในกลุ่มวัยรุ่น แสดงถึงความสัมพันธ์ที่กำกวมระหว่างเพื่อนกับแฟน มาเอ่ยถึงในเพลงของ Girly Berry ด้วยในท่าทีของการสนับสนุนให้ ‘กิ๊ก’ กันก่อน หากยังไม่พร้อมที่จะเป็นแฟนในเพลง “นะกิ๊กนะ” (2547)

เพลงของ Girly Berry ยังเอ่ยถึงความสัมพันธ์ที่มีมือที่สามเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเนื้อเพลงเอ่ยถึงหญิงสาวผู้ที่เป็นมือที่สามของความสัมพันธ์ และพยายามที่จะตัดใจโดยไม่แสดงออกถึงความอ่อนแอ ในเพลง “รักนะแต่ไม่แสดงออก” (2548) และแม้ว่าผู้ชายคนนั้นมีคนรักอยู่แล้ว แต่ถ้าเห็นว่าแฟนของเขาไม่รักเขามากพอ ก็มีบทเพลง “ขอได้ไหมผู้ชายของเธอ” (2555) ที่ขอผู้ชายคนนั้นมาจากแฟนอย่างตรงไปตรงมา

“ขอได้ไหมผู้ชายที่เธอทิ้ง เมื่อความจริงเธอไม่ได้รักเขา
รักมันเปลี่ยนไซ้หรือเปล่า น่าจะปล่อยเขาไป”

(ขอได้ไหมผู้ชายของเธอ, 2555)

นอกจากนี้ เพลงของ Girly Berry ยังเกาะกระแสสังคมอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น เพลง “Reality” (2548) ที่เอ่ยถึงความนิยมของรายการ Reality Show ซึ่งให้ผู้ชมสามารถตัดสินความนิยมของผู้แข่งขันในรายการด้วยการโหวตผ่านมือถือ และเพลง “Gossip” (2548) ที่อ้างอิงถึงการเกิด Paparazzi และการแอบถ่ายคนดังที่เริ่มแพร่หลายมากขึ้น

ในขณะเดียวกัน เจมส์ เรืองศักดิ์ ลอยชูศักดิ์ นักร้องชื่อดังของค่ายอาร์เอส ได้ผันตัวมาเป็นผู้บริหารของค่ายไอดี ีเรคคอร์ด และได้ทาบทาม โฟร์-ศกลรัตน์ วรอุไร และ มด-ณปณัช วัฒนากมลวุฒิ มาเป็นศิลปินค่ายไอ

ดี เร็คคอร์ด ภายใต้ชื่อ 'โพร-มด' (Prepanod Nainapat, 2560) โพร-มด เริ่มออกอัลบั้มแรกในปี 2548 โดยเน้นความสดใสว่าเรื่องของวัยรุ่น ดั้งนั้น เพลงที่โปรโมตจึงเน้นที่ความตื่นแต่ันกระวนกระวายใจของหญิงสาวที่ได้เจอคนที่ถูกใจ เช่น เพลง 'หายใจเป็นเธอ' (2548) ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างสูง และทำให้ 'โพร-มด' เป็นที่รู้จักนับตั้งแต่นั้น

แต่หลังจากนั้นสองปี เจมส์ เรืองศักดิ์ ก็ได้ลาออกจากค่ายอาร์เอส 'ไอดี เร็คคอร์ดจึงปิดตัวลง พร้อมกับที่ โพร-มด ย้ายไปอยู่ค่ายกามิกาเซ่ ซึ่งเป็นค่ายใหม่ที่อยู่ภายใต้สังกัดอาร์เอสที่จะตลาดกลุ่มวัยรุ่นโดยเฉพาะ โดยมี สุทธิพงษ์ วัฒนจัง หรือ ชมพู พลุติดี้ เป็นผู้บริหาร (Prepanod Nainapat, 2560) กามิกาเซ่กลายเป็นค่ายเพลงที่ผลิตนักร้องวัยรุ่นมากมาย และเป็นหมุดหมายสำคัญของวงการเพลงในทศวรรษต่อมา

ยุคที่สาม: เจอเธอออนไลน์เมื่อไร เราควรจะทำอะไร (2550-2557)

ในยุคนี้กลุ่มศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปไทยยังคงได้รับอิทธิพลจากอุตสาหกรรมเพลงญี่ปุ่น อย่างไรก็ตามกลุ่มศิลปินหญิงจากเกาหลีใต้ได้เริ่มได้รับความนิยมและมีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมเพลงทั้งนี้ Kim (2011) ได้วิเคราะห์ว่าการเกิดขึ้นของกลุ่มศิลปินหญิงจากเกาหลีใต้ เกิดจากสองปัจจัยหลักด้วยกัน ปัจจัยแรกคือ การเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์ที่ทำให้ร่างกายของหญิงสาว (girl bodies) เป็นภาพลักษณ์ที่ถูกบริโภคผ่านภาพในสื่อสังคมออนไลน์ และอีกปัจจัยหนึ่งคือ การที่บริษัทบันเทิงขนาดใหญ่ของเกาหลีใต้ เช่น SM, YG และ JYP ได้หันมาพัฒนากลุ่มศิลปินหญิงมากขึ้น เช่น Girls' Generation, Wonder Girls และ 2NE1 เป็นต้น

ในขณะที่ในอุตสาหกรรมเพลงไทยได้เกิดค่ายเพลงกามิกาเซ่ภายใต้สังกัดของอาร์เอส ที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อปั้นศิลปินวัยรุ่นนักร้องชายและหญิงโดยเฉพาะ เพลงของวงศิลปินหญิงในยุคนี้ เริ่มมีการกล่าวถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีบทบาทในความสัมพันธ์ของหนุ่มสาวมากขึ้น เช่น เพลง “MSN” ของวง เพ็ญ ฟาง แก้ว และ “Ab” (แอบ) ของวง Kiss Me Five

“เจอเธอออนไลน์เมื่อไร เราควรจะเซทเลยมะ หรือต้องแก๊งๆออฟไลน์ ก็คิดจะโทรเข้าไป แต่เธอคงจะรู้ว่าใคร เพราะ sms ที่ให้ไป”

(MSN (^_^), 2550)

อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากการกล่าวถึงเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ภาพตัวแทนของหญิงสาวที่ปรากฏอยู่ในเพลงยังคงค่อนข้างคล้ายเดิม คือ หากเป็นเพลงของศิลปินกลุ่มหญิงที่เพิ่งมีผลงานเพลง ก็มักจะสะท้อนว่าอยากมีความรัก เช่น เพลง “ยังโสด” ของวง Olives ความหวั่นไหว กระวนกระวายใจของหญิงสาวที่เริ่มหลงรักใครสักคน เช่น เพลง “คำถาม” ของวง เพ็ญ ฟาง แก้ว และการอยากให้คนที่แอบรักได้รับรู้ความในใจ เช่น เพลง “สายตายาว” ของวง Sugar Eyes

ในขณะที่ หากเป็นวงศิลปินหญิงที่ผลงานต่อเนื่องมาหลายปี ภาพลักษณ์จะถูกปรับให้เห็นเรื่องความมั่นใจ ความเซ็กซี่มากขึ้น รวมทั้งมีเนื้อเพลงที่เปิดกว้างเรื่องความสัมพันธ์มากขึ้นด้วย เช่น วง โฟร์-มด หลังจากที่เข้ามาสังกัดค่ายกามิกาเซ่ ก็ได้ถูกพัฒนาภาพลักษณ์ให้มีความมั่นใจมากขึ้นไปตามอายุของสมาชิกในวง ยกตัวอย่าง ในอัลบั้มที่ 4 In Wonderland ซึ่ง

ออกมาในปี 2551 มีเพลง 'เป็นแฟนกันใหม่' ที่แสดงความมั่นใจของผู้หญิงที่เป็นฝ่ายเข้าไปถามหาความชัดเจนของความสัมพันธ์ก่อน

“เป็นแฟนกันใหม่ ฉันถามใจมานาน ก็ว่าจะมั่นใจ ว่าเธอคือคนนั้น
ตอบกันมาได้ใหม่ เพราะใจก็เริ่มหวัง เธอยังอยาก มีแฟนเป็นฉัน
ใช่ไหมเธอ”

(เป็นแฟนกันใหม่, 2551)

ในอัลบั้มที่ 8 I am Four Mod ที่ออกมาในปี 2555 ยังมีเพลง 'จีบ
ได้แฟนไม่รัก' ซึ่งหญิงสาวได้ประกาศตัวว่าใครก็สามารถมาจีบเธอได้ แม้ว่า
เธอจะมีแฟนอยู่แล้ว เนื่องจากแฟนไม่ดูแลเธอเท่าที่ควร

“อยากจีบ จีบได้แฟนไม่รัก ตอนเนี่ยช่วงเหงาหนัก
อยากได้คน Take care อยากจีบ จีบได้แฟนไม่หวัง
ขอแค่ใครเหลียวแล ถ้าเธอ ว่า Fair ว่าไง”

(จีบได้แฟนไม่รัก, 2555)

วงเพย์ ฟาง แก้ว ก็พัฒนาบุคลิกให้เป็นผู้ใหญ่มากขึ้นในอัลบั้มชุด
หลังๆ เช่นเดียวกัน เช่น ในอัลบั้มที่ 5 FFKAHOLIC (2555) มีเพลงโปรโมทคือ
“Loveaholic” ซึ่งได้กล่าวถึงผู้หญิงที่สามารถแยกได้อย่างชัดเจนว่าระหว่าง
“ความรัก” กับ “คนรัก” ว่าสิ่งใดที่เธอต้องการอย่างแท้จริง

“ถ้าไม่แคร์ ไม่แคร์ ฉันก็มีคนอื่น เรื่องของเธอ ของเธอ ถ้าไม่จำก็ลืม
ชอบมีความรัก แต่มีความรัก ไม่จำเป็นต้องรักเธอ”

(Loveaholic, 2555)

อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับศิลปินเพลงลูกทุ่งในเครือของอาร์เอส โปรโมชัน เช่น วงบลูเบอร์รี่ของค่ายอาร์ สยาม ซึ่งเมื่อมารวมตัวกันก็มีภาพลักษณ์เซ็กซี่ที่เล่นคล้ายๆกับภาพลักษณ์ของ Girly Berry แต่ร้องเพลงลูกทุ่ง โดยเพลงแรกที่ออกมาในปี 2553 คือเพลง ‘ซิมิ’ ซึ่งนำกระแสของคำว่า ‘ซิมิ’ ซึ่งเป็นการกร่อนคำของคำว่า ‘ไซ้ใหม่’ มากกล่าวถึงในเพลง จากนั้นจึงมีเพลง ‘มีเวลาโทรมาด้วยเหอ’ และเพลง ‘เจ้าที่แรง’ ออกมา โดยเฉพาะในเนื้อเพลง ‘เจ้าที่แรง’ กล่าวถึงผู้หญิงที่พยายามเข้าไปมีที่สามด้วยท่าทีที่เล่นทีจริง กล่าวเปรียบเทียบถึงผู้ชายในฐานะ ‘อาหาร’ และ ‘ทรัพย์สิน’ ที่พยายามจะแย่งชิงมาให้ได้

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า แม้ว่าเพลงของวงศิลปินหญิงของอาร์เอสจะมีความเปลี่ยนแปลงที่คล้ายคลึงกัน ในแง่ของการที่ผู้หญิงลุกขึ้นมาเป็นฝ่ายรุกในความสัมพันธ์ หรือมีความสัมพันธ์ที่หลากหลายนอกจากความสัมพันธ์ที่หวังการครองคู่ในระยะยาวมากขึ้น แต่เพลงของวง บลูเบอร์รี่ ซึ่งเป็นศิลปินลูกทุ่ง มีการใช้คำที่อาจเรียกได้ว่าหือหาวและมีนัยยะทางเพศชัดเจนกว่า เพลงของวงศิลปินเพลงป๊อบอย่าง เฟย์ ฟาง แก้ว

วง เฟย์ ฟาง แก้ว ยังมีเพลงที่แสดงความสัมพันธ์แบบเพื่อนแต่ความเป็นเพื่อนนั้นมักเป็นสิ่งที่หญิงสาวต้องยอมรับอย่างจำใจเมื่อคนที่เธอมีใจนั้นไม่สามารถเห็นเธอเป็นมากกว่าคำว่าเพื่อนได้ กล่าวคือ ความเป็นเพื่อนนั้นเป็นสถานะที่รองกว่าความรัก เช่น ในเพลง “ยอมเป็นเพื่อนเธอ” (2552) ที่

กล่าวว่า “ยอมให้เธอเป็นเพื่อนกัน ดีกว่าฉันไม่มีเธอเลยในชีวิต” อีกทั้งเพลงในยุคนี้ยังแสดงให้เห็นความพว้าเลือนระหว่างสถานะเพื่อนกับแฟนมากขึ้น เช่น เพลง “ผู้ชายใจเย็น” ของโฟร์-มด ที่แสดงถึงความอึดอัดใจของหญิงสาวที่เพื่อนชายของเธอไม่ขยับสถานะของเธอไปเกินกว่าคำว่าเพื่อนเสียที่

“รอเธอบอกให้หรือ ก็ที่ที่เราถามไป ว่าเรานั้นคบกันแบบไหน
เธอบอกให้เป็นเพื่อนกันไปก่อน คบคบกันไปก่อน”

(ผู้ชายใจเย็น, 2550)

ถึงแม้เพลงดังกล่าว จะสะท้อนว่าผู้หญิงจะมีเสรีภาพมากขึ้นในการคบหาผู้ชาย แต่ความพว้าเลือนที่ไม่สามารถแบ่งแยกได้ชัดเจนระหว่างเพื่อนกับแฟน ก็กลายมาเป็นสิ่งที่กลายมาเป็นอุปสรรคในการนิยามความสัมพันธ์ให้ชัดเจนและสร้างความอึดอัดให้กับหญิงสาว ซึ่งสุดท้าย ผู้ที่เหมือนยังมีสิทธิ์มากกว่าในการกำหนดความสัมพันธ์ก็ยังคงเป็นฝ่ายชาย อย่างไรก็ตาม เพลงในยุคเดียวกันที่เป็นของศิลปินฝ่ายชาย ก็มักจะกล่าวถึงปัญหาเดียวกันที่มาจากความไม่ชัดเจนของฝ่ายหญิง

นอกจากนี้ สิ่งที่เห็นได้ชัดในยุคนี้ คือ เพลงที่เกี่ยวข้องกับความโสดนั้นเพิ่มขึ้น เช่น เพลง “ยังโสด” (2554) ของวง Olives เพลงที่โดดเด่นอีกเพลงที่เกี่ยวข้องกับความโสด คือ เพลง “เธอ” ของวง Zaza ในอัลบั้ม Zaza Travel (2550) ซึ่งสมาชิกในวงได้มีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้ดูโต และเป็นผู้หญิงที่มั่นใจมากขึ้น จนสามารถที่จะครองตัวเป็นโสดได้อย่างสบายใจ

“สวยๆ เลิศๆ เกิดมาพร้อมความมั่นใจ ไม่คิดอยากมีคนรัก
เพื่อนักพวกผู้ชาย
เสียสิ่งทีกระตึงทั้งนั้น เขาว่าอันตราย แล้วจะมีแฟนทำไม ให้ชีวิต
มันวุ่นวาย”

(เธอ, 2550)

อย่างไรก็ดี เพลง “เธอ” เป็นเพลงที่ Zaza ร้องคู่กับศิลปินชายอย่าง วง Buddha Bless ซึ่งร้องท่อนที่คอยถามดักคอว่าหญิงสาวในเพลงเธอพอใจ ในความโสดจริงเธอ ซึ่งในที่สุดหญิงสาวในเพลงก็ลังเลเหมือนกันว่าเธอควร จะเปลี่ยนใจดีหรือไม่

ความเคลื่อนไหวอีกประการคือเริ่มมีเพลงที่เหมือนจะแตะประเด็น ของเพศทางเลือก เช่น เพลง “ไม่ชอบผู้ชาย” (2554) ของวง KAT-PAT อย่างไรก็ตามสุดท้ายในเนื้อเพลงก็สรุปว่า เธอเพียง “ไม่ชอบผู้ชาย(คนอื่น)” เพราะ หลงรักผู้ชายเพียงคนเดียว

ภาพรวมของเพลงในยุคนี้จึงอาจสามารถสรุปได้ว่ามีความก้าวหน้า ในเรื่องบทบาทของผู้หญิงต่อความสัมพันธ์ในหลายเรื่อง อย่างไรก็ตามเนื้อ เพลงของศิลปินก็ยังมุ่งเน้นที่ความรักแบบหนุ่มสาวที่ความโสดหรือการอยู่ คนเดียวไม่ใช่ทางเลือกที่น่าพึงพอใจ และความรักและความสัมพันธ์ก็ยังไม่ พ้นไปจากกรอบระหว่างชาย-หญิงตามขนบของสังคม

ยุคที่สี่: ให้ลูกก็ทำนายกัน (2558-ปัจจุบัน)

ความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมเพลงที่เกิดขึ้นจากความเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี การซื้อขาย CD ไม่เป็นที่นิยมอีกต่อไป ผู้ฟังเพลงนิยมดาวน์โหลดเพลง รวมทั้งมีศิลปินหน้าใหม่ที่เกิดขึ้นจากการทำดนตรีผ่านสื่อออนไลน์ เช่น YouTube การปั้นวงศิลปินหญิงของค่ายเพลงต่างๆในไทยจึงได้ซบเซาลงได้ไปหลายปี จนในปี 2558 เริ่มมีกลุ่มศิลปินไอดอลเกิดขึ้น เช่น วง Siamese Kittenz วง BNK48 และวง Sweat16! ขึ้นมา

ย้อนกลับไปญี่ปุ่นในปี 2548 Yasushi Akimoto โปรดิวเซอร์ชาวญี่ปุ่นได้ก่อตั้งศิลปินวง AKB48 ขึ้นมา โดยมีแนวคิดที่ว่าศิลปินเหล่านี้เป็นศิลปินที่แฟนคลับสามารถเข้าถึงได้ง่าย หรือ 'Idols-you-can-meet' และมีบุคลิกเป็น 'girls next door' หรือสาวข้างบ้าน คือ เป็นผู้หญิงที่หน้าตาดีแต่ไม่ได้สวยเลิศเลอจนแฟนคลับไม่สามารถเข้าถึงได้ (Xie, 2015) นอกจากนี้ Akimoto ยังได้พัฒนาโมเดลทางธุรกิจหลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับศิลปินวง AKB48 เช่น การที่ศิลปินวง AKB48 มีสถานที่สำหรับการแสดงเป็นประจำ หรือที่เรียกว่า Theatre การขาย CD พร้อมบัตรจับมือ ที่แฟนคลับสามารถมาพบปะและจับมือศิลปินได้ นอกจากนี้ยังมีการเลือกตั้งเป็นประจำทุกปีที่แฟนคลับมีสิทธิ์ที่จะโหวตให้ศิลปินที่ตนเองชื่นชอบได้เป็นนักร้องนำของวง (Xie, 2015; เหมือนฝัน, 2556) โมเดลทางธุรกิจนี้ได้กลายเป็นความสำเร็จที่ดึงดูดคนให้กลับมาซื้อ CD และสนับสนุนที่ตนเองชื่นชอบในหลายรูปแบบ

สิบปีหลังจากการเกิด AKB48 ความนิยมของกลุ่มศิลปินไอดอลเหล่านี้ ได้เริ่มมาทำให้เกิดกลุ่มศิลปินไอดอลแบบเดียวกันที่ไทย จนในปี 2558 เริ่มมีกลุ่มศิลปินไอดอลเกิดขึ้น โดยวงแรกคือวง Siamese Kittenz

จากนั้นในปี 2560 ก็เกิดวง BNK48 ของค่าย BNK48 Office และวง Sweat16! ของค่าย Loveis และ Yoshimoto เกิดขึ้นในเวลาไล่เลี่ยกัน

ในส่วนของเพลง วง Siamese Kittenz ได้ใช้เพลง ‘ชินเดอเร’ ซึ่งเป็นคำญี่ปุ่นที่มีความหมายถึงอาการปากไม่ตรงกับใจ โดยเนื้อเพลงก็แสดงถึงหญิงสาวที่ไปชอบใครสักคน แต่กลับปากแข็งว่าไม่ได้ชอบ เป็นต้น ในขณะที่วง Sweat16! ของค่าย Loveis มีบอย โกสิยะพงศ์ เป็นนักแต่งเพลงหลัก โดยนำวัฒนธรรมของญี่ปุ่นมาใช้ในเพลง เช่น เพลง “ปิ้งย่าง” (2561) เป็นต้น

ส่วนของวง BNK48 เนื้อเพลงไทยจะเป็นการดัดแปลงเนื้อเพลงจากภาษาญี่ปุ่นซึ่งหลายเพลงเป็นการแสดงถึงความมานะพยายามในด้านต่างๆ รวมถึงด้านความรัก ทั้งนี้ เป็นเพราะคอนเซ็ปของ BNK48 คือการนำศิลปินที่มีศักยภาพ แต่ยังไม่ได้พัฒนาเต็มที่ มาพัฒนา ดังนั้นเนื้อเพลงจึงมักสื่อถึงความพยายามเสมอ

“อุปสรรคมากมายที่ผ่านเข้ามา แม้จะเหนื่อย ฉันจะปิดมันไป
ด้วยใจที่ไม่ยอมแพ้

ลมจะแรงเส้นทางจะชันแค่ไหน ฉันจะฝ่ามุ่งไปสู่ คำนึงว่ารักเธอ”

(อยากจะได้พบเธอ, 2560)

“รักไม่รัก จะรักไม่รัก ก็ลองเสี่ยงดูอีกสักนิด

ปาฏิหาริย์และดวงชะตา อาจทำให้เราไม่คาดคิด

ฉันมั่นใจว่าเราจะเป็นดังฝัน ในวันแห่งความรัก สักวันหนึ่ง”

(คุกกี้เสียงทนาย, 2560)

เพลงของ BNK48 เป็นเพลงที่แปลจากเนื้อเพลงฉบับญี่ปุ่นของ AKB48 อย่างไรก็ตาม เป็นทางเลือกของโปรดิวเซอร์ชาวไทยว่าจะเลือกที่แปลเพลงแบบเก็บความหมายทั้งหมด หรือเลือกที่จะบิดความหมายให้เข้ากับทำนองของเพลง เช่น ในเพลง “วันแรก” ที่มาจากเพลง Shonichi ผู้แต่งเนื้อร้องไทย คือ ประภาพร ชมดาวรร หรือ กอล์ฟ Superbaker เลือกที่จะถอดความหมายเนื้อเพลงภาษาไทยมาจากภาษาญี่ปุ่นแบบตรงตัวเกือบทั้งหมด แต่ในขณะที่เพลง “คุกกี้เสียงทนาย” ซึ่งผู้ควบคุมดนตรีคือ พงศ์จักร พิษฐานพร หรือ เอ๊ะ ละอองฟอง เลือกที่บิดคำบางส่วนเพื่อให้เนื้อร้องภาษาไทยเข้ากับทำนอง และยังเป็นกรปรับเพื่อให้คนไทยที่ไม่ได้คุ้นเคยกับวัฒนธรรมของการเสียงทนายผ่านคุกกี้ สามารถเข้าใจเนื้อเพลงได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ท่อนที่ร้องว่า “Uranatte yo” ที่แปลว่า “มาทำนายดวงฉันสิ” จึงถูกดัดแปลงเป็นคำว่า “ให้คุกกี้ทำนายกัน” เป็นต้น (RicchanSama, 2561)

นอกจากนี้ BNK48 ยังมีเพลงที่แสดงถึงมิตรภาพของเพื่อนที่ร่วมฝ่าฟันกันมาจนถึงจุดหมายปลายทางในเพลง ‘ความทรงจำและคำอำลา’ ซึ่งกล่าวถึงการจบการศึกษา การแยกย้ายไปตามทางของตนเอง รวมถึงการเติบโต และเป็นอิสระ สอดคล้องกับแนวทางหลักของวงที่เน้นพัฒนาการของศิลปิน

“ห้องเรียนที่เคยอยู่ด้วยกันเมื่อวาน เรียนด้วยกันตรงนี้ เป็นเพื่อนกันตรงนี้”

ใส่เครื่องแบบเดียวกันยังจำขึ้นใจ แค่เพียงในเวลานี้ เห็นเธอโตขึ้นอีกมากมาย”

(ความทรงจำและคำอำลา, 2561)

อภิปรายผลการศึกษา

ภาพตัวแทนความรักและความสัมพันธ์ที่มักพบในวงศิลปินหญิงสามารถจำแนกได้เป็นสี่ประเภทหลักดังนี้

1. หญิงสาวที่แอบรัก

เพลงแอบรักเป็นเพลงที่อยู่คู่ศิลปินหญิงมาตลอดทุกยุคทุกสมัย โดยเพลงดังกล่าว มักแสดงถึงอาการคลั่งไคล้หลงใหลของหญิงสาวที่เพิ่งรู้จักความรัก เช่น เพลง “รักปักใจ” (2525) ของ สาว สาว สาว และมักแสดงถึงความหวั่นไหว ไม่แน่ใจว่าคนที่แอบชอบนั้นรู้สึกอย่างไรกับตน ไปจนถึงอาการประหม่าทำอะไรไม่ถูกเมื่ออยู่ใกล้คนที่ตนแอบรัก เช่น เพลง “หายใจเป็นเธอ” (2548) ของโฟร์-มด และในบางเพลง ก็อยากให้เป็นคนที่ตนแอบรักนั้น รู้ความในใจสักทีด้วยวิธีการต่างๆ เช่น เพลง “ผ้าเช็ดหน้า” (2542) ของ Triumphs Kingdom เพลง “เข้าใจใช่ไหม” (2543) ของ ZAZA และ “คุณก็เสียดาย” (2560) ของ BNK48 เป็นต้น

ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าเพลงแอบรักของศิลปินหญิงในยุคเริ่มต้น (2520-2530) เน้นที่หญิงสาวที่เผชิญกับอาการตกหลุมรัก แต่เพลงแอบรักของศิลปินหญิงในยุคหลังจาก 2530 เป็นต้นมา กลับมีเนื้อหาถึงความพยายามที่จะให้คนที่ตนหลงรัก ได้รับรู้ความในใจมากขึ้นและมีพัฒนาการตามตารางหน้าถัดไป

ช่วงเวลา	ตัวอย่างเพลงแอบรัก	ภาพตัวแทนของการแอบรัก
ยุคที่หนึ่ง	“รักปักใจ” (2525) ของ สาว สาว	แสดงถึงอาการคลั่งไคล้หลงใหลของหญิงสาวที่เพิ่งรู้จักความรัก และมักแสดงถึงความหวั่นไหว ไม่แน่ใจว่าคนที่ตนแอบรักนั้นรู้สึกอย่างไรกับตน ไปจนถึงอาการประหม่าทำอะไรไม่ถูกเมื่ออยู่ใกล้คนที่ตนแอบรัก
ยุคที่สอง	“ผ้าเช็ดหน้า” (2542) ของ Triumphs Kingdom และ “เข้าใจ ใจใหม่” (2543) ของ ZAZA	ยังคงแสดงถึงอาการหวั่นไหว ไม่แน่ใจว่าคนที่ตนแอบรักนั้นรู้สึกอย่างไร แต่การแอบรักเริ่มที่จะต้องการให้คนที่แอบรักนั้นต้องการให้คนที่แอบรักนั้นล่วงรู้ความในใจ เช่น “ช่วยเก็บผ้าเช็ดหน้าของฉันหน่อยได้ไหม” ในเพลง “ผ้าเช็ดหน้า” (2542) และ “เข้าใจ ใจใหม่ที่ฉันทำเพราะอะไรและเพราะใคร” ในเพลง “เข้าใจ ใจใหม่” (2543) เป็นต้น
ยุคที่สาม	“MSN (^_^)” (2550) ของวง เพี้ย ฟาง แก้ว	การสื่อสารผ่านเทคโนโลยี เช่น MSN เริ่มมีส่วนสำคัญในเพลง อาการประหม่าเมื่อสบตา ก็กลายเป็นอาการที่แสดงออกผ่านเทคโนโลยี เช่น ไม่กล้าที่จะออนไลน์ในเวลาที่คุณที่ตนเองแอบชอบออนไลน์ เป็นต้น
ยุคที่สี่	“อยากจะได้พบเธอ” (2560) และ “คุกกี้เสียดาย” (2560) ของ BNK48	การแอบรักถูกนำเสนอในฐานะ ‘เป้าหมาย’ ของหญิงสาวที่จะต้องใช้ความพยายามในการฟื้นฟูเพื่อบอกความในใจกับคนที่ตนแอบรัก

2. หญิงสาวที่มีแฟนหรือคนรัก

มีหลายเพลงของศิลปินหญิงที่มีคำว่า “แฟน” และบรรยายความสัมพันธ์ระหว่างหญิงสาวและแฟนหรือคนที่ถูกใจของเธอ ยกตัวอย่าง เพลง “เราเป็นแฟนกันได้ยังไง” (2527) “นะก๊กนะ” (2547) ของ Girly Berry “จีบได้แฟนไม่รัก” (2555) ของฟรี-มด ไปจนถึงเพลง “Loveaholic” (2555) ของเพี้ย ฟาง แก้ว ในยุคหลังปี 2530 เพลงของกลุ่มศิลปินหญิงเริ่มกล่าวถึงบทบาทของผู้หญิงต่อความสัมพันธ์มากขึ้น และมีพัฒนาการตามตารางดังต่อไปนี้

ช่วงเวลา	ตัวอย่างเพลงที่กล่าวถึงความสัมพันธ์กับแฟนหรือคนรัก	ภาพตัวแทนของความสัมพันธ์กับแฟนหรือคนรัก
ยุคที่หนึ่ง	เราเป็นแฟนกันได้ยังไง" (2527) "พบกันที่เขาดิน" (2528) ของ สาว สาว สาว	เน้นไปทางตลกขบขัน และเพลง "แฟนฉัน" (2525) ของ สาว สาว สาว ยังกล่าวถึงหน้าที่ในฐานะแฟนในมุมมองของหญิงสาว
ยุคที่สอง	"อย่าเข้าใจฉันผิด" (2542) "ล้าบัก" (2544) ของ Triumphs Kingdom "นะก๊กนะ" (2547) ของ Girly Berry	เริ่มกล่าวถึงบทบาทของผู้หญิงต่อความสัมพันธ์มากขึ้น ในบางเพลง หญิงสาวมีความมั่นใจมากกว่าแฟนของเธอ เช่น "อ้วน" ของ Triumphs Kingdom หรือ บางเพลงก็ได้กล่าวถึงการที่ไม่จำเป็นจะต้องมีแฟน แต่อาจจะเรียกในสถานะอื่น เช่น "นะก๊กนะ" (2547) ของ Girly Berry
ยุคที่สาม	"จีบได้แฟนไม่รัก" (2555) ของ โฟร์-มด "Loveaholic" (2555) ของ เพ็ญ พ่าง แก้ว	ผู้หญิงเริ่มเป็นฝ่ายรุกในความสัมพันธ์มากขึ้น เช่น เป็นฝ่ายขออีกฝ่ายเป็นแฟนเอง เช่น "เป็นแฟนกันมั๊ย" ของโฟร์-มด หรือเมื่อแฟนไม่ดูแล เธอก็ยินดีที่จะมีคนอื่น เช่น "จีบได้แฟนไม่รัก" (2555) ของโฟร์-มด ไปจนถึงเพลง "Loveaholic" (2555) ของเพ็ญ พ่าง แก้ว ที่กล่าวถึงหญิงสาวชอบมีความรัก แต่ก็ไม่ได้ยึดติดว่าจะต้องได้ความรักจากแฟนเพียงคนเดียวเท่านั้น
ยุคที่สี่	-	BNK48 ไม่มีเพลงที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างแฟนหรือคนรักโดยตรง ทั้งนี้ เป็นไปได้ว่ามาจากภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินที่เป็นหญิงสาวที่ยังไม่มีแฟน บทเพลงที่ออกมาจึงเป็นเพลงที่เน้นถึงความพยายาม และความสดใสว่าใจของหญิงสาวเป็นหลัก

3. หญิงสาวที่ผิดหวังในความรัก

เพลงออกหัก หมายรวมถึง เพลงที่กล่าวถึงการผิดหวังในความรัก ไม่ว่าจะเป็นการโดนบอกเลิก โดนนอกใจ หรือไปหลงรักคนที่แฟนอยู่แล้ว เช่น เพลง “ประตูใจ” (2526) ของ สาว สาว สาว “เจ็บแทนได้ไหม” (2538) ของ T-Skirt “เรื่องคืนนั้น” (2547) และ “รักนะ...ไม่แสดงออก” (2548) ของ Girly Berry สิ่งที่น่าสังเกตคือ เพลงออกหักของศิลปินหญิงในยุคแรก กล่าว ว่า เช่น ในยุคหลังปี 2530 เป็นต้นมา แสดงให้เห็นท่าทีที่แตกต่างต่อความ ผิดหวัง และมีพัฒนาการดังตารางต่อไปนี้

ช่วงเวลา	ตัวอย่างเพลงผิดหวังในความรัก	ภาพตัวแทนของความผิดหวังในความรัก
ยุคที่หนึ่ง	“ประตูใจ” (2526) ของ สาว สาว สาว	ความผิดหวังนั้นรุนแรงจนสามารถทำให้หญิงสาว ปิดใจและไม่รักใคร่อีกต่อไป
ยุคที่สอง	“เจ็บแทนได้ไหม” (2538) ของ T-Skirt “เรื่องคืนนั้น” (2547) และ “รักนะ...ไม่แสดงออก” (2548) ของ Girly Berry	หญิงสาวเริ่มเรียกร้องให้อีกฝ่ายรับผิดชอบความรู้สึกของเธอ แต่ก็ยอมรับความผิดหวังด้วยท่าทีเข้าอกเข้าใจมากขึ้น
ยุคที่สาม	“ยังเป็นดอกไม้ของเธอ...หรือเปล่า” (2550) “อย่าให้ความหวัง” (2552) เพ็ญ พ่าง แก้ว	
ยุคที่สี่	“เธอคือ...เมโลดี้” (2561) ของ BNK48	กล่าวถึงความผิดหวังด้วยท่าทีที่สดใส และมองว่าความรักที่ผ่านไปเป็นความทรงจำที่ดี

4. หญิงสาวกับมิตรภาพความเป็นเพื่อน

เพลงที่กล่าวถึงมิตรภาพมีอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ยุคที่หนึ่งจนถึงยุคที่ดี แต่เนื้อหาไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนัก โดยมีมิตรภาพที่กล่าวถึงในเพลงมักแบ่งเป็นสองแบบหลักคือ เนื้อเพลงที่กล่าวถึงหญิงสาวที่แอบชอบเพื่อนตัวเอง เช่น เพลง “เพื่อนกัน...ทำไมพูดกันไม่ได้” (2547) ของ Girly Berry “ยอมเป็นเพื่อนเธอ” (2552) และ “อยากลืมนว่าเป็นเพื่อนเธอ” (2553) ของ เพ็ญ พาง แก้ว หรือในทางกลับกัน คนที่เธอคิดเพียงเพื่อนอาจจะมาชอบเธอ เช่น เพลง “แค่เพื่อนกัน” (2531) ของ สาว สาว สาว แม้ว่าเพลงเหล่านี้ อาจไม่ได้ระบุ ‘เพศ’ ของ ‘เพื่อน’ อย่างชัดเจน เพลงส่วนใหญ่กล่าวถึงอีกฝ่ายหนึ่งโดยใช้คำว่า ‘เธอ’ แต่โดยบริบทแล้วก็หมายความถึงเพื่อนผู้ชาย ซึ่งในมิวสิกวิดีโอที่ถ่ายทอดเพลงเหล่านี้ ก็ใช้นักแสดงชายเป็น ‘เธอ’ ด้วยเช่นกัน

ในขณะที่เพลงอีกแบบหนึ่ง จะเป็นเพลงที่กล่าวถึงมิตรภาพของเพื่อนซึ่งคอยอยู่เคียงข้างกัน เช่น เพลง “เพื่อนกัน” (2538) ของ T-Skirt หรือ เพลงที่กล่าวถึงความรักความผูกพันเมื่อต้องอำลาจากกัน เช่น เพลง “กันและกัน” ของ Triumphs Kingdom และ “ความทรงจำและคำอำลา” (2561) ของ BNK48 ซึ่งถึงมักเป็นการสะท้อนมิตรภาพของสมาชิกหญิงในวง

มิตรภาพระหว่างเพศหญิงและเพศชายจึงถูกนำเสนอในแง่ที่ว่า ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะต้องคิดเกินเลยมากกว่าความเป็นเพื่อนเสมอ และในยุคหลังๆ ก็มีเพลงที่นำเสนอความพัวเลือนระหว่างคำว่าเพื่อนและแฟนที่สร้างความไม่ชัดเจนในความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชาย ในขณะที่มิตรภาพระหว่างผู้หญิงนั้นถูกนำเสนออย่างต่อเนื่องในฐานะผู้ที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน

ช่วงเวลา	ตัวอย่างเพลงที่กล่าวถึงเพื่อน	ภาพตัวแทนของมิตรภาพ
ยุคที่หนึ่ง	“แค่เพื่อนกัน” (2531) ของ สาว สาว	แบ่งได้เป็นสองแบบ แบบแรกคือ เพื่อนที่มีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งที่เกิดใจไปก่อนแล้วไปคบกับเพื่อน แบบที่สองคือ เพื่อนที่เป็นผู้สนับสนุนกันในด้านจิตใจ รวมทั้งมีความคิดถึงและผูกพันเมื่อต้องอำลาจากกัน ซึ่งแบบแรกมักหมายความว่าเพื่อนผู้ชาย ขณะที่แบบที่สองมักหมายถึงเพื่อนผู้หญิง
ยุคที่สอง	“เพื่อนกัน” (2538) ของ T-Skirt “กัน และ กัน ” (2543) ของ Triumphs Kingdom “เพื่อนกัน...ทำไมพูดกันไม่ได้” (2547) ของ Girly Berry	
ยุคที่สาม	“ยอมเป็นเพื่อนเธอ” (2552) และ “อยากลืมนว่าเป็นเพื่อนเธอ” (2553) ของ เพ็ญ พาง แก้ว	
ยุคที่สี่	“ความทรงจำและคำอำลา” (2561) ของ BNK48	

ทั้งนี้ พัฒนาการของบทเพลงของวงศิลปินวัยรุ่นหญิงของไทย นอกจากจะสะท้อนบทบาทและค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไปของความรักและความสัมพันธ์ของหญิงสาวแล้ว ยังได้รับอิทธิพลที่มีส่วนทำให้ภาพตัวแทนของหญิงสาวในบทเพลงมีการเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา ดังนี้

1. อิทธิพลของอุตสาหกรรมเพลงต่างประเทศ

กลุ่มศิลปินหญิงได้รับอิทธิพลจากอุตสาหกรรมเพลงหลากหลายประเทศ ในช่วงปี 2520 ซึ่งเป็นยุคของวง สาว สาว สาว นั้น วงศิลปินหญิงของไทยได้รับอิทธิพลจาก Pop idol ในยุค 80 ของญี่ปุ่น เมื่อไปสู่อินช่วงปี 2530 วงศิลปินหญิง เริ่มได้รับอิทธิพลจากตะวันตก โดยเฉพาะวงเกิร์ลกรุ๊ปที่เป็นที่นิยมทั่วโลกอย่าง Spice Girls ที่ทำให้วงศิลปินหญิงต้องมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน ขณะเดียวกันอิทธิพลจากญี่ปุ่นก็ยังคงอยู่ โดยเฉพาะ Dojo City

ค่ายภายใต้ Bakery Music ซึ่งปั้นศิลปินหญิงออกมาเป็นจำนวนมาก หลังจากนั้นในช่วงปี 2540 วงศิลปินหญิงไทยก็ยังคงได้รับอิทธิพลจากญี่ปุ่น โดยเฉพาะวงศิลปินจากค่ายกามิกาเซ่ ของอาร์เอส โปรโมชัน อย่างไรก็ตาม หลังจากกระแสความนิยมของเกาหลีมีมากขึ้น วงศิลปินหญิงไทยก็เริ่มมีกลิ่นอายและทำเต็มที่คล้ายคลึงกับศิลปินเกาหลีมากขึ้น จนกระทั่งช่วงปี 2560 ที่ความนิยมของ BNK48 ทำให่วงศิลปินหญิงไทยหันกลับมาได้รับอิทธิพลจาก Idol ของฝั่งญี่ปุ่นอีกครั้ง

2. อิทธิพลของอุตสาหกรรมเพลงในประเทศ

จากผลการวิจัย เห็นได้ชัดว่าวงศิลปินหญิงทั้งแบบเกิร์ลกรุ๊ปและคูโอ ในแต่ละช่วงเวลามักมีเบื้องหลังความสำเร็จเป็นโปรดิวเซอร์ชายที่ทำหน้าที่ผลักดัน รวมทั้งสร้างสรรค์บุคลิกและเนื้อเพลงของศิลปินหญิง ยกตัวอย่างในยุคของวง สาว สาว สาว ก็มีระย้า เจ้าของค่ายรถไฟดนตรีเป็นผู้ปั้นวง สาว สาว สาว ให้โด่งดังขึ้นมาได้ หรือในยุคของ Triumphs Kingdom ก็มี สมเกียรติ อริยะชัยพาณิชย์ ที่เป็นผู้บริหารของค่าย Dojo City จนมาถึงในยุคของค่ายกามิกาเซ่ ก็มีอดีตศิลปินเพลงป๊อบอย่าง สุทธิพงษ์ วัฒนจัง หรือ ชมพู พรีตตี้ เป็นผู้ปลุกปั้นศิลปินวัยรุ่นในค่าย จนกระทั่งปัจจุบัน ความสำเร็จของ BNK48 ก็มีนักแต่งเพลง เช่น ประภาพร ชมถาวร และ พงศ์จักร พิษฐานพร เป็นผู้ดัดแปลงเนื้อร้องภาษาญี่ปุ่นให้เป็นเนื้อร้องภาษาไทย อาจกล่าวได้ว่าเนื้อเพลงที่แสดงถึงความสดใสและอารมณ์ความรู้สึกต่างๆของวงศิลปินหญิง เป็นการมองผ่านมุมมองของ “ผู้ชาย” ที่เป็นผู้สร้างสรรค์และบริหารผลงานอยู่เบื้องหลัง

3. ภาพลักษณ์ของวง

ภาพลักษณ์ของวงมีส่วนสำคัญต่อเนื้อเพลง โดยวงศิลปินหญิงมักถูกวางภาพลักษณ์ในสองแนวทางหลัก คือ สดใสร่าเริง หรือ เซ็กซี่ ซึ่งก็จะมีผลต่อเนื้อเพลงและภาพตัวแทนของหญิงสาวในเพลง ซึ่งผลดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้าที่มุ่งศึกษากระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินเพลง เช่น งานวิจัยของ ณัฐภรณ์ สติรกุล (2537) ศึกษากระบวนการสร้างนักร้องยอดนิยมของ บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทน เม็นท์ จำกัด ยุคฉัตริน เจตนธรรมจักร (2537) ศึกษาภาพลักษณ์ของนักร้องสังกัดบริษัท คีตา เรคคอร์ดส จำกัด งานวิจัยของ สุประสิทธิ์ สิทธิอารีย์ (2543) ที่ศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินเพลงโดใจซิติ้ และงานวิจัยของ ศิริินภา นรสาร (2557) ศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ศิลปินลูกทุ่งหญิงของบริษัทอาร์สยาม งานวิจัยที่ศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินในช่วงเวลาต่างๆมีผลค่อนข้างคล้ายกัน กล่าวคือ ภาพลักษณ์ของศิลปินและบทเพลงของศิลปินนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ก่อนที่จะแต่งเนื้อร้องและทำนอง นักแต่งเพลงต้องมีการศึกษาบุคลิกและทัศนคติของศิลปิน ถ้าเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ก็ต้องแต่งเพลงให้สอดคล้องกัน (ณัฐภรณ์, 2537: 96-97)

4. อายุการทำงานในวงการของศิลปิน

อายุการทำงานของศิลปินหญิง มีผลต่อภาพลักษณ์ของวง ซึ่งภาพลักษณ์นี้ก็ส่งผลต่อภาพตัวแทนของหญิงสาวในบทเพลงของศิลปิน ที่พบส่วนมากคือ ศิลปินหญิงที่เพิ่งเข้ามาในวงการและออกผลงานชุดแรก จะมีภาพลักษณ์ของความสดใส ร่าเริง ไร้เดียงสาต่อความรัก ขณะที่เมื่อศิลปินหญิงมีผลงานต่อเนื่องเป็นระยะเวลาหนึ่ง ภาพลักษณ์นี้ก็จะถูกปรับเปลี่ยน

ให้เป็นผู้หญิงที่มั่นใจและกล้าแสดงออกในเรื่องของความสัมพันธ์มากขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ เพลง 'ประตู่ใจ' ของ สาว สาว สาว ในปี 2526 ที่แสดงถึงผู้หญิงที่เริ่มรักเป็นครั้งแรก มาเป็นหญิงสาวที่เชื่อมั่นและกล้าที่จะบอกรักก่อนเมื่อเธอมั่นใจในความสัมพันธ์มากพอในเพลง 'ฉันบอกเธอเอง' ของ สาว สาว สาว ในปี 2531 หรือเพ็ญ พาง แก้ว ซึ่งมีภาพลักษณ์ที่โตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเพลง "MSN (^_^)" (2550) และ "Loveaholic" (2555)

วงศิลปินหญิงในอุตสาหกรรมเพลง: ภาพตัวแทนที่ผลิตซ้ำหรือสร้างใหม่?

ถ้าหากพิจารณาอุตสาหกรรมเพลงในฐานะอุตสาหกรรมวัฒนธรรม จากกรณีศึกษาของเพลงกลุ่มศิลปินหญิง พบว่าภาพตัวแทนซึ่งเป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคมทำหน้าที่ทั้งผลิตซ้ำอุดมการณ์เดิม และพยายามที่จะท้าทายอุดมการณ์เดิมและสร้างภาพตัวแทนใหม่ขึ้นมา แม้ว่าความสัมพันธ์ส่วนใหญ่ที่สะท้อนออกมาในช่วงระยะเวลาเกือบ 40 ปีที่ผ่านมาคือ ความสัมพันธ์แบบหนุ่มสาวที่แอบรัก-มีแฟน-อกหักเหมือนเดิม แต่หญิงสาวมีอำนาจมากขึ้นในการแสดงออกถึงความรักและมีบทบาทที่เป็นฝ่ายรุกมากขึ้นในความสัมพันธ์ ซึ่งอำนาจนี้ก็มาจากการที่ผู้หญิงได้รับโอกาสทางสังคมมากขึ้น รวมถึงกระแสความนิยมของเกิร์ลกรุ๊ปที่มีภาพลักษณ์ของหญิงสาวที่มีความมั่นใจได้รับความนิยมในกลุ่มแฟนเพลงตั้งแต่ยุค 1990 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม อำนาจของผู้หญิง ก็ยังถูกรอบไว้ด้วยอำนาจของผู้ที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเพลงซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ในแง่หนึ่ง ภาพตัวแทนของหญิงสาวจึงถูกกำหนดในฐานะสินค้าภายใต้อุตสาหกรรมวัฒนธรรม

ซึ่งมีการทำให้เป็นสินค้า (commodification) และทำให้มีมาตรฐานเดียวกัน (standardization) เหมือนที่ Adorno และ Horkheimer ได้วิพากษ์ เนื้อเพลง และภาพลักษณ์ของวงได้รับการออกแบบให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นหญิงและชาย รวมถึงเมื่อสมาชิกในวงเติบโตไป ก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เติบโตขึ้น เนื้อหาที่ดู 'เสรี' มากขึ้น จึงมีเป้าหมายในเชิงของการตลาดเป็นหลัก มากกว่าการส่งเสริมสถานะของผู้หญิง

อย่างไรก็ดี บทเพลงในยุคหลังมีความหลากหลายขึ้นในแง่ของความรักและความสัมพันธ์ 'รักป้กใจ ไ้ใครช่วยฉันที' ในยุคของ สาว สาว สาว ก็เปลี่ยนแปลงไปสู่ 'รักไม่รัก ก็ลองเสียดูอีกสักนิด' ในยุคของ BNK48 วัฒนธรรมของหญิงสาว (Girl culture) จึงไม่หยุดนิ่ง แต่เปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัต ควบคู่ไปกับพัฒนาการของสังคมและอุตสาหกรรมเพลง

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2557). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์
- ณัฐภรณ์ สติรกุล. (2537). *กระบวนการสร้างนักร้องยอดนิยมของ บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- ทับทิม ชัยชนะ, โกชัย สาริกบุตร และ รังสรรค์ จันดี. (2559). บทบาทของผู้หญิงสามัญในเพลงลูกทุ่งร่วมสมัย. *พิกเนศวรสาร*. 12(2): 53-62.
- ปรมาภรณ์ ลิ้มปัสเสศเสถียร. (2557). เพลงนอกใจ: ทางออกของคนในสังคมไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*. 34(1): 211-224.
- ประชาชาติธุรกิจ (2561). *สาว สาว สาว เล่าความทรงจำ เกิร์ลกรุ๊ปกลุ่มแรก กับวิถีอินดี้ในยุคที่ยังไม่มีคำว่า “อินดี้”*. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/d-life/news-220431>
- เหมือนฝัน มานตรี. (2556). *การเผยแพร่เพลงกระแสนิยมญี่ปุ่นภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์: กรณีศึกษาศิลปินวงเอเคบี 48. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต) คณะภาษาและการสื่อสาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*
- ยุคลรัตน์ เจตณธรรมจักร. (2537). *กลยุทธ์ของการสร้างภาพลักษณ์นักร้องไทยสังกัดบริษัทคีตาเรคคอร์ดส จำกัดในช่วงระยะ พ.ศ. 2531-2534. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*

- ยอดมนุชย์..คนธรรมดา. (2562). *Dojo City ประวัติศาสตร์ 20 ปีของเจ้าของวัฒนธรรมป๊อปสำคัญที่สะท้อนตัวตนวัยรุ่น Gen Y*. สืบค้นจาก <https://readthecloud.co/dojo-city/?fbclid=IwAR1irBOYI0auXxoF1VipsRCH1AFV2UglBXtNOcBhGzBlfL12d5AIZ4OwG8>
- วิภาวี บุรพาเดชะ. (2561). ะร่ำแห่ง 'รถไฟดนตรี' คับพบศิลปินที่จะกลายมาเป็นตำนานได้อย่างไร?. สืบค้นจาก <https://happeningandfriends.com/article-detail/97?lang=th>
- ศิริรภา นรสาร. (2557). กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ศิลปินลูกทุ่งหญิงของบริษัทอาร์สยาม. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุประสิทธิ์ สิทธิอารีย์. (2543). การสื่อสารการตลาดของธุรกิจเทปเพลงเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินเพลง กระณีศึกษา บริษัท โดโจซิติ้ จำกัด. (โครงการเฉพาะบุคคล) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และวราทิพย์ อธิบาย. (2554). ภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ที่เบี่ยงเบนออกจากจารีตของสังคม ผ่านเพลงไทยสมัยนิยม. *นิเทศศาสตรปริทัศน์*. 15(1): 133-144.
- Hall, Stuart. Jessica Evans, and Sean Nixon. (2013). *Representation: Cultural Representations as Signifying Practices*. London, Milton Keynes: Sage, the Open University.
- Kim, Yeran. (2011). Idol republic: the global emergence of girl industries and the commercialization of girl bodies. *Journal of Gender Studies*. 20(4): 333-345.

- Mitchell, Claudia A. and Jacqueline Reid-Walsh. (2008). *Girl Culture: An Encyclopedia, Volumes 1&2*. Connecticut: Greenwood Press.
- Prepanod Nainapat. (2560). ย้อนเวลาให้หายคิดถึง กับ Kamikaze ความทรงจำสดใสของวัยรุ่นยุค 2000. สืบค้นจาก <https://thematter.co/rave/kamikaze-looking-back/34241>
- RicchanSama. (2561). ข้อจำกัดของ BNK48 เมื่อแปลเพลง 'วันแรก' เป็นไทย ทำไมไม่ติดหูเท่า 'คุกกี้เสี่ยงทาย'. สืบค้นจาก <https://gmlive.com/BNK48-shonichi-translated-to-thai>
- Xie, Wendy. (2015). *Japanese "Idols" in Trans-Cultural Reception: the case of AKB48*. *Visual Past*. 2(1): 491-526.

Bibliography

- Amornrat Thiplert and Varathip Athibai. (2011). *The Images of a Modern Women Deviation from the Tradition of Social Expression by Thai Popular Music*. Nithadsat Parithad. 15(1): pp. 133-144. (In Thai).
- Hall, Stuart. Jessica Evans, and Sean Nixon. (2013). *Representation: Cultural Representations as Signifying Practices*. London, Milton Keynes: Sage, the Open University.
- Kanjana Keawthep. (2014). *Science of Media and Cultural Studies*. Bangkok: Phapphim (In Thai).
- Kim, Yeran. (2011). Idol republic: the global emergence of girl industries and the commercialization of girl bodies. *Journal of Gender Studies*. 20(4): 333-345.
- Mitchell, Claudia A. and Jacqueline Reid-Walsh. (2008). *Girl Culture: An Encyclopedia, Volumes 1&2*. Connecticut: Greenwood Press.
- Muenfan Manratri. (2013). *Japanese Popular Song Dissemination Under Globalization: Case Study of AKB48*. (M.A. thesis). Faculty of Language and Communication. National Institute of Development Administration. (In Thai).
- Nathaporn Satirakul. (1994). *A Promotional Process of Grammy Entertainment's Popular Singers*. (M.A. Thesis) Graduate School. Chulalongkorn University. (In Thai).

- Paramaporn Limlertsathien. (2014). *Unfaithful Songs: Social Outlet of People in Thai Society*. University of the Thai Chamber of Commerce Journal. 34(1): pp.211-224. (In Thai).
- Prachachart Turakij. (2018). *Sao Sao Sao tells momery the first girl group and their indies way in time there is no 'indies'*. Retrieved from <https://www.prachachat.net/d-life/news-220431> (In Thai).
- Prepanod Nainapat. (2017). *Turn Back Time for Nostalgia with Kamikaze Colorful Memories of Youth in 2000*. Retrieved from <https://thematter.co/rave/kamikaze-looking-back/34241> (In Thai).
- RicchanSama. (2018). *Limitations of BNK48 in lyric translations; why the 'first day' is not as popular as 'fortune cookies'*. Retrieved from <https://gmlive.com/BNK48-shonichi-translated-to-thai> (In Thai).
- Sirinapa Norrasarn. (2014). *R Siam Company's Image-Building Strategy for its Female Look-tung Musical Artists*. (M.A. thesis). School of Communication Arts. Sukhothai Thammathirat Open University. (In Thai).
- Suprasit Sitthiree. (2000). *Marketing Communication of Music Business for Image Building of Artists: Case Study of Dojo City Co.,Ltd.* (Individual Study). Faculty of Journalism and Communication Arts. Thammasat University. (In Thai).

- Thapthim Chaichana, Kochai Sarikbutr, and Rangsana Janta. (2016). *Roles of Ordinary Women in Thai Contemporary Folksongs*. Phikhanes San. 12(2): pp. 53-62. (In Thai).
- Wip Buraphadecha. (2018). *Raya of 'Music Train' How did he discover the legendary artist?* Retrieved from <https://happeningandfriends.com/article-detail/97?lang=th> (In Thai).
- Xie, Wendy. (2015). *Japanese "Idols" in Trans-Cultural Reception: the case of AKB48*. Visual Past. 2(1): 491-526.
- Yodmanud...konthammada. (2019). *Dojo City 20 years History of Influential Pop Culture Owner that reflects Gen Y Youth Identity*. Retrieved from <https://readthecloud.co/dojo-city/?fbclid=IwAR1irBOYI0auXxoF1VipsRCH1AFV2UglBXtNOcBhGzBifLI12d5AIZ4OwG8> (In Thai).
- Yukhonrat Chetanathamachak. (1994). *Image Making Strategies of the Kita Records Company Limited's Thai Singers During 1988-1991*. (M.A.Thesis) Graduate School. Chulalongkorn University. (In Thai).