

ภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิง วง 4EVE ผ่านสื่อสังคมออนไลน์*

THE IMAGE OF THE GIRL GROUP 4EVE THROUGH ONLINE SOCIAL MEDIA

ภาณุรัตน์ คงไพศาล

Phanurat Kongprison

สุภัทรชรี บุญประชุม

Supatcharee Boonprachoom

มหาวิทยาลัยนครพนม

Nakhon Phanom University, Thailand.

E-mail: Supatcharee_b@npu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบของภาพลักษณ์กลุ่มศิลปินและการนำเสนอภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิง วง 4EVE ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งพิจารณาจากการเป็นกลุ่มศิลปินหญิงที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย และได้รับรางวัลจากสถาบันที่ได้รับความนิยมในวงการเพลง ระหว่างปี 2021-2022 คือ ศิลปินหญิง วง 4EVE ซึ่งศึกษาผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นทางการของกลุ่มศิลปิน 2 ประเภท คือ มิวสิควิดีโอและการแสดงบนเวที ผ่านยูทูปช่อง 4EVE และรายการ 4EVE Vlog ผ่านเฟซบุ๊กด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอผลที่ได้ในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของภาพลักษณ์กลุ่มศิลปิน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ความจริงใจ ความกระตือรือร้น ความสามารถส่วนบุคคล ความหรูหรามีระดับ ความแข็งแกร่ง และทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง โดยการนำเสนอภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิง วง 4EVE ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ มิวสิควิดีโอและการแสดงบนเวที ผ่านยูทูปช่อง 4EVE โดยพิจารณาเลือกศึกษาจากเพลงของกลุ่มศิลปินหญิง วง 4EVE ที่ติดอันดับมาแรง และถูกจัดอยู่ใน Thai Pop Hitlist ในยูทูป จำนวน 3 เพลง ได้แก่ เพลงสิ่งเล็กน้อย เพลง Boutchya และเพลงช้อยกเว้น พบภาพลักษณ์กลุ่มศิลปินเพียง 2 องค์ประกอบ คือ ด้านทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง และด้านความหรูหรามีระดับ ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ในรายการ 4EVE Vlog ผ่านเฟซบุ๊ก จำนวน 21 ตอน พบภาพลักษณ์กลุ่มศิลปินทั้ง

* Received: 9 August 2023; Revised: 29 August 2023; Accepted: 30 August 2023

6 องค์ประกอบในทุกตอนของรายการ คือ ความจริงใจ ความกระตือรือร้น ความสามารถส่วนบุคคล ความหรรหามีระดับ ความแข็งแกร่ง และทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์, กลุ่มศิลปินหญิง, สื่อสังคมออนไลน์, 4EVE

Abstract

This research article aims to analyze the image patterns of the girl group artists and their image presentation through online social media, specifically using a qualitative research method and purposive sampling of the popular female artist group 4EVE in Thailand, who have received awards from respected music institutions. The study focuses on 4EVE's official online social media presence through two types of media: music videos and stage performances on YouTube and the Facebook Official series "4EVE Vlog." The content is analyzed and presented in the form of critical analysis.

The research findings reveal that the image patterns of girl group artists consist of six components: sincerity, enthusiasm, individual abilities, high-class luxury, strength, and artistic skills for singers. By presenting the image of the female artist group 4EVE through online social media, including music videos and stage performances on YouTube three: Less is More, Boutchya, and Exception, two components of the image were found: artistic skills for singers and high-class luxury. Meanwhile, the presentation of the image in the "4EVE Vlog" series on Facebook showed twenty-one episodes all six components of the image in every episode: sincerity, enthusiasm, individual abilities, high-class luxury, strength, and artistic skills for singers.

Keywords: image, girl group, online social media

บทนำ

ปัจจุบันกระแสของกลุ่มศิลปินหญิง หรือที่เรา รู้จักกันว่าเกิร์ลกรุ๊ป ที่แพร่หลายเป็นที่รู้จักกันในสื่อต่าง ๆ ได้รับความนิยมนอย่างสูง สิ่งที่น่าสนใจคือเรื่องของการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ช่วยเสริมสร้างกระแสความนิยมในกลุ่มแฟนคลับของวงต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี (นริศรา อุดมสินคำ และพรทิพย์ เย็นจะบก, 2563) โดยเพลงมีหน้าที่พื้นฐานในการตอบสนองต่อมนุษย์ บทบาทหน้าที่ที่เด่นชัดมาก

ก็คือ ความบันเทิงและความสนุกสนาน เพลงจึงถูกให้คุณค่าและความหมายว่า สื่อบันเทิง โดยสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดผลงานเพลงขึ้นมาคือ คีตกวีและตัวผู้แสดงหรือนักร้อง คุณสมบัติในตัวหรือนักร้องที่ดึงดูดใจผู้ฟังนั้น คือการมีเสียงที่ไพเราะ และสามารถถ่ายทอดบทเพลงออกมาได้อย่างลึกซึ้ง ทำให้นักร้องและบทเพลงที่นำเสนอออกมาได้รับความนิยมจากผู้ฟัง ทั้งนี้ เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้ระบบการทำงานของธุรกิจเพลงไทยสากลมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการเปลี่ยนแปลงไปทั้งรูปแบบการนำเสนอและเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้า การเกิดขึ้นของวัฒนธรรมการเล่นคอนเสิร์ต การจัดทำมิวสิกวิดีโอและชาวดนตรีที่มีความแปลกใหม่ หรือกลุ่มผู้ฟังเพลงเปลี่ยนแปลงไป ทำให้คุณสมบัติของนักร้องที่มีแค่เสียงที่ดีเพียงอย่างเดียวคงไม่พอที่จะก่อให้เกิดความนิยมอีกต่อไป แต่นักร้องยังต้องมีองค์ประกอบในเรื่องรูปลักษณ์ หน้าตา บุคลิกที่ดีเพิ่มเข้ามาอีกด้วย ซึ่งความสำคัญของน้ำเสียงและหน้าตาของนักร้อง ได้มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง และมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยดังนี้ ยุคเสียงร้องที่ไพเราะเป็นหลัก ต่อมาเป็นยุคของเสียงและหน้าตาควบคู่กันไป และยุคหน้าตาเป็นหลัก น้ำเสียงเป็นรอง อีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้นักร้องได้รับความนิยม คือการแสดงลีลาและท่าทางประกอบเพลงของนักร้อง ซึ่งลักษณะการแสดงลีลาท่าทางที่เกิดขึ้นในนักร้องนี้ มีพัฒนาการที่มีความต่อเนื่องและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยในปัจจุบันมีการนำเสนอด้านการเต้นมากขึ้น รวมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงในด้านการเล่นคอนเสิร์ต การเกิดขึ้นของมิวสิกวิดีโอ ชาวดนตรีที่เปลี่ยนแปลงไป และกลุ่มผู้ฟังเพลงที่เป็นวัยรุ่นทำให้เกิดลักษณะของนักร้องที่เปลี่ยนแปลงไปในแง่มุมต่าง ๆ (กานต์ พิชชา เศรษฐวัฒน์ และกาญจนา แก้วเทพ, 2554)

ทั้งนี้ ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าการปั้นเกิร์ลกรุ๊ปให้ประสบความสำเร็จนับว่าเป็นเรื่องยาก บางวงมีชื่อเสียงอยู่ในช่วงเวลาหนึ่ง แต่เมื่อเวลาผ่านไปวงเกิร์ลกรุ๊ปไทยเหล่านี้ก็หายไปตามกาลเวลา บางวงที่ค่อนข้างมีชื่อเสียงและมีฐานแฟนคลับ ศิลปินก็ผันตัวไปทำงานในวงการอื่น ๆ แทน ทั้งการเป็นศิลปินเดี่ยวและนักแสดง ยิ่งเมื่อเทียบกับวงศิลปินชาย หรือศิลปินชายหญิงอื่น ๆ ยิ่งแสดงให้เห็นว่าศิลปินเกิร์ลกรุ๊ป ค่อนข้างประสบความสำเร็จยากกว่า แต่ในปัจจุบันก็ไม่ใช่ว่าจะไม่มี ความพยายามในการปั้นศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปไทยใหม่ ๆ อีกเลย เพราะจากกระแสเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีที่เป็นกระแสมาแรงไม่เคยตกตลาดได้ทั้งในประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก จึงกลายเป็นจุดดึงดูดที่ทำให้ค่ายเพลงต่าง ๆ ของไทย ยังคงวางแผนปั้นเกิร์ลกรุ๊ปใหม่ ๆ ออกมาอยู่เสมอ (ปราน สุวรรณทัต, 2565)

4EVE เป็นอีกหนึ่งเกิร์ลกรุ๊ปจากสังกัดค่าย XOXO Entertainment ประกอบด้วยสมาชิก 7 คน ได้แก่ มายด์-อาทิตยา ตรีบุตารักษ์, โจริญ-โจริญ คัมภีร์พันธุ์, ตาอม-เบญญาภา อุ่นจิตร, แชนน่า-แชนน่า โรสเซ็นบรูม, ฝ้าย-ณัฐยานัน บุตรธวัช, พันซ์-ทิพานัน นิลสยาม และ อ๊ะอาย-กรณิศ เล้าสุบิน ประเสริฐ แม้ว่า จะเป็นวงเกิร์ลกรุ๊ปที่เปิดตัวได้ไม่นาน แต่ก็เดินหน้าผลิตผลงานเพลงคุณภาพออกมา

อย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นหนึ่งในวงเกิร์ลกรุ๊ปที่เข้ามาสร้างสีสันและยกระดับของวงการ T-Pop ให้ก้าวกระโดดขึ้นไปอีกขั้น และที่พิสูจน์ว่า 4EVE คือหนึ่งในวงเกิร์ลกรุ๊ประดับแถวหน้าของเมืองไทย ไม่ว่าจะเป็นการปล่อยอัลบั้มเต็มชุดแรก The First Album ที่ได้ศิลปินและทีมงานมากฝีมือมาร่วมทำเพลง Special Album: Trick or Treat ที่ติดลมบนหลายจนสามารถไต่ขึ้นสู่อันดับ 1 Top Album บน Apple Music การได้รับรางวัล Shining Star of The Year จากงาน Kazz Awards 2021 ฯลฯ (สุพัฒน์ ศิวะพรพันธ์, 2565) และคว้ารางวัลศิลปินหน้าใหม่แห่งปี (Best New Artist) จากงาน JOOX Thailand Music Awards 2022 หรือ JTMA 2022 งานประกาศรางวัลทางดนตรี (TODAY PLAY workpoint, 2565) อีกด้วย

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิง วง 4EVE โดยมุ่งเน้นศึกษาผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างยูทูบช่อง 4EVE และเฟซบุ๊กเพจ 4EVE เพื่อพิจารณาภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิง วง 4EVE ที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงในประเทศไทย โดยหวังจะเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของศิลปินไทยในทุกรูปแบบให้ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ ทั้งสร้างแรงกระตุ้นให้อุตสาหกรรมดนตรีและเพลงไทย สามารถช่วยสร้างผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบของภาพลักษณ์กลุ่มศิลปิน
2. เพื่อวิเคราะห์การนำเสนอภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาลักษณะของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาลักษณะที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และนำเสนอผลที่ได้ในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) คือ กลุ่มศิลปินหญิง วง 4EVE โดยพิจารณาจากการเป็นกลุ่มศิลปินหญิงที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยสูงสุดในปี 2021-2022 ได้รับรางวัลด้านการร้องและได้รับคัดเลือกเลือกจากสถาบันที่ได้รับความนิยมในวงการเพลง โดยศึกษาลักษณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ช่องทาง ได้แก่

1. ยูทูบ ซึ่งประกอบด้วยมิวสิกวิดีโอและการแสดงบนเวที โดยพิจารณาเลือกศึกษาจากเพลงของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ที่ติดอันดับมาแรง และถูกจัดอยู่ใน Thai Pop Hitlist ในยูทูบ จำนวน 3 เพลง ได้แก่ เพลงสิ่งเล็กน้อย (Less is More) เพลง Boutchya และเพลงช้อยกเว้น

2. เฟซบุ๊ก โดยพิจารณาเลือกศึกษาจากโพสต์ที่ปรากฏอยู่ในเฟซบุ๊ก ที่ชื่อว่า 4EVE ผ่านรายการ 4EVE Vlog ที่เผยแพร่สู่สาธารณชนทั้งหมด จำนวน 21 ตอน

เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) ที่ใช้เก็บข้อมูลด้านภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยได้ศึกษาเอกสารและการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปิน นักร้องและการสร้างแบรนด์บุคคลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สามารถวิเคราะห์และสรุปภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ 6 องค์ประกอบ จึงนำมาเป็นเกณฑ์ในการถอดรหัสความหมาย โดยในแบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) ประกอบด้วย

องค์ประกอบที่ 1 ความจริงใจ

- ความติดดิน คือ การอยู่แบบเรียบง่าย การยึดติดครอบครัว และการอาศัยในสังคมท้องถิ่น

- ความซื่อสัตย์ คือ ความซื่อสัตย์ จริงใจ

- ความดีงาม คือ ความดีงาม มีประโยชน์ ต้นตำรับ ของแท้ มีความคิดริเริ่ม

- ความร่าเริง คือ ร่าเริง อ่อนไหว และเป็นมิตร

องค์ประกอบที่ 2 ความกระตือรือร้น

- ความกล้า บ้าปิ่น ทำทนาย คือ มีความกล้าทำทนาย นำสมัย และตื่นเต้น

- ความมีชีวิตชีวา คือ มีชีวิตชีวา มีความเท่ และอ่อนวัย

- ความมีจินตนาการ คือ มีจินตนาการ มีความแปลกแตกต่าง มีเอกลักษณ์

- ความทันสมัย คือ นานิยม เป็นอิสระ พึ่งพาตัวเองได้

องค์ประกอบที่ 3 ความสามารถส่วนบุคคล

- ความเชื่อถือได้ คือ เชื่อถือได้ ขยันทำงาน มีความมั่นคงปลอดภัย

- ความฉลาดหลักแหลม คือ มีทักษะ ปฏิบัติการตามหลักการ มีความเป็นกลุ่มก้อน

- ความประสบความสำเร็จ คือ การประสบความสำเร็จ มีความเป็นผู้นำ มีความเชื่อมั่น

และมั่นใจ

องค์ประกอบที่ 4 ความหรูหรามีระดับ

- ชั้นสูง คือ กลุ่มชนชั้นสูง หูหราช่างงาม และดูดี

- ความน่ารัก มีเสน่ห์ คือ ความเป็นหญิง ทำอะไรได้อย่างราบรื่น ไม่ติดขัด

องค์ประกอบที่ 5 ความแข็งแกร่ง

- การใช้ชีวิตกลางแจ้ง คือ การใช้ชีวิตกลางแจ้ง มีความเป็นผู้ชาย
- ความแกร่ง ทรหด และบึกบึน

องค์ประกอบที่ 6 ทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง

- การออกแบบท่าเต้นที่สวยงาม
- มีความพร้อมเพรียงในการเต้น
- ท่าเต้นที่ดึงดูดความน่าสนใจ
- มีทักษะที่ดีในการร้องและการเต้น
- ถ่ายทอดอารมณ์ตามเนื้อหาของเพลง

ผลการวิจัย

การศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. วิเคราะห์รูปแบบของภาพลักษณ์กลุ่มศิลปิน

จากการศึกษาเอกสาร การวิจัย และผลการศึกษา เรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินนักร้องเกาหลีได้ผ่านสื่อใหม่และพฤติกรรมแฟนคลับ (จุติมาศ เกลี้ยงเกลา, 2556) และการสร้างแบรนด์ของค่ายกามิกาเซ่และศิลปินในสังกัดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (นาถตินันท์ เกลี้ยงเกลา, 2558) สามารถวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปิน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 ความจริงใจ

องค์ประกอบที่ 2 ความกระตือรือร้น

องค์ประกอบที่ 3 ความสามารถส่วนบุคคล

องค์ประกอบที่ 4 ความหรูหรา มีระดับ

องค์ประกอบที่ 5 ความแข็งแกร่ง

องค์ประกอบที่ 6 ทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง

2. การนำเสนอภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

จากการวิเคราะห์การนำเสนอภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ มิวสิควิดีโอและการแสดงบนเวที ผ่านยูทูบ จำนวน 3 เพลง พบว่า มีการนำเสนอภาพลักษณ์เพียง

2 องค์ประกอบ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง โดยการนำเสนอทักษะในการร้องเพลง การแร็ป การเต้น รวมถึงการถ่ายทอดอารมณ์ตามเนื้อหาของเพลง และรองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านความหุรหามีระดับ จากการแต่งกาย รวมถึงการใส่เครื่องประดับในรูปแบบต่าง ๆ



ภาพที่ 1 ภาพลักษณ์ด้านทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง
ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอและการแสดงบนเวที



ภาพที่ 2 ภาพลักษณ์ด้านความหุรหามีระดับ
ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอและการแสดงบนเวที

ด้านภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE จากรายการ 4EVE Vlog ผ่านเฟซบุ๊ก จำนวน 21 ตอน พบว่า มีการนำเสนอภาพลักษณ์ทั้ง 6 องค์ประกอบ โดยมีองค์ประกอบด้านความจริงใจ ด้านความกระตือรือร้น ด้านความสามารถส่วนบุคคลในทุกตอนของรายการ โดยการนำเสนอผ่านการแสดงออกของศิลปิน จะเห็นได้จากการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความร่าเริงเป็นมิตร มีชีวิตชีวา สามารถพึ่งพาตนเองได้ ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มได้เป็นอย่างดี มีความเชื่อมั่น และมั่นใจในตนเอง รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านความหุรหามีระดับ จากการแต่งกาย การใส่เครื่องประดับ และของใช้ส่วนตัวของศิลปินที่เป็นสินค้าจากต่างประเทศที่มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ด้านความแข็งแกร่ง จากการทำกิจกรรมกลางแจ้งร่วมกัน รวมถึงการใช้พลังกำลังในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และภาพลักษณ์ด้านทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง โดยการนำเสนอทักษะในการร้องเพลง การแร็ป การเต้น รวมถึงการถ่ายทอดอารมณ์ตามเนื้อหาของเพลง



ภาพที่ 3 ภาพลักษณ์ด้านความจริงใจ
ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ที่ปรากฏในรายการ One day with 4EVE



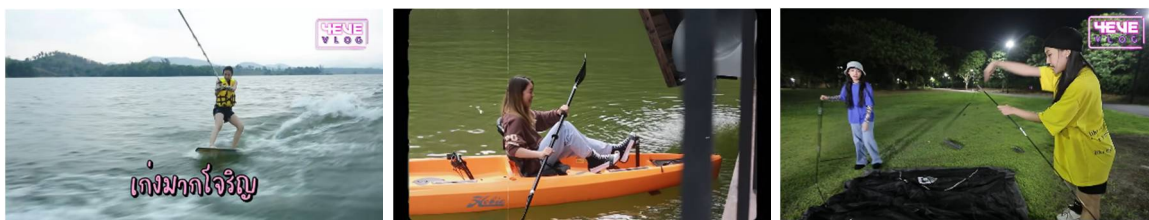
ภาพที่ 4 ภาพลักษณ์ด้านความกระตือรือร้น
ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ที่ปรากฏในรายการ One day with 4EVE



ภาพที่ 5 ภาพลักษณ์ด้านความสามารถส่วนบุคคล
ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ที่ปรากฏในรายการ One day with 4EVE



ภาพที่ 6 ภาพลักษณ์ด้านความหรูหรามีระดับ
ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ที่ปรากฏในรายการ One day with 4EVE



ภาพที่ 7 ภาพลักษณ์ด้านความแข็งแกร่ง
ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ที่ปรากฏในรายการ One day with 4EVE



ภาพที่ 8 ภาพลักษณ์ด้านทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง
ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ที่ปรากฏในรายการ One day with 4EVE

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล มีข้อค้นพบที่สามารถนำมาอภิปรายได้ตามประเด็นดังต่อไปนี้

1. รูปแบบของภาพลักษณ์กลุ่มศิลปิน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านความจริงใจ องค์ประกอบที่ 2 ด้านความกระตือรือร้น องค์ประกอบที่ 3 ด้านความสามารถส่วนบุคคล องค์ประกอบที่ 4 ด้านความหรรหามีระดับ องค์ประกอบที่ 5 ด้านความแข็งแกร่ง และองค์ประกอบที่ 6 ด้านทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง โดยภาพลักษณ์แต่ละองค์ประกอบสอดคล้องกับจุดนิยาม เกลี้ยงเกลา ศึกษาเรื่องการศึกษาลักษณะของกลุ่มศิลปินนักร้องเกาหลีได้ผ่านสื่อใหม่และพฤติกรรมแฟนคลับ ได้จำแนกภาพลักษณ์ของศิลปินเกาหลีได้ ประกอบด้วยภาพลักษณ์ด้านรูปร่างนักร้องเกาหลี พบว่า ลักษณะเฉพาะศิลปินนักร้องเกาหลีจะเน้นการเป็นสื่อบุคคลที่มีบุคลิกชัดเจน มีคอนเซ็ปต์และแนวดนตรีที่แตกต่างกัน พบว่า ศิลปินนักร้องเกาหลีส่วนใหญ่มีความโดดเด่นแตกต่างและมีบุคลิกที่หลากหลายไม่ซ้ำกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจที่หลากหลายของผู้ชมหรือกลุ่มแฟนคลับ ภาพลักษณ์ด้านรูปร่างพบว่ามีศิลปินนักร้องเกาหลีส่วนใหญ่มีการทำศัลยกรรมให้หน้าตาดูดีขึ้น ศิลปินนักร้องเกาหลีได้มีรูปร่างหน้าตาที่มีเสน่ห์ ทันสมัย และน่าสนใจตามแบบฉบับวัยรุ่นยุคใหม่

ภาพลักษณ์ด้านทักษะความสามารถพบว่า ศิลปินนักร้องเกาหลีมีความเป็นทีมเวิร์คทั้งในด้านการร้องและการเต้น ซึ่งเป็นผลมาจากความพยายามและการฝึกฝน ภาพลักษณ์ด้านบุคลิก พบว่า ศิลปินนักร้องเกาหลีมีความรับผิดชอบกับบทบาทที่ตนเองได้รับตามที่ค่ายต้องการ และสะท้อนลักษณะนิสัยและวัฒนธรรมเกาหลีแบบดั้งเดิมและวัฒนธรรมประชานิยม (Pop Culture) แบบสมัยใหม่ ศิลปินนักร้องเกาหลีแสดงออกซึ่งตัวตนเพื่อดึงดูด โดยการใช้ความน่ารัก สะท้อนภาพความซื่อๆ และการแสดงออกทางภาษากายด้วยความสุภาพ และภาพลักษณ์ด้านแฟชั่นการแต่งกาย พบว่า องค์ประกอบด้านเสื้อผ้า ใบหน้าและทรงผมของศิลปินนักร้องเกาหลีมีความลงตัวและแปลกใหม่ ซึ่งมีผลต่อความชื่นชอบของกลุ่มแฟนคลับ (จุติมาศ เกลี้ยงเกลา, 2556) อีกทั้งยังสอดคล้องกับนาถดินันท์ เกลี้ยงเกลา ศึกษาเรื่องการสร้างแบรนด์ของค่ายกามิกาเซ่และศิลปินในสังคมออนไลน์ ได้สรุปลักษณะและบุคลิกภาพของบุคคลโดยอ้างอิงทฤษฎี Brand Personality (BPS: The Big Five) โดยแบ่งออกเป็น 5 ลักษณะสำคัญ (The Big Five) ประกอบไปด้วย ประเภทที่ 1 ความจริงใจ (Sincerity) ประกอบไปด้วย (1) ความติดดิน (Down-to-Earth) คือ การอยู่แบบเรียบง่าย การยึดติดครอบครัว การอาศัยอยู่ในสังคมท้องถิ่น (2) ความซื่อสัตย์ (Honest) คือ ความซื่อสัตย์ จริงใจ (3) ความดีงาม (Wholesome) คือ การมีความดีงาม มีประโยชน์ เป็นต้นตำหรับ ของแท้ มีความคิดริเริ่ม (4) ความร่าเริง (Cheerful) ร่าเริง อ่อนไหว และเป็นมิตร ประเภทที่ 2 ความกระตือรือร้น (Excitement) ประกอบด้วย (1) ความกล้าบ้าบิ่น ทำท่าย (Daring) คือ มีความกล้าทำท่าย นำสมัยและน่าตื่นเต้น (2) ความมีชีวิตชีวา (Spirited) คือ ความมีชีวิตชีวา ความเท่และอ่อนวัย (3) ความมีจินตนาการ (Imaginative) คือ การมีจินตนาการ มีความแปลกแตกต่าง มีเอกลักษณ์ (4) ความทันสมัย (Up-to-date) คือ นานิยม เป็นอิสระ พึ่งพาตัวเอง ประเภทที่ 3 ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย (1) ความเชื่อถือได้ (Reliable) คือ เชื่อถือได้ ขยันทำงานหนัก มีความมั่นคงปลอดภัย (2) ความฉลาดหลักแหลม (Intelligent) คือ มีทักษะปฏิบัติตามหลักการมีความเป็นกลุ่มก้อน (3) ความประสบความสำเร็จ (Successful) คือ การประสบความสำเร็จ มีความเป็นผู้นำ มีความเชื่อมั่นและมั่นใจ ประเภทที่ 4 ความหรูหรา มีระดับ (Sophistication) ประกอบด้วย (1) ชั้นสูง (Upper Class) คือ อยู่ในกลุ่มชนชั้นสูง หูหรา สง่างาม และดูดี (2) ความน่ารัก มีเสน่ห์ (Charming) คือ ความเป็นหญิง ทำอะไรได้อย่างราบรื่น ไม่ติดขัด ประเภทที่ 5 ความทนทาน แข็งแกร่ง (Ruggedness) ประกอบด้วย (1) การใช้ชีวิตกลางแจ้ง (Outdoorsy) คือ การใช้ชีวิตกลางแจ้ง มีความเป็นผู้ชาย (2) ความแกร่ง ทนทาน และบึกบึน (Tough) (นาถดินันท์ เกลี้ยงเกลา, 2558)

2. การนำเสนอภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิงวง 4EVE ในมิวสิกวิดีโอและการแสดงบนเวที ผ่านยูทูป จำนวน 3 เพลง พบว่า มีการนำเสนอภาพลักษณ์ 2 องค์ประกอบ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง โดยการนำเสนอทักษะในการร้องเพลง การแร็ป การเต้น รวมถึงการถ่ายทอดอารมณ์ตามเนื้อหาของเพลง และรองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านความหรูหราจากการแต่งกาย รวมถึงการใส่เครื่องประดับในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับฉันทลักษณ์ ดนัยดุขฎีกุล และคณะ ซึ่งศึกษาเรื่องการศึกษารูปแบบความชอบของแฟนคลับชาวไทยที่มีต่อศิลปินไอดอลไทยและเกาหลี พบว่า ปัจจัยที่จูงใจให้มีความต้องการไปยังขั้นต่อไปช่วงเข้าสู่ขั้นการค้นหาข้อมูล (บุคคล) การตัดสินใจซื้อ และการซื้อซ้ำ คือเหตุผลในการชื่นชอบศิลปิน โดยก่อนเข้าสู่ช่วงการค้นหาข้อมูล (บุคคล) มี 2 ปัจจัย คือ 1) ความดึงดูดทางกายภาพ และ 2) ความสามารถ เนื่องจากการรับรู้ในครั้งแรกใช้ระยะเวลาเพียงเล็กน้อย จึงเป็นปัจจัยที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนในเวลาอันสั้นและมีความน่าสนใจพอให้ต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินต่อไป และจากรายการ 4EVE Vlog ผ่านเฟซบุ๊ก จำนวน 21 ตอน พบว่า มีการนำเสนอภาพลักษณ์ทั้ง 6 องค์ประกอบ โดยมีองค์ประกอบด้านความจริงใจ ด้านความกระตือรือร้น ด้านความสามารถส่วนบุคคลในทุกตอนของรายการ โดยนำเสนอผ่านการแสดงออกของศิลปิน ที่มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความร่าเริงเป็นมิตร มีชีวิตชีวา สามารถพึ่งพาตนเองได้ ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มได้เป็นอย่างดี มีความเชื่อมั่น และมั่นใจในตนเอง รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านความหรูหรา มีระดับ จากการแต่งกาย การใส่เครื่องประดับ และของใช้ส่วนตัวของศิลปินที่เป็นสินค้าจากต่างประเทศที่มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ด้านความแข็งแกร่ง จากการทำกิจกรรมกลางแจ้งร่วมกัน รวมถึงการใช้พลังกำลังในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และภาพลักษณ์ด้านทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง จากการนำเสนอทักษะในการร้องเพลง การแร็ป การเต้น รวมถึงการถ่ายทอดอารมณ์ตามเนื้อหาของเพลง (ฉันทลักษณ์ ดนัยดุขฎีกุล และคณะ, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับชลนิภา รุ่งเรืองศรี และจารุณี มุมบ้านเช่า ซึ่งศึกษากระแสการชื่นชอบศิลปินเคป๊อป (K-POP) เกาหลีในประเทศไทย พบว่า สิ่งที่ทำให้วัยรุ่นไทยชื่นชอบและคลั่งไคล้ศิลปินเกาหลี รวมไปถึงสิ่งที่ดึงดูดการชื่นชอบศิลปินเกาหลี และการกระทำให้กระแสเกาหลียังคงอยู่ในประเทศไทย คือ การสร้างความผูกพันของศิลปินกับแฟนคลับ การใส่ใจแฟนคลับ การเป็นกันเองกับแฟนคลับ ภาพลักษณ์ของศิลปินที่แสดงออกมา การร้องเพลงด้วยเสียงและท่าเต้นที่เป็นเอกลักษณ์ รวมไปถึงบทบาทการเป็นนักแสดง ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมของแฟนคลับก็คือ การติดตามและสนับสนุนศิลปิน การไปชมคอนเสิร์ต การซื้อของสะสม และการฝึกฝนเรียนภาษาเกาหลี เพื่อสามารถใช้สื่อสารกับศิลปินได้ (ชลนิภา รุ่งเรืองศรีและจารุณี มุมบ้านเช่า, 2562) ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับไบบุญ วจนอักษร ได้นำเสนอบทความตามหลักทฤษฎีจิตวิทยา Triangle of Love โดย ศ.ดร. Robert Sternberg แห่งภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเยลล์ กล่าวว่า ความรักที่สมบูรณ์แบบ (Compassionate love) เกิดขึ้นจากองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน ได้แก่ 1) ความหลงใหล (Passion) รูปลักษณ์ที่ชวนดึงดูดใจ สื่อเสียง และความสามารถของศิลปิน 2) ความใกล้ชิด

(Intimacy) การติดตามความเคลื่อนไหวของศิลปินในแต่ละวันผ่านไลฟ์สดและรายการต่าง ๆ ตลอดการตั้งชื่อเฉพาะที่เข้าคู่กันกับวงศิลปิน 3) การผูกมัด (Commitment) ทั้งศิลปินและแฟนคลับมีเป้าหมายเดียวกัน เช่น การที่ศิลปินได้รับรางวัลประจำปี ดังนั้น ความสัมพันธ์ของแฟนคลับและศิลปินจึงเป็นไปในลักษณะของความรักที่สมบูรณ์แบบ และในหมู่แฟนคลับเองก็ยังมีสายสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นผ่านความชอบในเรื่องเดียวกัน (ใบบุญ วจนอักษร, 2565) อีกทั้งยังสอดคล้องกับฉันทานันทิชา ดนัยดุขฎิกล และคณะ ศึกษาเรื่องการศึกษารูปแบบความชอบของแฟนคลับชาวไทยที่มีต่อศิลปินไอดอลไทยและเกาหลีพบว่า ปัจจัยที่จูงใจให้มีความต้องการเดินทางไปยังขั้นตอนต่อไปในช่วงเข้าสู่ขั้นการตัดสินใจซื้อสินค้าประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความคล้ายคลึงกับตนเอง ทั้งด้านนิสัย หรือด้านพื้นฐานชีวิตเบื้องต้นเนื่องจากทำให้แฟนคลับจัดศิลปินไอดอลดังกล่าวเป็นพวกเดียวกันกับตนเอง 2) การคาดหวังจะได้รับการตอบแทน เนื่องจากมองว่าการสนับสนุนศิลปินนั้นมีค่าใช้จ่าย 3) การเติมเต็มความต้องการของตนเองประกอบไปด้วย 4 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ คนรักในอุดมคติ ครอบครัว ความฝัน และการได้รับการยอมรับจากสังคม โดยล้วนเป็นการเติมเต็มความต้องการที่ยังไม่มีในปัจจุบัน 4) เพลงหรือแนวคิดเป็นแนวที่ชอบ เนื่องจากบางส่วนมองว่าตัวเองจะต้องติดตามผลงานของศิลปินควบคู่กับการติดตามศิลปินด้วย 5) ความอยากลองประสบการณ์ใหม่โดยการไปเจอตั้จริงศิลปิน (ฉันทานันทิชา ดนัยดุขฎิกล และคณะ, 2564) ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับภัทรจิระ พิสิฐมุกดา ศึกษาการสร้างบุคลิกภาพ ภาพลักษณ์และแบรนด์บุคคลของศิลปินในยุคดิจิทัล พบว่า การสร้างบุคลิกภาพของศิลปินเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่สำคัญ โดยเริ่มจากปัจจัยภายในที่เกิดจากทัศนคติที่รักและอยากเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับ การมีมารยาท คุณธรรม จริยธรรม ระเบียบวินัย ปัจจัยภายนอกต้องมีรูปร่าง หน้าตา และเสียงที่เป็นเอกลักษณ์ การเดิน การแต่งกาย ทักษะการสื่อสาร การร้องเพลง การแสดง การทำศัลยกรรม ทักษะความสามารถพิเศษ เช่น ภาษาต่างประเทศ ดนตรี กีฬา เป็นต้น (ภัทรจิระ พิสิฐมุกดา, 2560)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

รูปแบบของภาพลักษณ์กลุ่มศิลปิน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ความจริงใจ ความกระตือรือร้น ความสามารถส่วนบุคคล ความหรูหรามีระดับ ความแข็งแกร่ง และทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง โดยการศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินหญิง วง 4EVE ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอในมิวสิกวิดีโอและการแสดงบนเวที ผ่านยูทูบ พบภาพลักษณ์ 2 องค์ประกอบคือ ด้านทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง และด้านความหรูหรามีระดับ ด้านการนำเสนอภาพลักษณ์ในรายการ 4EVE Vlog ผ่านเฟซบุ๊ก พบภาพลักษณ์ทั้ง 6 องค์ประกอบในทุกตอนของ

รายการ คือ ความจริงใจ ความกระตือรือร้น ความสามารถส่วนบุคคล ความหุรหามีระดับ ความแข็งแกร่ง และทักษะความสามารถของศิลปินนักร้อง

ข้อเสนอแนะในการนำเสนอผลการวิจัยไปใช้

สามารถใช้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของศิลปินไทยในทุกรูปแบบให้ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ควรเลือกศึกษาภาพลักษณ์ของศิลปินนักร้องของประเทศไทยให้ครบทุกรูปแบบ เช่น ศิลปินนักร้องเดี่ยว กลุ่มศิลปินนักร้องประเภทบอยแบนด์ รวมทั้งกลุ่มศิลปินประเภทดนตรี เพื่อจะได้มองเห็นรูปแบบของการสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินนักร้องของประเทศไทยที่ครอบคลุมและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กานต์พิชชา เศรษฐวัฒน์ และกาญจนา แก้วเทพ. (2554). พัฒนาการของบอยแบนด์ไทยระหว่างปี พ.ศ. 2535-2552. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 29(2), 50-68.
- จุติมาศ เกลี้ยงเกลา. (2556). การศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินนักร้องเกาหลีสื่อใหม่และพฤติกรรมแฟนคลับ. ใน *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ*, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลนิภา รุ่งเรืองศรีและจารุณี มุมบ้านเช่า. (2562). กระแสขึ้นชอบเคป๊อป (K-POP) เกาหลีในประเทศไทย. ใน *การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2*. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- ณัฐนิชา ดนัยดุขฎีกุล และคณะ. (2564). การศึกษารูปแบบความชอบของแฟนคลับชาวไทยที่มีต่อศิลปินไอดอลไทยและเกาหลี. *วารสารนวัตกรรมการธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์*, 2(2), 35-49.
- นริศรา อุดมสินคำ และพรทิพย์ เย็นจะบก. (2563). การสื่อสารและการรับรู้ภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินวง BNK48 ต่อแฟนคลับ. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2563*. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- นาถดินันท์ เกลี้ยงเกลา. (2558). การสร้างแบรนด์ของค่ายกามิกาเซ่และศิลปินในสังกัดผ่านสื่อสังคมออนไลน์. ใน *วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขา นิเทศศาสตร์*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- ไบบุญ วจนอักษร. (2561). ทำไม “ต่ง” : มองความต่งจากมุมจิตวิทยา. เรียกใช้เมื่อ 15 สิงหาคม 2565 จาก <https://becommon.co/culture/kpop-fan-vol2/>.
- ปราณ สุวรรณทัต. (2563). การกลับมาของกระแสน์ Girl Group สัญชาติไทย ความสำเร็จที่ต้องรอดูต่อไปในระยะยาว. เรียกใช้เมื่อ 20 กรกฎาคม 2565 จาก <https://brandinside.asia/thai-music-label-try-to-debut-girl-group-again/>.
- ภัทรจิระ พิสิฐมุกดา. (2560). การสร้างบุคลิกภาพ ภาพลักษณ์และแบรนด์บุคคลของศิลปินในยุคดิจิทัล. ใน การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุพัฒน์ ศิวะพรพันธ์. (2564). ความสำเร็จของ 4EVE ตลอดปี 2021. เรียกใช้เมื่อ 20 กรกฎาคม 2565 จาก <https://thestandard.co/4eve-achievements-throughout-2021/>.
- TODAY PLAY workpoint. (2565). 4EVE คว่ำรางวัลศิลปินหน้าใหม่แห่งปี (Best New Artist). จากงาน JOOX.