



บทความวิจัย

เรื่อง ความเป็นหญิงในเกิร์ลกรุ๊ป

โดย

นางสาว ศวิตา สุขสวัสดิ์

รหัสนักศึกษา 05520507

เสนอ

อาจารย์ นาทยา อยู่คง

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450 460 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2556

ชื่องานวิจัย	ความเป็นหญิงในเกิร์ลกรุ๊ป
ผู้นำเสนอ	ศวิตา สุขสวัสดิ์ รหัสนักศึกษา 05520507
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์นาตยา อยู่คง
ปีการศึกษา	2556
คำสำคัญ	เกิร์ลกรุ๊ป , พัฒนาการ , ความเป็นเพศ , ระบบชายเป็นใหญ่ , การผลิตซ้ำ , การต่อต้าน

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องความเป็นหญิงในเกิร์ลกรุ๊ปมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการความเป็นเพศของเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน โดยใช้แนวความคิดสตรีนิยมในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่าสามารถแบ่งพัฒนาการความเป็นเพศของเกิร์ลกรุ๊ปเป็น 3 ช่วงเวลาได้แก่

- 1.ยุคกำเนิดเกิร์ลกรุ๊ป(ค.ศ. 1960 –1990) เป็นภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่สุภาพเรียบร้อย และมีเพียงแบบเดียวแสดงให้เห็นถึงการผลิตซ้ำความเป็นเพศที่มีแบบใดแบบหนึ่ง
- 2.ยุคเปลี่ยนผ่านผู้เกิร์ลกรุ๊ปไอดอล(ค.ศ. 1990 – 2000) เริ่มปรากฏแบบของผู้หญิงที่มากกว่าหนึ่งแบบ โดยเกิดเกิร์ลกรุ๊ปที่แสดงออกถึงความเป็นหญิงที่เช็กซ์ เริ่มเห็นถึงการเปิดกว้างและต่อต้านความเป็นเพศแบบเดิม
- 3.ยุคเกิร์ลกรุ๊ปไอดอล (ค.ศ. 2000 – 2013) เกิดลักษณะของเกิร์ลกรุ๊ปที่มีหลายบุคลิกในวงเดียว และไม่จำกัดความเป็นหญิง สามารถแสดงออกทางเพศได้หลายแบบ ทั้งเช็กซ์ หัวหรืออ่อนหวาน แสดงให้เห็นถึงการต่อต้านความเป็นหญิงแบบเดิมและตั้งคำถามต่อความเป็นเพศในสังคม

ซึ่งลักษณะการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ศึกษาผ่านการแสดงออกเกี่ยวกับการแต่งกาย เสื้อผ้า เพลง การร้อง การเต้นและการแสดงออก และวิเคราะห์ความเป็นเพศที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา ตั้งแต่ในยุคแรกๆ ที่เน้นการผลิตซ้ำความเป็นหญิงในแบบใดแบบหนึ่ง ยุคต่อมาที่เริ่มเห็นความแตกต่างของผู้หญิงที่ต่อต้านความเป็นเพศแบบเดิมผ่านการแสดงออกของเกิร์ลกรุ๊ปและยุคปัจจุบันที่เห็นทั้งการผลิตซ้ำและต่อต้านความเป็นเพศผ่านรูปแบบของเกิร์ลกรุ๊ปที่มีความหลากหลาย ไม่จำกัดรูปแบบ ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่าการควบคุมและผลิตซ้ำความเป็นเพศที่ปรากฏในเกิร์ลกรุ๊ปนั้น ไม่ใช่เพียงแค่ผู้ชายที่เป็นผู้สร้างและผลิตซ้ำความเป็นเพศผ่านการสร้างวาทกรรมความเป็นหญิงในแต่ละช่วงเวลา ในขณะที่เดียวกันผู้หญิงก็เป็นทั้งผู้ผลิตซ้ำและต่อต้านความเป็นเพศที่ปรากฏผ่านการมีตัวตนมากขึ้นในพื้นที่สาธารณะ การแสดงออกผ่านการเปิดเผยร่างกาย และทางเลือกที่หลากหลายในการแสดงออกทางเพศผ่านการเป็นเกิร์ลกรุ๊ปเช่นกัน

1. บทนำ

1.1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กระแสเกาหลี (Korean Wave) หรือที่รู้จักกันอีกนามหนึ่งว่า Hallyu (ฮัลลยู) หมายถึงกระแสความนิยมเกาหลีที่ค่อยๆ คืบคลานมายังภูมิภาคเอเชียตะวันออก เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และขยายไปยังยุโรป ตะวันออกกลาง และทวีปอเมริกา โดยเกาหลีได้ได้มีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมอย่างจริงจังผ่านการวางแผนยุทธศาสตร์ มีการเตรียมความพร้อมที่ชัดเจน จนกลายเป็นแบรนด์สินค้าวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ (ชเนส , ม.ป.ป.: ออนไลน์) นับเป็นปรากฏการณ์ที่เหนือความคาดหมายของนักวิชาการหรือบรรดาสื่อมวลชนเพราะเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมข้ามชาติที่ข้ามพินอิทธิพลทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมของชาติมหาอำนาจซึ่งมีแนวโน้มว่าจะยังคงได้รับความนิยมอยู่ กระแสเกาหลีเป็นเรื่องเกี่ยวกับความนิยมชมชอบทางวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลี (Korean Pop Culture) ที่มาจากภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ เพลงป๊อปและคารานักร้องเกาหลี (วิไลลักษณ์, 2555 : ออนไลน์)

การเปลี่ยนแปลงของวงการเพลงเกาหลีปรากฏให้เห็นได้ชัดตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 19 ซึ่งเป็นยุคก่อนกระแสเพลงเคป๊อปผ่านการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมวัฒนธรรมและการรับอิทธิพลจากตะวันตก จนกระทั่งเกิดกระแสดนตรีป๊อปเกาหลีหรือ K-POP (เค-ป๊อป) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระแสเกาหลี (Korean Wave) ได้รับความนิยมอย่างเห็นได้ชัดจนที่สุดในช่วงปี 2000 จนถึงปัจจุบัน ในช่วงทศวรรษ 1900 มีนักร้องทั้งชายและหญิง เช่น วง Seotaeji & Boys , H.O.T. , S.E.S. , G.O.D. ฯลฯ ที่เป็นต้นแบบของวงบอยแบนด์และเกิร์ลกรุ๊ปของนักร้องกลุ่มในปัจจุบัน ความนิยมดังกล่าวปรากฏให้เห็นจากการที่มีบอยแบนด์และเกิร์ลกรุ๊ปเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ในปี 2012 มีบอยแบนด์เปิดตัวถึง 24 วง เช่น Exo-K , B.A.P. , NU'EST , JJ Project ฯลฯ และเกิร์ลกรุ๊ปถึง 32 วง เช่น Crayon Pop , Hello Venus , AOA , Spica ฯลฯ (Nr_sunho , 2555 : ออนไลน์) โดยนักร้องกลุ่มทั้งชายและหญิงที่ถูกเรียกกันว่า Idol (ไอดอล) จะมีรูปร่างหน้าตาและภาพลักษณ์ที่ดึงดูดผู้ชม อีกทั้งความสามารถในด้านการร้อง การเต้นและการแสดง ซึ่งกลุ่มศิลปินดังกล่าวจะต้องผ่านกระบวนการฝึกฝนและสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นไอดอล โดยบริษัทต้นสังกัดจะมีการคัดเลือกผู้ที่มีออกิชั่นเพื่อฝึกฝนให้เป็นนักร้องฝึกหัด และเมื่อบริษัทเห็นว่านักร้องฝึกหัดมีความพร้อมแล้วก็จะเปิดตัวเป็นนักร้องอาชีพ โดยการที่จะพิจารณาให้เป็นนักร้องเดี่ยวหรือกลุ่มนั้นขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของบริษัท (ชเนส , ม.ป.ป.: ออนไลน์) เมื่อเปิดตัวเป็นนักร้องแล้ว ก็จะมีการสร้างภาพลักษณ์ของวงตามแนวเพลง เช่น วงโซนยอชิดะ (Girls' Generation) เปิดตัวในปี 2007 ด้วยเพลง Into the new world ที่มีภาพลักษณ์แบบเซียร์ลีดเดอร์ เน้นความพร้อมเพรียง ต่อมาซิงเกิ้ลที่ 2 ก็เปิดตัวด้วยเพลงที่ชื่อว่า Girls' Generation ซึ่งเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ให้เป็นตุ๊กตาเด็กผู้หญิงที่อ่อนหวานน่ารัก อีกทั้งการวางบทบาทของสมาชิกในวง เช่น วงโซนยอชิดะแทฮอนซึ่งมีอายุมากที่สุดเป็นหัวหน้าวง ซอฮยอนมีอายุน้อยที่สุดเป็นน้องเล็กของวง

ฮโยยอนและยูริที่มีความสามารถในการเต้น ก็จะเป็นตัวหลักในการแสดง เจสสิก้าและทiffanyเป็นตัวหลักในการร้อง หรือยูนาที่มีตำแหน่งเป็นภาพลักษณ์ของวง เป็นต้น

กระแสการร้องกลุ่มหญิงหรือเกิร์ลกรุ๊ป เริ่มได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จมากขึ้น หลังจากที่นักร้องกลุ่มชายหรือบอยแบนด์ครองความนิยมมาตลอดในช่วงระยะเวลา 10 ปี จนกระทั่งมีการเปิดตัวเพลง Tell Me ของ Wonder Girls ในเดือนกันยายน 2007 ทั่วประเทศเกาหลีก็เกิดกระแส “เทลมี่ฟิเวอร์” ด้วยดนตรีทำนองที่ติดหูและท่าเต้นที่น่ารัก เต้นตามได้ง่าย ทำให้ Wonder Girls กลายเป็นเกิร์ลกรุ๊ปที่โด่งดังและได้รับความนิยมที่สุดในปี 2008(Tiffanybear801 , 2555 : ออนไลน์) นอกจากนี้ยังมีการทำสำรวจของ Online Research Panel Korea ที่ถามความคิดเห็นของประชาชนจำนวน 21,955 คน โดยมีคนถึง 27% (5,866 คน) ที่เลือกให้ Tell Me เป็นเพลงป๊อปไอดอลอันดับหนึ่งของเกาหลี (ASTVผู้จัดการออนไลน์ , 2556 : ออนไลน์) แสดงให้เห็นถึงความนิยมที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งยังมีการทำโพลจัดอันดับเกิร์ลกรุ๊ปที่ได้รับความนิยมโดยชาวเน็ตและสื่อออนไลน์กันอย่างแพร่หลาย เช่น สื่อบันเทิง Sports Chosun ได้เปิดเผยสุดยอดเกิร์ลกรุ๊ปในปี 2013 โดยใช้ข้อมูลจากคนในอุตสาหกรรมเพลงเกาหลี ซึ่งวงโซนยอชิตเด (Girl's Generation) และ 2NE1 ถูกจัดอยู่ในตำแหน่งที่เรียกว่า ‘Insurmountable 4D wall’ หรือตำแหน่งที่ยากเกินกว่าจะเอาชนะได้ เป็นอันดับที่ได้รับความนิยมสูงสุด อันดับต่อมาเป็นของวง SISTAR และ KARA ในตำแหน่ง ‘National’ ส่วนวง T-Ara และ Wonder Girls ตกลงมาอยู่ในระดับ ‘High Class’ ร่วมกับ Miss A และ Brown Eyes Girls เป็นต้น (allkpop , 2556: ออนไลน์)

ไม่เพียงแต่กระแสความนิยมภายในประเทศเท่านั้น เกิร์ลกรุ๊ปส่วนใหญ่ก็ยังได้รับอานิสงส์ความนิยมจากกระแสที่บอบที่ยังไม่จางหาย บรรดาเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีเช่น โซนยอชิตเด , KARA , 4MINUTE ฯลฯ ที่ได้มีการเปิดตลาดในประเทศญี่ปุ่นก็สามารถประสบความสำเร็จ ครองใจแฟนคลับชาวญี่ปุ่นได้อย่างเหนียวแน่น ที่น่าสังเกตคือเกิร์ลกรุ๊ปต่างๆที่เปิดตัวในญี่ปุ่นได้รับความนิยมจากแฟนคลับผู้หญิงมากกว่าซึ่งแตกต่างจากเกาหลีที่ปกติแล้วศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปจะได้รับความนิยมในหมู่ผู้ชายตั้งแต่วัยรุ่นไปจนถึงอายุ 50 ปี คอนเสิร์ตวงโซนยอชิตเดเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2010ที่อาริอาเกะ โคลิเซียม ในกรุงโตเกียว ผู้ชมกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ที่เดินทางไปชมการแสดงของนักร้องสาว 9 คนจากเกาหลีได้ ล้วนเป็นสาว ๆ ตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงอายุ 30 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ยังมีจำนวนไม่น้อย ที่ลงทุนแต่งตัวคอสเพลย์เลียนแบบนักร้องสาวชาวเกาหลีได้ขงใจของพวกเธอด้วย(canjamm,2553 : ออนไลน์) ภาพลักษณ์ที่ดึงดูด การนำเสนอที่หลากหลายอีกทั้งความสามารถในด้านการร้อง การเต้นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กระแสเกิร์ลกรุ๊ปได้รับความสนใจจากทั้งสื่อและประชาชนอย่างล้นหลาม อาจนับได้ว่าเป็นยุคทองของเกิร์ลกรุ๊ปอย่างแท้จริง

กระแสความนิยมของเกิร์ลกรุ๊ปนั้นมีความเกี่ยวข้องอย่างเลี่ยงไม่ได้กับกระแสความนิยมในด้านความสวยความงาม รสนิยมในการแต่งกายและแฟชั่น ซึ่งเกิร์ลกรุ๊ปที่เปิดตัวเพลงในช่วงหนึ่งๆก็มักจะถูกคัดเลือกให้เป็นผู้นำเทรนด์แฟชั่นในช่วงนั้น เช่น ในปี 2009 วงโซนยอชิตเด เปิดตัวเพลง Gee ด้วยสไตล์สาววัยแรกแย้ม เนื้อหาเพลงเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับรักแรกพบ พร้อมกับเพลงแดนซ์จังหวะสนุกๆอันแสนสดใส จุดเด่นของเพลงอยู่ที่การเล่นเนื้อเพลงของคำว่า Gee ซ้ำๆเพื่อทำให้ติดหู (PINGBOOK ENTERTAINMENT,

2552 และสไตลการแต่งตัวที่เน้นกางเกงยีนส์สีกินี่สีสันสดใส จึงทำให้กางเกงยีนส์สีกินี่ได้รับความนิยมอย่างมากในช่วงหนึ่ง แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของเกิร์ลกรุ๊ปที่มีต่อกระแสแฟชั่น แต่ในปัจจุบันด้วยจำนวนเกิร์ลกรุ๊ปที่เปิดตัวเพิ่มมากขึ้นก็อาจทำให้มีการนำแนวเพลงและรูปแบบภาพลักษณ์ที่เคยประสบความสำเร็จกลับมาทำซ้ำหรือคล้ายคลึงแบบเดิม จึงทำให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ที่ซ้ำซ้อนกัน ปราศจากเอกลักษณ์ส่วนตัวและอาจทำให้เกิร์ลกรุ๊ปเหล่านั้นไม่เป็นที่จดจำ เช่น วง Nine muses ที่มีจำนวนสมาชิก 9 คนเท่ากับวงโซนยอชิตะที่มีชื่อเสียง ก็มักจะถูกเรียกเป็นโซนยอชิตะคนที่สอง (Translator Gang, 2556 : ออนไลน์) นั่นทำให้พวกเธอต้องพยายามสร้างจุดเด่นที่แตกต่างเพื่อให้เป็นที่จดจำมากขึ้น อย่างไรก็ตามการสร้างภาพลักษณ์และจุดขายของเกิร์ลกรุ๊ปแต่ละวง ย่อมมาจากการตัดสินใจของบริษัทต้นสังกัด ที่มีการวางแผนและกำหนดนโยบายการตลาด ที่ต้องการเน้นย้ำให้ได้รับความนิยมในภาพลักษณ์และแนวเพลงเป็นไปในทิศทางที่ต้องการแสดงให้เห็นถึงกระแสค่านิยมที่ต่อยอดภาพลักษณ์ของเกิร์ลกรุ๊ปให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เกิดการแข่งขันเพื่อเป็นผู้นำในด้านความสวยความงามและแฟชั่น นักร้องเกิร์ลกรุ๊ปจึงต้องพยายามสร้างจุดขายและคาแร็กเตอร์ที่แตกต่างให้กับวงของตน (ชญญริชญญ, 2556: ออนไลน์)

ภาพลักษณ์ความเซ็กซี่ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน เช่นวง SISTAR เปิดตัวเพลง 'Loving U' ในคอนเสิร์ตน่ารักสดใส ซึ่งสามารถเปิดตัวได้เพียงแค่อันดับที่ 4 แต่กับเพลงคอนเซ็ปต์เซ็กซี่อย่าง 'Give It To Me' สามารถทะยานขึ้นอันดับที่ 1 ได้เลยตั้งแต่ช่วงสัปดาห์แรก และยังคงครองอันดับที่ 1 อยู่ในช่วงสัปดาห์ที่สองอีกด้วย อีกทั้ง 'Give It To Me' ยังทำคะแนนไปถึง 9,700 ในขณะที่ 'Loving You' ทำได้เพียง 5,700 นอกจากนี้ SISTAR ยังกวาดถ้วยรางวัลที่แตกต่างกันถึง 7 ถ้วยได้อีกด้วยกับเพลง 'Give It To Me' ในขณะที่สมัยของเพลง 'Loving U' นั้น พวกเธอทำได้เพียงแค่ 2 ถ้วยจากรายการเดียวกันคือ 'Music Bank' (13ianca , 2556 : ออนไลน์) แสดงให้เห็นว่าแนวเพลงและภาพลักษณ์ส่งผลต่อกระแสนิยมของเกิร์ลกรุ๊ปได้เป็นอย่างดี และถึงแม้ว่าภาพลักษณ์เซ็กซี่จะทำให้เกิร์ลกรุ๊ปได้รับความนิยมมากขึ้น แต่ในอีกมุมหนึ่งก็ถูกผู้คนดูหมิ่นดูแคลนด้วยเหตุผลความเหมาะสม อย่างไรก็ตามเหตุผลที่ว่าทำไมพวกเขาต้องทำคอนเซ็ปต์ที่เซ็กซี่เหล่านั้นออกมา นอกเหนือจากชื่อเสียงการเป็นที่รู้จักและความสนใจแล้ว ก็เพราะว่ามันสามารถทำเงินได้มากขึ้นนั่นเอง

จากที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่านักร้องหญิงเกาหลีมีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ การแสดงออกและได้รับความนิยมไปตามบริบทสังคมในแต่ละช่วงเวลา ความเป็นเกิร์ลกรุ๊ปที่ปรากฏในภาพลักษณ์ แนวเพลง การเต้นและการแสดงออกนั้น สามารถสะท้อนความคิดและมุมมองที่มีต่อผู้หญิงของคนในสังคมเกาหลีในยุคสมัยต่างๆได้อย่างไร อีกทั้งความเป็นเกิร์ลกรุ๊ปที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมานั้นอยู่ภายใต้วิถีคิดของระบบทุนนิยมและระบบชายเป็นใหญ่อย่างไร จากการศึกษาค้นคว้าพบว่ามีผู้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีและภาพลักษณ์ของผู้หญิงเกาหลีในสื่อในแง่มุมต่างๆซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ายังไม่มีผู้ใดนำแนวคิดสตรีนิยมมาอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวจึงมีความสนใจที่จะศึกษาบทความวิจัยเรื่องนักร้องเกิร์ลกรุ๊ป:พัฒนาการความเป็นหญิงในสังคมเกาหลี

1.2. วัตถุประสงค์

- 2.1. เพื่อศึกษาพัฒนาการของเกิร์ลกรู๊ปเกาหลีตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน
- 2.2. เพื่อวิเคราะห์ความเป็นเพศของเกิร์ลกรู๊ปเกาหลี

1.3. ขอบเขตการศึกษา

- 3.1. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของเกิร์ลกรู๊ปตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 – 2013
- 3.2. วิเคราะห์ความเป็นเพศของเกิร์ลกรู๊ป

1.4. วิธีดำเนินการวิจัย

- 4.1. ศึกษาเอกสาร คลิปออนไลน์และบทความข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับวงการบันเทิงเกาหลีและนักร้อง เกาหลี ตลอดจนแนวความคิดต่างๆที่เกี่ยวข้อง
- 4.2. รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบทความออนไลน์และสื่อวิดีโอ
- 4.3. วิเคราะห์และเรียบเรียงผลการศึกษาในรูปแบบของบทความวิจัย
- 4.4. สรุปผลการศึกษา

1.5. ประโยชน์ที่ได้รับ

- 5.1. ทราบถึงพัฒนาการของนักร้องหญิงเกาหลีตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน
- 5.2. ทราบถึงการสร้างความเป็นเกิร์ลกรู๊ปของนักร้องหญิงเกาหลีในปัจจุบัน
- 5.3. ฝึกฝนทักษะกระบวนการค้นคว้าข้อมูล คิด และวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ยัดหนังสือ เอกสารและบทความทางอินเทอร์เน็ตเป็นตัวตั้งในการเรียบเรียงเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยแบ่งหมวดหมู่ของเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. กรอบแนวความคิด
2. บทความวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. ข้อมูลเกี่ยวกับวงการบันเทิงและนักร้องเกาหลี

1. กรอบแนวความคิด

แนวความคิดสตรีนิยม (Feminist)

วารุณี ภูริสินสิทธิ (ม.ป.ป.) เขียนบทความออนไลน์เรื่องความเป็นเพศผู้เขียนได้กล่าวถึงความหมายของความเป็นเพศหมายถึง องค์ความรู้ที่สร้างความหมายให้กับความแตกต่างทางร่างกาย เป็นความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนในทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และจิตวิทยาาระหว่างผู้หญิงและผู้ชายความเป็นเพศเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างสังคม เป็นการการจัดการทางสังคมของความแตกต่างระหว่างเพศในด้านต่างๆ(scutt1988) เป็นพฤติกรรมที่ถูกเรียนรู้ทางสังคม และเป็นความคาดหวังของสังคมที่สัมพันธ์กับเพศสองเพศ

การเปลี่ยนแปลงในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมทำให้เกิดการยอมรับในเรื่องสิทธิมนุษยชน การให้ความสำคัญกับความเป็นประชาธิปไตย อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงการผลิตแบบเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรมและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้ผู้หญิงส่วนหนึ่งได้รับโอกาสการศึกษาเช่นเดียวกับผู้ชาย จึงเกิดการตั้งคำถามและการหาคำอธิบายให้กับความเชื่อและสถานะทางสังคมของผู้หญิงทำให้เกิด **แนวความคิดสตรีนิยม(Feminist)** ผู้เขียนได้อธิบายเกี่ยวกับแนวความคิดสตรีนิยมในแต่ละสำนักคิดไว้ดังต่อไปนี้

1.1 **สตรีนิยมสายเสรีนิยม (Liberal Feminist)**ให้ความสำคัญต่อปัจเจกนิยมที่มีเหตุผล ทำให้นักสตรีนิยมในแนวนี้นักเรียกร้องให้ผู้หญิงเปลี่ยนแปลงตนเองให้เป็นคนมีเหตุผล ปรับปรุงตัวเองให้เหมือนกับผู้ชาย เช่น ไม่ใช้อารมณ์ ไม่แสดงความอ่อนแอ และเชื่อว่าผู้หญิงและผู้ชายไม่มีความแตกต่างกัน เป็นมนุษย์เหมือนกัน ดังนั้นผู้หญิงควรมีโอกาสที่จะทำทุกอย่างให้ได้เหมือนผู้ชาย เรียกร้องให้ผู้หญิงมีโอกาสที่เท่าเทียมในการแข่งขันภายในระบบสังคมที่เป็นอยู่โดยเฉพาะในปริมาตรสาธารณะ ให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายทางการเมือง และเชื่อว่าถ้าผู้หญิงมีโอกาสที่เท่าเทียมแล้ว ผู้หญิงจะเป็นเหมือนผู้ชายได้ทุกอย่าง ในขณะที่นักแนวความคิดดังกล่าวก็ถูกวิจารณ์ว่าเป็นการแสดงถึงการยอมรับให้ "ความเป็นผู้ชาย" เป็นตัวแบบของมนุษย์ที่พึงประสงค์ เป็นการเรียกร้องให้ผู้หญิงต้องปรับตัวเองแทนที่จะใช้ความเป็นผู้หญิงแสดงออกถึงศักยภาพของตนเอง

1.2สตรีนิยมสายมาร์กซิสต์(Marxist Feminist) เชื่อว่าระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมทำให้เกิดการแบ่งการทำงานออกเป็น งานบ้านที่ถือว่าเป็นงานที่ไม่ก่อให้เกิดผลผลิต ไม่มีคุณค่าและไม่มีค่าตอบแทน และงานนอกบ้านซึ่งเป็นงานที่ก่อให้เกิดผลผลิตมีค่าตอบแทน หากกรณีที่ผู้หญิงได้มีโอกาสทำงานนอกบ้านภายใต้ระบบทุนนิยมนั้น งานที่ผู้หญิงส่วนใหญ่ทำก็ถูกถือว่าเป็น "งานของผู้หญิง" เช่น งานพยาบาล งานเย็บผ้า งานเลขานุการ ซึ่งเชื่อว่าเป็นงานที่คล้ายคลึงกับงานที่ผู้หญิงทำที่บ้าน จึงทำให้งานเหล่านั้นได้รับค่าตอบแทนต่ำเมื่อเทียบกับงานที่ผู้ชายส่วนใหญ่ทำ งานบ้านจึงถูกตัดสินว่าเป็นงานที่ไม่มีคุณค่าในระบบทุนนิยม ระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะเศรษฐกิจแบบทุนนิยมจึงถือว่าเป็นสาเหตุที่สำคัญที่สุดของความเป็นรองของผู้หญิง

การแก้ไขปัญหาที่สตรีนิยมสายนี้เรียกร้องคือการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจที่ไม่เป็นธรรมที่เป็นอยู่ การเสนอดังกล่าวทำให้สตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ถูกวิจารณ์ว่ามองไม่เห็นการกดขี่ผู้หญิงในรูปแบบอื่นที่สำคัญ เช่นการกดขี่ที่ผู้หญิงได้รับในโลกส่วนตัว หรือภายในครอบครัว มองไม่เห็นว่าการกดขี่ผู้หญิงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการกดขี่ทางชนชั้น เป็นต้น

1.3สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคน (Radical Feminist) เชื่อว่าการกดขี่ผู้หญิงเกิดขึ้นเพราะเธอเป็นผู้หญิง หรือผู้หญิงถูกกดขี่เพราะเพศของเธอ ความไม่เท่าเทียมกันทางเพศที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจาก อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ (Patriarchy) ระบบชายเป็นใหญ่หมายถึง ระบบของโครงสร้างสังคมและแนวการปฏิบัติที่ผู้ชายมีความเหนือกว่า กดขี่และเอาเปรียบผู้หญิง เป็นระบบที่ผู้ชายมีความเหนือกว่าผู้หญิงในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น เศรษฐกิจ การเมือง หรือวัฒนธรรม กลุ่มแนวคิดนี้ให้ความสนใจต่อสถานะที่เป็นรองของผู้หญิงซึ่งมีสาเหตุมาจากความต้องการเหนือกว่าของผู้ชายและอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ได้พยายามสร้างความชอบธรรมต่อความเหนือกว่าของผู้ชาย (ผู้ชายเข้มแข็งกว่า ฉลาดกว่า มีเหตุผลมากกว่า กิเลสอะไรที่ลึกซึ้งได้มากกว่า ฯลฯ) และทำให้ความเหนือกว่านี้ดำรงอยู่ในความเชื่อของคนในสังคมผ่านทางกระบวนการจัดกลาทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ สตรีนิยมสายนี้ได้มีการแตกย่อยเป็นสตรีนิยมสายวัฒนธรรม (cultural feminism) และสตรีนิยมสายนิเวศ (ecofeminism)

1.4สตรีนิยมสายวัฒนธรรม (Cultural Feminist) เสนอว่าคุณลักษณะที่เป็นหญิงนั้นดีกว่าหรือเหนือกว่าของผู้ชาย ไม่ว่าจะเป็นความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ผู้อื่น การเอาใจใส่ดูแล ความอ่อนโยน ความสันติไม่ก้าวร้าว ล้วนเป็นคุณลักษณะที่ผู้หญิงควรชื่นชม และรักษาความเป็นหญิงเหล่านั้นไว้

1.5สตรีนิยมสายนิเวศ (Eco Feminist)เชื่อว่าผู้หญิงมีความใกล้ชิดหรือเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับธรรมชาติ เช่นการที่ผู้หญิงเป็นผู้ให้กำเนิดบุตร ทำให้ผู้หญิงเชื่อมโยงกับธรรมชาติเชื่อมโยงผู้หญิงเข้ากับธรรมชาตินี้ได้นำไปสู่การฟื้นฟูพิธีกรรมโบราณที่ให้ความสำคัญกับการบูชาพระแม่เจ้า รวมทั้งระบบสืบพันธุ์ของผู้หญิง โดยมองว่าธรรมชาติเปรียบเสมือนแม่และพระแม่เจ้าซึ่งเป็นที่มาของพลังอำนาจและแรงบันดาลใจ และเรียกร้องให้มีการปฏิเสขวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Merchant 1995) ทั้งสตรีนิยมสายวัฒนธรรมและสายนิเวศถูกวิจารณ์ว่าเป็นพวกสารัตถนิยม คือเชื่อว่ามีธาตุแท้ของความเป็นหญิง

1.6 **สตรีนิยมสายสังคมนิยม (Socialist Feminism)** เชื่อว่าผู้หญิงและผู้ชายมีความเท่าเทียมกัน โดยแบ่งพื้นที่เป็นโลกส่วนตัวและโลกสาธารณะ อีกทั้งเสนอให้ผลักดันโลกส่วนตัวเข้าไปอยู่ในโลกสาธารณะ และยังคงมองว่าการอธิบายถึงการกดขี่ผู้หญิงจำเป็นต้องทำความเข้าใจต่อโลกหรือพื้นที่ส่วนตัวด้วย เช่น ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเพศหญิงกับเพศชายและหน้าที่การให้กำเนิดเด็กของผู้หญิง

ดังนั้นสตรีนิยมสายนี้จึงเสนอว่า ความไม่เท่าเทียมกันทางเพศเป็นผลจากการปฏิสัมพันธ์กันของระบบชายเป็นใหญ่และระบบทุนนิยมในสังคม หรือกล่าวได้ว่า เมื่อทั้งระบบความเพศและระบบเศรษฐกิจมาสัมพันธ์กันในยุคสมัยหนึ่งๆ ได้ทำให้เกิดโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมที่ผู้ชายอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบ ส่วนผู้หญิงอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ โดยระบบชายเป็นใหญ่ได้สร้างความเชื่อว่า คุณค่าของผู้หญิงอยู่ที่ความสวยและความสาว และคุณค่าของผู้ชายอยู่ที่ความสามารถ การประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ความเชื่อนี้เมื่อปฏิสัมพันธ์กับเศรษฐกิจแบบตลาดที่ต้องการขายสินค้าให้ได้มาก ดังนั้น ผ่านทางการโฆษณา ผู้หญิงจึงตกเป็นเหยื่อทางการค้าของธุรกิจเครื่องสำอางหลากหลายชนิดอย่างเต็มใจ เพื่อต้องการสวยและรักษาความสาวไว้

1.7 **สตรีนิยมสายจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Feminism)** เชื่อว่าความเป็นเพศ หรือความเป็นชายเป็นหญิงไม่ใช่เรื่องทางชีวะที่มีมา แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในระดับจิตไร้สำนึก (unconscious) ในพัฒนาการชีวิตช่วงต้นๆ ของเด็ก ซึ่งถือว่าเป็นช่วงที่สำคัญในการก่อรูปอัตลักษณ์ของความเป็นเพศแนวคิดนี้เสนอว่าความเป็นหญิงเป็นชายแบบนี้ไม่เหมาะสมทั้งคู่ มนุษย์ที่พึงประสงค์ควรเป็นการผสมผสานคุณลักษณะของทั้งสองเพศ ซึ่งจะได้มาโดยเปลี่ยนวิธีการเลี้ยงดูเด็กให้พ่มีส่วนในการเลี้ยงดูลูกในระดับเดียวกับแม่ (equal parenting)

1.8 **สตรีนิยมสายหลังสมัยใหม่ (Feminist Post-Modernist)** เสนอว่าแท้จริงแล้วไม่มีผู้หญิง ไม่มีความเป็นผู้หญิง ทุกอย่างล้วนสร้างผ่านปฏิบัติการทางวาทกรรม จึงไม่มีความเป็นผู้หญิงที่แท้ คงที่ตายตัว และไม่เปลี่ยนแปลงโดยวิจารณ์แนวคิดในยุคสมัยใหม่ว่ามีข้อบกพร่อง โดยเฉพาะประเด็นการเสนอภาพผู้หญิงที่เป็นหนึ่งเดียว คือเชื่อว่าผู้หญิงทั้งโลกมีความเหมือนกัน ไม่คำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมทางชาติพันธุ์ ทางชนชั้น

การเสนอว่าไม่มี "ผู้หญิง" ของสตรีนิยมหลังสมัยใหม่ได้นำไปสู่การถูกวิจารณ์อย่างรุนแรงจากนักสตรีนิยมสายอื่นๆ ทำให้การต่อสู้เพื่อสถานะที่ดีขึ้นของผู้หญิงเป็นเรื่องเป็นไปไม่ได้เพราะไม่มีสิ่งที่เรียกว่าผู้หญิงเสียแล้ว ถือเป็นการทำลายความชอบธรรมของขบวนการเคลื่อนไหวของผู้หญิง

จากแนวความคิดดังกล่าวสามารถนำมาวิเคราะห์ความเป็นเกิร์ลกรุ๊ปของนักร้องหญิงเกาหลีในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งได้อธิบายให้เห็นลักษณะแนวความคิดสตรีนิยมที่สามารถนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์การประกอบสร้างความเป็นเกิร์ลกรุ๊ปของนักร้องหญิงเกาหลี โดยเฉพาะแนวความคิด สตรีนิยมสายสังคมนิยม (Socialist Feminism) ที่เสนอความไม่เท่าเทียมกันทางเพศ ซึ่งเป็นผลมาจากระบบทุนนิยมและระบบชายเป็นใหญ่ลักษณะต่างๆ ของเกิร์ลกรุ๊ปที่เห็นในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่หลากหลาย เช่น อ่อนหวาน เซ็กซี่ แข็งแรง การตกแต่งร่างกายด้วยเสื้อผ้าและเครื่องสำอางที่เปลี่ยนไปตามภาพลักษณ์

ต่างๆ แนวเพลงที่สามารถเปิดเผยความรู้สึกของผู้หญิงได้อย่างเต็มที่ เช่น การสารภาพรักผู้ชาย ความรู้สึก
อกหัก เสียใจ ไปจนถึงเกลียดผู้ชาย อีกทั้งการร้องการเต้นและการแสดงออกที่เปิดเผยให้เห็นสัดส่วนร่างกาย
มากขึ้น ซึ่งได้ผ่านกระบวนการแก้ไขปรับเปลี่ยนโดยแพทย์ การควบคุมอาหารและออกกำลังกายอย่างหนัก
การแสดงออกอารมณ์ความรู้สึกดีใจ เสียใจ เย่อหยิ่ง ฯลฯ เหล่านี้ล้วนมาจากค่านิยมที่ถูกกำหนดจากระบบ
ทุนนิยมและระบบชายเป็นใหญ่ ที่แม้ผู้หญิงจะสามารถเปิดเผยอารมณ์ความรู้สึก มีเสรีภาพในการแต่งกาย
และการแสดงออก และการที่สมาชิกในแต่ละวงมีภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันไปตามคาแร็คเตอร์นั้น สะท้อน
ให้เห็นว่าการกระทำดังกล่าวยังคงตกอยู่ภายใต้แนวคิดแบบผู้ชาย

ความเป็นเกิร์ลกรุ๊ปที่ปรากฏทั้งหมดนั้นล้วนมาจากการประกอบสร้างโดยผู้ชายเพื่อตอบสนองผู้ชาย
และระบบทุนนิยมที่ใช้เงินเป็นปัจจัยในการสร้างความเป็นเกิร์ลกรุ๊ปการใช้รูปลักษณ์ที่สวยงามเพื่อทำให้เกิร์
ลกรุ๊ปกลายเป็นสินค้า ผ่านโฆษณา ละคร รายการเกมส์โชว์ ฯลฯ สร้างจุดขายให้ผู้ชมสนใจและบริโภค
สินค้านั้นๆ อีกทั้งการที่แต่ละคนมีคาแร็คเตอร์ที่แตกต่างกันไป เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับนักร้องบอยแบนด์
แล้ว การแต่งกายของเกิร์ลกรุ๊ปก็แทบจะไม่แตกต่างกันมากนัก สุดท้ายแล้วจึงเกิดคำถามว่า เสรีภาพของ
ผู้หญิงในการแสดงออกผ่านภาพลักษณ์ของเกิร์ลกรุ๊ปนั้น เป็นเสรีภาพที่แท้จริงหรือไม่

วิระดา สมสวัสดิ์ (2549)เขียนหนังสือเรื่อง ที่ทรศน์สตรีนิยม ในหัวข้อภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่
แสดงในหน้าโฆษณาของนิตยสาร (หน้า69-75) และหัวข้อสตรีนิยมและภาวะคับขันของความสวย (หน้า
77-89) ได้อธิบายหัวข้อเรื่องภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่แสดงในหน้าโฆษณาของนิตยสาร ไว้ว่า การโฆษณา
เกี่ยวกับผู้หญิงมักจะเป็นการเหมารวม เช่น ที่ทางของผู้หญิงนั้นอยู่ที่บ้าน ผู้หญิงไม่ตัดสินใจในเรื่องสำคัญๆ
ผู้หญิงชอบฟังพาดและให้ผู้ชายคุ้มครอง ผู้ชายเห็นผู้หญิงเป็นวัตถุทางกามารมณ์ ลักษณะดังกล่าวเป็นบรรทัด
ฐานทางวัฒนธรรมและกระบวนการขจัดเกลตาทางสังคมที่กำหนดผู้หญิง อีกทั้งการกำหนดพฤติกรรมใน
โฆษณา ที่ผู้หญิงถูกทำให้อ่อนแอจากการนำเสนอภาพโฆษณาคือ ขนาดรูปร่างที่ตัวเล็กกว่าผู้ชาย มี
ความสัมพันธ์กับน้ำหนักทางสังคม เช่น ออานาจ การเป็นผู้รู้ ตำแหน่ง ชื่อเสียง เป็นต้น หรือการสัมผัสแบบ
ผู้หญิง ที่กระทำแบบเบาๆ ไม่มีน้ำหนัก แทนที่การจับแน่นๆที่สื่อถึงการครอบงำ

การเปลือยเนื้อหนังมังสาที่แสดงว่าผู้หญิงจะต้องเปลือยให้มาก ใใส่เสื้อเข้ารูป ชุดโปรงเห็นสัดส่วน
ชุดว่ายน้ำน้อยชิ้น ชุดนอนบางๆ ฯลฯ และให้ความหมายว่าเป็นภาพลักษณ์ของความเป็นตัวของตัวเองและ
การแสดงตัวตน การสร้างความสำเร็จของพฤติกรรมดังกล่าวผ่านโฆษณาได้ให้ความหมายกับถ้อยคำและ
ภาพลักษณ์ ทำให้กลายเป็นระบบความเชื่อของสังคม ทำให้ผู้ฟังผู้อ่านโฆษณายอมรับภาพที่แสดงถึงผู้หญิง
ว่าเป็นความจริง สิ่งที่จะต้องมีการแสดงภาพผู้หญิงในบทบาทที่สะท้อนถึงภาพจริงๆของพวกเธอและ
ความเป็นปัจเจกของแต่ละคนโดยไม่เหมารวม

ผู้เขียนยังได้อธิบายหัวข้อเรื่อง สตรีนิยมและภาวะคับขันของความสวยว่า เมื่อสตรีนิยมถูกบีบให้
เผชิญกับความขัดแย้งระหว่างอุดมการณ์สตรีนิยมที่ปฏิเสธการถูกทำให้เป็นวัตถุทางเพศและวัฒนธรรมของ
ความเป็นหญิงที่ให้ความสำคัญกับความสวยของผู้หญิง ที่ถูกทำให้เป็นผลประโยชน์ทางการค้าพาณิชย์

ความเห็นของนักสตรีนิยมกลุ่มรากเหง้า นั้นได้กล่าวว่า ความกดดันต่อผู้หญิงให้ทำตัวสวย เป็นเพียงตัวอย่างของสังคมชายเป็นใหญ่ที่ปฏิบัติต่อผู้หญิงเสมือนเป็นทรัพย์สินประเภทสังหาริมทรัพย์ ที่เอาไปแสดงและเอารัศเอาเปรียบได้ ส่วนนักสตรีนิยมแนวสังคมนิยมได้ผนวกการวิพากษ์ว่าการส่งเสริมและการขายเครื่องสำอางและเสื้อผ้าตามสมัยนิยมให้ผู้หญิง เป็นการแบ่งชนชั้นตามยุทธศาสตร์ของทุนนิยมเพื่อเพิ่มการขายสินค้าบริโภค

ความคิดเรื่องความเป็นหญิงและความสวยและการขึ้นกับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องสำอางฝังรากลึกมากในชีวิตคนในสังคมทุนนิยมก้าวหน้าอย่างเช่นอเมริกา ในขณะที่ผู้หญิงบางคนเริ่มปฏิเสธสินค้าเกี่ยวกับความสวย ผู้หญิงอื่นๆจำนวนมากยอมรับมัน “ภาวะคับขันของความสวย” ได้สร้างความสับสน และผู้หญิงจำนวนมากไม่เต็มใจที่จะสละแฟชั่นและเครื่องสำอางเพราะพวกเขาได้ถูกฝังหัวเรื่องการเน้นเรื่องความสวยในสังคมชายเป็นใหญ่มาตั้งแต่เด็ก ผู้หญิงต้องพยายามที่จะสวยแบบที่คนทั่วไปยอมรับ ผู้หญิงถูกอุตสาหกรรมความสวยบอกเล่าว่าผลิตภัณฑ์ของพวกเขาเป็นวิธีที่จะบรรลุถึงมาตรฐานทั่วไปของผู้หญิงที่ประกันการยอมรับจากสังคมได้

ต่อมาในคริสต์ทศวรรษ 1980 ได้มีการแสดงเหตุผลว่าการที่ผู้หญิงต้องอาศัยแฟชั่นและเครื่องสำอางไม่ใช่ผลของการทำให้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศซึ่งสังคมชายเป็นใหญ่ทำให้เกิดขึ้นเหมือนกับที่นักสตรีนิยมแนวรากเหง้าเสนอไว้ แต่น่าจะเป็นรูปแบบหนึ่งของการเสริมอำนาจผู้หญิง รูปลักษณ์ภายนอกมีส่วนในเรื่องความรักและการงาน เป็นการให้เหตุผลของแนวคิดวิพากษ์หลังยุคสมัยใหม่ที่ตั้งอยู่บนฐานที่ว่าเงื่อนไขในสังคมถูกสร้างขึ้นโดยปฏิบัติการของมนุษย์ อย่างไรก็ตามการที่ผู้หญิงจะเลือกซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์แฟชั่นและความสวยงาม ไม่เพียงแต่ประเด็นการถูกทำให้เป็นวัตถุทางเพศ แต่ความกดดันต่อผู้หญิงให้กลายเป็นคนที่ ‘สวย’ ยิ่งๆขึ้น อาจทำให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ ปฏิกริยาของร่างกายและจิตใจต่อการกระทำต่างๆเพื่อความสวย เช่น การกินอาหารผิดระบบ ปฏิกริยาเคมีต่อเครื่องสำอาง อันตรายจากศัลยกรรมตกแต่ง ฯลฯ

จากหนังสือดังกล่าวที่ได้วิเคราะห์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านสื่อ โฆษณาและภาวะความสวยของผู้หญิงผ่านแนวคิดสตรีนิยม สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ที่แสดงให้เห็นว่าการสร้างภาพลักษณ์และการให้ความสำคัญกับความสวยความงามของนักร้องเกิร์ลกรุ๊ป มีเบื้องหลังวิธีคิดของคนในสังคมและระบบทุนนิยมที่เป็นตัวกำหนดความเป็นผู้หญิงโดยแสดงออกผ่านการแต่งกาย เพลง การร้องการเต้นและการแสดง ซึ่งการกำหนดแบบของผู้หญิงเหล่านี้ ทำให้เกิดการสร้างความกดดันและความพยายามเพื่อที่จะเป็นผู้หญิงในแบบที่สังคมกำหนดและผลิตซ้ำผ่านภาพของนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปตามสมัยนิยม

2. บทความวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนธิดา อยู่คง (ม.ป.ป.) เขียนบทความวิจัยเรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมเลียนแบบที่มีต่อศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีของวัยรุ่นไทยโดยการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาได้แก่ 1.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นไทยที่มีต่อศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลี 2.) เพื่อศึกษาทัศนคติของวัยรุ่นไทยที่มีต่อศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลี ศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลและแจกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิงอายุระหว่าง 15-22 ปี และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงสถิติ ผลการวิจัยคือศิลปินเกิร์ลกรุ๊ป ที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบที่สุดคือ Girls generation คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ 2NE1 คิดเป็นร้อยละ 24.25 มีช่องทางการรับชม ศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 85.00 และไม่เคยชมการแสดงสดของศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปที่ชื่นชอบคิดเป็นร้อยละ 55.25 ไม่มีแผนการที่จะไปประเทศเกาหลีเพื่อชมการแสดงสดของศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปที่ชื่นชอบ คิดเป็นร้อยละ 65.50 กลุ่มตัวอย่าง มีระยะเวลาในการรับฟังหรือรับชม เพลงจากศิลปินเกิร์ลกรุ๊ป 1- 2 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รู้จักสังกัดของศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปที่ชื่นชอบ คิดเป็นร้อยละ 77.75 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างรับชมหรือรับฟังเพลงจากศิลปินเกิร์ลกรุ๊ป คือ ชื่นชอบสมาชิกในวง คิดเป็นร้อยละ 37.25

พฤติกรรมการเลียนแบบของวัยรุ่นไทยที่มีต่อศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง “วัยรุ่นไทยมีพฤติกรรมเลียนแบบศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีในระดับเห็นด้วยระดับมาก” เมื่อพิจารณารายละเอียด กลุ่มตัวอย่าง สามารถร้องเพลงของศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีได้ ในระดับ เห็นด้วยมาก ($x=3.57$) กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด ($x=4.21$) “วัยรุ่นไทยมีทัศนคติต่อศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีในระดับเห็นด้วยมาก” เมื่อพิจารณารายละเอียดระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ ชอบการเต้นของศิลปินเกิร์ลกรุ๊ป ($x=4.73$)

จากบทความวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ซึ่งอธิบายให้เห็นถึงความนิยมของเกิร์ลกรุ๊ปที่ส่งอิทธิพลมายังประเทศไทยและลักษณะการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆของเกิร์ลกรุ๊ปในปัจจุบัน เช่น ช่องทางการรับชม สมาชิกในวง แนวเพลงและการเต้น เป็นต้นซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเกิร์ลกรุ๊ปในปัจจุบันแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคมเกาหลี ที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตก อีกทั้งกระแสความนิยมเคป๊อปที่ส่งอิทธิพลมายังประเทศไทย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการรับข้อมูลข่าวสารและสื่อความบันเทิงของวัยรุ่นไทย ซึ่งอาจจะมีผลต่อค่านิยมเกี่ยวกับความสวยความงามแบบเกาหลี ผ่านทางการรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงและคอนเสิร์ตของเกิร์ลกรุ๊ป

ปริศรายืนยันเสน (2556) เขียนบทความวิจัยเรื่องแนวความคิดของคนเกาหลีที่สะท้อนผ่านภาษาโฆษณา ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือเพื่อศึกษาแนวคิดที่ปรากฏในภาษาโฆษณาของเกาหลี โดยเก็บข้อมูลจากหนังสือพิมพ์รายวัน 3 ฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์โซซอนอิลโบ หนังสือพิมพ์ซุงอังอิลโบ และหนังสือพิมพ์ทงอิลโบ เป็นระยะเวลา 2 เดือน ผลการศึกษาโดยใช้แนวความคิดต่างๆ ได้แก่ แนวความคิดปัจเจก แนวความคิดสตรีนิยม แนวความคิดสุขภาพ แนวความคิดการศึกษา แนวความคิดมนุษยนิยม แนวความคิดการคิดเชิงบวกและแนวความคิดชนชาตินิยม ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงการศึกษานำแนวความคิดสตรีนิยมที่ปรากฏในสื่อโฆษณา ผู้เขียนได้กล่าวว่าการโฆษณาที่ปรากฏให้เห็นลักษณะของสตรีในช่วงทศวรรษ 1960-1970 เป็นภาพของสตรีที่สวมผ้ากันเปื้อน เหมือนเป็นคนรับใช้ในครอบครัว ในทศวรรษ 2000 ได้เปลี่ยนภาพสตรีเป็นสถาปนิก หมอแผนโบราณและทนายความ เป็นต้น โดยยกตัวอย่างภาษาที่ปรากฏในโฆษณาที่แสดงให้เห็นการให้ความสำคัญกับแนวคิดและค่านิยมความเป็นมนุษย์และความเสมอภาคทางเพศที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ได้แก่

- การแสดงออกในด้านอารมณ์ความรู้สึกที่ชัดเจนเช่น การแสดงความรัก ไม่เพียงแต่ผู้ชายที่สามารถแสดงออกได้ ผู้หญิงก็สามารถแสดงออกได้เช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงอำนาจของผู้หญิงในปัจจุบัน
- การแสดงบทบาทในโฆษณาที่ไม่ได้ระบุบทบาทหน้าที่ ทั้งหญิงและชายสามารถกระทำสิ่งต่างๆได้เหมือนกัน เช่น โฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย สามีร้องเพลงกล่อมเด็กให้กับลูก ผู้ชายโฆษณาผ้าอนามัย เป็นต้น ในทางกลับกันก็ปรากฏโฆษณาที่ผู้หญิงไปเป็นทหารและเล่นกีฬาทางภูเขา
- การแสดงออกถึงศักดิ์ศรีความเป็นผู้หญิง โดยมีภาพโฆษณาที่ปรากฏให้เห็นความเป็นผู้นำและความสำเร็จของผู้หญิงในปัจจุบัน เช่น ภาพการได้รับรางวัลของผู้หญิง ภาพที่ผู้ชายนั่งยองๆแล้วผูกเชือกรองเท้าให้ผู้หญิง ภาพที่ผู้ชายทำงานตามคำสั่งของผู้หญิง เป็นต้น

จากบทความวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาวิเคราะห์ความเป็นเกิร์ลกรู๊ปของนักร้องหญิงเกาหลีผ่านแนวคิดสตรีนิยมในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งได้อธิบายให้เห็นถึงการนำแนวความคิดสตรีนิยมมาอธิบายปรากฏการณ์ของการแสดงออกของผู้หญิงเกาหลีผ่านสื่อ ที่เชื่อมโยงให้เห็นถึงความคิดและค่านิยมของคนในสังคมที่มีต่อความเป็นผู้หญิง ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ความเป็นเกิร์ลกรู๊ป ซึ่งมีการแสดงออกผ่านการร้องการเต้นและการแต่งกายผ่านสื่อเช่นกัน ความเป็นเกิร์ลกรู๊ปที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมานั้นอาจจะสะท้อนให้เห็นถึงความคิดและค่านิยมของคนในสังคมเกาหลีที่มีต่อผู้หญิง ทั้งจากมุมมองของผู้ชายและผู้หญิงด้วยกันเอง ผู้หญิงเกาหลีในปัจจุบันที่ดูเหมือนว่ามีความเท่าเทียมกับผู้ชายในการแสดงออกผ่านสื่อต่างๆ เช่น ละคร โฆษณา หรือนักร้องเกิร์ลกรู๊ป อาจเป็นเพียงความเท่าเทียมที่ถูกกำหนดจากผู้ชาย และผู้หญิงก็ยอมรับว่าเป็นความชอบธรรมแล้วในความเท่าเทียมที่ได้รับนั้น

วคินี สุทธิวิภากร (2552) เขียนวิทยานิพนธ์เรื่องวาทกรรมของ มิเชล ฟูโกต์ ต่อสถานภาพและ บทบาทสตรีไทยตามที่นำเสนอในนวนิยายของ คุณหญิงวิมล ศิริไพบูลย์ โดยในบทที่ 2 หัวข้อแนวคิดสตรี นิยมในนวนิยายของคุณหญิงวิมลศิริไพบูลย์ได้ศึกษาภาพเสนอสตรีของคุณหญิงวิมลผ่านนวนิยาย 16 เรื่อง ตั้งแต่ช่วงปีพุทธศักราช 2510 – 2549 ซึ่งได้แบ่งการวิเคราะห์สถานภาพและบทบาทของสตรีในมิติต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 1) สตรีในมิติครอบครัวมีแนวการเขียนที่สะท้อนภาพปัญหาชีวิตส่วนตัวของสตรีความขมขื่นในการ ดำรงสถานภาพนั้นการเผชิญกับการเอาใจเปรียบกดขี่ข่มเหงจากผู้ชายสตรีในมิติดังกล่าวต้องพบ เจอกับปมขัดแย้งในใจที่ต่อสู้กันระหว่างการดำรงไว้ซึ่งกรอบทางค่านิยมไทยแบบดั้งเดิมหรือการ ต่อสู้เพื่อความเป็นอิสระของตนเช่นการต่อสู้กับค่านิยมไทยที่ว่าความเป็นเมียต้องอดทนอดกลั้นต่อ สภาพชีวิตในครอบครัวและต้องทนต่อชีวิตสมรสอีกทั้งค่านิยมที่ว่า “ไฟในอย่านำออกไปนอกกองอย่า นำเข้า” ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดปัญหาในครอบครัว ผู้หญิงไร้พื้นที่ในการระบายออกโดยสิ้นเชิงดังนั้น งานเขียนของคุณหญิงวิมลได้สะท้อนภาพสตรีที่ต้องเลือกที่จะตกอยู่ในสถานการณ์ใดสถานการณ์ หนึ่งนอกจากนั้นผู้หญิงยังต้องเผชิญทั้งปัญหาความรักปัญหาเรื่องการทำงานและปัญหาการเป็น เมียหลวงเมียน้อยซึ่งแนวคิดที่สะท้อนเรื่องราวของสตรีในมิติดังกล่าวผ่านงานเขียนของคุณหญิง วิมลได้แก่เรื่องสายรุ้ง (2512) ตะวันลา (2523) โช้สังคม (2528) กฤตยา (2531) รักที่ต้องมนตรา (2533) คาวนภา (2536) ราชาวดี(2540) สมาคมมาย (2543) และราชินีชีบา (2549)
- 2) สตรีในมิติสังคมผู้เขียนได้ยกตัวอย่างเรื่อง ดอกแก้วที่สะท้อนภาพของสตรีในสถานภาพและ บทบาทของความเป็น “นางเอก” ซึ่งสื่อให้เห็นถึงปัญหาของสตรีต่อการให้คุณค่าของสังคม ดอกแก้วจำเป็นต้องต่อสู้อย่างแข็งขันกับค่านิยมของสังคมที่มองดาราว่าเป็นบุคคลสาธารณะที่แตะ ต้องได้และวิพากษ์วิจารณ์ได้โดยที่ทุกคนต่างมองดูเธอเพียงรูปลักษณ์ภายนอกแต่ไม่ให้ ความสำคัญกับความสามารถของเธออีกทั้งเรื่องนี่ยังเป็นการเปิดโปงความน่ารังเกียจของวงการ มายาซึ่งผู้หญิงถูกมองเป็นเพียงวัตถุทางเพศนวนิยายดังกล่าวจึงสร้างตัวละครเอกให้เป็นผู้ตั้ง คำถามและต่อสู้กับค่านิยมในสังคม และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของตัวเองในฐานะนักแสดง
- 3) สตรีในมิติการเมืองคุณหญิงวิมลได้เขียนนวนิยายที่เสนอมุมมองว่าการเมืองก็เป็นเรื่องของสตรี เช่นเดียวกันเพื่อเปิดโอกาสให้สตรีได้แสดงสิทธิทางการเมืองแสดงความสามารถและสติปัญญาของ ตนให้เป็นที่ยอมรับของสังคมอีกทั้งยังเสนอมุมมองว่าการเมืองเข้าไปมีส่วนในชีวิตส่วนตัวของสตรี อย่างไรผู้หญิงต้องจำนนต่อขนบธรรมเนียมเดิมๆที่ล้อมกรอบไว้ตัวละครสตรีแต่ละเรื่องต่างก็ต้อง ประสบกับปัญหาต่างๆทั้งเรื่องการเมืองที่มีส่วนร่วมเข้าไป แก๊วและการถูกเหยียดหยามจากบุรุษ เพศแม้แต่สตรีด้วยกันเองทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งความเกี่ยวเนื่อง ของสตรีกับการเมืองเป็น 2 ส่วนคือ สตรีกับสิทธิทางการเมืองได้แก่เรื่องในฝัน (2510) มงกฎที่ไร่บัลลังก์ (2525) รอยอินทร์(2533) นายกหญิง (2537) และบัลลังก์เงา (2543) และสตรีกับผลกระทบจากการเมืองคือเรื่องสตรีหมายเลข หนึ่ง (2523)

อย่างไรก็ตามวรรณกรรมสตรีมีรูปแบบการเขียนเพื่อเปิดโปงความเหลื่อมล้ำทางเพศและเปิดเผยปัญหาต่างๆทั้งเรื่องครอบครัวสังคมและการเมืองตั้งแต่นั้นนวนิยายของคุณหญิงวิมลศิริไพบูลย์ก็อาจถือได้ว่าเป็นวรรณกรรมสตรีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสตรีที่ตอกย้ำแบบฉบับเฉพาะของสตรีตามวิถีคิดแบบปิตาธิปไตย อีกทั้งนำเสนอภาพสตรีแบบแยกขั้วตรงข้ามจากบุรุษอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นการประกอบสร้างทางวาทกรรมของคุณหญิงวิมล ศิริไพบูลย์ จึงเป็นปฏิบัติการรูปแบบหนึ่งทางสังคม ที่เสนอภาพอัตลักษณ์ของสตรีอย่างไม่เท่าเทียมบุรุษ และบิดเบือนสถานภาพบทบาทสตรีให้เป็นไปตามแนวทางสตรีนิยม จนสามารถสถาปนาวาทกรรมสตรีนิยมให้กลายเป็นความจริงขึ้นมาได้ในสังคม อีกทั้งได้สะท้อนข้อจำกัดและข้อขัดแย้งในความเป็นสตรีผ่านความลึกลับของตัวบทนวนิยาย และผลิตซ้ำอุดมการณ์สตรีในบริบทสังคมที่ผู้ชายมีอำนาจอยู่นั่นเอง

จากวิทยานิพนธ์ดังกล่าวได้แสดงให้เห็นถึงการวิเคราะห์วรรณกรรมที่นำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสังคมไทยตามบริบทของผู้ประพันธ์ผ่านแนวความคิดสตรีนิยม การต่อสู้เพื่อสร้างความชอบธรรมในการมีบทบาทในมิติต่างๆของผู้หญิง สามารถนำมาวิเคราะห์ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการตั้งคำถามที่มีต่อเสรีภาพของผู้หญิงในการแสดงออกผ่านบทบาทนักร้องเกิร์ลกรุ๊ป การที่ผู้หญิงได้รับการยอมรับมากขึ้นในอาชีพนักร้อง สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการเรียกร้องเสรีภาพจริงๆหรือไม่ หรือการที่ผู้หญิงที่ประกอบอาชีพนักร้องได้มีโอกาสในการแสดงออกถึงตัวตนของตัวเองผ่านการแต่งกาย การร้องการเต้นและการแสดงออก เป็นเสรีภาพที่ยังไม่สามารถหลุดพ้นจากรอบวิถีคิดของระบบชายเป็นใหญ่และระบบทุนนิยม จึงเป็นสิ่งที่ควรแก่การนำมาวิเคราะห์ หากที่ไปที่ไปและเบื้องหลังความคิดที่อยู่ภายใต้สิ่งเหล่านั้น

ลินินาญ แสนพิทักษ์ (2556) เขียนบทความวิจัยเรื่องภาพลักษณ์และบทบาทของสตรีเกาหลีที่ปรากฏในสื่อโดยมีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์และบทบาทของสตรีเกาหลีที่ปรากฏในสื่อปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาและทราบถึงความแตกต่างของบทบาทสตรีเกาหลีและไทยในสื่อปัจจุบัน

จากการศึกษาของผู้เขียน มีการแบ่งบทบาทของผู้หญิงในสื่อเป็น 5 ประเภทสื่อ ได้แก่

- 1) บทบาทที่สะท้อนในรายการโทรทัศน์หรือละครแบ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในด้านความรักและความสัมพันธ์ในครอบครัว มีการวางบทบาทตัวละครผู้หญิงแบ่งออกเป็นสองประเภทคือหญิงสาวที่จิตใจดีแสดงออกโดยการเป็นคนที่น่าสงสาร ต่อสู้ชีวิตและหญิงสาวที่จิตใจเลวร้ายซึ่งจะเก็บความรู้สึก ร้ายลึก อยู่ข้างใน อีกทั้งบทบาทของผู้หญิงที่เป็นแม่ ลูกสาวหรือลูกสะใภ้
- 2) บทบาทที่สะท้อนในรายการข่าวการคัดเลือกผู้รายงานข่าวหญิงในสื่อของเกาหลีให้ความสำคัญกับรูปร่างหน้าตา ความสวยที่โดดเด่นมากกว่าประสบการณ์และความสามารถ เพื่อใช้เป็นจุดดึงดูดให้ผู้ชมสนใจในการรับฟังข่าวสารมากขึ้น

- 3) บทบาทในรายการเกมส์โชว์และรายการบันเทิงต่างๆจะปรากฏพิธีกรหญิงที่เป็นผู้ช่วยพิธีกรชาย มากกว่า โดยเป็นผู้เพิ่มอรรถรสให้กับรายการ จะทำหน้าที่ยิ้มแย้ม สร้างสีสันให้กับรายการ ซึ่งจะมีทั้งรูปแบบผู้หญิงที่รูปร่างหน้าตาดี เพื่อเรียกเรตติ้งให้รายการและผู้หญิงที่รูปร่างหน้าตาไม่ดี เพื่อนำมาเป็นจุดขาย สร้างเสียงหัวเราะให้กับผู้ชม
- 4) บทบาทในรายการสนทนา รวมทั้งประเด็นทางการเมือง จะเห็นบทบาทของผู้หญิงในรายการดังกล่าวว่าน้อยกว่าผู้ชาย ส่วนใหญ่ยังคงมีแนวคิดที่ผู้ชายสามารถเป็นผู้ดำเนินรายการ อภิปรายและสอบถามเกี่ยวกับประเด็นทางการเมืองได้ดีกว่าผู้หญิง
- 5) บทบาทที่สะท้อนในโฆษณา ภาพลักษณ์ของผู้หญิงจะปรากฏในลักษณะของการบริโภคผู้หญิงจึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการขายสินค้า รูปร่างหน้าตาของผู้หญิงถูกนำมาใช้หาผลกำไรมากกว่าผู้ชาย ใช้ประเด็นการดึงดูดทางเพศมาเป็นจุดขายให้กับสินค้า

บทบาทของผู้หญิงในสื่อมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย จากบทบาทหน้าที่การเป็นแม่ การดูแลบ้านและสมาชิกในครอบครัว ได้มีการเปลี่ยนแปลงฐานะทางสังคมทำให้ได้รับการศึกษาและเข้าสู่บทบาทการทำงานในสังคมขึ้น แต่ทว่าก็ยังถูกปิดกั้นด้วยแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับผู้ชาย อีกทั้งความสวยงามรูปร่างหน้าตาที่กลายเป็นประเด็นหลักสำหรับโอกาสในการเข้ามาทำงานของผู้หญิงในสังคมเกาหลี หรือการใช้รูปร่างหน้าตาของผู้หญิงเป็นเครื่องมือดึงดูดทางเพศ ผ่านการโฆษณาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

จากบทความวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาวิเคราะห์ความเป็นเกิร์ลกรุ๊ปของนักร้องหญิงเกาหลีผ่านแนวคิดสตรีนิยมในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งได้อธิบายประเด็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านสื่อในสังคมเกาหลี ที่ให้ความสำคัญกับรูปร่างหน้าตา อีกทั้งการใช้ผู้หญิงเป็นจุดขายและเป็นสิ่งดึงดูดทางเพศในการโฆษณา รายการโทรทัศน์และเกมส์โชว์ เช่นเดียวกับนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปที่ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดึงดูดผู้ชม ผ่านรูปร่างหน้าตาที่สวยงาม การตกแต่งใบหน้าและการแต่งกาย รวมถึงเพลงและท่าทางการเต้น เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความคิดและค่านิยมเกี่ยวกับเรื่องรูปลักษณ์ภายนอกที่คนในสังคมรวมทั้งผู้หญิงเอง ก็มองว่าเรื่องดังกล่าวเป็นสิ่งที่สำคัญในการได้รับโอกาสให้มีบทบาทผ่านสื่อ ผู้หญิงจึงต้องยอมทำตามความคิดของคนในสังคมเพื่อให้ได้รับการยอมรับ ความเป็นเกิร์ลกรุ๊ปก็เป็นส่วนหนึ่งของการพยายามสร้างตัวตนผ่านการแสดงออก การร้องการเต้น และการตกแต่งร่างกาย เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากสื่อและคนในสังคมเช่นกัน

อรรถณพ บำรุงชนสารกิจ เขียนบทความวิจัยเรื่อง นักร้องเกาหลี่ : เส้นทางและเบื้องหลังของชีวิตการเป็นนักร้อง (2556) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ

- 1.ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของนักร้องเกาหลี่จากอดีตจนถึงปัจจุบัน
- 2.ศึกษากระบวนการเป็นนักร้องเกาหลี่ในปัจจุบันผลการศึกษาผู้เขียนได้แบ่งช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงของนักร้องเกาหลี่ดังนี้
 - 1) ยุคดนตรีกับพิธีกรรม(ราชวงศ์ฉินลา-ราชวงศ์โซซอน)นักร้องเกาหลี่ในยุคนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการร้องเพลงในราชสำนัก เพื่อขับกล่อมบรรเลงเพลงแก่กษัตริย์และใช้ประกอบพิธีกรรมและธรรมเนียมประเพณี
 - 2) ยุคเกาหลี่ภายใต้การปกครองของญี่ปุ่น (ค.ศ.1910-ค.ศ.1945)เกิดนักร้องสไตล์ใหม่ที่ผสมผสานระหว่างความเป็นญี่ปุ่นกับความเป็นเกาหลี่ที่เรียกว่าแนว Trot โดยจะเป็นนักร้องเดี่ยว ไม่ได้เป็นนักร้องอาชีพที่ร้องเพลงเพื่อหาเงินจริงๆจังกๆ แต่ เป็นเพียงแค่นักร้องผู้ให้ความบันเทิงแก่ผู้อื่น
 - 3) ยุคสงครามเกาหลี่ (ค.ศ.1950-ค.ศ.1970) นักร้องในยุคนี้เริ่มมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมมากขึ้น เนื่องจากการรับเอาแนวเพลงตามแบบอเมริกาเข้ามา เกิดเป็นนักร้องอาชีพขึ้น แต่ยังคงรูปแบบศิลปะเดิมอยู่ ร้องเพลงเพื่อมอบความบันเทิงแก่ประชาชนและทหารอเมริกาในยามสงคราม
 - 4) ยุคฟื้นฟูวัฒนธรรมเกาหลี่(ค.ศ.1960-ค.ศ.1995)ประเทศเกาหลี่มีการผลักดันด้านอุตสาหกรรมบันเทิงทำให้เกิดศิลปินกลุ่มมากขึ้นทั้งชายและหญิง แต่ในด้านภาพลักษณ์ยังไม่โดดเด่น ปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักร้องและผู้ชมก็ยังไม่มากนัก เป็นอาชีพที่สร้างรายได้และเป็นความใฝ่ฝันของคนในยุคนั้น
 - 5) ยุคไอดอลสตาร์โคเรียนเวฟ(ค.ศ.2000-ค.ศ.2012)มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้นในด้านภาพลักษณ์รูปร่างหน้าตา รวมถึงจำนวนศิลปินสมาชิกในวง อีกทั้งแนวเพลงต่างๆที่มีความหลากหลายแบบตะวันตก เป็นการปรากฏตัวในรูปแบบบอยแบนด์และเกิร์ลกรุ๊ปที่มีความสามารถรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นการร้อง การเต้น การแสดงและพิธีกรรมก็นำเอานักร้องไปใช้เป็นพรีเซนเตอร์สินค้าต่างๆเพื่อสร้างภาพลักษณ์และเพื่อดึงดูดใจสินค้ามากขึ้นมีการดำเนินการจากบริษัทต้นสังกัดในการดูแลภาพลักษณ์ การออกแบบแนวเพลงและทำเต้น รวมถึงการแสดงออก

นอกจากนี้ผู้เขียนยังได้แบ่งกระบวนการสร้างศิลปินนักร้องเกาหลี่ออกเป็น 3 ช่วงได้แก่

- 1) ช่วงตามหาความฝัน : การเป็นเด็กฝึกหัดที่เตรียมตัวเป็นนักร้องฝึกหัด
มีทั้งการทบทวนและการเข้ามาอดิชั่นด้วยตนเองเพื่อคัดเลือกเข้าไปเป็นศิลปินฝึกหัด เมื่อได้รับคัดเลือกเข้ามาแล้ว ก็จะมีการเซ็นสัญญาเป็นเด็กฝึกหัดและต้อง ฝึกฝนทักษะในด้านการร้อง การเต้นและการแสดง โดยจะมีการทดสอบเป็นระยะๆ จนกระทั่งผ่านเกณฑ์การประเมินจากโปรดิวเซอร์และเตรียมตัวเป็นศิลปินฝึกหัดต่อไป

2) ช่วงการเข้าสู่วงการนักร้อง : การเป็นนักร้องฝึกหัดมาสู่การเตรียมตัวเป็นศิลปิน(เดบิวต์)

ได้มีการเซ็นสัญญากับทางบริษัทค่ายเพลงเพื่อที่จะได้ชื่อว่าเป็นเด็กเตรียมเป็นศิลปินในสังกัดค่ายเพลง โดยเมื่อเซ็นสัญญาแล้วเด็กฝึกต้องย้ายมาพักอาศัยอยู่ในสถานที่ที่ทางค่ายเพลงจัดไว้ให้ ปฏิบัติตามกฎของการเป็นนักร้องอย่างเคร่งครัด และต้องฝึกทักษะต่างๆอย่างเข้มข้นมากขึ้น นอกจากทักษะการร้องการเต้นแล้ว ยังต้องพัฒนาบุคลิกภาพ ความเป็นมืออาชีพ ทักษะภาษาและปรับแก้ไขรูปร่างหน้าตาให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด จากนั้นจะมีการทดสอบความสามารถเพื่อที่จะประเมินว่าผ่านเกณฑ์ที่จะสามารถเดบิวต์เป็นศิลปินอาชีพได้หรือไม่

3) ช่วงเป็นนักร้องอาชีพหรือศิลปิน(เดบิวต์)

จะมีการจัดทำมิวสิกวิดีโอเป็นเครื่องมือในการโปรโมทศิลปิน และขึ้นแสดงในเวทีคอนเสิร์ตต่างๆอย่างเช่นรายการ Music Bank, MNET, Music Core และจะมีการโปรโมทอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการชิมลางตลาดว่ามาถูกทางหรือไม่ ถ้าไม่ถูกทางก็ต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขส่วนที่เป็นจุดบกพร่อง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด ถ้าหากแก้ไขแล้วยังไม่เป็นที่พอใจของตลาดหรือผู้ชม ก็ต้องล้มเลิก ถือว่าลงทุนล้มเหลว ซึ่งก็มีนักร้องหลายวงที่ประสบความสำเร็จและมีอีกหลายวงที่ต้องหายไป บริษัทจะปั้นศิลปินใหม่ออกมาอยู่เรื่อยๆ โดยที่มีศิลปินที่ประสบความสำเร็จอยู่แล้ว ก็จะสามารถโปรโมทศิลปินกลุ่มใหม่ได้ง่ายขึ้น โดยการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างศิลปินกลุ่มเก่ากับศิลปินกลุ่มใหม่ และโปรโมทออกสู่ทางรายการทีวี เพื่อสร้างกระแสนิยมให้กับศิลปินกลุ่มใหม่ และต่อความนิยมให้กับศิลปินกลุ่มเก่า และต่อยอดโอกาสทางธุรกิจให้กับทางค่ายเพลงนั่นเอง

จากบทความวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาใช้อธิบายพัฒนาการของเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ซึ่งอธิบายให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลาของอุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลี การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ การร้อง การเต้นและการแสดงออกของเกิร์ลกรุ๊ป อีกทั้งกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินเกาหลีที่มีบทบาทต่อการสร้างภาพลักษณ์ของเกิร์ลกรุ๊ปตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

3. ข้อมูลเกี่ยวกับวงการบันเทิงและนักร้องเกาหลี

ธนศ เจยเสนานนท์(2554) ได้เขียนบทความออนไลน์เรื่อง กลยุทธ์การเจาะตลาดเอเชียของ K-Pop โดยผู้เขียนได้วิเคราะห์เบื้องต้นถึงแนวทางการสร้าง Idol และกลยุทธ์ทางการตลาดของเกาหลีใต้ในช่วงชิงพื้นที่ความนิยมไปจากสินค้าทางวัฒนธรรมกระแสเดิม ผู้เขียนกล่าวถึงแนวทางในการสร้าง Idol โดยมีบริษัทค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ของเกาหลีที่ให้ความสำคัญกับการสร้างและพัฒนา Idol 3 บริษัท ที่มีชื่อเสียง เช่น JYP Entertainment ผู้สร้าง Rain, 2PM, 2AM และ Wonder Girls บริษัท YG Entertainment ผู้สร้าง

Seven, Big Bang และ 2NE1 และบริษัท SM Entertainment ผู้สร้าง Super Junior และ Girls' Generation ซึ่งผู้เขียนได้วิเคราะห์แนวทางการสร้างและพัฒนา Idol ซึ่งสรุปในเบื้องต้นได้ดังนี้

3.1. การฝึกฝน/ฝึกซ้อมที่เข้มงวดเมื่อผ่านการคัดเลือกจากบริษัทหรือค่ายเพลงก่อนที่จะเซ็นสัญญา debut เป็นนักร้องอาชีพนั้น เหล่านักร้องฝึกหัดจะต้องให้ความสำคัญกับการฝึกฝน โดยช่วงเวลาการฝึกฝนค่อนข้างยาวนานตั้งแต่ 2-4 ปีขึ้นไป เป็นการฝึกฝนตั้งแต่ การร้องเพลง การเต้น การฝึกฝนภาษาต่างประเทศ รวมทั้งฝึกการแสดง (acting) พร้อมไปกับการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของร่างกาย เช่น การออกกำลังกายเสริมสร้างกล้ามเนื้อ เพื่อให้รูปร่างดูดี มีบุคลิกที่ดี อีกทั้งทดสอบทักษะด้านต่างๆ เป็นระยะ เพื่อดูความพร้อม และทดสอบการแสดงบนเวที และมีกระบวนการคัดสรรเพื่อคัดเลือกเป็นนักร้องอาชีพ

3.2 การปลูกฝังนิสัยความเป็นมืออาชีพ ความเป็นมืออาชีพนั้นเป็นสิ่งที่ Idol ทุกคนจะต้องมี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความมีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบ ทั้งการตรงต่อเวลา การมีสัมมาคารวะ ความขยัน อดทนและทุ่มเทในการฝึกซ้อม รวมทั้งการปรับเปลี่ยนอุปนิสัยการรับประทานอาหารเพื่อรักษารูปร่าง เป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนมีความสำคัญต่อการเป็น Idol แทบทั้งสิ้น ซึ่งบริษัทต่างๆ ได้ปลูกฝังให้ Idol แต่ละคนเข้าใจสิ่งเหล่านี้ ทั้งนี้เพื่อความสำเร็จของแต่ละคน ซึ่งหมายถึงผลกำไรของบริษัทด้วย

3.3 การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดี เช่น ความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่เย่อหยิ่ง มีความจริงใจ เป็นสุภาพบุรุษ ไม่มีเรื่องอื้อฉาว และดูแลเอาใจใส่แฟนคลับ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อ Idol เพราะภาพลักษณ์ที่ดีจะทำให้เป็นที่นิยมนมากขึ้น บริษัทยักษ์ใหญ่จึงระมัดระวังเป็นอย่างมากในการดูแล และควบคุมพฤติกรรมของเหล่า Idol ในสังกัดอย่างเข้มงวด

นอกจากนี้ผู้เขียนยังได้วิเคราะห์แนวทางการทำการตลาดในเอเชียจากการส่งออก K-POP ไปยังภูมิภาคต่างๆ โดยข้อมูลจาก The Korea Creative Content Agency (KOCCA) ระบุว่า ในปี 2009 เกาหลีใต้ทำรายได้จากการส่งออก K-POP ไปยังญี่ปุ่นคิดเป็นมูลค่า 21.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 92.9 จากมูลค่าการส่งออกในปี 2008 ในขณะที่การส่งออกไปยังประเทศจีนในปี 2009 คิดเป็นมูลค่า 2.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.5 จากปี 2008 ส่วนการส่งออกไปยังเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปี 2009 คิดเป็นมูลค่า 6.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 149.6 จากปี 2008 และมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องในปีต่อไป

แนวทางการทำการตลาดในเอเชียของเกาหลีใต้ที่ผู้เขียนสรุปในเบื้องต้นได้ดังต่อไปนี้

- 1) **สร้างจุดขาย** การแต่งเพลงและออกแบบท่าเต้นที่ดึงดูดและตอบสนองความต้องการของผู้ฟังในตลาดเพลงทั้งในและต่างประเทศ เช่น เพลง Nobody ของ Wonder Girls ซึ่งเป็นเพลงที่ทั้งเนื้อร้องและท่าเต้นได้รับความนิยมไปทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีเพลง Tell me your wish ของ Girls' Generation ที่ได้ ริโนะ นากาโซเนะ นักเต้นชั้นนำของวงการที่เคยได้รับรางวัลจากรายการ

American's Best Dance Crew อีกทั้งยังคงเป็นนักเต้นแบ็คอัฟให้กับ Gwen Stefani มาช่วย ออกแบบท่าเต้นให้อีกด้วย

- 2) **การจัดจำหน่าย** การจัดจำหน่ายเพลงมี 2 ช่องทาง คือ การจำหน่ายแบบปกติ (Physical Sale) เช่น CD ทั้งแบบ Single และอัลบั้มเพลง มิวสิควิดีโอในรูปแบบ DVD เป็นต้น และการจำหน่ายแบบดิจิทัล (Digital Sale) เช่น การดาวน์โหลดเพลงผ่านเว็บไซต์เพลงออนไลน์ (Online Music) และการดาวน์โหลดผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Music) แต่แนวโน้มสัดส่วนการจำหน่ายในรูปแบบดิจิทัลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเนื่องจากได้รับความนิยมควบคู่กันกับยอดขายทางโทรศัพท์มือถือที่เพิ่มสูงขึ้น
- 3) **การส่งเสริมการขาย** การนำ K-POP เจาะตลาดเอเชีย จนทำให้เกิดกระแส Korean Fever ขึ้นในหลายประเทศในเอเชีย สิ่งที่เป็นกลไกสำคัญที่สุดคือ การส่งเสริมการขาย ในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมไปถึงสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นการโปรโมท Idol ในช่วงก่อนที่ผลงานเพลงจะออกวางจำหน่าย รวมทั้งการเปิดตัวในงานต่างๆ รวมทั้งการจัดทัวร์คอนเสิร์ตเพื่อโปรโมท Idol และงานเพลงให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชีย อีกทั้งบริษัทหรือค่ายเพลงให้ทุนสำรองในสังกัดตนเองเข้าร่วมรายการวาไรตี้ ทั้งเป็นพิธีกรและแขกรับเชิญ เช่น รายการ Star King ที่มี Idol รับเชิญมาเป็นกรรมการพิจารณาความสามารถของผู้เข้าแข่งขันจากทางบ้าน รายการ We got Married ที่นำ Idol แต่ละคนมาทดลองใช้ชีวิตร่วมกันเหมือนคู่แต่งงาน รายการเพลง Inkigayo เป็นต้น รวมทั้งการเป็นพรีเซนเตอร์โฆษณา ที่บริษัทได้รับส่วนแบ่งรายได้จากค่าตัวของ Idol แต่ละคนด้วย

จากบทความออนไลน์ดังกล่าวผู้วิจัยสามารถนำมาอธิบายพัฒนาการของเกิร์ลกรุ๊ปในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยบทความดังกล่าวได้วิเคราะห์ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสร้างและการเผยแพร่บนกรังไอดอลให้เป็นที่นิยมในปัจจุบัน โดยการส่งเสริมจากภาครัฐและสื่อสารมวลชนซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในการสร้างภาพลักษณ์และการสร้างจุดขายของเกิร์ลกรุ๊ปที่ปรากฏผ่านสื่ออีกด้วย

Tictok(นามแฝง) (2554) เขียนบทความออนไลน์ผ่านทาง <http://kpopletter.wordpress.com> เรื่อง ทงบังชินกิ:บอยแบนด์แอ๊บแบ๊วบนโลกที่ผู้ชายเป็นใหญ่ผู้เขียนได้วิเคราะห์ปรากฏการณ์ความนิยมของกระแสเคป๊อปที่ส่งอิทธิพลไปยังประเทศต่างๆทั่วโลกโดยนำแนวคิดระบบชายเป็นใหญ่มาวิเคราะห์ผ่านกรณีวงทงบังชินกิซึ่งได้อธิบายให้เห็นลักษณะความแตกต่างของนักร้องเกาหลีเปรียบเทียบกับนักร้องตะวันตกในด้านการแสดงออกและวาทกรรมของผู้ชายที่ขับเคลื่อนโดยระบบชายเป็นใหญ่

ผู้เขียนได้วิเคราะห์ว่าสิ่งที่นักร้องเกาหลีแตกต่างไปจากนักร้องตะวันตกคือการเรียนรู้และรู้จักที่จะ ‘แอ๊บแบ๊ว’ ซึ่งผู้เขียนได้ขยายความว่าศิลปินจากฝั่งตะวันตก แม้จะเป็นศิลปินที่ได้รับการขนานนามว่าเป็น ‘บอยแบนด์’ พวกเขาจะมีลักษณะความเป็น ‘ชาย’ หรือ ‘masculine’ สูง บอยแบนด์จากฝั่งตะวันตก อาจใช้

ความเป็น masculine ในการทำให้ผู้หญิงหลงใหลคลั่งไคล้ แต่บอยแบนด์จากฝั่งเกาหลี กลับใช้สิ่งที่แตกต่างออกไปนั่นคือพวกเขาใช้ความ "แอ๊บแบ๊ว" (ซึ่งอาจพัฒนามาจากญี่ปุ่น) แทน ซึ่งการที่ศิลปินเกาหลีถูกสร้างให้มีตัวตนที่ดูสดใสและร่าเริง หรือบางวงที่มีความเป็น unisex หรือมีความหลากหลายทางเพศมากกว่านั้น อาจทำให้ผู้หญิงเกิดความรู้สึกอยากทะนุถนอมและดูแลปกป้อง อีกทั้งการที่แฟนคลับผู้หญิงจับคู่จินให้กับสมาชิกในวงบอยแบนด์ด้วยกัน ก็อาจจะทำให้เกิดความรู้สึกว่าผู้หญิงเป็นพระเจ้าที่สามารถกำหนดชีวิตผู้ชายได้ เป็นอำนาจอย่างหนึ่งที่ผู้หญิงได้แสดงออกผ่านการชื่นชมนักร้องเกาหลีการนิยม "ผู้ชายแอ๊บแบ๊ว" จึงถือเป็นเครื่องมือของผู้หญิง ในการลุกขึ้นมาต่อสู้กับสังคมที่ให้ความสำคัญกับความเป็นเพศที่แบ่งแยก

อย่างไรก็ตามผู้เขียน ได้แสดงความคิดเห็นว่าการที่ผู้หญิงชื่นชมนักร้องชายเกาหลีซึ่งมีลักษณะที่เรียกว่าแอ๊บแบ๊วนั้น ก็ถูกวิพากษ์วิจารณ์จากวาทกรรมความมีสาระแบบผู้ชายที่ตัดสินว่าการคลั่งไคล้นักร้องชายนั้นเป็นเรื่องไร้สาระ และระบบชายเป็นใหญ่ก็มองไม่เห็นว่สิ่งเหล่านี้เป็นพื้นที่ในการแสดงออกถึงตัวตนของผู้หญิง และการที่ผู้หญิงคิดว่าตนมีอำนาจเพียงพอแล้วในการที่มีโอกาสได้แสดงตัวตนผ่านพื้นที่ดังกล่าว แท้จริงแล้วก็ยังคงเป็นเหยื่อของระบบทุนนิยมที่มีผู้ชายอยู่เบื้องหลังนั่นเอง

จากบทความออนไลน์ดังกล่าวสามารถนำมาวิเคราะห์ความเป็นเกิร์ลกรุ๊ปในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งได้วิเคราะห์ให้เห็นถึงอำนาจของระบบชายเป็นใหญ่ที่ยังขับเคลื่อนอยู่ในสังคมและมีอิทธิพลกับนักร้องบอยแบนด์รวมถึงแฟนคลับผู้หญิงแสดงให้เห็นว่าไม่เพียงแต่นักร้องหญิงที่ถูกควบคุมการสร้างภาพลักษณ์ และการแสดงออกในด้านต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชายในระบบชายเป็นใหญ่นักร้องชายเองก็ถูกควบคุมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้หญิงจากระบบชายเป็นใหญ่เช่นเดียวกัน

เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา 450321 บทความคิดสร้างสรรค์วัฒนธรรมเกาหลี 3 มหาวิทยาลัยอัสซาเขียนโดยแบแจวอน (2556) กล่าวถึงพัฒนาการของเพลงเคป็อปตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 19 เป็นยุคก่อนกระแสเพลงป๊อป นักร้องส่วนใหญ่เป็นนักร้องเดี่ยวแนวลูกทุ่งหรือ Trocซัน ปาร์คอิลนัม นักร้องเดี่ยวที่มีการร้องเพลงร่วมกับวงดนตรีบรรเลงด้วยจังหวะช้า แต่งกายด้วยชุดสูทแบบตะวันตก ต่อมาเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม วัฒนธรรม ทำให้ได้รับอิทธิพลด้านดนตรีจากตะวันตกจึงทำให้มีสไตล์เพลงที่หลากหลายมากขึ้น

ปีค.ศ. 1970เป็นยุคที่มีการรับอิทธิพลจากวัฒนธรรมฮิปปี้ (สวมกางเกงยีนส์ถือกีตาร์ คี้มเบียร์สด เพื่อต่อต้านวัฒนธรรมดั้งเดิม ทำให้มีสไตล์เพลงที่หลากหลายมากขึ้น เช่น เพลง Dance , Ballade , Rock , Folk ฯลฯ

ปีค.ศ. 1980เกิดกระแส "อปป้าบูแด" หมายถึงการเรียกนักร้องชายด้วยคำว่า "อปป้า" แปลว่า พี่ชาย ซึ่งมีจุดเริ่มต้นมาจาก "โจ ยง พิล" นักร้องแนวร็อกที่ได้รับความนิยมและเป็นขวัญใจประชาชน เป็นผู้พาแนวเพลงสมัยใหม่ที่หลากหลายให้กับวงการเพลงเกาหลีโดยที่ยังไม่มีการจัดการจากบริษัทต้นสังกัดอย่างเป็นทางการ

ปีค.ศ. 1990 เกิดความนิยมกระแสเพลงแร็ป วง Seotaeji & Boys ได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่คือการเขียนเนื้อเพลงที่สะท้อนปัญหาของวัยรุ่นผ่านเพลงแร็ป และการเดินสไตล์แปลกใหม่อย่างฮิปฮอป ต่อมาเริ่มเกิดกระแสนักร้องกลุ่ม มีจำนวนสมาชิกตั้งแต่ 3-5 คน เช่น H.O.T, S.E.S, G.O.D ฯลฯ ซึ่งมีบริษัทเพลงต้นสังกัดเป็นผู้จัดการ โดยใช้ระบบการคัดเลือกและฝึกหัดศิลปิน มีแนวเพลงและสไตล์การเดินที่เน้นความแข็งแรง พร้อมเพรียง มีการประสานเสียง สมาชิกในวงมีความสามารถในการร้องและเต้นใกล้เคียงกัน

ปีค.ศ. 2000 – ปัจจุบัน เป็นยุคที่เกิดนักร้องกลุ่มทั้งบอยแบนด์และเกิร์ลกรุ๊ปเป็นจำนวนมากและเริ่มมีการส่งออกเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมครอบคลุมไปตามภูมิภาคต่างๆทั่วโลก ซึ่งนักร้องเหล่านั้นล้วนมีความสามารถในการร้องและเต้นและความสามารถในด้านอื่นๆเช่น การแสดง พิธีกร ดีเจ นายแบบ โดยบริษัทต้นสังกัดมีการควบคุมดูแลการฝึกฝนทักษะต่างๆ ควบคุมร่างกาย ควบคุมอาหาร การลดน้ำหนัก รวมถึงการปรับแก้ไขรูปร่างหน้าตาให้สมบูรณ์แบบมากขึ้น การควบคุมเวลาในการฝึกซ้อม และวินัยในการใช้ชีวิตในหอพักร่วมกัน ฯลฯ

จากเอกสารดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายพัฒนาการของเกิร์ลกรุ๊ปในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยเนื้อหาจากเอกสารได้ระบุช่วงเวลาให้เห็น ได้ชัดเจนถึงการเปลี่ยนแปลงของเพลงเคป๊อปจากอดีตถึงปัจจุบันที่เริ่มจากการได้รับอิทธิพลจากตะวันตก จนกระทั่งมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เป็นเอกลักษณ์มากขึ้น ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถเห็นภาพความเปลี่ยนแปลงของเกิร์ลกรุ๊ปในด้านต่างๆที่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงในสังคมเกาหลีได้ชัดเจนมากขึ้น

www.kpop-th.com (2556)เขียนบทความออนไลน์เรื่อง “เกิร์ลกรุ๊ปK-Pop สามารถทำเงินได้มากขึ้นกับคอนเซปต์Sexy” ผู้เขียนได้อธิบายให้เห็นถึงปรากฏการณ์ความเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์นักร้องหญิงเกาหลีที่มีแนวโน้มไปในแนวเซ็กซี่ ทางสื่อที่มีชื่อว่า Dispatch ของประเทศเกาหลีได้ ได้ทำการค้นหาข้อมูลว่าเกิร์ลกรุ๊ปสามารถทำเงินได้มากขึ้นเท่าใดกับ ‘คอนเซปต์เซ็กซี่’ เมื่อเปรียบเทียบกับ ‘คอนเซปต์สดใสน่ารัก’ โดยยกตัวอย่างเกิร์ลกรุ๊ปดังนี้

- วง Girl's Day เปิดตัวด้วยเพลง‘Expectation’และ‘Female President’ ที่มีคอนเซปต์เซ็กซี่ ทำให้พวกเธอสามารถขึ้นไปอยู่ในตำแหน่งที่สูงขึ้นบนชาร์ตเพลง โดยเพลง‘Female President’ นั้นเริ่มต้นเปิดตัวอยู่ในอันดับที่ 5 บนชาร์ตเพลง Gaonและยอดขายอัลบั้ม ‘Expectations’ ก็ทำคะแนนไปได้ 5,100 ในขณะที่ ‘Female President’ ทำได้เพิ่มสูงขึ้นไปอีกถึง 7,700 ถึงแม้ว่าจะเป็นเพียงอัลบั้ม Repackaged นอกจากนี้พวกเธอยังเอาชนะอันดับ 1 ในรายการเพลงด้วยเพลง ‘Female President’ อีกด้วย แต่พวกเธอทำไม่ได้ในสมัยเพลง ‘Expectation’

- วง SISTAR ปล่อยเพลง ‘Loving U’ ซึ่งสามารถเปิดตัวได้เพียงแค่อันดับที่ 4 แต่กับเพลงคอนเซ็ปต์เช็ทชื่ออย่าง ‘Give It To Me’ สามารถทะยานขึ้นอันดับที่ 1 ได้เลยตั้งแต่ช่วงสัปดาห์แรก และยังคงครองอันดับที่ 1 อยู่ในช่วงสัปดาห์ที่สองอีกด้วย อีกทั้ง ‘Give It To Me’ ยังทำคะแนนไปถึง 9,700 ในขณะที่ ‘Loving You’ ทำได้เพียง 5,700 นอกจากนี้ SISTAR ยังกวาดถ้วยรางวัลที่แตกต่างกันถึง 7 ถ้วยได้อีกด้วยกับเพลง ‘Give It To Me’ ในขณะที่สมัยของเพลง ‘Loving U’ นั้น พวกเขาทำได้เพียงแค่ 2 ถ้วยจากรายการเดียวกันคือ ‘Music Bank’

จากข้อมูลและตัวอย่างข้างต้นที่ผู้เขียนบทความออนไลน์นำเสนอเกี่ยวกับสถิติและคะแนนความนิยมในการเปิดตัวเพลงของนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปในคอนเซ็ปต์เช็ทที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบันนี้ สะท้อนให้ถึงค่านิยมของคนในสังคมที่มีต่อการเลือกรับชมสื่อดนตรีและมุมมองที่มีต่อนักร้องเกิร์ลกรุ๊ป ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ความเป็นเกิร์ลกรุ๊ปในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

3. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าลักษณะการเปลี่ยนแปลงของเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีมีพัฒนาการเกี่ยวกับความเป็นเพศ โดยปรากฏผ่านภาพลักษณ์และการแสดงออกที่แตกต่างกันไปในแต่ละช่วงเวลา จึงสามารถแบ่งพัฒนาการและความเป็นเพศของนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปออกเป็น 3 ช่วงเวลาคือ

1. ยุคกำเนิดเกิร์ลกรุ๊ป (ค.ศ. 1960 –1990)

เป็นช่วงเวลาแห่งการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมในประเทศเกาหลี ผู้คนตื่นตัวในการประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง คนเกาหลีส่วนหนึ่งต้องเผชิญกับภาวะฝืดเคืองทางเศรษฐกิจจึงได้อพยพย้ายถิ่นฐานไปยังภูมิภาคต่างๆของโลกโดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา จึงส่งผลกระทบต่อการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจากทางตะวันตกเข้ามายังเกาหลีมากขึ้น

ผู้หญิงเริ่มมีบทบาทในพื้นที่สาธารณะ มีการตื่นตัวในเรื่องความเท่าเทียมกันทางเพศและเรียกร้องให้ผู้หญิงได้ออกมาประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตนเอง อาชีพนักร้องหญิงจึงเป็นอาชีพหนึ่งที่มีความสนใจ เป็นช่องทางของการใช้ความสามารถเฉพาะตัวเพื่อสร้างอาชีพและรายได้ อีกทั้งเพื่อแสดงตัวตนในพื้นที่สาธารณะ

นักร้องหญิงที่นับได้ว่าเป็นเกิร์ลกรุ๊ปกลุ่มแรกของเกาหลีได้แก่ วง Kim Sisters ในปี 1960 พวกเขาได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงโด่งดังอย่างมากในช่วงเวลาดังกล่าวโดยได้เปิดคอนเสิร์ตและขายอัลบั้มในต่างประเทศ เพราะเป็นนักร้องหญิงที่มีความสามารถหลากหลายรูปแบบทั้งการร้องประสานเสียง และเล่นดนตรี หลังจากทีวง Kim Sisters ประสบความสำเร็จก็ทำให้เกิดกระแสกันร้องกลุ่มหญิงตามมาอีกมากมายในปี 1963 เช่น Pearl Sisters, Soeul Sisters , Bunny Girls ฯลฯ

1.1 ลักษณะของเกิร์ลกรุ๊ป

สามารถแบ่งลักษณะและการแสดงออกของเกิร์ลกรุ๊ปผ่านภาพลักษณ์และการแสดงในรูปแบบต่างๆได้ดังนี้

1.1.1) การคัดเลือกหน้าตา ยังไม่ปรากฏเด่นชัดมากนักเกี่ยวกับการคัดเลือกผู้ที่จะมาเป็นเกิร์ลกรุ๊ปโดยใช้เกณฑ์หน้าตา ซึ่งการปรากฏตัวของเกิร์ลกรุ๊ปในยุคนี้มักมีที่มาจากความเป็นทายาทของนักดนตรีที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว รูปร่างหน้าตาจึงเป็นปัจจัยรองจากการคัดเลือกด้วยความสามารถเฉพาะด้าน

1.1.2) การแต่งกาย นิยมสวมชุดกระโปรงยาวแบบสากลที่เน้น ส่วนสะโพกและชุดชั้นนอกแบบเกาหลี รวมผมยาวตั้งเหมือนกันทุกคน โดยเน้นลักษณะของผู้หญิงที่สวยงาม สุกภาพเรียบร้อย ในปี1960 นักร้องหญิงที่นับได้ว่าเป็นเกิร์ลกรุ๊ปกลุ่มแรกของเกาหลี ได้แก่ วง Kim



Sisters ซึ่งมีบุคลิกภาพลักษณะของผู้หญิงที่ สุกภาพเรียบร้อย อ่อนหวานเป็นการแสดง ให้เห็นลักษณะของผู้หญิงแบบใดแบบหนึ่ง



วง Kim Sisters ในชุดแบบตะวันตก (1)

วง Kim Sisters ในชุดฮันบก (2)

และยังไม่ปรากฏลักษณะของเกิร์ลกรุ๊ปในแบบอื่นๆมาก นัก จนกระทั่งในปี 1964 วง Korean Kittens ได้เปิดตัวใน ภาพลักษณ์ที่ แตกต่างออกไปคือการสวมกระโปรงยาวที่แหวกให้ เห็นเรียวยาว การตัดผมซอยสั้น และยุบอกฮี สมาชิกคนหนึ่งในวง ที่ได้กลายเป็นผู้นำแฟชั่นมินิสเกิร์ตในสมัยนั้น ทำให้เกิดกระแส ความสนใจจาก แฟนเพลงและคำวิพากษ์วิจารณ์ถึงความเหมาะสม



ยุบอกฮี ในชุดสวมกระโปรงมินิสเกิร์ต (3)



วง Korean Kittens (4)

1.1.3) เพลงลักษณะของเพลงในยุคนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับ ความรักที่ไม่ได้หือหวานนัก มักนำสภาพอากาศและฤดูกาลเข้ามา พรรณาไปในเนื้อเพลงด้วย เช่นเพลง Welcoming Spring ของวง Kim Sister การร้องเพลงพื้นบ้านของเกาหลี เช่นเพลง อารีริง โดย วง Kim Sistersหรือการนำเพลงของนักร้องต่างชาติมาแสดง เช่น วง Korean Kittens ได้นำเพลง can't buy me love ของ The Beatles มาร้องในการแสดงในรายการ Tonight Show (BBC)ในปี 1964



วง Kim Sisters กับการแสดงดนตรี (5)

1.1.4) ดนตรีและการร้องเน้นพลังเสียงและการประสานเสียงสูงต่ำให้กลมกลืนกัน นอกจากนี้นักร้องแต่ละคนก็ยังสามารถเล่นเครื่องดนตรีต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นดนตรีของเกาหลี หรือดนตรีจากตะวันตก เห็นได้จากวง Kim Sisters ที่สามารถเล่นเครื่องดนตรีได้ถึง 28 ชนิด ไม่ว่าจะเป็น กีตาร์ กลอง ไวโอลิน ฯลฯ ได้อย่าง

คล่องแคล่ว

1.1.5) การเต้นส่วนใหญ่จะเต้นโยกตามจังหวะเพลง ใช้มือทำท่าทางประกอบดนตรี ซึ่งเป็นท่าทางที่ไม่ได้ซับซ้อนมากนักเนื่องจากจังหวะดนตรีส่วนใหญ่จะกลางๆ และเล่นโดยวงดนตรีสากลประเภทออเคสตรา

1.1.6) การแสดงออกและผลงานอื่นๆ เนื่องจากในยุคนี้เป็นยุคเริ่มแรกของการเกิดสถานีโทรทัศน์ในเกาหลี จึงนับว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับการบันทึกการแสดงต่างๆ แต่นักร้องเกิร์ลกรุ๊ปก็ได้รับการเชิญให้ เข้าร่วมการบันทึกการแสดงเพรากระแสนิยมของนักร้องหญิงที่เพิ่มมากขึ้น มีผู้ชมให้ความสนใจจำนวนมาก นอกจากสถานีวิทยุแล้วก็ยังไม่มีพื้นที่ใดๆในการพบปะติดต่อสื่อสารกับนักร้องเหล่านั้นได้ อย่างไรก็ตามพบว่าในยุคนี้ได้เกิดการแสดงละครเพลงเวที ที่วง Kim Sister ได้มีโอกาสรับบทพยาบาลสาว ก็ได้ตอกย้ำให้เห็นภาพลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงผ่านบทบาทการแสดง



วง Kim Sisters กับการแสดงละครเวทีในบทบาทพยาบาล (6)

1.2 ความเป็นเพศ

ลักษณะดังกล่าวของเกิร์ลกรุ๊ปทำให้ความเป็นเพศที่ประกอบสร้างผ่านการแสดงออกของเกิร์ลกรุ๊ป เห็นได้จากประเด็นต่างๆดังนี้

1.2.1) ลักษณะความเป็นหญิง ผู้หญิงมีบทบาทในพื้นที่สาธารณะ และได้แสดงตัวตนผ่านการเป็นนักร้องเกิร์ลกรุ๊ป ทำให้เกิดลักษณะของผู้หญิงเก่ง สามารถทำสิ่งต่างๆได้อย่างเท่าเทียมกับผู้ชายไม่ว่าจะเป็นการเล่นดนตรีหรือการแสดง ได้สร้างรายได้และโอกาสในสังคมให้กับผู้หญิง อย่างไรก็ตามก็ยังต้องรักษาความเป็นผู้หญิงที่สุภาพเรียบร้อย เป็นกุลสตรี อีกทั้งความเป็นผู้หญิงแบบตะวันตกที่จำกัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นกลาง โดยไม่ได้ปรากฏรูปแบบของผู้หญิงในลักษณะอื่นที่เป็นทางเลือกใดๆ

1.2.2) การผลิตซ้ำเห็นได้ว่าลักษณะความเป็นเพศของนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปในยุคนี้ได้ต่อย้ำความเป็นผู้หญิงในแบบใดแบบหนึ่ง การเป็นนักร้องที่เปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้มีตัวตนในพื้นที่สาธารณะ ได้สร้างโอกาสและทางเลือกในการดำเนินชีวิต แต่ผู้หญิงก็ยังตกอยู่ภายใต้การควบคุมลักษณะความเป็น เพศ และการมีอาชีพที่ยึดโยงกับความเป็นเพศ ได้แก่

- การเป็นนักร้อง ที่มีลักษณะงานแบบการให้ความบันเทิง
- ความเป็นผู้หญิงแบบตะวันตก ร้องเพลงและเล่นดนตรีแบบตะวันตก ทำให้การเข้าถึงความบันเทิงจำกัดอยู่ในชนชั้นกลาง
- การรับบทพยาบาลสาวในละครเพลงของวง Kim Sister แสดงให้เห็นการจำกัดผู้หญิงให้อยู่ในงานบริการ ฯลฯ

โดยสิ่งเหล่านี้ได้ต่อย้ำความเป็นเพศที่จำกัดทักษะและความหลากหลายของผู้หญิง

2. ยุคเปลี่ยนผ่านสู่เกิร์ลกรุ๊ปไอดอล(ค.ศ. 1990 – 2000)

ในยุคนี้รัฐบาลเกาหลีได้เริ่มมีการส่งเสริมการส่งออกทางวัฒนธรรม มีการวางแผนนโยบายผ่านทาง การสร้างอุตสาหกรรมบันเทิง การเปิดพื้นที่สำหรับผู้หญิงในอาชีพนักร้อง จึงทำให้การส่งออกนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปเป็นส่วนหนึ่งในสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีเป้าหมายในการสร้างรายได้เข้าประเทศ กระบวนการสร้างนักร้องเกิร์ล

กรุ๊ปจึงเริ่มเห็นความสำคัญของการสร้างลักษณะหรือคาแร็คเตอร์ให้สอดคล้องกับรสนิยมของผู้ชมที่หลากหลายมากขึ้นอีกทั้งการเข้ามามีบทบาทของบริษัทยักษ์ใหญ่ที่เป็นผู้ตอบรับนโยบายการสร้างศิลปินเพื่อการส่งออกจึงเริ่มให้ความสำคัญกับการคัดเลือกบุคคลมาเข้ามาเป็นศิลปิน โดยอยู่ใน การจัดการดูแลภายใต้บริษัทที่มีการบริหารจัดการภายใต้ระบบทุนนิยม

ประกอบกับอิทธิพลวัฒนธรรมญี่ปุ่นได้รับความนิยมใน เอเชียเป็นอย่างมาก ในช่วงเวลาดังกล่าว รวมถึงในเกาหลี ส่งผลให้การสร้างนักร้อง เกิร์ลกรุ๊ปเกาหลี ในยุคนี้มีความสอดคล้องกับลักษณะของเกิร์ลกรุ๊ปญี่ปุ่นทั้งในด้านภาพลักษณ์ การแต่งกาย เพลงการเต้นและการแสดงออก เช่นเกิร์ลกรุ๊ปที่มีภาพลักษณ์ของหญิงสาวไร้เดียงสาตัวอย่างวง Morning Musume ในปี 1997



วง Morning Musume ในปี 1997 (7)

2.1 ลักษณะของเกิร์ลกรุ๊ป

ในยุคนี้ จะเห็นความเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างออกไปจากยุคก่อนมากขึ้น เนื่องจากการรับอิทธิพล ที่หลากหลาย ทำให้เห็นลักษณะการเปลี่ยนแปลงของเกิร์ลกรุ๊ปดังนี้

2.1.1) หน้าตา นักร้องเกิร์ลกรุ๊ปในยุคนี้ส่วนมากมีที่มาจากคัดเลือกโดยตัวแทนจากบริษัทต้นสังกัด โดยมักจะเฟ้นหาเด็กสาววัยรุ่นที่มีหน้าตาดี เสียงดีและกล้าแสดงออกจากโรงเรียนหรือกิจกรรมตามเวทีต่างๆ หรือมีการเปิดโอกาสให้ส่งคลิปวิดีโอเข้ามาเพื่อรับการคัดเลือก จึงเห็นว่ามี การให้ความสำคัญกับการคัดเลือก หน้าตาของเกิร์ลกรุ๊ป ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความดึงดูดแก่ผู้ชม

2.1.2) การแต่งกาย ลักษณะการแต่งกาย เสื้อผ้าหน้าผมมีหลากหลายรูปแบบมากขึ้น ทั้งการแต่งกายที่เน้นความสดใส เช่นวง S.E.S. ที่เปิดตัวเพลง I'm your girl ด้วยคอนเซ็ปต์สาววัยรุ่นสวยชุดสีขาว มัดผมจุก และการแต่งกายที่แสดงออกถึงความเซ็กซี่หรือห้าวอย่างวง Baby V.O.X เพลง Killer ปี 1999 ก็ได้แสดงให้เห็นภาพลักษณ์ที่แตกต่างไปจากเดิม



วง S.E.S (8)



วง Baby V.O.X (9)

2.1.3) เพลง เนื้อหาเพลงยังคงเกี่ยวข้องกับความรักเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นความรักที่เน้นไปในแนวสดใส ไร้เดียงสา มากกว่าแนวเท่หรือเซ็กซี่ ตัวอย่างวง S.E.S. ที่เปิดตัวเพลง I'm your girl ด้วยภาพลักษณ์สดใสบวกกับการเต้นที่แข็งแรงพร้อมเพรียง ทำให้ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีตั้งแต่เพลงแรกที่เปิดตัว หรือในปี 1999 วง Fin.K.L เปิดตัวเพลง Eternal love ก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเช่นกัน

2.1.4) การร้อง เน้นการใช้พลังเสียงที่เน้นความสดใสของน้ำเสียง เริ่มมีการแบ่งท่อนร้องของสมาชิกแต่ละคน ทำให้คาแร็คเตอร์ในการร้อง มีความแตกต่างกันออกไป เช่น เสียงหลัก เสียงเรีพ ฯลฯ



วง Fin.K.L (10)

2.1.5) การเต้น เป็นท่าเต้นอย่างง่าย ๆ พร้อมเพรียงกัน ในขณะที่เดียวกันก็ได้มีวงที่เน้นการเต้นที่แข็งแรงและเซ็กซี่อย่างวง Baby V.O.X ในเพลง Get up ที่เปิดตัวในปี 1999 ช่วยสร้างเอกลักษณ์ที่หลากหลายให้กับวงการเพลงเกาหลีมากขึ้น

2.1.6) การแสดงออกและผลงานอื่นๆ มีรายการเพลงทางโทรทัศน์เป็นพื้นที่หลักในการเปิดการแสดงของเกิร์ลกรุ๊ปในแต่ละครั้ง เช่น รายการ Music Bank, Mnet, Music Camp ฯลฯ นอกจากนั้นต้นสังกัดของศิลปินก็จะเป็นผู้กำหนดการจัดกิจกรรมคอนเสิร์ตของเกิร์ลกรุ๊ป เพื่อเปิดพื้นที่ให้ได้มีโอกาสพบปะกับแฟนเพลง มีการสร้างสัญลักษณ์ สี และชื่อเรียกแฟนคลับ เพื่อเป็นการแสดงตัวตนของผู้เข้าชมคอนเสิร์ต อีกทั้งเริ่มมีการเปิดตัวเกิร์ลกรุ๊ปในประเทศญี่ปุ่น รวมถึงในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นครั้งแรกอีกด้วย

2.2 ความเป็นเพศ

2.2.1) ลักษณะความเป็นหญิงเกิดรูปแบบของเกิร์ลกรุ๊ปที่แตกต่างกัน ทั้งแบบที่ตอกย้ำความเป็นผู้หญิงและแบบของผู้หญิงสมัยใหม่ที่มีหลากหลายบุคลิก อีกทั้งการให้ความสำคัญกับหน้าตาและการแสดงออกผ่านร่างกาย เช่น

- วง S.E.S. และ วง Fin.K.L ที่มีลักษณะของผู้หญิงแบบเรียบร้อย อ่อนหวาน ปรากฏให้เห็นผ่านการแต่งกาย เพลง การร้อง การเต้น และการแสดงออกที่ไม่หือหวา
- วง Baby V.O.X ที่มีลักษณะของผู้หญิงแบบใหม่ แสดงให้เห็นผ่านการแต่งกายที่เน้นรูปร่างมากขึ้น การร้องการเต้นที่แข็งแรง มีการแสดงออกแบบผู้หญิงที่มีความมั่นใจและเซ็กซี่ จึงแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลทางความคิดที่เปลี่ยนแปลงไปในสังคม ผู้หญิงแบบใหม่ที่เกิดขึ้นได้ท้าทายต่อความเป็นผู้หญิงแบบเก่า เกิดความคิดที่ยอมรับความแตกต่างหลากหลายทางเพศ และไม่ได้มองว่าการเป็นผู้หญิงในแบบที่สุภาพเรียบร้อยเป็นกุลสตรีเท่านั้นจึงจะได้รับการยอมรับในสังคมและยังเกิดวิถึคิดเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับรูปร่างหน้าตาอีกด้วย

2.2.2) การต่อต้านการยอมรับผู้หญิงให้มีบทบาทในพื้นที่สื่อ ที่แม้จะตกอยู่ภายใต้การควบคุมจัดการจากบริษัทต้นสังกัดที่คัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีหน้าตาและความสามารถเทียบพร้อมมากกว่าเพื่อลดต้นทุนในการจัดการภายใต้ระบบทุนนิยม เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้แสดงออกถึงความสามารถและใช้ความสามารถของตนให้เกิดประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพจึงเห็นว่าผู้หญิงได้แสดงการต่อต้านความเป็นเพศที่ควบคุมผ่านนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปโดยปรากฏลักษณะของความเป็นหญิงที่มีหลากหลายแบบนอกจากการมีบทบาทในพื้นที่สาธารณะแล้วยังให้ความสำคัญกับการต่อต้านผ่านพื้นที่ส่วนตัวบนร่างกาย เช่น วง Baby V.O.X ที่มีบุคลิกแบบผู้หญิงเซ็กซี่ มั่นใจ มีการแต่งกายที่เปิดเผยร่างกายมากขึ้น เพื่อที่จะท้าทายการผลิตซ้ำความเป็นผู้หญิงแบบเก่าที่ควบคุมความเป็นเพศของนักร้องเกิร์ลกรุ๊ป

3. ยุคเกิร์ลกรุ๊ปไอดอล (ค.ศ. 2000 – 2013)

สังคมในยุคปัจจุบันที่สามารถเชื่อมต่อสื่อสารกันได้อย่างง่ายดาย การส่งผ่านและรับอิทธิพลทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต รวมถึงแนวความคิด ย่อมกระทำได้อย่างสะดวกรวดเร็วและทำให้เกิดความรู้สึกรู้ว่าไม่ถูกขัดแย้ง การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสามารถทำได้ง่ายและผู้บริโภคเลือกที่จะรับข้อมูลเหล่านั้นตามรสนิยมของตน ด้วยเหตุผลดังกล่าว การสร้างนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปของเกาหลีเพื่อที่จะให้สอดคล้องกับการเปิดรับข้อมูลของผู้ชมที่หลากหลาย จึงได้ผสมผสานลักษณะทางวัฒนธรรมต่างๆที่ได้รับอิทธิพลมาตั้งแต่ยุคก่อนปี 2000 ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมจากตะวันตกหรือวัฒนธรรมญี่ปุ่น

การสร้างนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปในยุคปัจจุบันนี้จึงเห็นความสำคัญของการสร้างลักษณะหรือคาแร็คเตอร์ของนักร้องกลุ่มดังกล่าวให้สอดคล้องกับรสนิยมของคนทั่วโลก

3.1 ลักษณะของเกิร์ลกรุ๊ป

ในยุคนี้จะเห็นการเปลี่ยนแปลงของเกิร์ลกรุ๊ปที่มีความหลากหลายทางเพศผ่านการแสดงออกที่ไม่ได้จำกัดรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง จึงทำให้ลักษณะของเกิร์ลกรุ๊ปมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับการกำหนดคาแร็คเตอร์ โดยสามารถแบ่งลักษณะต่างๆได้ดังนี้

3.1.1) หน้าตานั่นการคัดเลือกหน้าตาและ

ความสามารถควบคู่กัน และเห็นความแตกต่างทางเชื้อชาติของสมาชิกในเกิร์ลกรุ๊ป เช่น วง F(x) ที่มีวิคตอเรียเป็นสมาชิกชาวจีน ซึ่งได้รับการคัดเลือกจากการประกวดเข้ามาเป็นศิลปินฝึกหัด โดยผ่านขั้นตอนการฝึกฝนเรียนรู้ทักษะการร้อง การเต้นและการแสดง การดูแลควบคุมร่างกาย รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนแก้ไขจุดบกพร่องโดยการศัลยกรรม



วงF(x) (11)

และมีการทดสอบวัดระดับความสามารถที่ได้รับการฝึกฝนมา เพื่อคัดเลือกและเตรียมตัวในการเป็นศิลปินต่อไป จึงเห็นว่าการให้ความสำคัญกับปรับปรุงภาพลักษณ์ รูปร่างหน้าตา และมีขั้นตอนการคัดเลือกที่เป็นระบบ เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมให้ศิลปินมีคุณภาพเพียงพอที่จะแข่งขันภายใต้ระบบทุนนิยม



3.1.2)จำนวนสมาชิก แสดงให้เห็นถึงการสร้างลักษณะที่หลากหลายของผู้หญิงผ่านการสร้างคาแร็คเตอร์ของเกิร์ลกรุ๊ป สมาชิกนักร้องที่มีจำนวนมากเช่นวง Girls' Generation มีจำนวนสมาชิกถึง 9คน ก็เพื่อให้เห็นลักษณะเฉพาะของสมาชิกแต่ละคนที่มีคาแร็คเตอร์ต่างกัน เช่น คนที่ร่าเริง คนที่เรียบร้อย คนที่ดูห้าว หรือ

คนที่ดูเซ็กซี่ เป็นการตอบสนองรสนิยมในการเลือกของวง Girls' Generation (12) แฟนคลับที่มีจำนวนมากเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ในการขยายฐานแฟนคลับต่อไป

3.1.3)การแต่งกายและบุคลิก มีความแตกต่างหลากหลายรวมถึงเอกลักษณ์ของเกิร์ลกรุ๊ปในแต่ละวง สามารถแสดงออกผ่านการแต่งกายเสื้อผ้าและการตกแต่งร่างกาย และบทบาทหน้าที่ เช่น หัวหน้าวง นักร้องหลัก นักเต้นหลัก หน้าตาของวง ฯลฯเพื่อกำหนดลักษณะของผู้หญิงในแบบนั้นๆ ไว้ที่สมาชิกคนใดคนหนึ่งอย่างวง F(x) มีเอกลักษณ์ที่ผสมผสานผู้หญิงหลากหลายคาแร็คเตอร์ เช่น แอมเบอร์ สมาชิกที่มีเอกลักษณ์ห้าวแบบทอมบอย หรือซอลลิ สมาชิกที่มีเอกลักษณ์แบบเด็กไร้เดียงสา รวมถึง วิคตอเรียที่มีภาพลักษณ์แบบพี่สาวคนโต แต่ก็ยังปรากฏลักษณะของผู้หญิงที่เรียบร้อยอ่อนหวาน อย่างวง APINK ที่เน้นภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่อ่อนหวานสดใสด้วยเช่นกัน ถึงแม้ว่าจะมีการกำหนดคอนเซ็ปต์ของเพลงที่โปรโมตในแต่ละอัลบั้ม สมาชิกแต่ละคนก็จะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป



วง APINK (13)

3.1.4)เพลงลักษณะของเพลงในปัจจุบันจะมีเนื้อหาที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างชายหญิง ที่ผู้หญิงมีบทบาทในการต่อรองกับผู้ชายมากขึ้น ผู้หญิงสามารถเปิดเผยความรู้สึกของตนในขณะเดียวกันก็กล้าที่จะเรียกร้องให้ผู้ชายเปิดเผยความรู้สึกอย่างตรงไปตรงมา สนุกสนาน

เช่นเพลง Rum PumPumPumของ F(x)ที่เปิดตัวในปี 2013 กล่าวถึงการเชิญชวนให้คนที่ตนสนใจ มาทำความรู้จักกัน และแสดงความรักต่อกัน หรือ วง APINK เปิดตัวเพลงแรกในปี 2011 ชื่อ I don't know มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิงที่เงินอายุต่อการสารภาพรักจากเพลงเปิดตัวเพลงแรกจนกระทั่งเพลงล่าสุดในปี 2013เพลงNO NONOที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการให้กำลังใจคนรักก็ยังคงมี ลักษณะของความเป็นผู้หญิงที่อ่อนหวานเรียบร้อยอยู่เช่นกัน



มิวสิกวิดีโอเพลง Rum PumPumPum ของ F(x) (14)

3.1.5) การร้อง น้ำเสียงในการร้องจะแตกต่างออกไปตามแต่สไตล์ของบทเพลง มีการกำหนดบทบาทในการร้องที่ชัดเจนว่าสมาชิกคนใดร้องท่อนที่เน้นพลังเสียง เสียงอ่อนหวานหรือร้องท่อนแร็ป

เช่นเพลง I don't know ของ APINK มีท่อนที่แบ่งว่าสมาชิกคนใดร้องเสียงหลัก ร้องเสียงประกอบหรือท่อนแร็ปและการร้องที่ใช้คำซ้ำๆเพื่อให้เพลงติดหูผู้ฟัง เช่น เพลง Gee วง Girls' Generation ที่มีการร้องที่เน้นท่อน Gee ซ้ำๆ ใช้น้ำเสียงที่น่ารักสดใส แสดงให้เห็นถึงการแบ่งบทบาททักษะการร้องที่แตกต่างของสมาชิกแต่ละคน

3.1.6) การเต้น มีลักษณะที่แข็งแรง พร้อมเพรียงกัน สามารถสื่อได้หลากหลายอารมณ์ เช่น หัว อ่อนหวาน เซ็กซี่ ฯลฯ ซึ่งท่าเต้นเหล่านั้นก็เปิดเผยให้เห็นสัดส่วนของผู้หญิงมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นคอนเซปต์ใดก็ตาม เช่นวง Dalshabet ที่เน้นบุคลิกของผู้หญิงที่เซ็กซี่ จึงมีท่าเต้นที่มักใช้ขาเป็นส่วนประกอบในท่าทาง เป็นต้น



ท่าเต้นในเพลง Be Ambitious ของวงDalshabet (15)

3.1.7) การแสดงออกและผลงานอื่นๆ มีการแสดงเปิดตัวเพลงในรายการเพลงที่ได้รับความนิยมเช่น Music Bank, Music Core, SBS inkigayo ฯลฯ รายการเหล่านี้มีความสำคัญในการเป็นพื้นที่วัดระดับความนิยมของเพลง เพราะเป็นแหล่งรวบรวมศิลปินจากทุกสังกัดค่ายมาเปิดตัว และ โหวต

เพลงที่ได้รับความนิยมทุกสัปดาห์ อีกทั้งยังมีการคัดเลือกศิลปินที่ได้รับความนิยมจาก ต่างประเทศ เพื่อจัดคอนเสิร์ตตามภูมิภาคต่างๆทั่วโลกอีกด้วย

และยังมีพื้นที่ในการแสดงอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น ทอล์กโชว์ คอนเสิร์ต หรืองานแฟนมีตติ้ง จึงทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักร้องและแฟนคลับที่เหนียวแน่นมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ในโลกสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์หรือเว็บบล็อก เป็นช่องทางในการแสดงออก บอกเล่าเรื่องราวในชีวิตประจำวัน ติดต่อกับแฟนคลับ เสมือนอยู่ใกล้ชิดกันแม้จะอยู่คนละประเทศ

3.2ความเป็นเพศ

ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของเกิร์ลกรุ๊ปในปัจจุบัน สามารถอธิบายให้เห็นการสร้างความเป็นเพศของผู้หญิงที่เป็นต้นแบบที่ได้รับการยอมรับในสังคมไม่เพียงแต่อิทธิพลที่ส่งต่อภายในประเทศ การรับวัฒนธรรมก้าวข้ามพรมแดนผ่านการเสฟสื่อบันเทิงจากนักร้องเกิร์ลกรุ๊ป ยังแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลการสร้างแบบของผู้หญิงในปัจจุบัน รวมถึงระบบทุนนิยมและระบบชายเป็นใหญ่ที่หาประโยชน์จากการสร้างนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและประโยชน์ด้านธุรกิจ

3.2.1) เกิร์ลกรุ๊ปกับการกลายเป็นสินค้า

การเข้ามาเป็นนักร้องและขั้นตอนการเป็นเกิร์ลกรุ๊ปนั้น จะต้องผ่านการประกวดคัดเลือกจากบริษัทต้นสังกัดเพื่อเข้ามาเป็นนักร้องฝึกหัดโดยมีการฝึกหัดทักษะการร้อง การเต้นและการแสดงออก มีตารางเวลาในการฝึกซ้อมที่เข้มงวด รวมถึงการฝึกฝนบุคลิกภาพ การควบคุมร่างกายผ่านการควบคุมอาหาร การลดน้ำหนัก และปรับแต่งแก้ไขจุดบกพร่องบนร่างกาย กฎเกณฑ์ต่างๆที่กำหนดขึ้นมาเป็นเงื่อนไขในการควบคุมผู้หญิงนั้น ล้วนมาจากอิทธิพลของระบบทุนนิยมที่กระทำเพื่อให้มีบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ



Bae Suzyวง MissA

ฟรีเซ็นเตอร์เครื่องสำอางTheFaceShop (16)

จึงเห็นว่าความสวยงามผ่านภาพลักษณ์ของเกิร์ลกรุ๊ป เป็นรูปแบบจากการควบคุมของระบบชายเป็นใหญ่ แม้ว่าสังคมในปัจจุบันจะให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมกันทางเพศ ผู้หญิงสามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตนได้หลากหลายรูปแบบมากขึ้นก็ตาม แต่ก็ยังไม่สามารถหลุดพ้นจากการครอบงำของระบบทุนนิยมที่มีผู้ชายเป็นผู้บริหารจัดการนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปเหล่านั้น ซึ่งเห็นได้จากการที่นำนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปมาเป็นฟรีเซ็นเตอร์โฆษณาสินค้า เช่น ผลิตภัณฑ์ความงาม

อาหาร เครื่องดื่ม สถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงอุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ เราจึงได้เห็นบทบาทที่เพิ่มมากขึ้นจากเพียงแค่อาชีพนักร้อง การเป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้าที่ช่วยกระตุ้นการบริโภคจากผู้ชมไม่เพียงแต่กลุ่มแฟนคลับ ยังรวมถึงคนทั่วไปที่ได้รับชมสื่ออื่นๆอีกด้วย

Bae Suzy จากเกิร์ลกรุ๊ปวง MissAมีชื่อเสียงโด่งดังจากการรับบทในภาพยนตร์เรื่อง Introduction to Architecture จนได้รับฉายา “รักแรกของคนทั้งประเทศ” ด้วยภาพลักษณ์ที่ดูอ่อนวัย สดใส ไร้เดียงสาและมีเสน่ห์ ทำให้เธอได้รับโอกาสในการเป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณาสินค้าต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอางThe Face shop, อาหาร Domino Pizza, โทรศัพท์มือถือ Samsung Galaxy Pop ฯลฯ ดังนั้นเธอจึงกลายเป็นไอดอลที่นิยมชื่นชอบของคนเกาหลี จนนับได้ว่าเป็นความสำเร็จที่นอกเหนือไปจากการเป็นเกิร์ลกรุ๊ป



(17)

เกิร์ลกรุ๊ป การที่เกิร์ลกรุ๊ปมีอิทธิพลต่อวงการบันเทิงในหลากหลายรูปแบบ ย่อมส่งผลต่อค่านิยมของคนในสังคมที่มีต่อผู้หญิงและความสำเร็จของอิทธิพลระบบทุนนิยมชายเป็นใหญ่ที่สร้างแบบของผู้หญิงที่ได้รับการยอมรับในสังคม

หรือนักร้อง Ueeจากวง After School ไอดอลรูปร่างสูงเพียวบางที่มีบทบาทเป็นทั้งนักแสดงและพรีเซ็นเตอร์ในโฆษณาผลิตภัณฑ์ BDLab ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนักที่เธอเป็นพรีเซ็นเตอร์ แสดงให้เห็นถึงค่านิยมการมีรูปร่างที่เพียวบางสมส่วน

ในทางกลับกันความไม่เท่าเทียมกันทางเพศที่มองว่าผู้หญิงถูกกระทำผ่านการโฆษณาก็ยังแสดงให้เห็นถึงอำนาจและการต่อต้านระบบชายเป็นใหญ่ของผู้หญิงได้เช่นกัน การเป็นจุดสนใจจากการที่มีรูปร่างหน้าตาสวยงาม และรายได้

จากการเป็นพรีเซ็นเตอร์ก็ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับการเป็น

3.2.2) “เกิร์ลกรุ๊ปไอดอล” วาทกรรมชายเป็นใหญ่กับการท้าทายของผู้หญิง

ลักษณะของสังคมเกาหลีที่ให้ความสำคัญกับผู้ชาย แม้ผู้หญิงจะมีบทบาทในสังคมมากขึ้น ก็ยังเห็นความไม่เท่าเทียมกันผ่านทางสื่อ ซึ่งมีอิทธิพลต่อ ภาพลักษณ์ ผลงานและการแสดงออกของนักร้องเกิร์ลกรุ๊ป

- การต่อต้านลักษณะความเป็นหญิงที่นิยมภาพลักษณ์เซ็กซี่มากขึ้นในปัจจุบันทำให้นักร้องเกิร์ลกรุ๊ปหลายวงต้องแปลงโฉมภาพลักษณ์ใหม่ เพื่อให้เป็นไปตามกระแสนิยมแสดงให้ถึงการสร้างความเป็นหญิงในแบบใหม่ที่ไม่จำกัดเพียงแค่แบบเดิม

วง Sistar ในปี 2013 ที่ประสบความสำเร็จจากเพลง Give it to me ด้วยภาพลักษณ์ที่เซ็กซี่มาก ขึ้นจาก เพลงก่อนหน้านี้ ทำให้เพลงติดชาร์ตอันดับหนึ่งอยู่ หลายสัปดาห์ จึงเกิดกระแสเพลงที่เน้นสื่อเนื้อหาค่อนข้างล่อแหลม ตรงไปตรงมามากขึ้น



มิวสิกวิดีโอเพลง Give it to me จากวง Sistar (18)

หรือวง Dalshabet ได้เปิดตัวเพลง Be Ambitious ที่ทำให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ถึงความเหมาะสมของเนื้อหาเพลง ท่าเต้นและมิวสิกวิดีโอ โดยมีเนื้อหาที่สื่อไปในทางชู้ชาน การเต้นที่เผยให้เห็นเรือนร่าง และมิวสิกวิดีโอที่นำผู้ชายใส่ชุดทหารมาอนرابโดยให้ผู้หญิงยืนชี้นิ้วสั่ง ได้ถูกวิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่เหมาะสมที่ทำให้ทหารซึ่งเป็นบุคคลที่ได้รับความนับถือในสังคม มาแสดงท่าทางสยบยอมหญิงสาวที่แต่งกายสวยงามชู้ชาน อย่างไรก็ตาม อาจเป็นการทำทนายอำนาจของผู้ชายจากผู้หญิงที่แสดงออกผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงของเกิร์ลกรุ๊ป จึงเป็นลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปของเกิร์ลกรุ๊ปที่ถูกสร้างให้เป็นที่จดจำและกล่าวถึงในสังคม



มิวสิกวิดีโอเพลง Be Ambitious วง Dalshabet (19)

- การผลิตซ้ำ การแต่งกายของสมาชิกในเกิร์ลกรุ๊ป จะมีลักษณะที่บ่งบอกถึงคาแร็คเตอร์เฉพาะของแต่ละคน แต่ในบางคอนเซ็ปต์ของเพลง ก็มีการแต่งกายที่เสื้อผ้าของแต่ละคนไม่ได้แตกต่างกันมากนัก เช่นในปี 2009 เพลง Tell me your wish ของวง Girls' Generation ได้เปิดตัวด้วยภาพลักษณ์การแต่งกายแบบทหารสาวทั้ง



9 คน สวมกางเกงขาสั้นอวดเรียวขาอีกทั้งทำเต็มที่ใส่ขาสะบัดโซว์ลีลาได้อย่างพร้อมเพรียงกันได้รับความนิยมและถูกนำไปแสดงล้อเลียนจากนักร้องวงอื่นๆ โดยเฉพาะบอยแบนด์เป็นจำนวนมาก ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นสามารถบ่งบอกถึงอิทธิพลของความเป็นชายในระบบชายเป็นใหญ่

เครื่องแต่งกายแบบทหารที่นำมาให้ผู้หญิงสวมในการแสดง ทำให้เห็นถึงอิทธิพลต่อการแต่งกายของผู้ชายที่มีต่อผู้หญิง แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการเพิ่มอำนาจให้ผู้หญิง ที่ลดความสำคัญของการจำแนกประเภทว่าควรเป็นการแต่งกายของเพศใดได้อีกด้วย สิ่งเหล่านี้แสดงออกถึงอิทธิพลแนวคิดที่ตอบสนองความต้องการของผู้ชายในสังคม ภายใต้วิถีคิดแบบชายเป็นใหญ่ผ่านการกำหนดควบคุมลักษณะและแสดงออกของเกิร์ลกรุ๊ปโดยบริษัทต้นสังกัดที่บริหารธุรกิจภายใต้กระแสทุนนิยม

จึงเห็นได้ว่าในสังคมปัจจุบันการที่ผู้หญิงมีบทบาทหน้าที่ที่เท่าเทียมกับผู้ชาย ก็ช่วยสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี และโอกาสในหน้าที่การงานของผู้หญิง การเป็นนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปจึงเป็นอาชีพหนึ่ง que ผู้หญิงในปัจจุบันพึงพอใจและเต็มใจจะก้าวเข้ามาสู่วงการบันเทิงที่เต็มไปด้วยผลประโยชน์ เพราะพวกเขาก็หวังเช่นเดียวกันว่าจะได้รับประโยชน์นั้น ทั้งในด้านอาชีพการงาน ชื่อเสียงเงินทองและการปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์บุคลิกภาพ

การแสดงออกผ่านการแต่งกาย เพลง การร้องและการเต้นของนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปก็ยังคงแสดงถึงอำนาจในการทำให้ผู้อื่น ช่างมอง สนใจในความสวยงามและชื่นชมในความสามารถของพวกเธอ สร้างความมั่นใจและความภาคภูมิใจ เป็นการสร้างอำนาจที่ท้าทายการควบคุมจากระบบทุนนิยมและระบบชายเป็นใหญ่ ในขณะที่เดียวกันก็สร้างอำนาจการผลิตซ้ำจากระบบชายเป็นใหญ่ที่ควบคุมความเป็นหญิงที่ต้องให้ความสนใจกับรูปร่างหน้าตา เกิดการเลียนแบบจากผู้ชมและตอกย้ำว่ารูปลักษณ์ความสวยงามเท่านั้น จึงจะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น

จากลักษณะการเปลี่ยนแปลงและความเป็นเพศที่ปรากฏในนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปแต่ละช่วงเวลา ทำให้เห็นอำนาจของความเป็นเพศผ่านภาพการลักษณ์และการแสดงออกของเกิร์ลกรุ๊ป ซึ่งอำนาจเหล่านั้นก็ได้เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทช่วงเวลา และสามารถมองได้หลากหลายแง่มุม กล่าวคือการเกิดพื้นที่สำหรับผู้หญิงในฐานะนักร้องเกิร์ลกรุ๊ป พื้นที่ในการแสดงออกผ่านเรือนร่าง หรือลักษณะที่แตกต่างหลากหลายของผู้หญิง ซึ่งถูกควบคุมโดยระบบทุนนิยมและระบบชายเป็นใหญ่ ซึ่งในขณะที่เดียวกันก็อาจจะช่วยสร้างอำนาจให้ผู้หญิง หรืออาจจะเป็นอำนาจแบบใหม่ที่ควบคุมความเป็นเพศในสังคม

4. สรุปผลการวิจัย

พัฒนาการและความเป็นเพศของเกิร์ลกรุ๊ป สามารถอธิบายให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของสังคมในแต่ละช่วงเวลาที่ส่งผลต่อการนิยามและควบคุมความเป็นเพศ ผ่านการแสดงออกของอาชีพนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปสามารถสรุปผลการศึกษานี้ผ่านประเด็นดังนี้

1.บริบทสังคมกับความเป็นเพศ การรับอิทธิพลวัฒนธรรมจากตะวันตก วัฒนธรรมญี่ปุ่นไปจนถึงอิทธิพลวัฒนธรรมโลกในปัจจุบัน มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปในแต่ละยุคสมัย ความเป็นหญิงในแต่ละช่วงเวลาถูกกำหนดจากการประกอบสร้างทางสังคม โดยแสดงออกผ่านนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปตั้งแต่ในยุคกำเนิดที่ให้ความสำคัญกับแบบของผู้หญิงที่ทันสมัยอย่างตะวันตก ความเป็นหญิงที่สุภาพเรียบร้อย แสดงออกผ่านการแสดงที่เห็นถึงความมีสเนียมแบบชนชั้นสูงต่อมาเมื่อเข้าสู่ยุคเปลี่ยนผ่านจึงได้เห็นแบบของผู้หญิงที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งผู้หญิงที่มีความอ่อนหวานและผู้หญิงที่มั่นใจ กล้าแสดงออก ผ่านการแสดงของเกิร์ลกรุ๊ปที่เน้นความสดใสหรือการแสดงที่ดูแข็งแรง และเมื่อเข้าสู่ยุคเกิร์ลกรุ๊ปไอดอล จึงได้เห็นบทบาทของเกิร์ลกรุ๊ปที่แตกต่างออกไปจากเดิม เกิดความเป็นหญิงที่ไม่ได้จำกัดรูปแบบตายตัว และมีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น

จึงทำให้เห็นความแตกต่างหลากหลายในแต่ละช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงของนักร้องเกิร์ลกรุ๊ป แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่มีต่อความเป็นเพศ การยอมรับผู้หญิงในบทบาทพื้นที่สาธารณะ แนวคิดที่มีต่อร่างกายของผู้หญิงและการยอมรับแบบของความเป็นหญิงที่มีมากกว่าหนึ่งแบบ

2.อำนาจของความเป็นเพศในเกิร์ลกรุ๊ป

2.1) อำนาจการผลิตซ้ำ จะเห็นได้ว่าอิทธิพลของความเป็นเพศในแต่ละช่วงเวลาก็ได้สร้างแบบของความเป็นหญิงผ่านนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปที่แตกต่างกันออกไป และการสร้างความเป็นเพศนี้ก็ได้ผลิตซ้ำแบบของผู้หญิงที่ได้รับการยอมรับตามยุคสมัย ในยุคกำเนิดเกิร์ลกรุ๊ปให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้หญิงในพื้นที่สาธารณะ การมีส่วนร่วมในสังคมในบทบาทนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปที่มีภาพลักษณ์ของผู้หญิงเก่ง สุภาพเรียบร้อย และมีความสามารถ ต่อมาเมื่อเข้าสู่ยุคเปลี่ยนผ่านจึงเริ่มให้ความสำคัญกับการแสดงออกผ่านร่างกายของผู้หญิง โดยแสดงให้เห็นภาพลักษณ์ของเกิร์ลกรุ๊ปที่มีแตกต่างออกไปจากเดิม การเปิดเผยเรือนร่างและอารมณ์ความรู้สึกมากขึ้นผ่านบทเพลงและการแสดงออก และเมื่อถึงยุคเกิร์ลกรุ๊ปไอดอลในปัจจุบัน ก็ได้แสดงให้เห็นความแตกต่างหลากหลายของความเป็นเพศผ่านการแสดงออกของเกิร์ลกรุ๊ป รวมถึงการแสดงภาพลักษณ์ที่เป็นสากลภายใต้บริบทโลกอีกด้วย

อย่างไรก็ตามจะเห็นว่าเมื่อเปรียบเทียบยุคกำเนิดและยุคเปลี่ยนผ่านของเกิร์ลกรุ๊ปการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ของเกิร์ลกรุ๊ปในยุคปัจจุบันที่มีลักษณะแบบไอดอลนั้น มีอิทธิพลเป็นอย่างมากในการถ่ายทอดแบบของความเป็นหญิงผ่านกระบวนการสื่อที่สอดคล้องกับอิทธิพลวัฒนธรรมโลก ความเป็นไอดอลที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นแบบอย่างให้กับวัยรุ่นและผู้หญิงที่รักสวยรักงาม จำนวนและแบบของผู้หญิงในเกิร์ลกรุ๊ปที่

หลากหลายได้ผลิตซ้ำความเป็นหญิงในแบบปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับรูปร่างหน้าตาและการแสดงออกถึงตัวตนผ่านร่างกายภายใต้การควบคุมจากวาทกรรมชายเป็นใหญ่

2.2)อำนาจการต่อต้าน เกิร์ลกรุ๊ปตกอยู่ภายใต้การควบคุมร่างกาย และพื้นที่ในการแสดงออกถึงตัวตน ความเป็นเพศได้ถูกประกอบสร้างขึ้นผ่านเบื้องหลังที่มีผู้ชายเข้ามาเป็นผู้จัดการควบคุม อำนาจดังกล่าวเป็นอำนาจที่ควบคุมโดยวิธีคิดแบบระบบทุนนิยมและระบบชายเป็นใหญ่ที่เข้ามาผ่านการเปลี่ยนแปลงบริบทสังคมและแนวคิดสตรีนิยมในแต่ละช่วงเวลา โดยควบคุมผ่านการแสดงออกของนักร้อง เกิร์ลกรุ๊ปทั้งในด้านการแต่งกาย การร้อง การเต้นและการแสดงออก อาจจะมีองได้ว่าเกิร์ลกรุ๊ปนั้นได้ตกเป็นเหยื่อของความเป็นเพศที่ถูกควบคุมร่างกาย จิตใจและการแสดงออก แต่กระนั้นแล้วก็ยังได้เห็นอำนาจการต่อต้านของผู้หญิงที่แฝงอยู่ในการถูกควบคุมหรือผลิตซ้ำ เป็นการสร้างอำนาจให้ผู้หญิงได้มีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น การมีบทบาทในพื้นที่สาธารณะที่ผู้หญิงจะต้องยอมรับความกดดันจากการถูกเพ่งเล็ง แต่ก็ทำให้ได้รับการยอมรับในสังคมการควบคุมการแสดงออกผ่านเรือนร่างที่ดูเหมือนว่าผู้หญิงตกเป็นเหยื่อทางเพศ แต่ก็อำนาจในการทำให้ผู้อื่นจ้องมองและสนใจในเรือนร่างของเธอและการตกเป็นเหยื่อภายใต้การจัดการของระบบทุนนิยมก็ทำให้ผู้หญิงมีอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับตนเองเช่นกัน

อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงความเป็นเพศที่ปรากฏในเกิร์ลกรุ๊ปนี้ ก็ทำให้เห็นแง่มุมของอำนาจที่เปลี่ยนแปลงไป อำนาจของการควบคุมความเป็นเพศนั้นไม่ได้ตกอยู่ในมือของผู้ชายแต่เพียงผู้เดียว ผู้หญิงก็สามารถสร้างอำนาจผ่านการควบคุมเหล่านั้นได้เช่นกันหรืออาจเป็นไปได้ว่าทั้งผู้หญิงและผู้ชายก็ตกอยู่ภายใต้การควบคุมความเป็นเพศเหล่านี้ ดังนั้นนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปจึงได้แสดงให้เห็นถึงอำนาจของการสร้างความหญิงและความเป็นเพศที่มีแตกต่างหลากหลายตามบริบทช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป และมีบทบาทในการสร้างวาทกรรมเรื่องเพศในสังคม

อีกทั้งนักร้องเกิร์ลกรุ๊ปก็ยังมีส่วนสำคัญในการผลิตซ้ำและต่อต้านความเป็นเพศในระบบชายเป็นใหญ่ โดยอาจไม่ได้เกิดจากผู้ชายเป็นผู้สร้างหรือกระทำวาทกรรมนั้น แต่ผู้หญิงเองก็มีส่วนในการสร้างและต่อยอดระบบชายเป็นใหญ่ในสังคมทั้งที่ถูกปลุกฝังและเป็นความตั้งใจกระทำอีกด้วย

บรรณานุกรม

หนังสือตีพิมพ์ภาษาไทย

วิระดา สมสวัสดิ์. (2549). **ทิวทัศน์สตรีนิยม**. เชียงใหม่ : ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สิทธิณี ธรรมชัย คำรงค์ ฐานดี ปริศารั ยืนเสน พุทธชาติ โปธิบาล,บรรณาธิการ. 2556. **แสงแห่งพลวัตเกาหลี**.

กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะมนุษยศาสตร์คณะ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

เอกสารตีพิมพ์ภาษาต่างประเทศ

배재원. (2012). **한국대중가요 (K-pop)의형성과발전**. 서울 : 이화여자대학교.

ฐานข้อมูลออนไลน์

กฤษณะ แสงทอง. **สำรวจความนิยมK-POP(วงเคป๊อบเกาหลี) ของคนแต่ละช่วงอายุ**. [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก: <http://itjapandoung.blogspot.com/>. [เข้าถึงวันที่ 16 กรกฎาคม 2556].

Allkpop (นามแฝง). **เกิร์ลกรุ๊ป K-Pop สามารถทำเงินได้มากขึ้นกับคอนเซปต์ Sexy!?**. [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก: <http://kpop-th.com/do-girl-groups-make-more-money-if-the-have-a-sexy-concept/>.

[วันที่เข้าถึง 6 สิงหาคม 2556].

ASTVผู้จัดการออนไลน์. **ชาวเกาหลีเลือกเพลง Wonder Girls อันดับ 1 แห่งยุคปีโอปอโดล**. [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก: <http://www.manager.co.th/entertainment/viewnews.aspx?NewsID=9560000068610>.

[วันที่เข้าถึง 9 สิงหาคม 2556].

Aumsan(นามแฝง). **ท่อนสุดยอดเยี่ยมติดหู**. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก:

<http://hellomiki.com/Content>. [วันที่เข้าถึง 9 สิงหาคม 2556].

Koreatube2. **History of K-Pop Girl Groups 1935~2012**. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก:

<http://www.youtube.com/watch?v=htvudaUBhFc>. [วันที่เข้าถึง 2 ธันวาคม 2556].

Manager Online (นามแฝง). **เมื่อเกิร์ลกรุ๊ปกิมจิครองใจสาวรุ่น**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.blike.net/node/15313>. [วันที่เข้าถึง 8 กันยายน 2556].

MCOT (นามแฝง). **ติดกระแสวิกฤตแบนด์เกาหลี ที่เซ็กซี่ขึ้นทุกที**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://music.sanook.com/4492/>. [วันที่เข้าถึง 6 สิงหาคม 2556].

Translator Gang (นามแฝง). **เกิร์ลกรุ๊ปส่วนใหญ่ จะสามารถอยู่รอดภายใต้ ความแตกต่างจากโซนยอซิดเด ได้หรือไม่** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://forums.soshifanclub.com/index.php?showtopic=8673>. [วันที่เข้าถึง 6 สิงหาคม 2556].

YGL STAFF (นามแฝง). **Sport Chosun's '2013 Girl Group Ranking' chart, 2NE1 remains**

'insurmountable'. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://ygladies.com/media/130321-music-industry-insiders-consulted-to-release-a-2013-girl-group-ranking-chart-2ne1-remains-insurmountable> [วันที่เข้าถึง 15 สิงหาคม 2556].

Ystarchannel3. **Girl Groups, sexually suggestive content(걸그룹 선정성 논란, 달라진것)**.

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.youtube.com/watch?v=WSC4ZFt47JE>. [วันที่เข้าถึง 2 ธันวาคม 2556].

Ystarchannel3. **The girl group is the world's attention (한국 걸그룹, 세계가 주목)** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.youtube.com/watch?v=ajtAh8WTdqY>. [วันที่เข้าถึง 2 ธันวาคม 2556].

Wikipedia. **The Kim Sisters**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://en.wikipedia.org/wiki/The_Kim_Sisters.

[วันที่เข้าถึง 1 ธันวาคม 2556].

Wonderstar (นามแฝง). **กว่าจะเป็น Girls' Generation หรือ โซนยอซิดเด**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://hellomiki.com/Content>. [วันที่เข้าถึง 6 สิงหาคม 2556].

