

การเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크ผ่านสื่อออนไลน์⁶

ภัทรีธีรา คำนิล⁷

บุหงา ชัยสุวรรณ, Ph.D.⁸

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크ผ่านสื่อออนไลน์ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาผ่านเทคนิคการวิเคราะห์ส่วนประกอบ ผลการวิจัยพบว่า การเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크มีความโดดเด่นในด้านเนื้อหา โดยมีมุมมองการเล่าเรื่องจาก 3 มุมมอง ได้แก่ (1) จากค่ายต้นสังกัดในช่วงก่อนเปิดตัววง ที่บอกเล่าถึงประเด็น การฝึกฝน ทักษะความสามารถของสมาชิก พร้อมทั้งปริศนาต่าง ๆ ให้ผู้รับสารได้คาดเดาและค้นหาคำตอบ , (2) จากวงแบล็ก핑크 บอกเล่าผ่านผลงานที่มักจะมีใจความสำคัญเกี่ยวกับความแข็งแกร่งของผู้หญิง เช่น วีดีโอเพลงที่มีการแฝงสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ชวนให้ผู้รับสารได้ติดตาม, และ (3) จากสมาชิกวงแบล็ก핑크 ที่จะบอกเล่าเรื่องส่วนตัวของตนเองหรือของเพื่อนร่วมวง ซึ่งเป็นการเปิดเผยตัวตนอีกด้าน เพื่อลดช่องว่างระหว่างศิลปินกับกลุ่มแฟนคลับ อีกทั้งยังมักจะเฉลยหรือคลายข้อสงสัยที่ค่ายต้นสังกัดและวงแบล็ก핑크ได้ทิ้งปริศนาไว้

คำสำคัญ: แบล็ก핑크, การเล่าเรื่อง, สื่อออนไลน์

⁶ บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งจากการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “อัตลักษณ์และการเล่าเรื่อง เพื่อสร้างกระแสนิยมของวง BLACKPINK ผ่านสื่อออนไลน์”

⁷ นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

⁸ ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

BLACKPINK's Storytelling through Online Official Channels

Abstract

The objective of the research was to study BLACKPINK's storytelling through online official channels. The study was a qualitative research, and the data was analyzed using component analysis. The findings pointed out that BLACKPINK's storytelling was remarkable attributed to the following contents: (1) pre-debut messages from the agency telling about members' practices and skills along with leaving some mysteries to guess, (2) releasing works that conveys about female power, e.g., hidden signs in music videos, and (3) the band member posts giving a glimpse of her or other members' personal lives that would reduce the gap between them and the fans, and sometime clues to the mysteries the band and the agency had left to guess.

Keywords: BLACKPINK, Storytelling, Online official channels

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผลสำรวจ Global Digital 2019 จาก We Are Social และ Hootsuite ชี้ให้เห็นสถานการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้งานทั่วโลกกว่ามีการใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 6 ชั่วโมง 42 นาทีต่อคนต่อวัน ส่วนเว็บไซต์ยอดนิยม ได้แก่ Google ตามด้วย YouTube โดยมีกิจกรรมยอดนิยมบนอินเทอร์เน็ต คือ การใช้งาน Content Streaming ที่พบว่า 92% ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต รับชม Video Streaming นอกจากนี้การใช้งาน Social Media ก็เติบโตขึ้นจากกลุ่มประชากรที่ใช้งาน กลุ่มใหญ่เป็นกลุ่มอายุ 18-24 ปี และช่วงอายุ 25-34 ปี (MarketingOops, 2562) ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้สื่อออนไลน์เพื่อตอบสนองความบันเทิงส่วนตัว ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของตน (MarketingOops, 2558; Pat Thitipattakul, 2561) เช่น การติดตามชมสื่อบันเทิงของเกาหลีใต้

กระแสเพลงประเทศเกาหลีใต้ (K-POP) เป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน มีมูลค่าทางการตลาดโดยรวมสูงถึง 150,000 ล้านบาท (ลงทุนแมน, 2562) โดยใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ ซึ่งสังเกตได้จากความนิยมในการค้นหาคำว่า K-POP ผ่านทางเว็บไซต์ Google ที่เพิ่มสูงขึ้นถึง 76% เมื่อเทียบระหว่างปี 2009 และปี 2019 (Google Trend, 2019)

แบล็ก핑크เป็นศิลปินกลุ่มหญิง (Girl Group) ของวงการเพลงประเทศเกาหลีใต้ (K-POP) ประกอบไปด้วยสมาชิกจำนวน 4 คน โดยเรียงลำดับจากซ้ายไปขวา ได้แก่ เจนนี่ (JENNIE), โรเซ่ (ROSÉ), ลิซ่า (LISA), และจิสซู (JISOO) เปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Debut) เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2016 สังกัดค่าย YG Entertainment (BLACKPINK, 2019) ซึ่งเป็นค่ายเพลงอันดับต้น ๆ ของ K-POP



ภาพที่ 1 สมาชิกวงแบล็ก핑크

ปัจจุบันแบล็ก핑크ก็ถือว่าเป็น Girl Group ในวงการ K-POP ที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก สามารถสร้างชื่อเสียงและเป็นกระแสนิยมในระดับสากล ด้วยการสร้างปรากฏการณ์และสถิติใหม่ ๆ ให้กับวงการเพลงระดับโลกในหลายมิติ ตัวอย่างเช่น ข้อมูลจาก YouTube music charts ที่สรุปการเข้าชมวิดีโอเพลง K-POP ของ 31 ประเทศที่เข้าชม K-POP มากที่สุดในโลก โดย 5 อันดับแรกที่แต่ละประเทศเข้าชมมากที่สุดในปี 2018 พบว่า วิดีโอเพลง DDU-DU DDU-DU เป็นอันดับ 1 ของ 27 ประเทศ และแบล็ก핑크เป็นวงเดียวที่ติดอันดับอย่างน้อย 1 เพลงในทุกประเทศ (Zodiark, 2019)

โดยที่วงแบล็ก핑크มีวิดีโอเพลงที่เผยแพร่บน YouTube เพียง 8 เพลงเท่านั้น แต่ทุกเพลงเป็นที่นิยม มียอดผู้เข้าชมมากกว่า 100 ล้านครั้ง (WorkpointShorts, 2562) และเป็น Girl Group วงแรกของโลกที่มีผู้เข้าชมวิดีโอเพลงมากกว่า 600 ล้านครั้ง ถึง 3 เพลงด้วยกัน ซึ่งแบล็ก핑크นั้นได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของวิดีโอเพลงอย่างมาก ทั้งในด้านการเล่าเรื่อง แฟชั่นการแต่งกาย ฉากประกอบ รวมถึงเทคนิคต่าง ๆ ในการถ่ายทำ จนทำให้วงแบล็ก핑크นั้นขึ้นชื่อในเรื่องวิดีโอเพลง และก้าวมาเป็นช่อง YouTube ที่ได้รับความนิยมในอันดับต้น ๆ ของโลกได้ ทั้ง ๆ ที่ภายในช่องมีเนื้อหาหลัก ๆ เป็นภาษาเกาหลี (VideoAmigo, 2019)

ด้านความนิยมรายบุคคลของสมาชิกวงแบล็ก핑크ก็มีกระแสตอบรับที่ดีมากทุกคน จาก ยอดผู้ติดตามใน Instagram ส่วนตัวของสมาชิกทั้ง 4 คน ที่สร้างขึ้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2561 ซึ่งภายในระยะเวลาไม่ถึง 1 ปี ก็ได้ก้าวมาเป็น 4 อันดับแรกของบัญชี Instagram ผู้ที่มีชื่อเสียง หญิงในประเทศเกาหลีใต้ได้ทุกคน นอกจากนี้ทาง HypeAuditor (2019) ยังได้จัดอันดับให้ทั้ง 4 เป็นผู้มีอิทธิพลบน Instagram ของวงการเพลงจากผู้ใช้งานทั่วโลกในลำดับที่ 12, 15, 22, และ 23 โดยมีผู้ติดตามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2562)

Benjamin (2019) จาก Rollingstone ได้กล่าวว่า “แบล็ก핑크บุกเข้าไปโผล่เล่นอยู่ใน กระแสความนิยมเป็นปี จนได้เซ็นสัญญากับค่ายเพลงของสหรัฐอเมริกา อย่างค่าย Interscope Records ทั้งหมดนี้เกิดขึ้นทั้งที่พวกเขาไม่ได้ร้องเพลงภาษาอังกฤษหรือโปรโมตในสหรัฐอเมริกา แม้แต่หน้าที่เดียว” นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์ถึงองค์ประกอบที่ทำให้เป็นที่นิยมในระดับโลกไว้ว่า ชื่อแบล็ก핑크นั้นแสดงตัวตนได้แบบสองด้าน ถึงแม้จะเป็นวงดนตรีของประเทศเกาหลีใต้แต่กลับ มีส่วนผสมหลากหลายวัฒนธรรม เนื่องจากมีสมาชิกที่มาจากหลายประเทศ ทั้งเกาหลีใต้ นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย และไทย ตัววงมีอัตลักษณ์ที่แข็งแกร่ง และทั้งวงได้รวบรวมภาพลักษณ์ที่ สังคมต้องการไว้หมดแล้ว

แบล็ก핑크ได้ทำการ Debut ที่ประเทศสหรัฐอเมริกาในวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2019 (THE STANDARD CULTURE, 2562) และได้จัดแสดงคอนเสิร์ตในหลายประเทศทั่วโลก (World Tour) ทั้งในเอเชีย อเมริกาเหนือ และยุโรป อีกทั้งยังได้เข้าร่วมแสดงในเทศกาลดนตรี Coachella ซึ่งเป็นเทศกาลดนตรีและศิลปะที่มีชื่อเสียงอันดับต้น ๆ ของโลก วงแบล็ก핑크ประสบความสำเร็จ อย่างมากจากการแสดงครั้งนี้ได้รับกระแสตอบรับที่ดีอย่างต่อเนื่องจากสื่อบันเทิง และเหล่าคน ดังทั่วโลก

เส้นทางสู่ความสำเร็จของแบล็ก핑크นั้นมาจากหลายองค์ประกอบด้วยกัน ซึ่งการเล่า เรื่องของวงแบล็ก핑크ที่ค่อย ๆ เปิดเผยตัวตนและความสามารถออกมานั้นอาจเป็นหนึ่งใน องค์ประกอบที่มีความสำคัญ เนื่องจากทำให้ผู้ที่ติดตามเกิดความรู้สึกประหลาดใจได้อยู่เรื่อย ๆ เพราะยังมีสิ่งที่ยังซ่อนอยู่ให้ได้ค้นหาอยู่ตลอดเวลา ผู้วิจัยจึงได้ตั้งคำถามว่าวงแบล็ก핑크นั้นมีกลวิธี ในการเล่าเรื่องอย่างไร ที่ทำให้วงแบล็ก핑크ประสบความสำเร็จและเป็นที่นิยมไปทั่วโลก

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับแนวคิดการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่มีอยู่ในปัจจุบัน พบว่าส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ คลิปวิดีโอที่เป็นเรื่อง ๆ หรือศึกษาจากหลายเรื่องเพื่อทำการเปรียบเทียบกันเท่านั้น ยังไม่พบการศึกษาถึงความต่อเนื่อง จากการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้อหรือเชื่อมโยงกัน อีกทั้งส่วนใหญ่จะศึกษาด้วยเทคนิคการวิเคราะห์

เนื้อหาจากองค์ประกอบของการเล่าเรื่องของสื่อบันเทิงแบบเก่า ทำให้ได้ข้อค้นพบที่มีรูปแบบคล้าย ๆ เดิมกับที่มีอยู่ ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ผู้คนมักนิยมนำเสนอเรื่องราวผ่านการเล่าเรื่องแบบดิจิทัลแล้ว

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크ที่ทำให้เกิดกระแสนิยมในระดับโลกได้ โดยศึกษาจากสื่อออนไลน์ของวงแบล็ก핑크 ตั้งแต่ช่วงก่อนเปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Pre-Debut) จนถึงปัจจุบัน ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ส่วนประกอบ จากองค์ประกอบของการเล่าเรื่องแบบดิจิทัล (Digital Storytelling) ซึ่งผู้วิจัยได้ประยุกต์ โดยการสังเคราะห์และสรุปชุดองค์ประกอบของการเล่าเรื่องแบบดิจิทัลที่สอดคล้อง 6 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) มุมมองการเล่าเรื่อง คือ การกำหนดเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ, (2) ประเด็นสำคัญของเรื่อง คือ การกำหนดใจความสำคัญของเรื่องราวที่ต้องการจะเล่า, (3) อารมณ์ของเรื่อง คือ การกำหนดอารมณ์ให้เรื่องเล่าดูมีชีวิตชีวา, (4) เสียงและดนตรีประกอบ คือ การใช้คุณลักษณะของเสียงและดนตรีประกอบที่สามารถเชื่อมต่ออารมณ์ของการเล่าเรื่องได้เป็นอย่างดี, (5) ภาพประกอบ คือ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอ ผู้ผลิตควรเลือกใช้อย่างเหมาะสมทั้งปริมาณและคุณภาพ, และ (6) ศิลปะในการนำเสนอ คือ เทคนิคต่าง ๆ ในการเล่าเรื่อง และเน้นการสื่อสารให้คิดมากกว่าการบอกเล่าเรื่องราวทั้งหมด (Lambert, 2007; Lambert, 2010; Ohler, 2013; สิริวิจนา แก้วพนิก, 2554; เนาวนิตย์ สงคราม, 2554)

หลังจากนั้นผู้วิจัยจะทำการสรุปและอภิปรายผลการเล่าเรื่องด้วยวิธีการประเมินผลการเล่าเรื่องแบบรูปิกส์ 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านเนื้อหา คือ ความถูกต้องของเนื้อหาและมุมมองสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ชื่อเรื่อง และเนื้อหา, (2) ด้านเทคนิคการนำเสนอ คือ การถ่ายทำ การตัดต่อและปรากฏของภาพ จังหวะการดำเนินเรื่อง การแสดง และเสียงประกอบ, และ (3) ด้านความคิดสร้างสรรค์และการเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึก คือ เรื่องราวที่น่าสนใจ และสามารถเข้าถึงอารมณ์ของผู้รับสารได้อย่างชัดเจน (เนาวนิตย์ สงคราม, 2554) เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่จะอธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่ชัดเจน ลึกซึ้ง และสอดคล้องกับสถานการณ์ในยุคสมัยนี้

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크ผ่านสื่อออนไลน์

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านเทคนิคการวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Component Analysis) ในบริบทที่สามารถสื่อสารให้เข้าใจได้ในระดับสากล ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในภาษาเกาหลีที่แตกฉาน ซึ่งมีกระบวนการวิจัย 3 ลำดับขั้น ได้แก่ (1) การเตรียมการ คือ การคัดเลือกหน่วยข้อมูล, (2) การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการวิเคราะห์ส่วนประกอบ 6 ขั้นตอน, และ (3) การรายงานผล คือ การนำเสนอข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การเตรียมการ

คัดเลือกหน่วยข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่เป็นสื่อทางการ (Online Official) เท่านั้น แบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ (1) ช่วงก่อนเปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Pre-Debut), และ (2) ช่วงเปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Debut) โดยจะใช้เงื่อนไขจากยอดผู้เข้าชมที่มากที่สุดของแต่ละช่องทางการสื่อสารในการคัดเลือกหน่วยข้อมูลตัวอย่าง (เก็บข้อมูล ณ วันที่ 9 เมษายน 2562)

1. ช่วง Pre-Debut ศึกษาจาก 2 ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ (1) ช่องทางการสื่อสารของค่าย จาก YouTube ชื่อ YG ENTERTAINMENT, และ (2) ช่องทางการสื่อสารของวงแบล็ก핑크 จาก YouTube ชื่อ BLACKPINK และ Instagram ชื่อ @blackpinkofficial พบทั้งหมด 8 หน่วยข้อมูล

2. ช่วง Debut ศึกษาจากช่องทางการสื่อสารของวงแบล็ก핑크 3 ช่องทาง ได้แก่ (1) จาก YouTube ชื่อ BLACKPINK และ Lilifilm Official, (2) จาก Instagram ชื่อ @blackpinkofficial, @jennierubyjane, @lalalalisa_m, @sooyaaa_, และ @roses_are_rosie, และ (3) จาก V LIVE ชื่อ BLACKPINK และ BLACKPINK+ พบทั้งหมด 17 หน่วยข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้วิธีการวิเคราะห์ส่วนประกอบ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ขั้นตอนการวิเคราะห์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการเลือกชนิดของข้อมูลหรือคำที่ต้องการศึกษาส่วนประกอบ ผู้วิจัยได้เลือกจากประเภทข้อมูลของวงแบล็ก핑크 ซึ่งมี 6 ชนิดข้อมูล ได้แก่ (1) วิดีโอเพลง, (2) การฝึกซ้อม, (3) คลิปวิดีโอ, (4) ถ่ายทอดสด, (5) รูปภาพ, และ (6) โฆษณา

2. ขั้นตอนการทำรายชื่อคุณสมบัติของข้อมูลแต่ละชนิดให้ละเอียด ผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 2 ช่วง ได้แก่ (1) ช่วง Pre-Debut, และ (2) ช่วง Debut โดยในแต่ละช่วงนั้นจะศึกษาตามชนิดข้อมูล
3. ขั้นตอนการกำหนดส่วนประกอบที่ต้องการนำมาเปรียบเทียบ ผู้วิจัยได้กำหนดจากการทบทวนวรรณกรรม ตามองค์ประกอบของการเล่าเรื่องแบบดิจิทัล 6 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) มุมมองการเล่าเรื่อง, (2) ประเด็นสำคัญของเรื่อง, (3) อารมณ์ของเรื่อง, (4) เสียงและดนตรีประกอบ, (5) ภาพประกอบ, และ (6) ศิลปะในการนำเสนอ
4. ขั้นตอนจัดทำตารางเปรียบเทียบข้อมูล ผู้วิจัยได้จัดทำตารางตามรายละเอียดในขั้นตอนที่ 1 ถึงขั้นตอนที่ 3
5. ขั้นตอนเก็บข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบและคุณสมบัติที่ต้องการเพิ่มเติม โดยการศึกษาหน่วยข้อมูลที่คัดเลือกไว้ทั้ง 25 หน่วยข้อมูล อย่างน้อยหน่วยข้อมูลละ 3 ครั้ง เพื่อให้ได้คุณสมบัติของส่วนประกอบต่าง ๆ อย่างครบถ้วน
6. ขั้นตอนสร้างข้อสรุปจากการเปรียบเทียบ ผู้วิจัยก็จะทำการเปรียบเทียบข้อมูล เพื่อดูส่วนที่เหมือนกันและต่างกัน และเขียนบรรยายเชื่อมโยงข้อมูลตามส่วนประกอบที่ได้ แล้วจึงทำการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย

การรายงานผล

ในการรายงานผลนั้นผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาจัดเรียงเรียงข้อมูลประเด็นที่กระจัดกระจายเข้าเป็นหมวดหมู่ ตามวิธีการประเมินผลการเล่าเรื่องแบบบูรณาการ 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านเนื้อหา, (2) ด้านเทคนิคการนำเสนอ, และ (3) ด้านความคิดสร้างสรรค์และการเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึก โดยใช้กรอบในการวิเคราะห์จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมานำเสนอในเชิงพรรณนา (Descriptive Method)

ผลการวิจัย

การเล่าเรื่องของวงแบล็กพิงก์ แบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงก่อนเปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Pre-Debut) และช่วงเปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Debut) โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ช่วงก่อนเปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Pre-Debut)

ช่วง Pre-Debut มีการเล่าเรื่องของสมาชิกวงแบล็กพิงก์รายบุคคล ผ่านช่องทาง YouTube ของค่าย YG Entertainment ทั้งหมด 6 ครั้ง แบ่งตามชนิดของข้อมูลได้ 3 ประเภท คือ วิดีโอเพลง, การฝึกซ้อม, และโฆษณา

หลังจากค่ายต้นสังกัดได้ประกาศวันเปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Debut) ของวง BLACKPINK ก็ได้เริ่มทำการเล่าเรื่องผ่านช่องทางการสื่อสารของวง BLACKPINK เอง ได้แก่ YouTube และ Instagram แบ่งตามชนิดของข้อมูลได้ 2 ประเภท คือ การฝึกซ้อม, และรูปภาพ

โดยการเล่าเรื่องในช่วงนี้จะเล่าในมุมมองจากค่ายต้นสังกัด เน้นการบอกเล่าถึงความสามารถ ความมุ่งมั่นตั้งใจในการฝึกฝน และการบอกเล่าถึงคุณลักษณะที่โดดเด่นของสมาชิกแต่ละคน เช่น JISOO ร่วมแสดงวิดีโอเพลงของศิลปินดารารุ่นพี่ในค่าย ด้วยคาแรคเตอร์ที่สดใส น่ารัก, LISA เป็นพรีเซ็นเตอร์แบรนด์เสื้อผ้าแนวสตรีทเท่ ๆ ร่วมกับแร็ปเปอร์หนุ่มดารารุ่นพี่ในค่าย เป็นต้น และมักจะปรากฏตัวร่วมกับศิลปินรุ่นพี่ในสังกัดค่ายที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการบ่มเพาะกระแสในกลุ่มแฟนคลับของค่ายต้นสังกัด อีกทั้งยังได้ทิ้งปริศนาให้ผู้ติดตามตั้งคำถามตั้งแต่ปี 2012 ว่า Girl Group วงใหม่ของค่ายจะมาในคอนเซ็ปต์แบบใด มีจำนวนสมาชิกกี่คน และจะมีใครบ้างที่จะได้ Debut ในครั้งนี้ ซึ่งค่ายใช้ระยะเวลาให้ผู้คนได้คาดเดาและกล่าวถึงนานกว่า 4 ปี ซึ่งถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่ได้ผลตอบรับดีมาก

ช่วงเปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Debut)

ช่วง Debut มีการเล่าเรื่องผ่านช่องทางการสื่อสารของวงแบล็ก핑크 และช่องทางการสื่อสารของสมาชิกวงแบล็ก핑크 9 ช่องทาง ได้แก่ (1) YouTube ของวงแบล็ก핑크, (2) YouTube ของ LISA, (3) Instagram ของวงแบล็ก핑크, (4) Instagram ของ JENNIE, (5) Instagram ของ LISA, (6) Instagram ของ JISOO, (7) Instagram ของ ROSÉ, (8) V LIVE, และ (9) V LIVE CH+ แบ่งตามชนิดของข้อมูลได้ 5 ประเภท คือ วิดีโอเพลง, การฝึกซ้อม, คลิปวิดีโอ, ถ่ายทอดสด, และรูปภาพ

โดยการเล่าเรื่องในช่วงนี้จะมีทั้งการเล่าเรื่องในนามวง BLACKPINK และการเล่าเรื่องจากสมาชิกวงทั้ง 4 คน จึงทำให้ผู้ที่ติดตามได้รับรู้ทั้งในด้านผลงานที่มาในคอนเซ็ปต์ Girl Crush ดูเท่ เซ็กซี่ เป็นตัวแทนของพลังหญิง ผลงานมีคุณภาพ สมาชิกทุกคนมีความสามารถที่โดดเด่น มีความแตกต่างกันชัดเจน มีพัฒนาการอยู่ตลอดเวลา และในด้านบุคลิกที่แท้จริงของสมาชิกแต่ละคนที่มีความน่ารัก สดใส ขี้เล่น สนุกสนาน ซึ่งเป็นการเล่าเรื่องที่ได้เห็นทั้งความเป็น BLACK และความเป็น PINK ที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว

ค่ายต้นสังกัดได้มีการจัดการและการวางแผนในการเล่าเรื่องที่มีความเป็นสากลตั้งแต่เริ่มต้น นั่นคือ มีการเผยแพร่ว่าวง BLACKPINK เกิดจากการรวมตัวกันของสมาชิกที่มาจากหลายวัฒนธรรม ในการ Debut ก็ได้ปล่อยวิดีโอเพลงออกมาพร้อมกัน 2 เพลง ซึ่งมีทั้งแนวเพลง

ตามกระแสนิยมของ K-POP และแนวเพลงที่มีความสากลตามกระแสนิยมของโลกตะวันตก อีกทั้งยังมีการแทรกเนื้อเพลงภาษาอังกฤษในอยู่ตลอด และเพิ่มสัดส่วนภาษาอังกฤษมากขึ้นในเพลงหลัง ๆ

นอกจากนี้ยังมีการบริหารจัดการการใช้สื่อออนไลน์ได้อย่างดี คือ มีการศึกษาและวางแผนในการเผยแพร่ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงใจกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มคนทั่วไปได้ง่ายอีกด้วย โดยเฉพาะวีดีโอเพลงที่ดนตรีมีเอกลักษณ์ เนื้อเพลงติดหู มีการลงทุนสูงทั้งแฟชั่นการแต่งกายและงานโปรดัคชั่นที่มีความสวยงามอลังการ มีการออกแบบท่าเต้นที่เป็นเอกลักษณ์ เดินตามได้ง่าย จนเป็นกระแสในกลุ่มนักเต้นไปทั่วโลก และมักจะเป็นผู้นำเทรนด์ในทุก ๆ ด้านอยู่เสมอ

สรุป

การเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크นั้น ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยด้วยวิธีการประเมินผลการเล่าเรื่องแบบรูปิกส์ 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านเนื้อหา, (2) ด้านเทคนิคการนำเสนอ, และ (3) ด้านความคิดสร้างสรรค์และการเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา มีมุมมองการเล่าเรื่องจาก 3 มุมมอง ได้แก่ (1) จากค่ายต้นสังกัดในช่วงก่อนเปิดตัววง ที่บอกเล่าถึงประเด็น การฝึกฝน ทักษะความสามารถของสมาชิก พร้อมทั้งบริบทต่าง ๆ ให้ผู้รับสารได้คาดเดาและค้นหาคำตอบเกี่ยวกับ Girl Group วงใหม่ของค่าย เช่น คอนเซ็ปต์แนวเพลง หรือข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกวง เป็นต้น, (2) จากวงแบล็ก핑크 บอกเล่าผ่านผลงานที่มาในคอนเซ็ปต์ Girl Crush และมักจะมีใจความสำคัญเกี่ยวกับความแข็งแกร่งของผู้หญิง เช่น วีดีโอเพลงที่มีการแฝงสัญลักษณ์ต่าง ๆ ผ่านการแต่งกาย การแสดง และฉากประกอบ ที่ชวนให้ผู้รับสารนั้นได้ติดตามมากกว่าบอกเล่าตรง ๆ, และ (3) จากสมาชิกวงแบล็ก핑크 ที่จะบอกเล่าเรื่องส่วนตัวของตนเองหรือของเพื่อนร่วมวง ซึ่งเป็นการเปิดเผยตัวตนอีกด้านที่ดูความสนิทสนมกัน มีบุคลิกที่น่ารัก สดใส ชี้เล่น สนุกสนาน นอกเหนือจากความเท่และเซ็กซี่ที่ค่ายกำหนดให้ เพื่อลดช่องว่างระหว่างศิลปินกับกลุ่มแฟนคลับ อีกทั้งยังมักจะเฉลยหรือคลายข้อสงสัยที่ค่ายต้นสังกัดและวงแบล็ก핑크ได้ทิ้งปริศนาต่าง ๆ เอาไว้

2. ด้านเทคนิคการนำเสนอ จาก 3 องค์ประกอบการเล่าเรื่องแบบดิจิทัล ได้แก่ (1) เสียงและดนตรีประกอบมีคุณภาพ สามารถรับอารมณ์ผู้รับสารได้ดี มีการใช้น้ำเสียงที่เหมาะสม ทั้งเสียงหนัก-เบา เสียงสูง-ต่ำ รวมถึงเสียงมีลูกเล่น เป็นเอกลักษณ์ และติดหู, (2) ภาพประกอบเลือกใช้สัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับเนื้อหา สื่อความหมายได้ มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่

เป็นที่น่าจดจำ นำเสนอตัวละครได้น่าสนใจทุกคน แบ่งสัดส่วนได้อย่างลงตัว อีกทั้งยังมีการแสดงที่เป็นมืออาชีพ ทั้งการแสดงท่าทาง สีหน้า การเคลื่อนไหว และอิริยาบถต่าง ๆ, และ (3) ศิลปะในการนำเสนอ มีการดำเนินเรื่องที่ไม่น่าเบื่อจากเทคนิคการถ่ายทำและการตัดต่อที่ใช้ทุนสูง มีความยาวเหมาะสม นำเสนอรายละเอียดได้ครบถ้วน ทั้งเนื้อหาและองค์ประกอบต่าง ๆ ทำให้เห็นภาพได้ชัดเจน มีการใช้อุปมาในการเปรียบเทียบ เพื่อบอกเล่าเรื่องราวที่ชวนให้ผู้รับสารได้คิดมากกว่าการบอกเล่าตรง ๆ อีกทั้งยังมีการใช้ # (Hashtag) เพื่อให้ง่ายต่อการติดตามหรือค้นหา

3. ด้านความคิดสร้างสรรค์และการเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึก ได้มีการกำหนดอารมณ์ของเรื่องที่ชัดเจน ชวนคล้อยตาม อีกทั้งยังมีความเชื่อมต่อกัน ชวนให้ผู้รับสารสงสัยอยู่ตลอด นอกจากนี้ศิลปะในการนำเสนอก็มีส่วนช่วยในการเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสารได้ด้วยเช่นกัน

โดยที่ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นภาพจำลอง เพื่อสรุปผลการศึกษากาเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크 ดังภาพแบบจำลองต่อไปนี้

การเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크			
ด้านเนื้อหา		ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านความคิดสร้างสรรค์และการเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึก
มุมมองการเล่าเรื่อง	ประเด็นสำคัญของเรื่อง	เสียงและดนตรีประกอบ	อารมณ์ของเรื่อง
		- มีคุณภาพ ไร้อารมณ์ได้ดี - น้ำเสียงเหมาะสม หนัก-เบา/สูง-ต่ำ	
ค่ายต้นสังกัด	- ก่อน Debut - การฝึกฝน - ความสามารถ - ทักษะปรีชา	- มีเอกลักษณ์ ติดหู	- กำหนดอารมณ์ชัดเจน - ชวนคล้อยตาม - มีความเชื่อมต่อกัน - ชวนสงสัย
		ภาพประกอบ - ใช้สัญลักษณ์ สอดคล้อง สื่อความหมาย	
วงแบล็ก핑크	- เผยแพร่ผลงาน - พลังหญิง - ชวนให้ติดตาม	- สร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าจดจำ - นำเสนอตัวละครได้น่าสนใจ - การแสดงเป็นมืออาชีพ	

การเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크		
ด้านเนื้อหา	ด้านเทคนิคการนำเสนอ	ด้านความคิดสร้างสรรค์และการเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึก
		ศิลปะในการนำเสนอ
		- การดำเนินเรื่องไม่น่าเบื่อ ความยาวเหมาะสม - ลงทุนสูงกับเทคนิคการถ่ายทำและตัดต่อ - รายละเอียดครบถ้วน ทั้งเนื้อหาและองค์ประกอบ เห็นภาพชัดเจน - ให้อุปมาเปรียบเทียบ ชวนให้คิดมากกว่าเล่าตรง ๆ มีการใช้ # (Hashtag)
สมาชิกวงแบล็ก핑크	- เรื่องส่วนตัว - เฉลยข้อสงสัย	

ภาพที่ 2 แบบจำลองการเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크

อภิปรายผลการวิจัย

จากแนวคิดการเล่าเรื่องที่ว่า มนุษย์ใช้การเล่าเรื่องเป็นช่องทางในการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความคิด อารมณ์ ความรู้สึก โดยบอกเล่าเหตุการณ์ที่มีการเชื่อมโยงระหว่างตัวละคร และการกระทำเข้าด้วยกัน ซึ่งสามารถถ่ายทอดหรือเผยแพร่ได้หลากหลายรูปแบบ เช่น เพลง ดนตรี เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันผู้คนนิยมเล่าเรื่องเป็นภาพเคลื่อนไหวมากขึ้น (Abrams, 2001; อุบลวรรณ เปรมศิริรัตน์, 2558; เอกกนก พนาดำรง, 2558; สรณัฐ ไตลังคะ, 2560) สอดคล้องกับผลการวิจัยพบว่า การเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크ได้ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องในข้อมูลประเภทวิดีโอเพลงอย่างมาก ใส่ใจกับศิลปะการนำเสนอ ด้วยเทคนิคต่าง ๆ ที่มีการลงทุนสูง ประเด็นสำคัญของการเล่าเรื่องมักเกี่ยวข้องกับเรื่องพลังหญิง (Empowerment of Women) ผ่านเสียงเพลง และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ทั้งจากประกอบ การแต่งกาย และการกระทำ เพื่อให้เข้าถึงใจกลุ่มผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ส่วนใหญ่ที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ใช้งานสื่อออนไลน์เพื่อตอบสนองความบันเทิงส่วนตัว ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความสนใจของตน (MarketingOops, 2558; Pat Thitipattakul, 2561) โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายเพศหญิงที่ใช้สื่อออนไลน์เป็นพื้นที่ที่แสดงออกถึงความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ

ผลการวิจัยพบว่า การเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크ในช่วง Pre-Debut จากค่ายต้นสังกัดนั้น ได้ใช้สื่อออนไลน์ในการเล่าเรื่องราวส่วนบุคคลของสมาชิกวงแบล็ก핑크 เพื่อนำเสนอทักษะความสามารถ การฝึกฝนของสมาชิกขณะเป็นศิลปินฝึกหัด นอกจากนี้ยังมีการปรากฏตัวในผลงานร่วมกับศิลปินรุ่นพี่ที่มีชื่อเสียงในสังกัดค่าย เพื่อเป็นการเริ่มบ่มเพาะกระแสในกลุ่มแฟนคลับของศิลปินรุ่นพี่หรือกลุ่มแฟนคลับของค่ายต้นสังกัด ซึ่งเป็นค่ายที่มีชื่อเสียงในเรื่องของคุณภาพของผลงาน และมีฐานแฟนคลับค่อนข้างมากอยู่แล้ว จึงทำให้วงแบล็ก핑크อยู่ในกระแสและเป็นที่น่าจับตามองในวงการ K-POP ตั้งแต่เริ่มประกาศ Debut จนถึงปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิดการเล่าเรื่องแบบดิจิทัลที่ว่า สามารถประยุกต์หรือผสมผสานประเภทของการเล่าเรื่อง 3 ประเภทเข้าด้วยกันได้ ได้แก่ (1) การเล่าเรื่องราวส่วนบุคคล, (2) เรื่องราวเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ ที่บอกเล่าเหตุการณ์ที่ผ่านมาในอดีต, และ (3) เรื่องราวที่ให้ความรู้หรือนำเสนอมุมมอง การชี้แนะต่าง ๆ เป็นการนำเสนอทักษะ ความรู้ การฝึกปฏิบัติเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (Robin, 2006) และสอดคล้องกับแนวคิดที่ เบนเน็ตต์ ไท (2560) ได้เสนอชุดเครื่องมือของนักโน้มน้าวที่จะสามารถเปลี่ยนชุดความคิดของผู้รับสารได้ไว้ว่า เรื่องเล่าที่ดีต้องมีตัวละครที่น่าสนใจ ตัวละครต้องถูกเห็น เพราะมีผู้รับสารประเภทที่เรียนรู้จากการดู ซึ่งคนกลุ่มนี้จะจำสิ่งที่พวกเขาเห็นได้ ดังนั้นการทำให้เขาเห็นภาพตัวละครจึงเป็นเรื่องสำคัญ

การเล่าเรื่องนั้นมีหน้าที่หลักเพื่อช่วยให้ผู้รับสารสามารถสร้างความหมายด้วยการปะติดปะต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นที่ละส่วนให้รวมเป็นเรื่องเดียวกันจนเข้าใจได้ ซึ่งอาจเปรียบเทียบกับได้กับการต่อรูป Jigsaw ที่เมื่อต่อครบทุกชิ้นส่วนอย่างถูกต้องก็จะปรากฏรูปที่สามารถเข้าใจได้ว่าเป็นรูปอะไร (สิวินีย์ ไชยพงษ์, 2554) สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า การเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในการเล่าเรื่องอย่างชัดเจนตามมุมมองการเล่าเรื่องของค่ายของวง และของสมาชิก โดยทางค่ายและวงได้เล่าเรื่องแบบทั้งความสงสัยไว้ให้กับผู้รับสาร แล้วสมาชิกวงก็จะเล่าเรื่องเพื่อคลายข้อสงสัยเหล่านั้นอีกที ซึ่งทั้งหมดมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน จึงทำให้วงแบล็ก핑크เป็นที่ถูกพูดถึงบนสื่อออนไลน์ในกลุ่มแฟนคลับอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิดการเล่าเรื่องที่ว่าการเล่าเรื่องทำหน้าที่ค้นหา เปิดเผย รวมถึงนำเสนอเหตุการณ์เรื่องราวประสบการณ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร หรือเปิดเผยข้อเท็จจริงทั้งในปัจจุบัน และในทางประวัติศาสตร์ที่ไม่เคยมีใครรู้มาก่อน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ, 2542)

ผลการวิจัยการเล่าเรื่องของวงแบล็ก핑크ด้านเทคนิคการนำเสนอ พบว่า เสียงและดนตรีประกอบมีคุณภาพ มีการใช้น้ำเสียงที่เหมาะสม เป็นเอกลักษณ์ และติดหู ส่วนการใช้

ภาพประกอบ เลือกใช้สัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับเนื้อหา มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ เป็นที่น่าจดจำ นำเสนอตัวละครได้น่าสนใจทุกคนประกอบกับการแสดงที่เป็นมืออาชีพ อีกทั้งยังมีศิลปะในการนำเสนอที่ไม่น่าเบื่อ มีความยาวเหมาะสม ใช้เทคนิคต่าง ๆ จากความสามารถของสื่อดิจิทัลช่วยในการเล่าเรื่อง นำเสนอรายละเอียดได้ครบถ้วน ทำให้เห็นภาพได้ชัดเจน ใช้อุปมาในการเปรียบเทียบ เพื่อบอกเล่าเรื่องราวที่ชวนให้ผู้รับสารได้คิดมากกว่าการบอกเล่าตรง ๆ อีกทั้งยังมีการใช้ # (Hashtag) เพื่อให้ง่ายต่อการติดตามหรือค้นหา สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า คุณลักษณะของคลิปวิดีโอบนสื่อออนไลน์ ที่เกี่ยวข้องกับการได้รับการแชร์และมีผู้รับสารจำนวนมาก ได้แก่ เนื้อหาของคลิป ช่วงเวลาการเผยแพร่ตามเทศกาลและวันสำคัญ ความยาวของคลิปวิดีโอ ตัวหนังสือที่เป็นบทพูดประกอบการเล่าเรื่อง และการใช้ # (Hashtag) (นิพัทธา อินทรักษา, 2560) และสอดคล้องกับแนวความคิดการเล่าเรื่องที่ว่า เรื่องเล่าที่ดีต้องมีตัวละครที่น่าสนใจ มีการเปรียบเทียบ 2 สิ่ง หรือความคิด 2 แบบที่มีบางสิ่งคล้ายกัน โดยใช้อุปมาเปรียบเทียบสิ่งที่รู้กับสิ่งที่ไม่รู้ ในแง่ของเทคนิคอาจจะนึกถึงสัญลักษณ์ (เบนเนตต์ ไท, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง การเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ประเภทโรแมนติคดราม่า ที่พบว่าสาเหตุที่คนติดตามชมละครโทรทัศน์เกาหลี เพราะเนื้อเรื่อง และนักแสดง (สิวินีย์ ไชยพงษ์, 2554)

จากองค์ประกอบของการเล่าเรื่องแบบดิจิทัล หนึ่งในองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการเล่าเรื่อง คือการกำหนดอารมณ์ของเรื่องเล่า ที่ต้องการให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกคล้อยตาม หรือมีความรู้สึกร่วม ควรมีการเชื่อมต่ออารมณ์ของเรื่องกับเนื้อหาอย่างกลมกลืน และใช้คุณสมบัติต่าง ๆ ของสื่อดิจิทัลช่วยเสริมสร้างอารมณ์สให้กับการเล่าเรื่อง (Lambert, 2010; Ohler, 2013; สิริวิจนา แก้วมณี, 2554) สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า การเล่าเรื่องของวงแบล็กpinkก็ได้มีการกำหนดอารมณ์ของเรื่องที่ชัดเจน ชวนคล้อยตาม อีกทั้งยังมีความเชื่อมต่อกันชวนให้ผู้รับสารสงสัยอยู่ตลอด นอกจากนี้ศิลปะในการนำเสนอก็มีส่วนช่วยในการเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสารได้ด้วยเช่นกัน และสอดคล้องกับแนวความคิดการเล่าเรื่องที่ว่า ในการเล่าเรื่องนั้นสามารถใช้ความสงสัยมาเพิ่มพลังให้กับเรื่องที่จะเล่าได้ เนื่องจากเรื่องเล่าที่ดีจะสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้รับสารด้วยความสงสัย ผ่านการสร้างคำถามในใจของผู้รับสาร ซึ่งความสงสัยจะช่วยสร้างอารมณ์ร่วมและการค้นหาคำตอบ ตลอดจนสร้างความพึงพอใจหลังจากคลายข้อสงสัยและความพึงพอใจนั้นสามารถสร้างอิทธิพลได้ (เบนเนตต์ ไท, 2560)

กระแสเพลง K-POP เป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน มีมูลค่าทางการตลาดโดยรวมสูงถึง 150,000 ล้านบาท (ลงทุนแมน, 2562) โดยใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ ซึ่งเป็น

การเพิ่มโอกาสในการทลายกำแพงตลาดเพลงสากลให้เปิดรับและเข้าถึงเพลงจากเอเชียได้มากขึ้น โดยที่วงแบล็ก핑크นั้นมีการกำหนดและวางแผนการเล่าเรื่องที่ต้องการก้าวสู่ตลาดสากล โดยเฉพาะตลาดตะวันตกไว้ตั้งแต่เริ่มต้นแล้ว ด้วยการวางคอนเซ็ปท์ท่วงให้เป็นแนว Girl Crush ดูเท่ เซ็กซี่ เป็นตัวแทนของพลังหญิง ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้หญิงทั่วโลกกำลังให้ความสนใจ ประกอบกับคุณภาพของผลงานที่ทัดเทียมกับผลงานระดับคุณภาพในตลาดสากล ทั้งในด้านดนตรี การร้อง การแร็ป การเต้น การแสดง โปรดักชั่นการถ่ายทำ และองค์ประกอบอื่น ๆ รวมถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของสมาชิก ทั้งในด้านรูปลักษณ์ภายนอกและความสามารถที่แตกต่างกัน แต่ผสมผสานกันได้อย่างลงตัว จนทำให้ผลงานของวงแบล็ก핑크นั้นเป็นที่ประจักษ์ และยอมรับในตลาดสากล

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่า วงแบล็ก핑크มีการเล่าเรื่องที่ใช้วิธีบ่มเพาะกระแสก่อนการเปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Debut) ผ่านผลงานของศิลปินรุ่นพี่ในสังกัดค่าย อีกทั้งยังมีการแบ่งบทบาทในการเล่าเรื่องที่เชื่อมโยงกัน มีทั้งคนที่ทิ้งปริศนาไว้และคนที่จะมาคลายข้อสงสัย โดยการเล่าเรื่องที่ค่อย ๆ เฉลย ค่อย ๆ เปิดเผยความสามารถออกมาเรื่อย ๆ ทำให้ผู้ที่ติดตามรู้สึกประหลาดใจ ตื่นตาตื่นใจ รวมถึงมีการคาดเดาไปต่าง ๆ นานา ถูกพูดถึงในวงกว้าง จนทำให้เกิดเป็นกระแสนิยมตามมา ดังนั้น อุตสาหกรรมบันเทิงควรใช้วิธีการเล่าเรื่องในลักษณะเดียวกันนี้ เพื่อสร้างกระแสนิยมให้อยู่ในระยะยาว โดยการวางแผนการเล่าเรื่องล่วงหน้า แบ่งบทบาทและกำหนดทิศทางในการเล่าเรื่องให้ชัดเจน สร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้รับสารด้วยความสงสัยผ่านการสร้างคำถามในใจผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารอยากค้นหาคำตอบตลอดจนสร้างความพึงพอใจหลังจากคลายข้อสงสัยได้ นอกจากนี้ผู้รับสารยังรู้สึกได้ถึงความต่อเนื่องเชื่อมโยงกันของเรื่องราว และได้เห็นพัฒนาการของเรื่องที่เล่าตามลำดับเวลาด้วย

ข้อเสนอแนะที่มีต่อการวิจัยในอนาคต

จากผลการวิจัยพบว่า วงแบล็ก핑크มีชื่อเสียงโดดเด่นในด้านวิดีโอเพลงอย่างมาก ถือว่าเป็นอันดับต้น ๆ ของโลกเลยทีเดียว ดังนั้น วิดีโอเพลงของวงแบล็ก핑크จึงเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจที่จะทำการศึกษา เนื่องจากมีหลายตัวแปรที่สามารถทำการศึกษาได้ เช่น สัญลักษณ์ วัฒนธรรม นวัตกรรม รวมถึงแฟชั่นการแต่งกายที่มีความโดดเด่นเป็นผู้นำเทรนด์อยู่เสมอ และควรทำการศึกษาจากภาษาเกาหลีที่เป็นภาษาต้นฉบับของวงแบล็ก핑크โดยตรง เพื่อที่จะทำให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลที่มีความ

หลากหลายมากกว่าในงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อให้ได้คำตอบที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น บทสัมภาษณ์ในรายการวิทยุ บทสัมภาษณ์จากนิตยสาร รายการวาไรตี้ที่เข้าร่วม และรายการเรียลลิตีต่าง ๆ ได้แก่ รายการ BLACKPINK HOUSE, รายการ BLACKPINK DIARIES และรายการ BLACKPINK Star Road

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- นิพัทธา อินทรรักษา. (2560). การเล่าเรื่องประเด็นสังคมผ่านคลิปวิดีโอบนสื่อออนไลน์. (วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- เนาวนิตย์ สงคราม. (2554). *การสร้าง Digital Video & Digital Storytelling เพื่อการเรียนการสอนยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เบนเน็ตต์ ไท. (2560). การตลาดดี ๆ ต้องมีเรื่องเล่า The Power of Storytelling [The Power of Storytelling] (ณัฐ เลิศสุธรรม, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: ทัช พับลิเคชันส์.
- ลงทุนแมน. (2562, 21 มกราคม). วงการเพลง K-POP มีมูลค่าเท่าไร?. สืบค้นจาก <http://longtunman.com/12665>
- สรณัฐ ไตลังคะ. (2560). ศาสตร์และศิลป์แห่งการเล่าเรื่อง. (พิมพ์ครั้งที่ 3 ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สิริวัทนา แก้วเน็ก. (2554). รูปแบบการพัฒนามรดกดิจิทัลด้วยกระบวนการเล่าเรื่องดิจิทัลแบบสืบสอบอย่างมีวิจารณ์อยู่บนเว็บ 3.0 เพื่อส่งเสริมการรู้ดิจิทัลของนิสิตนักศึกษาสารสนเทศศาสตร์ปริญญาบัณฑิต. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สิวินัย ไชยพงษ์. (2554). การเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์เกาหลีประเภทโรแมนติกดราม่า. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา)). มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.

- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ. (2542). จินตทัศน์ทางสังคมในภาษาสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสารสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลวรรณ เปรมศิริรัตน์. (2558). การเล่าเรื่องทางนิเทศศาสตร์: ศึกษาจากงานวิจัย. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการนิต้า, 2(1), 31-58.
- เอกกนก พนาดำรง. (2559). การเขียนเรื่องเล่าด้วยเทคนิคการเล่าเรื่อง (Story telling). สืบค้นจาก <http://www1.si.mahidol.ac.th/km/sites/default/files/u7057/Storytelling.pdf>
- MarketingOops. (2558, 23 พฤศจิกายน). Millennials Marketing อีกหนึ่งความท้าทายทางของคนทำการตลาดในอนาคต. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/ behaviors/millennial-marketing-the-new-challenge-for-marketer/>
- MarketingOops. (2562, 23 กุมภาพันธ์). ล้วง Insight การใช้งาน “ดิจิทัล” ทั่วโลก 2019 “คนไทย” ใช้เน็ต 9 ชั่วโมงต่อวัน-มือถือมี 99 แอปฯ!!.. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/>
- Pat Thitipattakul. (2561, 6 พฤศจิกายน). 5 เทรนด์ของคนรุ่นใหม่ที่ธุรกิจอาหารต้องจับตามอง. สืบค้นจาก <https://www.disruptignite.com/blog/5-ethrmdkh-ngkhnrnaihnmthii-thurkicch-aahaart-ngcchabtaam-ng>
- The Standard Culture. (2562, 3 กุมภาพันธ์). BLACKPINK แรงไม่หยุดกับก้าวแรกในอเมริกา ตลาดเพลงที่สำคัญสุดของโลก. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/blackpink-makes-us-television-debut/>
- WorkpointShorts. (2562, 5 เมษายน). Blackpink 4 สาวผู้สร้างประวัติศาสตร์ที่อเมริกา. สืบค้นจาก <https://workpointnews.com/2019/04/05/blackpink-4-สาวผู้สร้างประวัติศาสตร์/>

ภาษาอังกฤษ

- Abrams, N., Bell, I., & Udis. J. (2001). Studying film. New York, NY: Oxford University Press.
- Benjamin, J. (2019, January 3). Blackpink: 5 Things to Know About the K-Pop Girl Group. Retrieved from https://www.rollingstone.com/music/music-news/blackpink-coachella-kpop-things-to-know-774647/amp/?__twitter_impression=true
- BLACKPINK. (2019). About [Facebook page]. Retrieved May 27, 2019, from https://www.facebook.com/pg/BLACKPINKOFFICIAL/about/?ref=page_internal
- Google Trend. (2019). K-POP. Retrieved May, 26, 2019, from <https://trends.google.co.th/trends/explore?date=2009-04-26%202019-05-26&q=%2Fm%2F02yh8l>
- HypeAuditor. (2019). Top 500 Music Instagram Influencers. Retrieved May, 26, 2019, from <https://hypeauditor.com/top-instagram-music/>
- Lambert, J. (2007). *Digital storytelling cookbook* (2nd ed.). New York, NY: Digital Diner Press.
- Lambert, J. (2010). *Cookbook for Digital storytelling*. New York, NY: Digital Diner Press.
- Ohler, J. (2013). *Digital storytelling on the classroom: new media pathways to literacy, learning, and creativity*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Robin, B. (2006). The educational uses of digital storytelling. Paper presented at the Proceedings of Society for Information Technology and Education international Conference 2006, Chesapeake, Va.
- VideoAmigo. (2019). The Week's Top YouTube Music Channels. Retrieved May, 26, 2019, from <https://www.videoamigo.com/music-charts/top-music-channels>

Zodiark. (2019, January 3). Most Viewed K-Pop Songs per country in the last 12 months.

Retrieved from <https://www.allkpop.com/forum/threads/most-viewed-k-pop-songs-per-country-in-the-last-12-months.265982/>