



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



114 ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666 โทรสาร 0-259-6172

ส่วนวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ข่าวจากหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับประจำวันที 20 เดือนสิงหาคม พ.ศ.2565 หน้า 1,13 มูลค่าข่าว 880,110.-

ประวัติศาสตร์ไม่ได้มีแต่
เรื่องโบราณ
**‘BNK ก็เป็น
ประวัติศาสตร์’** **U.13**

ประวัติศาสตร์ไม่ได้มีแต่เรื่องโบราณ ‘BNK ก็เป็นประวัติศาสตร์’



ท่ามกลางกระแสไอ돌ที่ได้รับความนิยมในสังคมไทย วงหนึ่งที่ไม่อาจมองข้ามได้เลย BNK 48 ที่นำเพลงฮิต อย่างคุกกี้เสี่ยงทาย รวมถึงท่อนข้าวปั้น ซึ่งทั้งเด็กจนถึงผู้ใหญ่ต่างเต้นได้ท่วงท่าเหมือน แม้วันนี้อาชีพของ BNK 48 ในบ้านเราอาจห่างหายไปบ้าง แต่กระนั้นกลับมีผู้หลงใหลในเรื่องราวของไอ돌วงนี้อย่างไม่ม่นด้านวัฒนธรรม ตั้งแต่การก่อสร้างตัว ตลาดของผู้ติดตาม จนถึงปรากฏการณ์ต่างๆ ที่กลายเป็น

‘ประวัติศาสตร์’

“เราต้องมองว่าประวัติศาสตร์ไม่ได้มีแค่ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ เพราะกิจกรรมทางวัฒนธรรมมันก็คือ วิถีชีวิตของมนุษย์ หากลองเปรียบเทียบองค์ความรู้ในประวัติศาสตร์ไทยในระดับการทำวิจัย จะพบว่า การทำวิจัยด้านประวัติศาสตร์การเมืองมันพุดไประยะหนึ่งแล้ว มันเพิ่งกลับขึ้นมา เพราะกระแสบางอย่างที่เกิดขึ้นในสภาวะปัจจุบัน แต่ที่มันกังวลคือ การที่คน



อาจมองว่าทำเรื่องที่เป็นปัจจุบันมากเกินไป อาจถูกมองว่าไม่ใช่ประวัติศาสตร์ เพราะมีการรอบความคิดเหล่านั้นอยู่ กังวลอีกมุมหนึ่ง (หัวเราะ) เขียนเสร็จแล้วจะโดนเหล่าแฟนคลับ BNK 48 อัดโหม แต่ก็พร้อมจะลงทำดู"

ผศ.ดร.โดม ไกรปกรณ์ อาจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คือ ผู้ที่พยายามอธิบายเรื่องราวของ BNK 48 ผ่านมุมมองทางประวัติศาสตร์ ฉายภาพสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของสังคมผ่านการบินถึงในวัฒนธรรมร่วมสมัย

ก่อนเผยแพร่ผ่านพ็อคเก็ตบุ๊กหน้าปกสีสดใส **BNK 48 วัฒนธรรมบันเทิงแบบใหม่ ในสังคมไทยร่วมสมัย ประวัติศาสตร์เชิงวิเคราะห์**

คุกกี้เสี่ยงทาย ขบชีวิต 'ชีตี' จากความตาย

ผศ.ดร.โดม เริ่มต้นด้วยเหตุผลว่าทำไมถึงเขียนหนังสือเล่มนี้ขึ้นมา?

"หน้าที่ของนักประวัติศาสตร์ คือการอธิบายเรื่องราวทางสังคม การเมือง หรือเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นด้วยกรอบหนึ่ง สังคมไทยมักมองประวัติศาสตร์เป็นเรื่องโบราณ คือทำแต่เรื่องเก่าๆ เมื่อผมมาเขียนเรื่อง BNK 48 บางคนมองว่าเป็นประวัติศาสตร์ได้ด้วยหรือ (หัวเราะ)"

มี Quote หนึ่งของ **คุณแสนบดี ลิทธิพันธ์** (บุตรชาย **ชัชชาติ ลิทธิพันธ์** ผู้ว่าฯกทม.) ซึ่งจบปริญญาตรีด้านประวัติศาสตร์จากสหรัฐอเมริกา ว่าสิ่งที่เราเห็นอยู่ในปัจจุบัน มีความเป็นมาอย่างไร บังคับอะไรที่ทำให้เกิดขึ้น แล้วมันเดินทาง หรือมีความเปลี่ยนแปลงอย่างไร จนกระทั่งมาเป็นสิ่งที่เราเห็นในปัจจุบัน

ผมเป็นคน que ที่คิดในแง่ประวัติศาสตร์ในมุมนี้เหมือนกัน เป็นมุมที่เราสามารถนำเรื่องราวในประวัติศาสตร์ มาใช้อธิบายความเปลี่ยนแปลงของสังคม และวิธีการที่จำ ทำให้ประวัติศาสตร์นั้นมีพลังหรือไม่ มีพลังมากน้อยแค่ไหน มันก็อยู่ที่เรานำคำอธิบายเหล่านั้นมาตอบสิ่งที่เราเห็นในปัจจุบันได้หรือไม่"

ผศ.ดร.โดม ตั้งข้อสังเกตว่า คุกกี้เสี่ยงทาย ซึ่งจุดประกายความสำเร็จของ BNK เป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจ นอกจากเพลงคุกกี้เสี่ยงทายที่ทำให้เกิดกระแสนิยมโด่งดัง ทำให้คนเดินเล่นแบบทำทางได้ในอีกมุมหนึ่งในแง่ของธุรกิจ ก็ทำให้แผ่นซีดี กลับมาขายได้ ทั้งที่คนฟังเพลงยุคนี้ไม่ค่อยซื้อแผ่นซีดีเพื่อมาฟังเพลงกันแล้ว

"เรียกว่าชีตีจะตายอยู่แล้ว ปรากฏว่า BNK 48 ทำแผ่นซีดีออกขายและขายได้ กลายเป็นกระแสนิยมชีตีกลับมาค่อนข้างเยอะ"

แน่นอนว่าในกลุ่มผู้ชื่นชอบวงไอดอลนี้ ก็มี **ผศ.ดร.โดม** เป็นหนึ่งในนั้น โดยให้เหตุผลว่า ดูแล้วชอบ ดูแล้วสนุก จึงทำการศึกษาอย่างจริงจัง

BNK 48 จุดประกาย J-POP

สู่ K-POP สู่ '(ไทย)เกิร์ลกรุ๊ป'

อาจารย์ประวัติศาสตร์วัย มศว ชวนให้มองข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ ในมิติของเวลา ว่า **วัฒนธรรม J-POP** หรือสมัยนิยมวัฒนธรรมญี่ปุ่นเริ่มก่อตัวอย่างชัดเจนในทศวรรษ 2510 โดยค่อยๆ ขยายตัวขึ้นตามลำดับ กระทั่ง 'พิกุลสุด' ในทศวรรษ 2520-2530

ช่วงทศวรรษ 2530 ถ้าพูดถึงความบันเทิงของต่างชาติ ที่ได้รับความนิยมในสังคมไทย คือ ญี่ปุ่น ถ้าไม่นับวัฒนธรรมอเมริกัน พอมมาถึงช่วงทศวรรษ 2540 กระแสนิยมวัฒนธรรมญี่ปุ่นกลับร่วลง เพราะในแง่หนึ่งสื่อไทยหันไปจับวัฒนธรรมเกาหลีแทน พอช่วงทศวรรษ 2550 วัฒนธรรมเกาหลีกลับวัฒนธรรมญี่ปุ่น J-POP หดลงไปเยอะ กลายเป็นกระแสรองของรองอีกที วัฒนธรรมญี่ปุ่นเหลือพื้นที่นิดเดียวในโลกอินเทอร์เน็ต

กระทั่งทศวรรษ 2560 เมื่อเกิด BNK 48 ที่กลายเป็นจุดดึงดูดกระแส

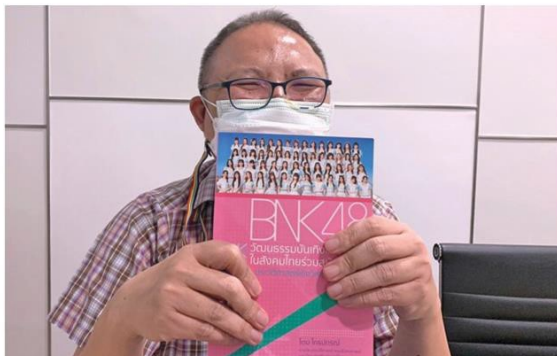
วัฒนธรรมญี่ปุ่นกลับมาอย่างไรก็ตาม หากถามว่ากลับมา 'พิก' เหมือนทศวรรษ 2530 หรือไม่ คำตอบคือ 'ไม่'

"ทุกวันนี้กระแสวัฒนธรรมต่างชาติ ก็ยังคงเป็นเกาหลีอยู่ แต่ BNK 48 ทำให้วัฒนธรรมญี่ปุ่นเริ่มกลับมาให้เราเห็น หลังจากที่เคยบ่มมานานนาน"

จากวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นที่กลับมาในสังคมไทยอีกครั้งด้วยกระแสความฮอตของ BNK 48 **ผศ.ดร.โดม** มองว่า มีส่วนทำให้เกิดพื้นที่เกิร์ลกรุ๊ปในประเทศไทยอีกครั้ง

"หากดูในตลาด ดูกภาพรวมตั้งแต่ทศวรรษ 2540-2550 บริษัทค่ายเพลง

ยักษ์ใหญ่ของไทย ไม่ค่อยมีนักร้องแนวใหม่เกิดขึ้น ไล่ดูได้เลยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ค่ายแกรมมี่ก็เป็นเชิงรียูเนียน นำนักร้องเก่ากลับมามากกว่า ศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปที่เป็นแบบไทยก็ซบเซาลงไปเยอะ กลายเป็นคนไทยบริโภคเกาหลีตลาดเพลงไทยจึงซบเซาไปเยอะมากๆ จนกระทั่งวันหนึ่ง BNK 48 ทำให้คนไทยจำนวนหนึ่งหันกลับมาฟัง แต่ถามว่าพื้นที่กระแสเกิร์ลกรุ๊ปในไทยได้ไหมก็ต้องดูกันยาวๆ ต่อไป BNK 48 ตอนนั้นบอยก็ไล่ถึงปีที่ 6 แล้ว เพราะว่าสิ้นปี 2565 เมมเบอร์รุ่นแรกของ BNK 48 ก็จะครบสัญญา 6 ปี"



ผศ.ดร.โดม โกรปรกรณ์ อาจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วิวาทะ 'ไอดอลในร่มทุนนิยม' เมื่อผู้หญิงคือสินค้า?

ประเด็นที่ไม่พูดถึงไม่ได้ คือ ยุทธศาสตร์ความสำเร็จ ผศ.ดร.โดม วิเคราะห์การตลาดของ BNK 48 ว่า จากที่ศึกษามา พบว่าเจ้าของบริษัท

ที่ท้าว BNK 48 ไปซื้อลิขสิทธิ์ 48 กรุ๊ป ของญี่ปุ่นเพื่อตั้งวง BNK 48 ในไทย ถ้าดูเป้าหมายการตลาดจริงๆ คือความตั้งใจที่ตลาดคนเฉพาะกลุ่มอยู่แล้ว คนที่จะบริโภควงไอดอลก็อาจจะไม่ใช่คนทั่วไปในสังคม เพียงแต่มีอะไรบางอย่างของ BNK 48 โดยเฉพาะ ชิงเกิ้ลที่ 2 คุณก็เสี่ยงทาย ที่โดนใจคนไทย คนว่า! คนสนุก กระแสจึงพุ่งขึ้น

“จริงๆ แล้วหากไล่ดูตั้งแต่ชิงเกิ้ลแรก คนไม่ค่อยรู้จัก แต่มาพุ่งขึ้นในชิงเกิ้ลที่ 2 คุณก็เสี่ยงทาย เมมเบอร์ทั้งหลายของ BNK 48 ก็ได้เป็นพรีเซ็นเตอร์ให้กับโฆษณาต่างๆ พอมาถึงชิงเกิ้ลที่ 4 เธอคือเมโลดี้ ยังคงเสียงกระแลได้ แต่พอเข้าสู่ชิงเกิ้ลที่ 5 กระแสเริ่มลง เพราะคนที่ดู เขาดู

เฉพาะเพลง อาจเพราะเนื้อเพลงสนุก ทำเดินสนุก เนื้อเพลงโดนใจ ไม่ได้เห็นแนวเพลงแบบคุณก็เสี่ยงทายมาพักใหญ่ หลังจากนั้นชิงเกิ้ลอื่นๆ ก็กลับสู่ตลาดเฉพาะกลุ่มเช่นเดิม”

เมื่อคุยเรื่องการตลาด ไม่พลาดถามประเด็นวิวาทะจากเพจเฟซบุ๊ก ‘สังคมนิยมแรงงาน’ ซึ่งเผยแพร่ข้อเขียน ‘เสรีภาพที่ลวงหลอก : วัฒนธรรมไอดอลในร่มเงาทุนนิยม’

ผศ.ดร.โดม มองว่า ถ้าจะอธิบายสังคมผ่านมิติความขัดแย้ง ก็อธิบายด้วยมาร์กซิสต์ได้หมด พร้อมถามกลับด้วยประเด็นธุรกิจบันเทิงซึ่งมีกลไกปกติ เป็นที่ทราบกันดี

“แนวทางของ มาร์ก คือ อธิบายความเหลื่อมล้ำของสังคม เราสามารถอธิบายผ่านแนวคิดนี้ได้ เพราะทุกสังคมมันมีความขัดแย้ง แต่ถามมองในแง่ปรากฏการณ์ ถ้าดูในเรื่องของความบันเทิง มันก็คือเรื่องทุนนิยมอยู่แล้ว วงการบันเทิงที่เราดูอย่างน้อย 30-40 ปีที่ผ่านมา ค่ายเพลงใหญ่ๆ ทั้งหลายเขาไม่ได้ทำธุรกิจหรือ?

เขาก็ทำสินค้าเพื่อขาย นักร้องค่ายเพลงต่างๆ เขาก็เป็นพนักงานในบริษัท ได้ผลตอบแทนเป็นเงินหรือเงินเดือน มันก็เป็นกลไก ปกติ คนที่เข้ามาทำงานในวงการบันเทิงรู้อยู่แล้ว กรณีของ BNK 48 เขาก็ต้องเซ็นสัญญา ถ้าคุณไม่พอใจก็ต้องเซ็นสัญญา”

ปิดท้ายที่ประเด็นอ่อนไหวอย่างวาทะ ‘มองผู้หญิงเป็นสินค้า’ ซึ่งนักวิชาการท่านนี้ตอบคำถามด้วยการยกตัวอย่างเทียบเคียงในมุมกลับกัน

“หากพูดซ้ำๆ ศิลปิน K-POP ถ้ามองว่า BNK 48 เป็นสินค้า ก็ต้องมอง ศิลปินชาย K-POP เป็นสินค้าด้วย เพราะโลกทุนนิยมมองอะไรก็เป็นธุรกิจหมด เพียงแต่ต้องมองว่าเขาขายอะไร มองว่าเท่าเทียมหรือไม่ มองในแง่กลับกันค่ายเพลง ใหญ่ในอดีต พึ่งกันเรื่องสัญญาเยอะมาก ขณะที่ BNK 48 จะออกจากวงเมื่อไหร่ก็ได้ แต่ประกาศขอจบการศึกษา เขาถือว่าเป็นธุรกิจ ไม่ใช่ไม่รู้” ผศ.ดร.โดมกล่าว ก่อนแนะนำให้ลอง ‘เปลี่ยนแว่น’ ดูบ้างเพื่อมุมมองที่หลากหลาย

“หากลองเปลี่ยนแว่นมองโดยไม่ใช้แนวคิดมาร์ก หากใช้แว่นมองแบบทุนนิยม เราก็คงจะไม่มองเรื่องนี้แบบที่แนวคิดมาร์กมอง เพราะมันคือการจ้างงานในระบบทั่วไป

เหมือนกับประวัติศาสตร์ การอธิบายความเปลี่ยนแปลงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะเลือกกรอบใดดีอะไร จะศึกษาประเด็นไหน จะเลือกหลักฐานชุดไหน” ผศ.ดร.โดมทิ้งท้าย

ณัฐชัย นาคสุข