



บทความวิจัย

เรื่อง จาก AKB48 สู่ BNK48 : พัฒนาการของวัฒนธรรมไอดอลในญี่ปุ่น  
และความนิยมในประเทศไทย

โดย

นางสาว ณัชชา ตันตระกูล

รหัสนักศึกษา 05590677

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเอเชีย

ศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อเรื่องบทความวิจัย	AKB48 สู่ BNK48 : พัฒนาการของวัฒนธรรมไอดอลใน
	ญี่ปุ่นและค่านิยมในประเทศไทย
ผู้เขียน	ณัชชา ตันตระกูล
อาจารย์ที่ปรึกษาบทความวิจัย	อาจารย์ดร. เพชรดา ชุนอ่อน
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
	วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2562

### บทคัดย่อ

บทความวิจัย AKB48 สู่ BNK48 : พัฒนาการของวัฒนธรรมไอดอลในญี่ปุ่นและค่านิยมในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการก่อตั้งวง AKB48 และปัจจัยที่ทำให้วงประสบความสำเร็จ และศึกษาปัจจัยค่านิยมและความสำเร็จของ BNK48 ซึ่งจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยรวมถึงข้อเสนอแนะของผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ AKB48 และ BNK48 ได้รับความนิยม คือ การการนำความแตกต่างมาสร้างให้เป็นจุดเด่น และต่อยอดผ่านการนำเสนอผ่านสื่อ ทั้งในทางด้านแนวคิด และภาพลักษณ์ที่นำเสนอออกไปประกอบการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอบทเพลงที่ติดหู และมีท่าเต้นที่จำง่าย เน้นการนำเสนอความหลากหลายของสมาชิกในวง โดยสำหรับกระบวนการในการแพร่ขยายความนิยมของ BNK48 นั้นแบ่งได้เป็น 3 ช่วง คือ 1) ช่วงเจาะกลุ่มแฟนคลับ 2) ช่วงสร้างฐานแฟนคลับ 3) ช่วงขยายฐานแฟนคลับ และเผยแพร่รูปแบบความสำเร็จของ BNK48

คำสำคัญ : วัฒนธรรมไอดอล , AKB48 , BNK48

## กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยเรื่อง จาก **AKB48** สู่ **BNK48** : พัฒนาการของวัฒนธรรมไอดอลในญี่ปุ่นและ  
ความนิยมในประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450112 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT  
STUDY)

บทความวิจัยชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ดร.  
เพชรดา ชุนอ่อน อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการ  
ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์  
ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนๆ ที่คอยให้  
ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จ  
ลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาด  
ประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ณัชชา ตันตระกูล

## จาก AKB48 สู่ BNK48 : พัฒนาการของวัฒนธรรมไอดอลในญี่ปุ่นและคานิยมในประเทศไทย

อุตสาหกรรม J-POP ของประเทศญี่ปุ่นเข้ามามีอิทธิพลต่อสังคมไทยตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1990 เป็นต้นมาผ่านภาพยนตร์ ละคร เกมส์ นวนิยาย การ์ตูน เพลง และวงไอดอลของประเทศก็เป็นหนึ่งในจุดเริ่มต้นในการทำให้เกิดกระแสคานิยม J-POP ในประเทศไทยและทำให้คนเริ่มรู้จักและชื่นชอบในด้านวัฒนธรรมญี่ปุ่นขึ้นมา แต่หลังจากนั้นไม่นานกระแสของ K-POP ได้เริ่มเข้ามาแทนที่วัฒนธรรม J-POP เริ่มกลายเป็นคานิยมของคนเฉพาะกลุ่ม การก่อตั้งวง BNK48 ขึ้นมาจึงได้สร้างปรากฏการณ์และปลุกกระแสวัฒนธรรมไอดอลญี่ปุ่นขึ้นมาอีกครั้ง

โดยการนำไอดอลญี่ปุ่นอย่าง AKB48 ที่มีรูปแบบของวง คือกลุ่มไอดอลที่แฟนๆ สามารถไปพบได้บ่อย ๆ โดยโปรดิิวเซอร์ยาซุชิ อากิโมโตะ (Yasushi Akimoto) ได้นำเสนอ AKB48 ผ่านแนวความคิดที่ว่า ไอดอลที่คุณสามารถไปพบได้ (Idols you can meet every day) ไอดอลแต่ละคนจึงต้องมีเสน่ห์หรือเอกลักษณ์บางอย่างให้แฟนคลับหรือคนทั่วไปอยากติดตามและสนับสนุน โดยกฎเหล็กข้อแรกของอากิโมโตะในการคัดเลือกสมาชิกคือ ‘คัดคนที่สมบุรณ์แบบออก’ และสิ่งที่คณะกรรมการพิจารณาเป็นหลักคือ เสน่ห์เฉพาะตัวและความมุ่งมั่น ทำให้ ‘ความไม่สมบุรณ์แบบ’ และ ‘เสน่ห์เฉพาะตัว’ ที่กลายเป็นเสน่ห์ของวง ปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่และโด่งดังของ AKB48 คือ การที่ผลงาน ตั้งแต่ปี 2009 จนถึงปัจจุบัน สามารถก้าวขึ้นสู่อันดับที่ 1 ของออริกอนชาร์ตได้ด้วยยอดขายเกินหนึ่งล้านแผ่น ซึ่งนับเป็นปรากฏการณ์แปลกใหม่ในวงการเพลงญี่ปุ่น AKB48 ที่ก่อตั้งในปี ค.ศ. 2005

การก่อตั้ง BNK48 นั้นจึงต้องซื้อลิขสิทธิ์แพลตฟอร์มจากประเทศญี่ปุ่น โดยการนำเอาโมเดลของ AKB48 จากบริษัทต้นสังกัด AKS มาสร้างเป็นวง BNK48 โดยเป็นการร่วมทุนของบริษัท Rose Artist Management หรือ RAM และ บริษัท AKS จากประเทศญี่ปุ่น ได้มีการเปิดตัววงและสมาชิกอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2560 โดยชื่อ BNK48 ย่อมาจากคำว่า ‘Bangkok 48’ ซึ่งก็คือชื่อเมือง ‘กรุงเทพฯ’ หรือ ‘บางกอก’ BNK48 ได้นำเสนอวัฒนธรรมไอดอลและเกิดปรากฏการณ์คานิยมและกระแสต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งการเข้ามาของ BNK48 นั้น เข้ามาในแง่ของไอดอลตัวอย่างของสังคมไทย เป็นผลให้วงไอดอลนี้ได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จ มีความแตกต่างกับวง AKB48 ที่การคัดเลือกสมาชิกจะไม่ได้ดูที่การศึกษา หรือประวัติผลงานของบุคคลนั้นๆ มาก่อน ในส่วนของ BNK48 นั้นจะคัดเลือกคนธรรมดาที่มีโปรไฟล์ที่ดีและสามารถเป็นต้นแบบหรือตัวอย่างที่ดีให้กับเยาวชนไทยได้ ทำให้คนทั่วไปอยากที่จะติดตามสนับสนุนไปด้วยไม่ยาก

สิ่งที่ทำให้วงมีความเป็นเอกลักษณ์และทำให้แฟนคลับสามารถใกล้ชิดไอดอลในใจตัวเองได้ กิจกรรมหนึ่งในนั้น คือ งานจับมือ นอกจากนี้ยังมีงานถ่ายภาพกับแฟนๆ งานแจกสายเซ็นตีให้แก่แฟนคลับ โดยถ้าเปรียบเทียบกับศิลปินนั้นการพบเจอหรือได้ใกล้ชิดนั้นเป็นอะไรที่เป็นไปได้ยาก ต่างจาก

AKB48 และ BNK48 ที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมที่สามารถใกล้ชิดกับไอดอลได้ และกิจกรรมเหล่านี้จัดทุก ๆ เดือน กลายเป็นว่ายิ่ง AKB48 และ BNK48 โต้งตั้ง ก็ยิ่งเพิ่มจำนวนงานต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น และแฟนคลับจะยิ่งได้ใกล้ชิดบ่อยมากขึ้น ทำให้กลายเป็นปัจจัยหลักๆในการทำให้แฟนคลับอยากสนับสนุนไอดอลวงนี้มากยิ่งขึ้น

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายในการที่จะศึกษาประวัติประวัติและความ เป็นมาของ AKB48 และปัจจัยที่ทำให้วงประสบความสำเร็จ รวมไปถึงการศึกษาและวิเคราะห์ความ นิยม ผลงานต่างๆ และความสำเร็จของ BNK48 ที่สามารถเรียกกระแส J-POP ในประเทศไทยให้ กลับมาได้รับความสนใจอีกครั้ง

## วัฒนธรรมไอดอลญี่ปุ่น

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมบันเทิงของญี่ปุ่นนั้นอยู่ในอันดับแนวหน้าของเอเชีย หนึ่งในอุตสาหกรรมบันเทิงดังกล่าว คือ J-Pop หรือ Japanese pop culture ของประเทศญี่ปุ่นที่มีลักษณะดนตรีผสมผสานจากทางตะวันตก ซึ่งรวมถึง ดนตรีในลักษณะ ป๊อปร็อก แดนซ์ฮิปฮอป ที่ถูกมักนำไปใช้ประกอบในภาพยนตร์ ละคร เกมส์ ของประเทศ และนำไปสู่การขยายขอบเขตแนววงดนตรีใหม่ๆ ได้แก่ การกำเนิดวัฒนธรรมไอดอลในประเทศญี่ปุ่น คำว่าไอดอลนั้นมีนิยามหรือความหมายของไอดอล หรือที่คนญี่ปุ่นเรียกว่า ไอโดรุ (Ai - Do - Ru) นั้นเป็นคำศัพท์ของภาษาฝรั่งเศส คำว่า IDOLE ที่แปลว่า เทิดทูน, ขวัญใจ โดยคำว่าไอดอลจะไม่ได้จำกัดไว้ว่าต้องเป็นนักร้องหรือต้องใช้ระยะเวลายาวนานในการฝึกฝนเพื่อที่จะมาเป็นไอดอล ซึ่งจะต่างจากศิลปินหรือวงดนตรีที่ต้องใช้ระยะเวลาอย่างยาวนานในการฝึกฝนเพื่อที่จะมาเป็นศิลปินที่มีความสามารถทั้งการร้อง การเต้น ความสามารถในการแต่งเพลง หรือเสียงร้องที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเพลงไอดอลญี่ปุ่น มักจะเป็นเพลงที่มีทำนองที่ฟังง่าย และมีเนื้อหาที่สดใส และการแสดงที่เน้นไปที่การสร้างภาพลักษณ์ผ่านเครื่องแต่งกาย ทรงผม หน้าตา และท่าเต้น (Kishimoto, 2018)

## จุดเริ่มต้นของ AKB48

นิยามคำว่าไอดอลของประเทศญี่ปุ่นเริ่มมีความชัดเจนมากขึ้นเมื่อ ‘อากิฟิ’ หรือ อากิโมโตะ ยาสุชิ (Yasushi Akimoto) โปรดิวเซอร์และนักแต่งเพลงได้ก่อตั้งวงไอดอล Onyanko Club หรือ คลับลูกแมว ในปี 1985 ที่ถือได้ว่าเป็นวงไอดอลต้นแบบของไอดอลกรู๊ปอย่าง AKB48 ที่นอกจากจะเป็นวงไอดอลที่ประสบความสำเร็จแล้ว ยังเป็นรากฐานสำคัญของวงไอดอลที่ได้กลายมาเป็นฐานสำคัญของวง AKB48 ในเวลาต่อมา โดยการสร้างไอดอลของอากิฟิ คือการนำเสนอความไม่สมบูรณ์แบบออกไปสู่สายตาของผู้ชม เพื่อให้ได้เห็นถึงพัฒนาการของไอดอล และสร้างความรู้สึกร่วมให้เข้าถึงได้ง่าย เริ่มต้นจากการคัดสมาชิกจากรายการทีวี All Night High School Girl Special ทางช่อง Fuji TV และได้สมาชิกมาทั้งหมด 52 คน ในปี 1986 เพลงต่างๆมากมาย อย่างเพลง Sailor Fuku o Nugasanai de ของวงได้ติดอันดับ 1 ของ Oricon Chart ในประเทศญี่ปุ่นรวมแล้ว 36 สัปดาห์ ทำให้ Onyanko Club นั้นถือว่าเป็นวงไอดอลที่ประสบความสำเร็จในยุคทองของวงการไอดอลในช่วงยุค 80 เนื่องจากเป็นยุคที่วงไอดอลทั้งแบบเดี่ยวและเป็นวงได้ถือกำเนิดขึ้นมากมาย และได้กลายมาเป็นวงไอดอลที่มีชื่อเสียงมาจนถึงในปัจจุบัน เช่น Momoe Yamaguchi , Seiko Matsuda, Akina Nakamori, Kyoko Koizumi, Chisato Moritaka



Onyanko Club

(ที่มา : <https://theonyankoclub.weebly.com/> )

แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่ AKB48 แตกต่างจากวงดังกล่าวนี้คือ จุดเริ่มต้นของ Onyanko Club นั้นเกิดจากสื่อโทรทัศน์ ในรายการ Yuyake Nyan Nyan ทางช่อง Fuji TV ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินไอดอลและแฟนคลับจะถูกขั้んกลางเอาไว้ด้วยสื่อโทรทัศน์และวิทยุ แต่สำหรับ AKB48 นั้นเกิดขึ้นผ่านการแสดงเจียเตอร์และแพร่ขยายความนิยมออกไปโดยใช้ประโยชน์จากสื่อต่าง ๆ ซึ่งไอดอลและแฟนคลับสามารถพบเจอกันได้อย่างง่ายดาย

เมื่ออาคิฟิตั้งใจที่จะสร้างวงไอดอลในความหมายที่ว่า “ไอดอลที่คุณจะได้พบ” และได้ริเริ่มก่อตั้งไอดอลเกิร์ลกรุ๊ป ‘AKB48’ ขึ้นมา โดยนำจุดเด่นของ Onyako Club เข้ามาใช้ เช่น คือ การสร้างกลุ่มไอดอลที่มีสมาชิกมากที่สุด และเป็นกลุ่มไอดอลที่ถูกนำเสนอภาพลักษณ์ให้เป็น “ไอดอลที่ไม่สมบูรณ์แบบ” (เทพ ปิรันธน์, 2018)

ความหมายของคำว่า AKB48 นั้นได้เกิดขึ้นในปี 2005 อาคิโมโตะ (Yasushi Akimoto) ได้พบกับ คุโบดะ ยาซุชิ (Kuboda Yasushi) และชิบะ โคทาโร่ (Shiba Kotaro) ประธานของบริษัท Office 48 ได้เกิดความคิดที่อยากจะสร้างกลุ่มนักร้องที่สามารถที่จะเปิดการแสดงให้ผู้คนได้รับชมได้ทุกวัน โดยทั้งสามจึงได้ร่วมกันเปิดบริษัท AKS ซึ่งเป็นการทำตัวอักษรตัวแรกของชื่อทั้ง 3 คนมาใช้เป็นชื่อบริษัท บริษัท AKS และชื่อของวง AKB48 นั้นมีที่มามาจาก ประธานค่ายบริษัท Offiice48 Shiba Kotaro ซึ่งนำคำพ้องเสียงของคำว่า Shi และ ba ที่มีความหมายเป็นตัวเลข 4 และ 8 มาใช้เป็นชื่อวง และ AKB มาจากชื่อย่าน อากิฮาบาระ ในกรุงโตเกียวซึ่งเป็นย่านจำหน่ายสินค้าเทคโนโลยีเครื่องใช้ไฟฟ้า เกม ของเล่นต่าง ๆ การคัดเลือกสมาชิกที่จะมาเข้าในวงนั้นจะเลือกโดยการที่ ‘คัดคนที่สมบูรณ์แบบออก’ (เกตุวดี MARUMURA, 2017)

AKB48 มีแนวคิดของวงคือ ‘IDOLS YOU CAN MEET’ หรือ ไอดอลที่ใคร ๆ ก็ไปพบได้ (会いに行けるアイドル) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ทำให้แฟนคลับหรือผู้ชมสามารถเข้าถึง AKB48 ได้ง่าย เนื่องจากเป็นความจริงที่สามารถพบเจอได้ในตัวของคนทั่วไป AKB48 จึงได้กลายเป็นโมเดลใหม่ใน

วงการไอดอล ความแปลกใหม่นี้เป็นสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อนในประวัติศาสตร์วงการบันเทิงของญี่ปุ่น เพราะไอดอลกลุ่มนี้สามารถที่จะ “พบเจอได้ทุกวัน” (เหมือนฝัน, 2016)

ด้วยความที่การคัดเลือกสมาชิกไม่ได้จำกัดว่าจะต้องเป็นคนที่มีความสามารถในด้านการร้อง การเต้นที่ต้องเก่ง หรือมีความเพียบพร้อมในการเป็นไอดอลทุกอย่าง ความสามารถและทักษะของสมาชิกในวงนั้นจึงมีความหลากหลาย ทำให้สมาชิก AKB48 จึงสามารถทำงานได้หลากหลายด้าน เช่น ทางด้านการแสดง ทางด้านการเป็นพิธีกร และการเป็นนางแบบนิตยสาร เป็นต้น อากิฟิจังใช้วิธีการคัดเลือกผู้สมัครให้มี ความหลากหลายมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นคนที่เก่งการร้อง คนที่อ่อนการเต้น คน ตลก หรือ คนสวย โดยมีใบโฆษณาประกาศรับสมัครตามสถานีรถไฟ และตามหัวมุมถนนต่าง ๆ พร้อมทั้งการสร้างเว็บไซต์ประจำวงอย่างเป็นทางการ จุดประสงค์คือเพื่อที่จะกระจายข่าวสารเกี่ยวกับวง AKB48 รวมถึงลง โฆษณาในนิตยสารที่ได้รับความสนใจจากวัยรุ่นที่ต้องการเข้าสู่วงการบันเทิงอย่าง นิตยสาร Audition Magazine แต่ถึงแม้ว่าจะได้ถูกคัดเลือกให้เข้ามาอยู่ในวงแล้ว แต่ก็ยังต้องมี สถานะเป็นเด็กฝึกหัดก่อน ซึ่งสมาชิกจะต้องผ่านการฝึกฝนต่าง ๆ มากมาย จนกระทั่งได้ขึ้นมาเป็น ไอดอลอย่างเป็นทางการแล้ว แต่ก็ยังต้องพัฒนาและฝึกฝนตัวเองต่อไปเรื่อย ๆ ทำให้แฟนคลับหรือ คนที่สนใจมีความอยากที่จะเอาใจช่วย และเฝ้ามองการพัฒนาของสมาชิกที่ตนชอบ ทำให้เกิด ความรู้สึกของการมีส่วนร่วมหรือได้ช่วยเติมเต็มความฝันของไอดอล (มรุจิน, 2014)

### โรงละครเธียเตอร์ (Theatre)

AKB48 Theater หรือที่เรียกว่า เธียเตอร์ ตั้งอยู่ที่ชั้น 8 ห้างดองกิโฮเต้ (Don Quijote) ถูก สร้างขึ้นเพื่อเป็นสถานที่จัดแสดงคอนเสิร์ตของเหล่าไอดอล AKB48 โดยเฉพาะ ซึ่งจะมีการแสดงทุก วันผลัดเปลี่ยนกันไประหว่างสมาชิกในวง ได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการ ด้วยชุดการแสดงของสมาชิก AKB48 ทีม A (มาจากอักษรตัวแรกของชื่อวง) สมาชิกรุ่นก่อตั้ง หรือ AKB48 1st Generation Debut มีทั้งหมด 24 คน (ภายหลังเหลือ 20 คน ออกไป 4 คนด้วยกัน) การแสดงวันแรกในครั้งนั้นมีผู้ชม ทั้งหมด 7 คนในชื่อการแสดงว่า Party Ga Hajimaruyo (Party **が始まるよ**) ซึ่งในวันที่ 8 ธันวาคม ค.ศ. 2005 นั้นถือเป็นวันแรกที่มีการแสดงบนเธียเตอร์ โดยในทุกสัปดาห์แฟนคลับจะ สามารถเข้าชมและ ติดตามพัฒนาของไอดอลได้ทุกวัน โรงละครจึงเปรียบเสมือนฐานที่จะผลักดัน ไอดอลไปสู่ความสำเร็จ (เหมือนฝัน, 2016)

จะมีการแบ่งสมาชิกออกเป็น 4 ทีม ได้แก่ ทีมA ทีมK ทีมB และทีม4 โดยจะเรียกกันว่า ‘ระบบ 4 ทีม’ และมีเด็กฝึกหัดที่เรียกว่า เค็งคิวเซ (Kenkyusei **研究生**) สมาชิกที่ยังไม่ถูกเลือก ให้สังกัดอยู่ในทีมใดทีมหนึ่งในและชุดการแสดงจะมีลำดับเพลง หรือ Set List โดย ส่วนใหญ่เพลงที่ใช้ แสดงในโรงละครจะเป็นเพลงที่ใช้ในการแสดงเฉพาะในโรงละครเท่านั้น ไม่สามารถที่จะนำออกไป แสดงข้างนอกอย่างเช่น คอนเสิร์ตได้ โดยส่วนมากลำดับเพลงในชุดการแสดงจะมีประมาณ 14-16



เพลง จะใช้เวลาแสดง 2 ชั่วโมง และชุดการแสดงของแต่ละทีมจะมีเพลงที่แตกต่างกันออกไป (เหมือน  
ฝัน, 2014)

เจียเตอร์ยังเป็นสถานที่ที่สมาชิกหรือเมมเบอร์จะได้แสดงความสามารถพร้อมทั้งการพัฒนา  
ตนเองไปในตัว และยังนำไปสู่การจัดตั้งระบบทีมขึ้นมา ทำให้เจียเตอร์มีรอบการแสดงมากขึ้นซึ่ง  
สามารถกระจายงานให้กับสมาชิกในวงที่มีจำนวนมากได้อีกด้วย เท่านั้นที่เข้ามารับชมการแสดง



AKB48 Theater

(ที่มา : [http://stage48.net/wiki/index.php/AKB48\\_Theater](http://stage48.net/wiki/index.php/AKB48_Theater) )

### งานเลือกตั้งเซมบัตสึ (Senbatsu General Election)

งานเลือกตั้งเซมบัตสึ หรือ Senbatsu General Election (選抜総選挙, Senbatsu Sousekyo) เนื่องจากได้รับกระแสความไม่พอใจเกี่ยวกับการเลือกสมาชิกในการออกผลงาน ซึ่งโดยปกติหากทีจะเป็นคนเลือกสมาชิกที่ปรากฏในผลงานเพลงซิงเกิ้ลนั้น ๆ ซึ่งแฟนคลับมองว่าสมาชิกบางคนพยายามมาโดยตลอด แต่ยังไม่เคยได้รับการเลือก จึงได้นำเอาระบบเลือกตั้งเข้ามาใช้กับ AKB48 มีการจัดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี 2009 เพื่อหาสมาชิกที่ได้รับความนิยมจากแฟนคลับมากที่สุด โดย การเลือกตั้งครั้งแรกใช้ชื่อ งานว่า AKB48 13th Single Senbatsu Sousekyo 'Kamisama ni Chikatte Gachi Desu' ซึ่งอันดับที่ 1 ได้แก่ อัสึโกะ มาเอตะ และสมาชิกที่มีคะแนนสูงเป็น 7 อันดับแรกจะเรียกว่า "คามิเซเวน" (不甲 7 Kami 7) ซึ่งแปลว่า 'เทพเจ้าทั้ง 7' การเลือกตั้งจึงกลายเป็นจุดดึงดูดของวัฒนธรรมไอดอลญี่ปุ่นโดยมีเรื่องของ ความพยายาม การแข่งขันและ มิตรภาพ เป็นตัว เดินหลัก (森本隆, 2017)

## สำหรับช่องทางในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมีดังต่อไปนี้

1. บัตรเลือกตั้ง โดยจะแนบมากับซีดีเพลงในผลงานชิ้นที่ 2 ของปี โดยนำเลขในบัตรไปลงคะแนน
2. การลงคะแนนจากเว็บไซต์ AKB48 official Website ซึ่งจะต้องจ่ายค่าแรกเข้า 1,000 เยน และค่าสมาชิกรายปี 4,000 เยน
3. การลงคะแนนเสียงผ่านทาง AKB48 Mobile member เสียค่าสมาชิกเดือนละ 315 เยน
4. การลงคะแนนเสียงผ่านทาง AKB48 Live On Demand ที่ถ่ายทอดสดการแสดงของ AKB48 Theatre โดยจะต้องจ่ายค่าสมาชิกรายเดือน เดือนละ 4,980 เยน



AKB48 SENBATSU SOUSENKYO GENERAL ELECTION 2017

(ที่มา : <https://akbzine.com/2017/06/17/2017-akb48-senbatsu-sousenkyo-general-election-results/>)

## งานจับมือ (Handshake Event)

AKB48 Handshake Events (握手会, Akushukai) มีการจัดกิจกรรมหนึ่งที่เรียกว่า งานจับมือ เพื่อเป็นการลดช่องว่างระหว่างแฟนคลับและสมาชิก ผ่านการพูดคุยให้กำลังใจ หรือไปพบกับไอดอลที่ชื่นชอบ ซึ่งครั้งแรกจัดขึ้นที่โรงละครในปี 2006 โดยงานจับมือของ AKB48 นั้นจะแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ งานจับมือทั่วประเทศ และ งานจับมือเดี่ยว

1. งานจับมือทั่วประเทศ (全国握手会) คือ กิจกรรมที่จัดขึ้นทั้งหมด 7 ภาคของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้แก่ คันทอ, คันทไซ, โทโค, โทโฮชู, คิวชู, ชูโกกุ และ ฮอกไกโด และจะจัดงานเพียง 1 วัน ในแต่ละภาค โดยจับได้เพียง 3 วิ ต่อบัตร 1 ใบ

2. งานจับมือเดี่ยว (個別握手会) จะแตกต่างจากงานจับมือทั่วประเทศตรงที่ แฟนคลับสามารถเลือกจับมือกับสมาชิกหลายๆของ 48 เช่น HKT48 SKE48 NMB48 รวมถึง เด็กฝึกหัดได้ งานจับมือแบบเดี่ยวจะจัดขึ้นเพียง 3 วัน และสามารถจับได้ 8 วิ ต่อบัตร 1 ใบ



AKB48 Handshake event 11-Gatsu no Anklet Single

(ที่มา : [https://lobby48.com/2018/08/guideline-akb48-handshake-part1/#\\_Kobetsu\\_Akushu-Kai](https://lobby48.com/2018/08/guideline-akb48-handshake-part1/#_Kobetsu_Akushu-Kai))

### งานเป่ายิงฉุบ (Janken Senbatsu Tournament)

การแข่งขันเป่ายิงฉุบ (じゃんけん選抜大会) ผู้ที่ชนะการเป่ายิงฉุบจะรางวัลเป็นการออกผลงานเพลง 1 ซิงเกิ้ล เพื่อที่จะสร้างโอกาสให้แก่สมาชิกทุกคนอย่างเท่าเทียมกันโดยสิ่งที่สมาชิกทุกคนต้องใช้คือ 'โชคชะตา' และตัดสินกันด้วยการออกก้อนกระดาษ และกรรไกร



Janken Senbatsu Tournament

(ที่มา : <https://lobby48.com/2018/08/akb48-group-unit-janken-tournament-2018-219units-introduction/>)

นอกจากนี้ AKB48 ยังได้สร้างสถิติไว้มากมาย อย่างเช่น การถูกบันทึกใน Guinness World Records 2013 ว่าเป็นวงที่มีสมาชิกมากที่สุดในโลก โดยถ้ารวมสมาชิกทั้งหมดใน 48 กรุ๊ปแล้วจะมีสมาชิกทั้งหมดประมาณ 400 กว่าคน และความนิยมของ AKB48 ได้ขยายออกไปยังเมืองอื่นๆ ภายในประเทศและนอกประเทศ\_และทำรายได้ในประเทศได้ถึง 7 พันล้านบาทต่อปี นอกจากนี้ความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่นแล้ว ต่างชาติก็ยังให้ความสนใจกับศิลปินและวัฒนธรรมของ 48Group จนกระทั่งมีการเจรจาขอซื้อแฟรนไชส์โมเดลไอดอลกลุ่มนี้จากประเทศต่าง ๆ เริ่มต้นที่ JKT48 ประเทศอินโดนีเซีย SNH48 ประเทศจีน (ปัจจุบันถูกถอดออกจากการเป็นสมาชิก 48 Group)

BNK48 ประเทศไทย MNL48 ประเทศฟิลิปปินส์ และ TPE48 ไต้หวัน (ปัจจุบันเป็น AKB48 Team TP)

โดยมีรูปแบบและแนวคิดแบบเดียวกับ AKB48 เรียกว่า ‘วงน้องสาว (Sister Group)’ หรือเรียกอีกอย่างได้ว่า 48 กรุ๊ป ทำให้เกิดกลุ่มวงน้องสาว เป็นจำนวน 10 วง โดยเป็นวงจากต่างจังหวัดภายในประเทศ 5 วง และวงนอกประเทศญี่ปุ่น 5 วง วงน้องสาวทั้งหมดจะมีซิงเกิลและโรงละครประจำวงเป็นของตัวเอง โดยในปัจจุบันวงน้องสาวของ AKB48 ได้แก่

#### วงในประเทศญี่ปุ่น 5 วง ได้แก่

- 1.SKE48 วงสาขาแรกที่ถือกำเนิดขึ้นในญี่ปุ่น (ย่านซาคาเอะ เมืองนาโงย่า จังหวัดไอจิ)
- 2.NMB48 (ย่านนัมบะ จังหวัดโอซาก้า),
- 3.HKT48 (ย่านฮาคาตะ จังหวัดฟูกูโอกะ)
- 4.NGT48 (จังหวัดนิงาตะ)
- 5.STU48 (จังหวัดในแนวภูมิภาคเซโตะ)

โดยในแต่ละวงในสาขาย่อยจะมีลักษณะจุดเด่นของวงที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น SKE48 ที่เน้นด้านการแสดง หรือ NMB48 ที่จะเน้นไปทางด้านให้ความบันเทิง HKT48 จะเป็นวงที่มีแต่สมาชิกที่อายุน้อย โดยสมาชิกทั้งหมดมีอายุเฉลี่ย 13.8 ปี



(ที่มา : <http://stage48.net/wiki/index.php/AKB48>)

#### วงน้องสาวนอกประเทศ 5 วง ได้แก่

- 1.JKT48 (กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย)
- 2.TPE48 (ไทเป ประเทศไต้หวัน)
- 3.BNK48 (กรุงเทพ ประเทศไทย)
- 4.MNL48 (มะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์)
- 5.MUM48 (มุมไบ ประเทศอินเดีย) (MUSICAN, 2018)

โดยเพลงของวงน้องสาวในต่างประเทศจะใช้เพลงของ AKB48 เป็นต้นแบบเท่านั้นไม่สามารถมีเพลงเป็นของตัวเองได้ แต่เพลงของวงน้องสาวที่อยู่ภายในประเทศญี่ปุ่นจะมีเพลงเป็นของตัวเองและไม่ใช้เพลงต้นแบบจากวง AKB48 โดยภาพลักษณ์ในแต่ละวงจะขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมการแต่งกายในแต่ละประเทศ เช่น การแต่งกายของวง MUM48 จะมีลักษณะประยุกต์มาจากชุดประจำชาติอินเดีย, การแต่งกายของวง BNK48 มีการนำชุดไทยซึ่งเป็นชุดประจำชาติมาประยุกต์มาใช้ในเพลง Kimi Wa Melody เนื่องจากเพลงนี้ในต้นฉบับของวง AKB48 มีการใช้ชุดกิโมโนซึ่งเป็นชุดประจำชาติของญี่ปุ่นเช่นกัน

### การเกิดขึ้นของ BNK48

ในประเทศไทย J-POP ของประเทศญี่ปุ่นได้เข้ามามีอิทธิพลต่อสังคมไทยตั้งแต่ในช่วงทศวรรษ 1990 เป็นต้นมาผ่านสื่อบันเทิงต่าง ๆ วงไอดอลก็เป็นหนึ่งในจุดเริ่มต้นในการทำให้เกิดกระแสนิยม J-POP ในประเทศไทยและทำให้คนเริ่มรู้จักและชื่นชอบในด้านวัฒนธรรมญี่ปุ่นขึ้นมา แต่ในช่วงปี 2001 กระแสของ K-POP ได้เริ่มเข้ามาแทนที่ J-POP กลายเป็นความนิยมของคนเฉพาะกลุ่มที่ชื่นชอบใน ภาพยนตร์ ละคร เกมส์ นวนิยาย การ์ตูน เพลงของประเทศญี่ปุ่น และความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมเพลงที่เกิดขึ้น ทำให้การซื้อขายในรูปแบบของ CD ไม่เป็นที่นิยมอีกต่อไป เนื่องจากผู้ฟังเพลงนิยมดาวน์โหลดเพลงผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือฟังเพลงผ่าน application ต่าง ๆ รวมทั้งศิลปินหน้าใหม่ที่แจ้งเกิดจากการทำดนตรีผ่านสื่อออนไลน์ เช่น YouTube ดังนั้นการที่จะสร้างวงไอดอลหญิงและชายของค่ายเพลงต่าง ๆ ในไทยจึงได้ซบเซาลงได้ไปหลายปี จนในปี 2015 เริ่มมีกลุ่มศิลปินไอดอลเกิดขึ้นอย่างวง BNK48 ขึ้นมา การนำเสนอรูปแบบของ อย่างเช่น การขาย CD พร้อมบัตรจับมือที่แฟนคลับสามารถมาพบปะและจับมือศิลปินได้ และยังมีการเลือกตั้ง Senbatsu เป็นประจำทุก ๆ ปี ที่แฟนคลับมีสิทธิที่จะโหวตให้ศิลปินที่ตนเองชื่นชอบได้อยู่ในซิงเกิ้ลนั้น ๆ โมเดลทางธุรกิจนี้ ได้กลายเป็นความสำเร็จที่ ดึงดูดคนให้กลับมาซื้อ CD และสนับสนุนที่ตนเองชื่นชอบ (Xie, 2015)

ความน่าสนใจของวัฒนธรรมไอดอล 48 Group ทำให้ จิรัฐ บวรวิฒนะ เจ้าของบริษัท Rose Artist Management ตัดสินใจเสนอแผนธุรกิจและขอซื้อแฟรนไชส์ไอดอลกลุ่มนี้ เพื่อจัดตั้งวง BNK48 ของประเทศไทยขึ้น BNK48 นั้นจึงเป็นการซื้อลิขสิทธิ์แพลตฟอร์มจากประเทศญี่ปุ่น โดยการนำเอาโมเดลของ AKB48 ที่มีบุคลิกความเป็น ‘girls next door’ หรือสาวข้างบ้าน จากบริษัทต้นสังกัด AKS มาสร้างเป็นวง BNK48 โดยเป็นการร่วมทุนของบริษัท Rose Artist Management หรือ RAM และ บริษัท AKS จากประเทศญี่ปุ่น (RicchanSama, 2018) ได้มีการเปิดตัววงและสมาชิกอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2560 โดยชื่อ BNK48 ย่อมาจากคำว่า ‘Bangkok 48’ ซึ่งก็คือชื่อเมือง ‘กรุงเทพฯ’ หรือ ‘บางกอก’

BNK48 ได้นำเสนอวัฒนธรรมไอดอลและเกิดปรากฏการณ์ความนิยมและกระแสต่าง ๆ ขึ้นมา ทำให้คืบพื้นที่ทางวัฒนธรรมกระแสนิยมของเพลง J-POP ที่ห่างหายไปในประเทศไทย BNK48 กลายเป็นกระแสในประเทศไทยหลังจากการปล่อยเพลง ‘คุกกี้เสี่ยงทาย’ ออกมาเพลงนี้มีที่มาจากต้นฉบับดั้งเดิม ในชื่อเพลง “Koisuru Fortune Cookie” ซึ่งเป็นซิงเกิ้ลอันดับ 32 ของ AKB48 ที่ปล่อยออกมาตั้งแต่ปี 2013 โดยมีการปรับเนื้อร้องใหม่ให้เป็นภาษาไทย และอิงกับต้นฉบับเดิมตามมาตรฐานตามวงต้นฉบับ

การปรับเนื้อร้องใหม่ให้เป็นภาษาไทยของ BNK48 เนื้อเพลงไทยจะเป็นการแสดงถึงความมานะพยายามในด้านต่าง เป็นเพราะภาพลักษณ์ของ BNK48 คือการนำศิลปินที่มีศักยภาพแต่ยังไม่ได้พัฒนาเต็มที่มาพัฒนา เนื้อเพลงจึงมักสื่อความหมายของเพลงเกี่ยวกับความพยายามเสมอ เช่น ‘อุปสรรคมากมายที่ผ่านเข้ามา แม้จะเหนื่อย ฉันจะปิดมันไปด้วยใจที่ไม่ยอมแพ้ ลมจะแรงเส้นทางจะชันแค่ไหน ฉันจะฝ่ามุงไปสู่คำพูดว่ารักเธอ’ (อยากจะได้พบเธอ, 2017)

แต่การแปลเพลงจากญี่ปุ่นเป็นไทยนั้น ไม่สามารถที่จะเก็บความหมายทั้งหมดให้ตรงกับต้นฉบับได้ทั้งหมด เนื่องจากความต่างในด้านภาษาและทำนองของดนตรี บางครั้งจึงเลือกที่จะบิดความหมายให้เข้ากับทำนองของเพลง เช่น ในเพลง ‘วันแรก’ ที่มาจากเพลง Shonichi ผู้แต่งเนื้อร้องไทยเลือกที่จะถอดความหมายเนื้อเพลงภาษาไทยมาจากภาษาญี่ปุ่นแบบตรงตัวเกือบทั้งหมด แต่ในขณะที่เพลง ‘คุกกี้เสี่ยงทาย’ ซึ่งเลือกที่บิดคำบางส่วนเพื่อให้เนื้อร้องภาษาไทยเข้ากันกับทำนอง และยังเป็น การปรับเพื่อให้คนไทยที่ไม่ได้คุ้นเคยกับวัฒนธรรมของญี่ปุ่นที่ปรากฏในเนื้อหาของเพลงสามารถเข้าใจเนื้อเพลงได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ท่อนที่ร้องว่า ‘Uranatte yo’ ที่แปลว่า ‘มาทำนายดวงฉันสิ’ ได้ดัดแปลงเป็นคำว่า ‘ให้คุกกี้ทำนายกัน’ เป็นต้น (RicchanSama, 2561)

นอกจากนี้ BNK48 ยังมีเพลงที่แสดงถึงมิตรภาพของเพื่อนที่ร่วม ฝ่าฟันกันมาจนถึงจุดหมายปลายทางอย่างเพลง ‘ความทรงจำและคำอำลา’ ซึ่งกล่าวถึงการจบการศึกษาหรือการที่สมาชิกคนหนึ่งตัดสินใจที่จะลาออกจากวง เหมือนเป็นการแยกย้ายไปตามทางของตนเอง รวมถึงการเติบโต และการเป็นอิสระ สอดคล้องกับแนวทางหลักของวงที่เน้นพัฒนาการของวง ‘ห้องเรียนที่เคยอยู่ด้วยกันเมื่อวาน เรียนด้วยกันตรงนี้เป็น เพื่อนกันตรงนี้ ใส่เครื่องแบบเดียวกันยังจำขึ้นใจ แค่เพียงในเวลานี้ เห็นเธอโตขึ้นอีกมากมาย’ (ความทรงจำและคำอำลา, 2018)

กระแสความโด่งดังของ BNK48 ที่มีต้นฉบับและวัฒนธรรมของไอดอลแบบญี่ปุ่น ที่เข้ามาในช่วงยุคที่วงการเพลงไทยไม่มีรายได้จากยอดขายแผ่นซีดี เพราะมีช่องทางในการฟังเพลงเพลงที่หลากหลาย แต่ BNK48 กลับมียอดจัดจำหน่ายแผ่นเพลงเพิ่มสูงขึ้นทุกครั้งที่ออกผลงาน เนื่องจากสิ่งสำคัญที่มากับอัลบั้ม คือการแถม รูปถ่าย Photoset และ บัตรจับมือ นำไปสู่งานจับมือ ซึ่งมีแฟน ๆ เข้าร่วมงานกว่า 40,000 คน ก่อให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์คนในสังคมไทยที่อาจไม่คุ้นชินในวัฒนธรรมไอดอลในลักษณะนี้ ซึ่งการเข้ามาของ BNK48 นั้น เข้ามาในแง่ของไอดอลตัวอย่างของ

สังคมไทย การจะสร้างนิยามคำว่าไอดอลให้กับสังคมไทยนั้น สำหรับ BNK48 นั้นต้องนำภูมิลายอย่างมาปรับให้มีความเหมาะสมกับประเทศไทย ยกตัวอย่างจากอย่างกรณีการถ่ายแบบเซ็กซี่ ที่ศิลปินวงต้นแบบ AKB48 มักจะถ่ายชุดว่ายน้ำลงนิตยสาร แต่สำหรับ BNK48 นั้นจะไม่สามารถที่จะทำได้ เนื่องจากวัฒนธรรมไทยที่การแต่งตัวในสังคมไทยค่อนข้างอ่อนไหวกับประเด็นเหล่านี้ และต้องการให้เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับเยาวชน ในทางกลับกันบางสิ่งที่แฟนคลับ BNK48 สามารถทำได้ แต่ในประเทศญี่ปุ่นไม่สามารถทำได้ก็คือ การอนุญาตให้ถ่ายภาพไอดอลได้ในเวลาางาน ซึ่งในญี่ปุ่นถือว่าเป็นเรื่องต้องห้าม โดยปัญหาที่ตามมาของการอนุญาตให้ถ่ายภาพได้ ก็คือการดูคอนเสิร์ตที่ไอดอลกำลังแสดงอยู่ แฟนคลับและผู้คนส่วนมากจะมักสนใจการบันทึกภาพมากกว่าการรับชมและเชียร์ไอดอล (วรัญญา บุรณากาญจน์, 2561)

นอกจากนี้ AKB48 ที่การคัดเลือกสมาชิกจะไม่ได้ดูที่การศึกษา หรือประวัติผลงานของบุคคลนั้น ๆ มาก่อน แต่ในส่วนของ BNK48 นั้นจะคัดเลือกคนธรรมดาที่มีโปรไฟล์ที่ดีและสามารถเป็นต้นแบบหรือตัวอย่างที่ดีให้กับเยาวชนไทยได้ ‘สำหรับการคัดเลือกสมาชิกใน BNK48 นั้นด้วยความที่วัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทยมีความต่างกัน การคัดเลือกสมาชิกของ BNK48 จึงโฟกัสไปที่ด้านของทัศนคติที่ดีของสมาชิก ความมุ่งมั่น ความสามารถพิเศษและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละคน และลักษณะของความเป็นเน็ตไอดอลที่สามารถเป็นต้นแบบให้ใครหลายคนได้มากกว่า ไม่ต้องร้องดีแต่ดีก็ได้ แต่ขอให้ทำอะไร ๆ ที่สามารถนำเสนอออกมาได้ เราสนใจเรื่องของการนำเสนอ อย่างเมอปรางที่สามารถเป็นต้นแบบในด้านการเรียน ไข่มุกที่มีความถนัดในการทำอาหารเราก็จะเปิดช่องทางให้เค้าได้มีช่องทำอาหารเป็นของตัวเอง ’ ( จิรัฐ บวรวิฒนะ ,2019) ยกตัวอย่างได้จากสมาชิกในวง BNK48 ‘เมอปราง อารีย์กุล’ ที่ได้รับเลือกให้เป็นกัปตันวงของ BNK48 และเป็นสมาชิกที่ได้รับ ความนิยมสูงที่สุดในวง โดยปัจจัยหลักนั้นมาจากความเป็น ‘ไอดอลต้นแบบ’ จากทั้งผลงานที่ดี และการศึกษาที่ดี ทำให้คนทั่วไปอยากที่จะติดตามสนับสนุนไปด้วยไม่ยาก



เมอปราง BNK48 ขึ้นรับรางวัล 'ต้นแบบทางการศึกษา' จากพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชทินนิตตามาตุ (ที่มา : <https://th.hellomagazine.com/education/the-talented-cherprang-bnk48/>)

## ปัจจัยที่ทำให้ BNK48 เป็นที่นิยม

กระบวนการในการแพร่ขยายความนิยมของ BNK48 สามารถแบ่งได้ เป็น 3 ช่วง ได้แก่

### 1. ช่วงเจาะกลุ่มแฟนคลับ

เป็นช่วงที่ BNK48 ได้เปิดตัวครั้งแรก 2 มิถุนายน 2560 ในฐานะวงน้องสาวของ AKB48 โดยงานเปิดตัวได้จัดขึ้นที่ Quartier Gallery ชั้น M ศูนย์การค้า EmQuartier และมีการเปิดตัวเพลงของวง BNK48 ทั้งหมด 3 เพลง 1.อยากจะได้พบเธอ (Aitakatta) 2.ก็ชอบให้รู้ว่าชอบ (Oogoe Diamond) 3. 365 วัน กับเครื่องบินกระดาษ (365 Nichi no Kamihikouki) ซึ่งในช่วงแรกนั้นกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้คือ กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบในภาพยนตร์ ละคร เกมส์ นวนิยาย การ์ตูน เพลงของประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มที่เป็นแฟนคลับของวง AKB48 หรือไอดอลญี่ปุ่นวงอื่น ๆ มาก่อน และในช่วงแรกได้ร่วมมือกับ THE Mall ในการจัดกิจกรรม Road Show หรือการโปรโมทวง BNK48 โดยโปรโมทจากการจัดมินิคอนเสิร์ต ที่ The Mall สาขาต่าง ๆ ทั้งใน กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด



งานเปิดตัว BNK48 “BNK48 The Debut”

(ที่มา : <http://www.siamdol.com/news/bnk48-the-debut/>)

### 2. ช่วงสร้างฐานแฟนคลับ

โดยหลังจากได้เปิดตัวซิงเกิ้ลที่ 2 และ มิวสิกวิดีโอคุกกี้เสี่ยงทาย (Koisuru Fortune Cookie) งานมินิคอนเสิร์ต BNK48 Mini Live and Handshake จาก ด้วยทำนองเพลงที่ติดหู ทำเดินที่ง่าย ทำให้ศิลปินดาราศาและคนทั่วไปมากมายนำเพลงมา โคลเวอร์ (Cover) ส่งผลให้ตัววงเริ่มได้รับความสนใจจากคนทั่วไป และ จากสื่อต่าง ๆ ด้วยรูปแบบของวงนั้นก็เป็นสิ่งแปลกใหม่ที่ประเทศไทยยังไม่เคยมีมาก่อน เช่นจุดขายของวง BNK48 ที่มีจุดเด่นที่เน้นสร้างความผูกพันระหว่างสมาชิกในวง และแฟนคลับ ที่อยู่ในรูปของกิจกรรมที่ให้สิทธิพิเศษแก่แฟนคลับ หรือผู้ซื้อผลงานเพลงของ BNK48 ได้มีสิทธิเข้าร่วมซึ่งกิจกรรมส่งเสริมการขายหลัก ๆ อย่าง กิจกรรมงานจับมือ กิจกรรมการ



เลือกตั้ง หรือ การที่ทำให้สมาชิกออกมาทำกิจกรรมร่วมกับแฟนคลับ หรือแม้แต่ตัวของสมาชิกในวงที่แต่ละคนก็มีเอกลักษณ์และจุดเด่นที่ไม่เหมือนกัน ทำให้คนที่ไม่เคยรู้จักวง AKB48 หรือ คนที่ไม่เคยติดตามวงไอดอลมาก่อนเริ่มที่จะสนใจความแปลกใหม่ของวงและอยากที่จะติดตามมากขึ้น ส่งผลให้ความครอบคลุมความนิยมของวงกว้างยิ่งขึ้น พร้อมกับการรักษาฐานแฟนคลับเดิมไปด้วย

### 3. ช่วงขยายฐานแฟนคลับ และ เผยแพร่รูปแบบความสำเร็จของ BNK48

หลังจากที่ BNK48 ได้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ในช่วงปี 2017 ผ่านเพลง คุกกี้เสี่ยงทาย ที่ประสบความสำเร็จและได้รับรางวัลมากมายอย่าง รางวัลเพลงฮิตที่ได้รับความนิยมแห่งปี รางวัลนักร้องกลุ่มยอดเยี่ยม และรางวัลเพลงฮิตโดนใจ สมาชิกในวงได้มีผลงานเดี่ยว ๆ เป็นของตัวเอง และได้ปรากฏผ่านสื่อต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการแสดงหนังภาพยนตร์ ละคร มิวสิควิดีโอ หรือแม้แต่การจัดคอนเสิร์ตเดี่ยวของสมาชิก ผลงานเหล่านี้ส่งผลให้สมาชิกได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยวัดจากยอดของการติดตามทางโซเชียลที่เพิ่มขึ้นเกิน 100,000 follower ยอดขายอัลบั้มในแต่ละซิงเกิ้ลที่เกิน 100,000 อัลบั้ม (BNK48 , 2018) BNK48 ได้เปิดรับสมาชิกรุ่นที่ 2 โดยมีผู้สนใจสมัครทั้งหมด 12000 คน หลังจากการคัดเลือกสมาชิก และ จัดการฝึกซ้อมทั้งหมด 6 เดือน BNK48 ได้เปิดตัวรุ่น 2 ทั้งหมด 27คน ในงาน BNK48 2nd Generation The Debut วันที่ 17 กรกฎาคมที่ศูนย์การค้า The EmQuartier และ มีการเปิดตัวเพลงของสมาชิกรุ่น 2 เอง คือเพลง ฤดูใหม่ (Tsugi no Season ) เมื่อวงมีจำนวนคนที่มากขึ้น การเพิ่มของแฟนคลับจากการติดตามสมาชิกในวงก็มากขึ้น ส่งผลให้มีบริษัทจากหลายๆแบรนด์ชื่อดังติดต่อเพื่อเป็น Ambassador ให้กับตัวแบรนด์และสินค้าต่าง ๆ มากมาย และยังมีการประชาสัมพันธ์แบรนด์ของ BNK48 ซึ่งมีผลต่อการเพิ่มจำนวนแฟนคลับ และสร้างมูลค่าให้แก่วงมากขึ้น (RicchanSama, 2018)



BNK48 รุ่นที่ 2 ในงานเปิดตัว BNK48 2nd Generation The Debut

(ที่มา : <https://www.mangozero.com/bnk48-2nd-generation-the-debut/>)



อร BNK48 กับผลงานการแสดงภาพยนตร์ของ T Moment เรื่อง App War  
(ที่มา : <https://www.beartai.com/lifestyle/movies/266706>)



ณเอปราง BNK48 กับผลงานการแสดงภาพยนตร์ของค่าย GDH เรื่อง Homestay  
(ที่มา : <https://www.imdb.com/title/tt9021140/>)

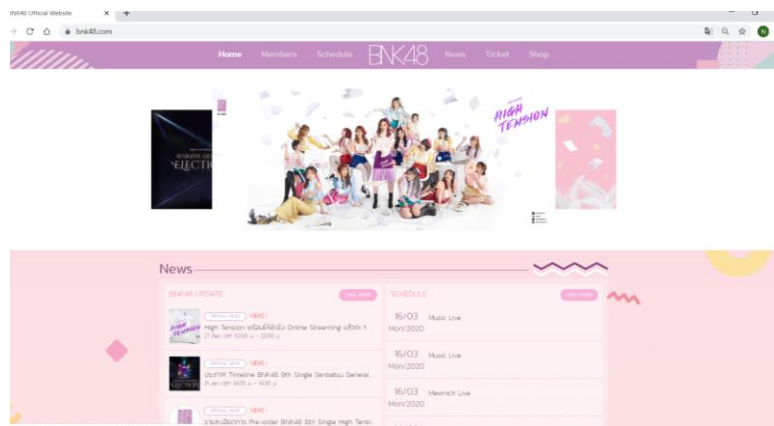


Kaew BNK48's First Solo Concert 'A Passage to Fly'  
(ที่มา : BNK48 official Fanpage)

## การประชาสัมพันธ์ผลงาน

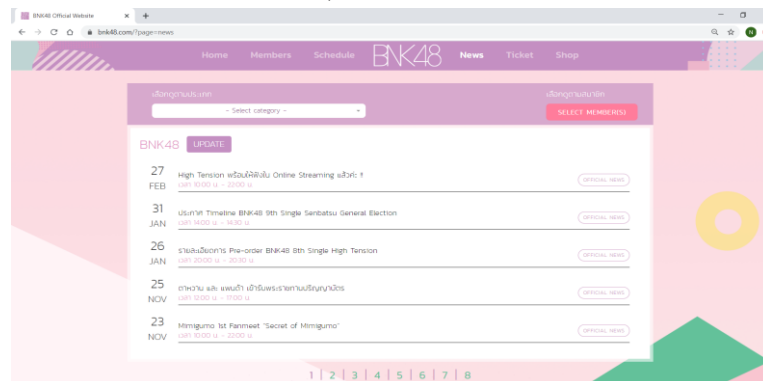
### 1.BNK48 Website Official

เว็บไซต์อย่างเป็นทางการ ของ BNK48 (BNK48 Website official) BNK48 มีช่องทางการติดตามหลัก <http://www.bnk48.com> โดยในเว็บไซต์นั้นจะมีข้อมูลเกี่ยวกับ BNK48 ไม่ว่าจะเป็นประวัติของแต่ละสมาชิกใน การแจ้งข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ของ BNK48 โดยผู้ที่สนใจจะศึกษาข้อมูลหรือต้องการที่จะติดตามข่าวสารของวงและสมาชิกแต่ละบุคคล นั้นจะต้องทำการสมัครสมาชิกก่อนถึงจะสามารถติดตามข่าวสารได้ การประชาสัมพันธ์เพื่อกระจายข่าวสารและกิจกรรมของ BNK48



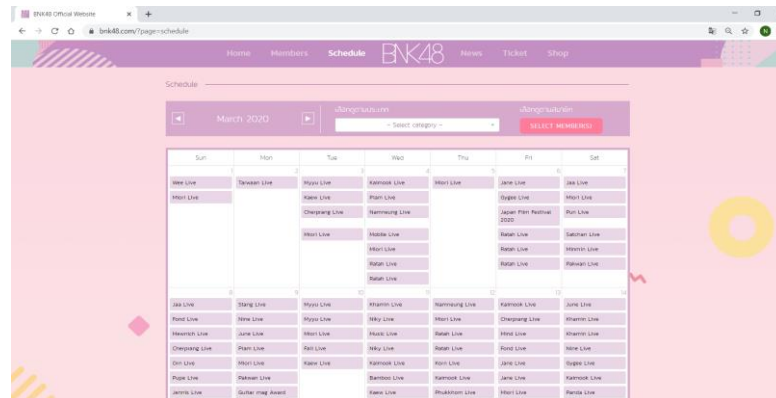
เว็บไซต์อย่างเป็นทางการของ BNK48

(ที่มา : <https://www.bnk48.com/>)

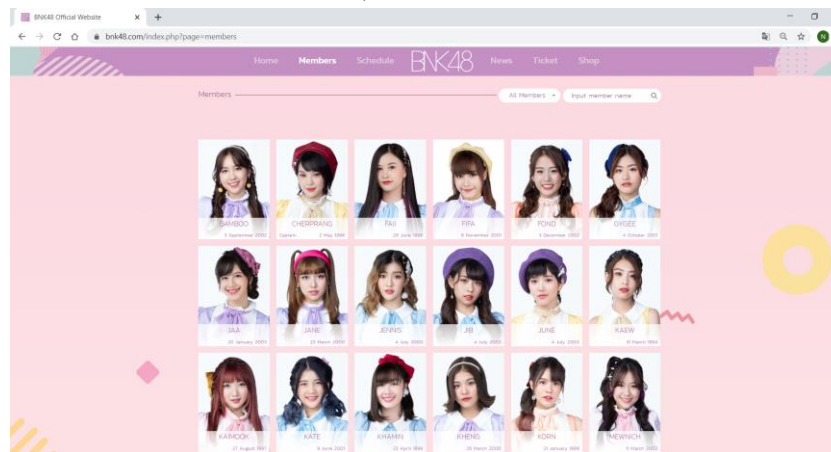


การแจ้งข่าวสารและกิจกรรมบนหน้าเว็บไซต์

(ที่มา : <https://www.bnk48.com/>)



ตารางกิจกรรมของวงและสมาชิกบนหน้าเว็บไซต์  
(ที่มา : <https://www.bnk48.com/>)

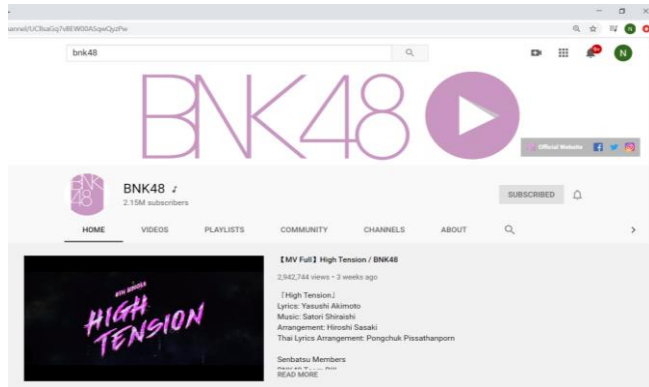


ประวัติและข้อมูลของแต่ละสมาชิกในวง  
(ที่มา : <https://www.bnk48.com/>)

มีการรายงานความเคลื่อนไหว การประชาสัมพันธ์งาน รวมถึงกิจกรรมของวง BNK48 และกิจกรรมของสมาชิกแต่ละคน นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการอัปโหลดมิวสิกวิดีโอของวง BNK48 ผ่านทาง youtube ในช่องของ BNK48 BNK48 Office Channel

## 2. BNK48 Youtube Channel

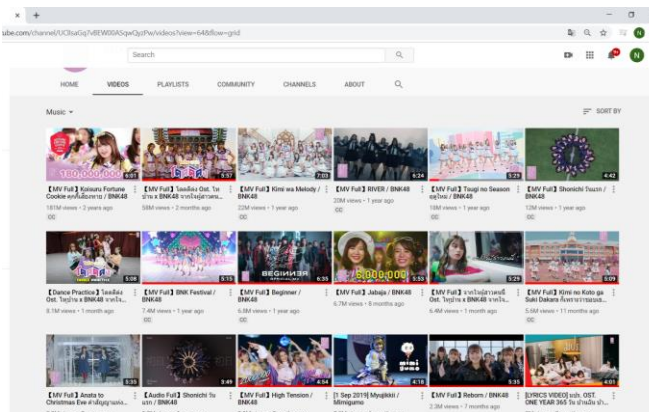
BNK48 ได้ทำการสร้างช่องทางใน Youtube Channel ที่ชื่อว่า BNK48 Office Channel ภายในจะรวบรวมมิวสิกวิดีโอ และ กิจกรรมต่าง ๆ อีกมากมายของ BNK48



ช่องทางทาง youtube

(ที่มา : <https://www.youtube.com/bnk48/>)

ซึ่งมิวสิกวิดีโอที่มียอดผู้ชมสูงสุดได้แก่เพลง Koisuru Fortune Cookie (คุกกี้เสี่ยงทาย) โดยมียอดผู้ชมอยู่ที่ 181,849,451 ครั้ง และรองลงมาได้แก่ เพลง โดดติดัง ซึ่งเป็นเพลงของทาง BNK48 โดยตรง ไม่ได้นำมาจากต้นฉบับที่นำมาแปลเป็นไทย โดยมียอดผู้ชมอยู่ที่ 58,887,654 ครั้ง



ช่องทางทาง youtube

(ที่มา : <https://www.youtube.com/bnk48/>)

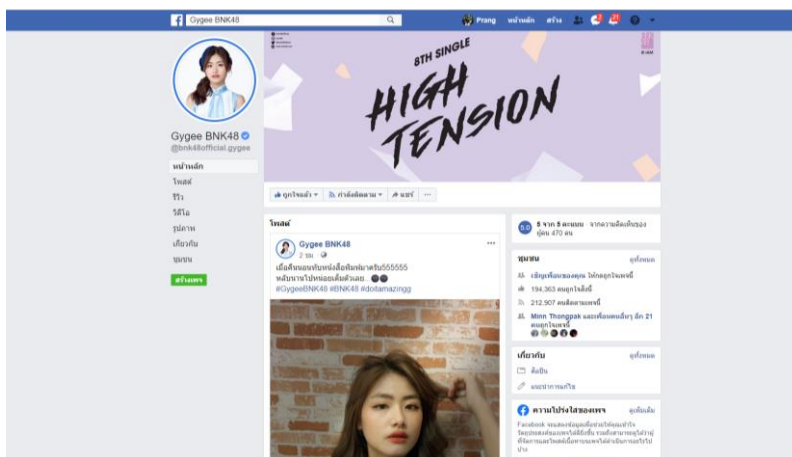
### 3. Facebook / Instagram

สมาชิก BNK48 จะมี Account หรือเพจเป็นของตัวเอง สำหรับใช้ในการถ่ายทอดชีวิตประจำวัน หรือการบอกเล่าความรู้สึกและความเคลื่อนไหวผ่านรูปภาพและข้อความ เพื่อให้แฟนคลับสามารถที่จะติดตามความเคลื่อนไหวของสมาชิกในแต่ละวันได้มากยิ่งขึ้น



Gygee BNK48 Instagram Account

(ที่มา : <https://www.instagram.com/gygee.bnk48official/>)

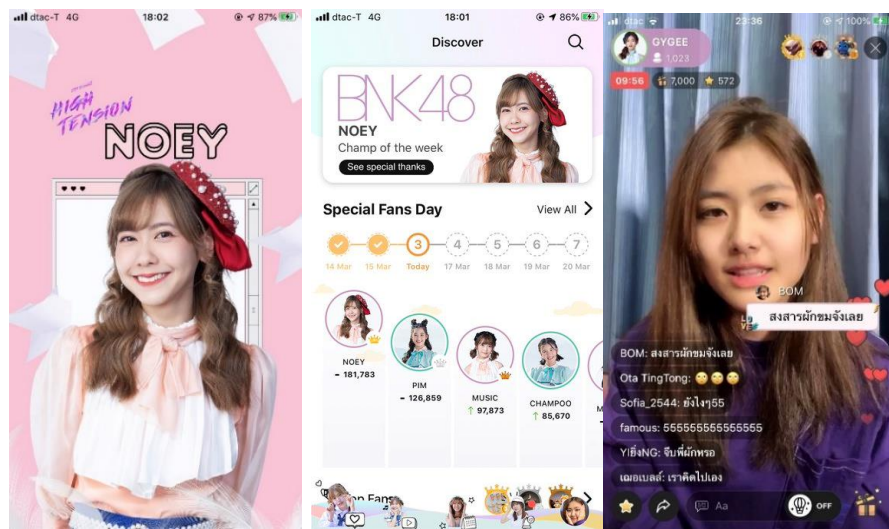


Gygee BNK48 Facebook Fanpage

(ที่มา : <https://www.facebook.com/bnk48official.gygee/>)

### 3. iAM48 Official Application

แอปพลิเคชันสำหรับช่องทางที่จะสามารถสนับสนุนเมมเบอร์ได้ผ่านการเติมเงินแลกเป็นคูปองที่ส่งให้กับเมมเบอร์ผ่านการไลฟ์สดหรือผ่านข้อความอัปเดตที่สมาชิกลง โดยในแต่ละอาทิตย์จะมีการจัดอันดับยอดสนับสนุน หากสมาชิกคนไหนในอาทิตย์มียอดสนับสนุนเยอะเป็นอันดับ1 ก็จะได้ขึ้นหน้าปก iAM48 Application เป็นเวลา 1 อาทิตย์ ทั้งยังสามารถดูไลฟ์ถ่ายทอดสดของเมมเบอร์สมาชิกแต่ละคนในวง โดยเป็นการทำให้แฟนคลับมีความรู้สึกสามารถที่จะเข้าถึงไอดอลได้มากยิ่งขึ้นผ่านการพิมพ์ข้อความ หรือถามคำถามพูดคุยกับเมมเบอร์ผ่านทางกล่องข้อความ



iAM48 Official Application  
(ที่มา : iAM48 Official Application)

### 4. Digital Live Studio BNK48

Digital Live Studio หรือที่แฟนคลับเรียกกันว่า ‘ตู้ปลา’ นั้นจัดอยู่ที่ The EmQuartier โดยแต่ละสัปดาห์จะมีการประกาศหัวข้อสนทนาประจำสัปดาห์ ตามธีมต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้ชมและสร้างความคุ้นเคยระหว่างเมมเบอร์และแฟนคลับ และใช้ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่าง กิจกรรมวันสงกรานต์ กิจกรรมวันแม่ กิจกรรมปีใหม่ การร่วมชม MV พร้อมกับแฟนคลับรวมทั้งยังเป็นสถานที่สมาชิกในวงจะได้แสดงความสามารถด้านอื่น ๆ เช่น ด้านร้องเพลง เต้น เล่นดนตรี เป็นต้น



Digital Live Studio

(ที่มา : BNK48 Official Fanpage)

ซึ่งในปัจจุบัน BNK48 ได้ย้าย Digital Live Studio ไปยังสถานที่แห่งใหม่โดยตั้งอยู่ที่ มาบุญครอง ชั้น 7

## การประชาสัมพันธ์ผลงาน

### 1. Plan B

ได้เข้ามาลงทุนใน บริษัท BNK48 Office 182 ล้านบาท ช่วยให้ BNK48 มีความพร้อมต่อยอดทางธุรกิจในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการนำสมาชิกของ BNK48 ไปร่วมเชียร์ให้กำลังใจฟุตบอลทีมชาติไทย หรือไม่เว้นแม้แต่ป้ายโฆษณาต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพฯ ที่มีบริษัท Plan B เป็นผู้สนับสนุน

Plan·B  
media



(ที่มา : <https://www.planbmedia.co.th/>)

### 2. BNK48 Senpai

BNK48 ได้ร่วมมือกับทางช่อง 3 SD ผลิตรายการเรียลริตี้โดยรายการได้นำเสนอเรื่องราวของการก่อตั้งวง BNK48 การออกดีซันสมาชิกรุ่นแรกของ BNK48 จนไปถึงการถ่ายทอดชีวิตประจำวันของสมาชิกในวง ช่วงก่อนและหลังการเป็น BNK48





(ที่มา : <http://narusanana.namjai.cc/e199298.html>)

### 3. Victory BNK48

BNK48 ได้ร่วมมือกับทางช่อง WorkPoint ผลิตรายการวาไรตี้โชว์ โดยมีรูปแบบของรายการเป็นการแข่งขันระหว่างสมาชิก BNK48 โดยการแบ่งเป็นทีม 2 ฝั่ง โดยแข่งกันทำภารกิจต่าง ๆ ที่ได้รับในแต่ละอาทิตย์



(ที่มา : <https://www.workpointtv.com/program/victory-bnk48>)

### 4. The SKA x BNK48

บริษัท เดอะ สกา फिल्म จำกัด ร่วมกับไอตอลวง BNK48 ‘THE SKA x BNK48’ โดยจะเป็นการออกอากาศร่วมกันผ่านทาง YouTube เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ที่หลากหลายเพื่อเด็กและเยาวชนภายใต้บทบาท “รู้ใหม่เวลาเพื่อนๆ ยิ้ม พวกเราโคตรมีความสุข” และแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่

**The Ska x BNK48 Challenge** ที่จะวัดเอาความสามารถ BNK48 มาแข่งขันกับสมาชิกของ The Ska

**The Ska x BNK48 Classroom** จะเป็นที่ BNK48 จะมานำเสนอและให้ความรู้กับคนดูจาก ที่มีความรู้และความถนัดในแต่ละเรื่องที่แตกต่างกันออกไป

**The Ska x BNK48 Travel** พุดถึงมุมมองของเดอะสกา และBNK48 ในการออกไปในพื้นที่ต่างๆ โดยนำเสนอวัฒนธรรม อาหารการกินและการใช้ชีวิตของคนในแต่ละท้องถิ่น

The Ska x BNK48 Parody เป็นการล้อเลียนในลักษณะของหนังสั้น ตามกระแสต่าง ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยม



The SKA x BNK48

(ที่มา : <https://www.youtube.com/channel/UCq6EbFumSSuMc2AhIM4DcJA>)

## 5. Documentary

วงต้นฉบับของประเทศญี่ปุ่น อย่าง AKB48 ได้ทำการสร้างสารคดีที่รวบรวมเหตุการณ์ต่างๆ เกี่ยวกับAKB48 โดยเนื้อหาเสนอที่น่าสนใจเกี่ยวกับจุดเริ่มต้นของ AKB48 จนถึงความสำเร็จในวันที่ได้รับ รางวัล Japan Record Award โดยในแต่ละปีนั้นจะมีทั้งหมด 3 ภาค ตั้งแต่ปี 2009 -2012 ได้แก่

ภาคที่ 1 Documentary of AKB48 - The future 1mm ahead

ภาคที่ 2 Documentary of AKB48 – AKB48 + 1

ภาคที่ 3 Documentary of AKB48 - AKB48+1+10

การสร้างภาพยนตร์สารคดี BNK48 จึงเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การตลาดที่บริษัทผู้ดูแลสร้างออกมาตามแผนของธุรกิจตามต้นแบบลิขสิทธิ์ ซึ่งวางไว้แล้วตั้งแต่ต้น รวมทั้งมีการทำให้เห็นมาแล้ว เพียงแต่นี้เป็นครั้งแรกที่ทำกับแบรนด์ BNK48 โดยรวบรวมเหตุการณ์ต่าง ๆ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของไว้ และสารคดีเรื่องนี้เป็นการถ่ายทำเบื้องหลังของสมาชิกไอดอลวง BNK48 ซึ่งกำกับโดย เต๋อ นวพล Creative Director ของ Salmon House ent.



BNK48 Girls Don't Cry

(ที่มา : <https://www.imdb.com/title/tt8730152/>)

โดยสารคดีของBNK48 นั้นจะนำเสนอเรื่องราวว่า ‘BNK48 คือ Idol Girl Group ที่มีสมาชิกเป็นหญิงสาวตั้งแต่อายุ13 ถึง23 ปีรวมทั้งหมด 26 คน\* โดยคอนเซ็ปต์ของวงคือ‘เด็กหญิงธรรมดาๆ ที่มีความพยายาม’ ในการออกแต่ละซิงเกิ้ลจะมีสมาชิกเพียง 16 คนจากทั้งหมด เท่านั้นที่จะได้รับเลือกให้มีผลงาน สมาชิกทุกคนจึงพยายามทุ่มเทให้กับ การฝึกซ้อมและพัฒนาตัวเอง แต่แล้ววันหนึ่ง...ทุกคนก็เรียนรู้ว่าความพยายามอย่างเดียวอาจไม่พอและ ปลายทางของ ความพยายาม นอกจากความสำเร็จแล้ว มันยังมีอย่างอื่น ที่ไม่คาดคิดรออยู่เช่นกัน’ (BNK48 Girls Don’t Cry, 2019)

## 6 .Tao Kae Noi Presents BNK48 1st Concert ‘STARTO’

จากความสำเร็จของเพลง คุณก็เสี่ยงตาย ส่งผลให้ BNK48 มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จึงได้จัดคอนเสิร์ตใหญ่ครั้งแรกของวงที่ชื่อว่า Tao Kae Noi Presents BNK48 1st Concert ‘STARTO’ โดยจัดแสดงทั้งหมด 2 รอบ วันที่ 31 มีนาคม และ 1 เมษายน ปี 2019 ที่ไบเทคบางนา

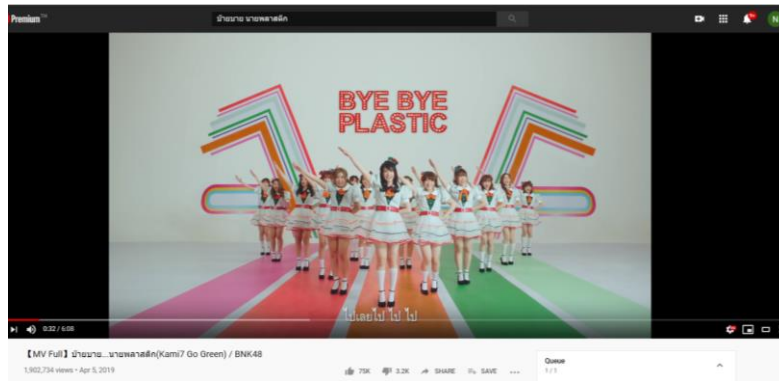


ภาพบรรยากาศ Tao Kae Noi Presents BNK48 1st Concert ‘STARTO’  
(ที่มา : <https://www.prachachat.net/spinoff/entertainment/news-138798>)

## Brand Ambassdor

### 1. 7-Eleven

บริษัทได้เปิดตัวพรีเซนเตอร์ BNK48 ร่วมกับ ตูน อาทิวราห์ คงมาลัย เพื่อเชิญชวนให้ทุกคนปฏิเสธการรับถุงพลาสติกในร้าน 7-ELEVEN อีกครั้ง โดยมีภาพยนตร์โฆษณาของ BNK48 ในหัวข้อ ‘ลดวันละถุงคุณทำได้’ และสร้าง MV เพลง ‘บ้ายบาย...นายพลาสติก (Kami7 Go Green)’ โดย BNK48 เพื่อเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการแนะนำวิธีการลดใช้พลาสติกในรูปแบบง่าย ๆ กระตุ้นให้คนได้ตระหนักถึงผลกระทบของขยะถุงพลาสติกที่มีต่อโลก (thansettakij 2019)



บ้ายบาย...นายพลาสติก (Kami7 Go Green) – BNK48  
(ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=Gho7MGWbfAA>)

## 2. A.P. Honda

บริษัท A.P.Honda ได้ทำการการเปิดตัว Brand Ambassador ร่วมกับไอดอลวง BNK48 ทั้งหมด 6 คน ที่จะมาเป็น และ Brand Supporter ให้กับทีม A.P. Honda Motorsport โดยทั้ง 6 คนประกอบด้วย ตาหวาน, น้ำหนึ่ง, อร และ เนย แก้ว และ ก่อณ ละ BNK48 ยังได้ประกาศเปิดตัว เพลงเชียร์ที่จะใช้ร้องในการแข่งขัน เพลง River ซึ่งเป็นเพลงที่นำต้นฉบับมาจาก AKB48 (Thairath, 2018)



A.P. Honda ร่วมกับ BNK48  
(ที่มา : <https://www.thairath.co.th/sport/others/1205048>)

## 3. TOYOTA MOTOR

บริษัท TOYOTA MOTOR ได้ทำการการเปิดตัว Brand Ambassador ร่วมกับไอดอลวง BNK48 โดยสะท้อนภาพลักษณ์คนรุ่นใหม่ ที่มีความสุขสนุกสนานและมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง เหมือนกับสินค้า Yaris ATIV V ตรงกับแนวทางการสื่อสารของ 'Yaris ATIV...LIFE ACTIVATED' ที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นยิ่งขึ้น (Toyotanews, 2018)



TOYOTA MOTOR ร่วมกับ BNK48

(ที่มา : <http://www.headlightmag.com/toyota-yaris-ativ-bnk48-life-activated/>)

#### 4. ธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสิน ได้ทำการการเปิดตัว Brand Ambassador ร่วมกับไอ돌วง BNK48 นำเสนอบัตรออมสิน เดบิต ‘GSBxBNK48’ พร้อมสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ และมอบสิทธิพิเศษมากมายโดยมีรูปแบบหน้าบัตรเป็นภาพศิลปิน BNK48 พร้อมเปิดตัวฟรีเซ็นเตอร์ ทั้ง 6 คน ได้แก่ ออม, เฉลอปราง, โมบายล์, ปัญ, วิ และ จูเน่ ที่มีภาพลักษณ์สดใส ซึ่งกำลังได้รับความนิยมและมีอิทธิพลต่อกลุ่มนักเรียนนักศึกษาไปจนถึงวัยทำงาน สะท้อนภาพลักษณ์ Digital Banking ของธนาคารที่มีความทันสมัย และมีการพัฒนารูปแบบของการให้บริการด้วยนวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ๆ อีกทั้งยังเป็นการรองรับลูกค้าที่ชื่นชอบกลุ่มศิลปิน BNK48 หรือลูกค้าทั่วไป (innnews, 2019)



ธนาคารออมสิน ร่วมกับ BNK48

(ที่มา : <https://www.gsb.or.th/products/cards/visa-debit-card/GSBxBNK48.aspx>)

#### 5. Grab

Grab ได้ทำการการเปิดตัว Brand Ambassador ร่วมกับไอ돌วง BNK48 เพื่อเป็นตัวแทนของแกร็บในภาพลักษณ์ทางการตลาดทุกช่องทาง สร้างการรับรู้ของสินค้าต่อผู้ใช้งานในทุกไลฟ์สไตล์ พร้อมขยายฐานลูกค้าของแฟนคลับ BNK48 ทั้งผู้สูงอายุวัยรุ่นให้ใช้บริการของแกร็บมากขึ้น ภายใต้ภาพลักษณ์ ‘ชีวิตดีเมื่อมีแกร็บ’ ที่นอกจากจะมีบริการการเดินทาง ส่งอาหาร และส่งพัสดุแล้ว ยังมีฟีเจอร์ใหม่ เช่น การเปลี่ยนจุดหมายระหว่างทาง ยกเลิกได้ทุกเมื่อโดยไม่มีการตัดเงิน แกร็บแชทที่รองรับข้อความเสียง เป็นต้น



Grab ร่วมกับ BNK48

(ที่มา : <https://www.grab.com/th/en/press/business/>)

## รางวัลและความสำเร็จ

ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งวงมาจนถึงปัจจุบัน BNK48 ได้รับรางวัลมากมาย โดยสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ (BNK48 Wiki, n.d.)

### 1 .ปี2017 BNK48 ได้รับรางวัลทั้งหมดดังนี้

รางวัลศิลปินกลุ่มที่มีผลงานยอดเยี่ยมบนโซเชียลมีเดีย จาก Thailand Social Awards

รางวัลเพลงฮิตที่ได้รับความนิยมแห่งปี ‘คุกกี้เสียงทาย’ จาก The Guitar Mag Awards

รางวัลศิลปินหน้าใหม่แห่งปี จาก Joox Thailand Awards

รางวัลศิลปินที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุด จาก Mthai Talk About

รางวัลศิลปินตัวอย่างดีเด่น จากเนศไอยรา เพรส อวอร์ด

รางวัลศิลปินหน้าใหม่มาแรง จาก Kazz Awards

รางวัลสติกเกอร์ดารายอดนิยมแห่งปี จาก Line Sticker Awards

รางวัลนักร้องกลุ่มยอดนิยม และรางวัลเพลงฮิตโดนใจ ‘คุกกี้เสียงทาย’ จาก Siam Stars Awards

รางวัลศิลปินกลุ่มยอดนิยมแห่งปี จาก Maya Awards

### 2. ปี 2018 BNK48 ได้รับรางวัลทั้งหมดดังนี้

รางวัลศิลปินกลุ่มที่มีผลงานยอดเยี่ยมบนโซเชียลมีเดีย จาก Thailand Social Awards

รางวัลศิลปินหน้าใหม่น่าจับตา จาก BioScope Awards

รางวัล People Choice (ฝ่ายหญิง) จาก Home Awards

รางวัลขวัญใจนิตยสาร KAZZ (ฝ่ายหญิง) จาก KAZZ Awards

รางวัลสติกเกอร์ขวัญใจมหาชน จาก Line Sticker Awards

## บทสรุป

จากกรณีศึกษาเรื่อง จาก AKB48 สู่ BNK48 : พัฒนาการของวัฒนธรรมไอดอลในญี่ปุ่นและความนิยมในประเทศไทย โดยศึกษาจากวัฒนธรรมโดยทำการเก็บข้อมูลจากบทสัมภาษณ์บทความและบทวิจารณ์ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับทั้ง AKB48 และ BNK48 จากการศึกษาพบว่า สิ่งที่ทำให้ทั้ง AKB48 และ BNK48 ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยม คือ

- 1) การสร้างความแตกต่าง
- 2) ความหลากหลายของสมาชิกในวง
- 3) การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์วง

โดยในช่วงที่ AKB48 ก่อตั้งขึ้นมา เป็นช่วงที่วัฒนธรรมกระแสนิยมของเกาหลี ไม่ว่าจะผ่านทางด้านละคร หรือ เพลง กำลังแพร่เข้ามาทั้งในประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทย นั้นเป็นความแปลกใหม่ที่แตกต่างจากวงไอดอลทั่วไป หรือสิ่งที่ไอดอลของประเทศเกาหลีนั้นไม่มี อย่างภาพลักษณ์ของไอดอลเกาหลีที่มักนำเสนอผ่าน ‘ความสมบูรณ์แบบ’ ทั้งทางด้านทักษะการร้อง การเต้น และทางด้านรูปร่างหน้าตาของศิลปิน แต่ AKB48 นั้นกลับนำเสนอภาพลักษณ์ผ่าน ‘ความไม่สมบูรณ์แบบ’ แต่ถูกเติมเต็มด้วยความหลากหลาย สร้างวงน้องสาว (Sister Group) ขึ้นมาทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นการต่อยอดถึงรูปแบบความสำเร็จของ AKB48

ความแปลกใหม่นี้ส่งผลให้ทางผู้ก่อตั้ง BNK48 ตัดสินใจเสนอแผนธุรกิจและขอซื้อแฟรนไชส์ไอดอลกลุ่มนี้ เพื่อจัดตั้งวง BNK48 ขึ้นมา และเข้าใจการนำวัฒนธรรมประเทศญี่ปุ่นมาผสมผสานกับวัฒนธรรมประเทศไทยให้เข้ากับรูปแบบของวง ทำให้ต้องมีการใส่ใจในรายละเอียด อาทิ การแต่งกายที่ยังต้องคงความเป็น AKB48 ไว้ แต่ก็มีมีการปรับให้เข้ากับวัฒนธรรมของประเทศไทย แม้แต่การที่ BNK48 นำเพลงของ AKB48 มาปรับเนื้อร้องใหม่ให้เป็นภาษาไทยของ BNK48 เนื้อเพลงไทย ซึ่งส่งผลให้ผู้วิจัยได้เข้าใจความแตกต่างด้านวัฒนธรรมในสังคมญี่ปุ่นกับไทยที่สะท้อนผ่านภาพลักษณ์ของ AKB48 และ BNK48 โดยเนื้อเพลงที่แปลใหม่ของ BNK48 จะเป็นการแสดงถึงความมานะพยายามในด้านต่าง ๆ รวมถึงด้านความรัก ที่ฟังแล้วเข้าใจง่าย และสามารถที่จะเข้าแทรกซึมไปถึงตัวบุคคลได้โดยง่ายมากยิ่งขึ้น

นอกจากปัจจัยด้านบนที่กล่าวมาแล้วนั้นสื่อก็เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในยุคโลกาภิวัตน์ที่ช่วยในการแพร่ขยายความนิยมของ BNK48 ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ผลงานเพลง และการประชาสัมพันธ์แบรนด์ของBNK48 หรือการร่วมเป็น Brand Ambassador ให้กับบริษัทต่าง ๆ อีกมากมาย ส่งผลให้ BNK48 ยังคงเป็นที่รู้จักจนถึงทุกวันนี้

## บรรณานุกรม

- เกตุวดี marumura. (2561). บทเรียนการตลาดจาก AKB48 ต้นแบบความสำเร็จของ BNK48. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561, เข้าถึงได้จาก <https://thestandard.co/marketing-lessons-from-akb48-master-the-success-of-bnk48/>
- เทพ ปิรันธน์ พงษ์พานิช. (2561). ประวัติศาสตร์ย่อของวงการไอดอลญี่ปุ่นก่อนจะมาถึง AKB48 จนถึง BNK48. เข้าถึงเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2561, เข้าถึงได้จาก <https://gmlive.com/ประวัติศาสตร์ย่อของวงการไอดอลญี่ปุ่นก่อนจะมาถึงAKB48จนถึงBNK48>
- เหมือนฝัน มานตรี. (2556). การเผยแพร่เพลงกระแสนิยมญี่ปุ่นภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์: กรณีศึกษาศิลปินวงเอเคบี 48. เข้าถึงเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2563, จาก คณะภาษาและการสื่อสาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/lang/2556/20077.pdf>
- ชญาอนุตม์ พัฒนสุวรรณ. (2549). การรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทย กรณีศึกษาแฟน เพลงเจ-ป๊อป. จาก วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปณชัย อารีเพิ่มพร. (2561). PLAN B เข้าซื้อหุ้น BNK48 35% ทุ่ม 182 ล้านบาทหวังต่อยอดธุรกิจบันเทิง. เข้าถึงเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.the101.world/becoming-the-idol/>
- ลงทุนศาสตร์. (2561). 'ไอดอล' ต่างกับ 'ดารา' อย่างไร. เข้าถึงเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2563, เข้าถึงได้จาก <http://www.investorest.co/business/bnk48/>
- วรัญญา บุรณากาญจน์. (2561). จาก 'เด็กสาวข้างบ้าน' สู่ 'ศาสดา' ของเหล่าแฟน. เข้าถึงเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2561, เข้าถึงได้จาก <https://www.the101.world/becoming-the-idol/>



CEOblog.co. (2561). เปิดตำนาน AKB48 จากวงไอดอลเกิร์ลกรุ๊ป

สู่โมเดลธุรกิจบันเทิงระดับโลก. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561, เข้าถึงได้จาก  
<https://www.ceoblog.co/akb48/>

Dooddot. (2560). 'Tokyo Idols' เรื่องราวของ 'ลัทธิ' ที่มากกว่าความบันเทิง

ในวงการไอดอลญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561, เข้าถึงได้จาก  
<http://www.dooddot.com/tokyo-idols-documentary-movieguide/>

EDITORIAL. (2561). 'เฉอปราง อารีย์กุล' ไอดอลนักวิทยาศาสตร์แห่ง BNK48.

เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561, เข้าถึงได้จาก  
<https://th.hellomagazine.com/education/the-talented-cherprang-bnk48/>

Etda. (2561). เจาะลึก BNK48 กับกลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <https://www.etda.or.th/content/digital-marketing-of-bnk48.html>

Forbes Thailand. (2561). ช่องว่างการตลาดและหัวใจแฟนคลับที่ "BNK48" ค้นพบ.

เข้าถึงเมื่อ 18 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก  
<https://forbesthailand.com/news/other/bnk48.html>

Kenneth Maxwell, Andrew Joyce. (2011). The Man Who Made AKB48.

Retrieved from <http://blogs.wsj.com/japanrealtime/2011/12/28/the-man-who-made-akb48/>

MUSICAN. (2561). Twelve 'Forty-Eight' Group รวม 12 วงไอดอล แห่ง 48 กรุ๊ป กับ

ธุรกิจระดับโลกที่น่าจับตามอง. เข้าถึงเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563, เข้าถึงได้จาก  
<https://gmlive.com/Twelve-Forty-Eight-Group>

MUSIC KNOWLEDGES. (2561). MUSIC KNOWLEDGES : IDOL CULTURE

เอกลักษณ์ ดนตรี และวิถีของไอดอลที่แตกต่างกัน. เข้าถึงเมื่อ 15 มีนาคม 2563,  
เข้าถึงได้จาก <https://www.pouponstageofficial.com/content/11113/korean-japanese-thai-idol-culture>

RicchanSama. (2561). ข้อจำกัดของ BNK48 เมื่อแปลเพลง 'วันแรก' เป็นไทย

ทำไมไม่ติดหูเท่า 'คุกกี้เสียงทนาย'. เข้าถึงเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2561,  
เข้าถึงได้จาก <https://gmlive.com/BNK48-shonichi-translated-to-thai>

Siripoj Laomanachoen. (2561). ความเป็นไทยอยู่ตรงไหนใน 'เพลงชาติ' ของ BNK48?.

เข้าถึงเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://thematter.co/thinkers/thai-symbolic-in-bnk48-song/44653/amp>

森本隆.

(2013). "w 松井が神 7 崩した / AKB 総選挙". nikkansports.com. 日刊スポーツ新聞社.



