



สารนิพนธ์

เรื่อง บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม

โดย

นางสาวชลนภัส วิสิทธิ์คุณ

รหัสนักศึกษา 05590745

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเอเชีย

ศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

สารนิพนธ์	บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม
ผู้เขียน	นางสาวชลนภัส วิสิทธิ์คุณ
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาทยา อยู่คง
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ “บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 และทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับในเอเชีย โดยมีขอบเขตการศึกษากิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับชาวเกาหลี ชาวจีน และชาวไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2562 โดยศึกษาจากการรวบรวมข้อมูลและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแฟนคลับวง NCT 127 ผ่าน Twitter, Facebook, Pantip.com และบทความต่าง ๆ โดยใช้แนวคิดวัฒนธรรมกระแสนิยมและแนวคิดเรื่องทุนมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า แฟนคลับวง NCT 127 มีการสร้างกระแสวัฒนธรรมผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์ โดยกิจกรรมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นจะเกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์เป็นหลัก และกิจกรรมในพื้นที่ออนไลน์จะนำไปสู่กิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ ผ่านการพูดคุยและนัดหมายกันเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อย่างไรก็ตามพบว่าการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับในแต่ละช่วงเวลาจะมีการเปลี่ยนแปลงและมีความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมของแฟนคลับแต่ละประเทศ คือ วัฒนธรรมของแฟนคลับประเทศเกาหลีจะสนับสนุนศิลปินผ่าน การโหวตและเข้าร่วมรายการเพลงเป็นหลักวัฒนธรรมของแฟนคลับจีนที่สนับสนุนศิลปินผ่านการทำโปรเจกต์วัฒนธรรมของแฟนคลับไทยที่สนับสนุนศิลปินผ่านการบริจาคเพื่อดำเนินกิจกรรม

และการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับเพื่อให้ศิลปินเป็นที่นิยมมากขึ้น มีการใช้ทุนที่แตกต่างกันในแฟนคลับแต่ละกลุ่ม โดยแฟนคลับชาวเกาหลีที่ใช้ทุนทางเศรษฐกิจซึ่งหมายถึงเงินและทุนทางวัฒนธรรมซึ่งหมายถึงทักษะในการถ่ายรูปเพื่อทำบ้านแฟนไซต์ แฟนคลับจีนใช้ทุนทางเศรษฐกิจซึ่งหมายถึงเงิน ทุนทางสังคมซึ่งหมายถึงเครือข่ายความสัมพันธ์ของแฟนคลับในการทำโปรเจกต์เพื่อสนับสนุนศิลปิน และแฟนคลับชาวไทยที่ต้องใช้ทุนทางวัฒนธรรมซึ่งหมายถึงความทักษะทางด้านภาษา ในการทำบ้านแปลภาษาเพื่อแปลข้อมูลข่าวสารจากภาษาเกาหลีเป็นภาษาไทย

คำสำคัญ: วัฒนธรรมกระแสนิยม, ทุน, บทบาทของแฟนคลับ, แฟนคลับวง NCT 127

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450112 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

สารนิพนธ์ชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาทยา อยู่คง อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนทำให้สารนิพนธ์ชิ้นนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

บุคคลที่เป็นเบื้องหลังความสำเร็จของข้าพเจ้า ขอขอบพระคุณครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจตลอดจนให้คำปรึกษาตั้งแต่เริ่มจนสารนิพนธ์ชิ้นนี้สำเร็จไปด้วยดี

ขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคน ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนที่โรงเรียนเซนต์คาทาลินที่คอยเป็นกำลังใจให้ข้าพเจ้าเสมอ เพื่อนที่มหาวิทยาลัยศิลปากรโดยเฉพาะเพื่อนในชั้นเรียนภาษาเวียดนามที่คอยให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาซึ่งเป็นแรงผลักดันในการทำสารนิพนธ์ชิ้นนี้ให้สำเร็จไปได้ด้วยดี กลุ่มเพื่อนเอเชียที่ทำสารนิพนธ์ในสาขาวิชาสังคมศาสตร์ทุกคนที่นำเสนอมุมมองใหม่ ๆ ให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้

ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ชลนภัส วิสิทธิ์คุณ

สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย.....	4
1.5 วิธีการศึกษาวิจัย.....	5
1.6 นิยามศัพท์.....	5
1.7 ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	5
1.8 แผนการเขียนเนื้อหา.....	7
บทที่ 2 แนวความคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย.....	9
2.1 แนวความคิดทางสังคมศาสตร์.....	9
2.1.1 แนวความคิดวัฒนธรรมกระแสนิยม (Popular Culture).....	9
2.1.2 แนวคิดทุน ของ ปีแอร์ บูร์ดิเอดู.....	12
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.2.1 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแฟนคลับและพฤติกรรมของแฟนคลับ.....	14
2.2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทุน.....	19
2.3 กรอบการศึกษาและวิเคราะห์.....	25
บทที่ 3 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับวง NCT 127 ในเอเชีย.....	27
3.1 ข้อมูลทั่วไปของวง NCT 127	27
3.2 ข้อมูลทั่วไปของแฟนคลับวง NCT 127	38
3.3 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้.....	39

สารบัญ (ต่อ)

3.3.1 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้ พ.ศ.2559 – พ.ศ. 2560.....	40
3.3.2 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT127 ชาวเกาหลีใต้ พ.ศ. 2561 – พ.ศ. 2562.....	44
3.4 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวจีน.....	48
3.4.1 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวจีน พ.ศ.2559 – พ.ศ. 2560.....	48
3.4.2 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT127 ชาวจีน พ.ศ. 2561 – พ.ศ. 2562.....	51
3.5 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับไทย.....	53
3.5.1 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับNCT127ชาวไทยพ.ศ.2559-พ.ศ. 2560.....	54
3.5.2 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทย พ.ศ.2561 - พ.ศ. 2562.....	57
3.6 สรุปท้ายบท.....	64
บทที่ 4 ทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 แต่ละประเทศในเอเชีย.....	67
4.1 นิยามคำว่า “ทุน”.....	67
4.2 ทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับNCT127แต่ละประเทศในเอเชีย.....	68
4.2.1 ทุนของแฟนคลับชาวเกาหลีใต้.....	69
4.2.2 ทุนของแฟนคลับชาวจีน.....	71
4.2.3 ทุนของแฟนคลับชาวไทย.....	72
4.4 สรุปท้ายบท.....	77
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	79
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	79
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	82
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	83
บรรณานุกรม.....	84
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	87
แบบโอนลิขสิทธิ์ภาคนิพนธ์.....	88

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1	แผนผังกรอบความคิดการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127.....	26
ภาพที่ 2	แผนผังกรอบความคิดทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127.....	26
ภาพที่ 3	อัลบั้ม NCT #127 - Mini Album.....	28
ภาพที่ 4	อัลบั้ม NCT #127 Limitless – Mini Album.....	28
ภาพที่ 5	อัลบั้ม NCT #127 Cherry Bomb.....	29
ภาพที่ 6	อัลบั้ม NCT #127 Chain ทั้ง 9 ปก.....	30
ภาพที่ 7	อัลบั้ม NCT #127 Regular – Irregular.....	31
ภาพที่ 8	อัลบั้ม NCT #127 Awaken.....	31
ภาพที่ 9	อัลบั้ม NCT #127 We are Superhuman.....	32
ภาพที่ 10	ลีแทยอง.....	33
ภาพที่ 11	มูนแทอิล.....	33
ภาพที่ 12	จอห์นนี่.....	34
ภาพที่ 13	ยูตะ.....	34
ภาพที่ 14	โดยอง.....	35
ภาพที่ 15	แจฮยอน.....	35
ภาพที่ 16	จองอู.....	36
ภาพที่ 17	มาร์ค.....	36
ภาพที่ 18	แฮซาน.....	37
ภาพที่ 19	Mnet Asian Music Awards ประจำปี 2559.....	42
ภาพที่ 20	บ้านแฟนไซต์ Banana_fishxx.....	43
ภาพที่ 21	สินค้าของบ้านแฟนไซต์ Banana_fishxx ปี 2559.....	43
ภาพที่ 22	สินค้าของบ้านแฟนไซต์ Banana_fishxx ปี 2562.....	45
ภาพที่ 23	งานนิทรรศการภาพถ่าย Shot_a_love.....	46
ภาพที่ 24	บ้าน LeetaeyoungBar ทาง Weibo	49
ภาพที่ 25	บ้าน LeetaeyoungBar ทางTwitter.....	49
ภาพที่ 26	โปรเจกต์วันเกิดลีแทยอง ปี 2559.....	51
ภาพที่ 27	โปรเจกต์วันเกิดลีแทยอง ปี 2562.....	52

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ 28 ของขวัญของคนที่มีร่วมโปรเจกต์วันเกิดของมาร์ค.....	55
ภาพที่ 29 โปรเจกต์วันเกิดของมาร์ค.....	55
ภาพที่ 30 K-boy Cover Dance Cherry bomb.....	56
ภาพที่ 31 บ้านแปลภาษา NCT_sensation ใน Twitter.....	58
ภาพที่ 32 บ้านแปลภาษา NCT_sensation ใน Youtube.....	58
ภาพที่ 33 สินค้าแฟนอาร์ต โดยอง.....	59
ภาพที่ 34 Giveaway วันเกิดมาร์ค.....	60
ภาพที่ 35 ตัวอย่างสินค้าที่ขายในงาน NCT Fan art Exhibition.....	61

สารบัญตาราง

ตารางที่ 3.1 แสดงกิจกรรมของแฟนคลับที่มีลักษณะวัฒนธรรมกระแสนิยม.....	65
ตารางที่ 3.2 แสดงพื้นที่ในการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ.....	66
ตารางที่ 4.1 แสดงการใช้ทุนในการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ.....	79

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและปัญหาความสำคัญของปัญหาวิจัย

ในปัจจุบันกระแสความนิยมทางวัฒนธรรมเกาหลีเป็นที่นิยมอย่างมากจากการเผยแพร่แพร่ วัฒนธรรมผ่านสินค้าทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นวรรณกรรม ภาพยนตร์ อาหาร การท่องเที่ยว การ ทำศัลยกรรมสไตล์เกาหลี และอุตสาหกรรมดนตรีก็เป็นหนึ่งในเครื่องมือการเผยแพร่วัฒนธรรม เกาหลีเห็นได้จากการเปิดตัวศิลปินหน้าใหม่เพื่อเป็นตัวแทนสินค้าทางวัฒนธรรมให้อุตสาหกรรมดนตรี เกาหลีเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นตั้งนั้นเมื่อมีผู้ผลิตวัฒนธรรมซึ่งหมายถึงค่ายเพลงที่ผลิตกลุ่มศิลปินก็ จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนเพื่อให้เป็นศิลปินที่มีชื่อเสียง ทำให้อุตสาหกรรมดนตรีได้สร้างคนกลุ่ม ใหม่ที่เรียกว่า “แฟนคลับ”

แฟนคลับ หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีความสนใจและชื่นชอบบุคคลผู้มีชื่อเสียง (สำนักงานราช บัณฑิตยสภา, 2550) ในอดีตบทบาทของการเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีอาจมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ความแตกต่างด้าน เชื้อชาติ ภาษา ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ในช่วงแรกที่กระแสเกาหลี เป็นที่นิยมความชื่นชอบของกลุ่มแฟนคลับที่มีต่อศิลปินเกาหลียังถูกมองในแง่ลบและเป็น ที่วิพากษ์วิจารณ์ ในสังคมโดยมีการเรียกแฟนคลับเกาหลีว่า “ติ่ง” Urban Dictionary กล่าวถึง ติ่ง เกาหลีว่า “พวกที่คลั่งไคล้ศิลปินหรือดาราเกาหลี เกินหน้าเกินตา รวมไปถึงพวกที่ปกป้องประเทศ เกาหลีชนิดที่ว่าใครจะมาว่าอะไรที่เป็นของเกาหลีมันไม่ดีอย่างนั้นอย่างนี้ไม่ได้ มักมี พฤติกรรมสุดโต่ง ชอบดูถูกไทย (และประเทศอื่นที่ไม่ใช่เกาหลี) เหมารวมว่าอะไร ๆ ก็ของเกาหลีหมด ตระรกะวิบัติ ล้นदानแย่มาก ชอบป่วนเว็บบอร์ด ก่อตราบา บอกว่าถ้าไม่ชอบเกาหลีก็อย่ามาใช้ไอ้รุ่น ไอนี้ไอ้นั้น นับได้ว่าตัวอยู่ไทย แต่ใจอยู่เกาหลีเลยทีเดียว” และ กรมสุขภาพจิต (2562) ยังกล่าวถึง การชื่นชอบศิลปินเกาหลีว่าเป็นอาการทางจิตและมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตวัยรุ่นตั้งแต่เนิ่นๆ ปานกลาง จนถึงขั้นรุนแรงที่เรียกว่า ภาวะหลงผิดคลั่งคนติ่ง โดยมีความคิดว่าดาราชอบตนเอง หรือเป็นของ ตนเอง จนถึงขั้นสร้างปัญหาให้กับตนเองและตัวดาราคีคลั่งไคล้ ซึ่งเป็นความผิดปกติทางด้าน สุขภาพจิตและจิตเวช โดยมีนักวิชาการได้พยายามให้คำจำกัดความปัญหาความเจ็บป่วยทางจิตเวชว่า เป็นภาวะหลงผิดคลั่งคนติ่งอย่างไร ก็ตามแนวคิดดังกล่าวเป็นมุมมองจากคนภายนอกเท่านั้น

ในปัจจุบันมุมมองแง่ลบที่สังคมมีต่อต่งเกาหลียังมีอยู่บ้างแต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่ากลุ่มแฟนคลับมีผลต่อการสร้างชื่อเสียงและความสำเร็จของศิลปิน ปัจจุบันส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย ทำให้การปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มแฟนคลับเป็นไปได้ง่ายขึ้น ดังนั้นการรวมตัวกันเพื่อจุดประสงค์บางอย่างก็ย่อมเหนียวแน่นและเป็นไปในทิศทางเดียวกันผ่านการพูดคุยและแลกเปลี่ยนในสังคมออนไลน์ที่มีหลายช่องทางทั้ง Twitter และ Facebook โดยมีกลุ่มบ้านแฟนไซต์ บ้านแฟนเบส ซึ่งเป็นศูนย์รวมในการเผยแพร่ กิจกรรม รูปถ่าย และยังเป็นศูนย์รวมการเปิดบริจาคเพื่อทำกิจกรรมสนับสนุนศิลปินนอกจากกิจกรรมดังกล่าวแล้วยังมีกลุ่มแฟนคลับจำนวนมากที่มีความสามารถในด้านงานศิลปะพร้อมทั้งมีความชื่นชอบในศิลปินเกาหลี ทำให้เกิดเป็นกระแสแฟนอาร์ตโดยมีการเผยแพร่งานผ่านการอัปโหลดลงสื่อสังคมออนไลน์จนมีงานนิทรรศการแฟนอาร์ตในโอกาสต่าง ๆ อีกทั้งยังมีการกำเนิดของนักเขียนหน้าใหม่ที่ชื่นชอบในการแต่งนิยายจนทำให้เกิดแฟนฟิคชั่นเรื่องใหม่ ๆ เป็นจำนวนมาก กิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับที่ทำเพื่อสนับสนุนศิลปินยังมีอีกมากมาย เช่น การรวมตัวกันของคนที่มีความรู้ในภาษาเกาหลีเพื่อแปลข่าวที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเป็นภาษาต่างๆให้บุคคลอื่น ๆ ทราบ การทำโปรเจกต์ให้แก่ศิลปินตามสถานที่สำคัญต่าง ๆ เพื่อโฆษณาศิลปินของตนเองให้เป็นที่รู้จักจากคนภายนอก

พบว่าแฟนคลับวง NCT 127 หรือ NCTzen มีส่วนร่วมในการกระจายชื่อเสียงและสร้างฐานแฟนคลับเดิมให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้นผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันในกลุ่มแฟนคลับ ซึ่ง NCTzen ในประเทศต่างๆจะมีรูปแบบการสนับสนุนที่แตกต่างกันออกไป เช่น การสนับสนุนของ NCTzen ชาวเกาหลีจะสนับสนุนศิลปินผ่านการเปิดบ้านแฟนไซต์ บ้านแฟนเบส เพื่อเผยแพร่ตารางกิจกรรม หรือรูปถ่ายของศิลปิน เช่น @Closer_zw ที่เป็นบ้านแฟนไซต์ทาง Twitter ของคิมจองอูหนึ่งในสมาชิกวง NCT 127 ส่วนกลุ่ม NCTzen ชาวจีนจะเน้นไปที่การระดมทุนเพื่อโปรโมทศิลปิน เช่น โครงการวันเกิดของลีแทยงในปี 2562 บ้าน LeetaeyongBar ใช้เงินไปทั้งหมด 3,987,608 ล้านบาท (PP1CHA, 2562) โดยมีการทำป้ายโปรโมทตามสถานที่หลักในประเทศต่าง ๆ ได้แก่ ประเทศจีน เกาหลีใต้ ไทย และรัสเซีย นอกจากนี้ยังนำเงินส่วนหนึ่งไปทำการกุศลในนามของลีแทยงอีกด้วย ส่วน NCTzen ชาวไทยมีการสนับสนุนโดยการเปิดรับบริจาคเงินเพื่อจัดโครงการวันเกิดให้แก่ศิลปินโดยการติดป้าย LED ภายในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน การร่วมออกบูธขายสินค้าแฟนอาร์ตในงาน นิทรรศการต่าง ๆ เช่น งาน#SMMarkets2 เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2562 ซึ่งมีร้านที่ขายสินค้าที่มาจากกลุ่ม NCTzen

เป็นจำนวนมาก การเกิดบ้านแฟนเบสที่แปลข่าวสารและเรื่องราวต่างๆของศิลปินจากภาษาเกาหลี เป็นภาษาไทย เช่น บ้าน NCT SENSATION ที่เผยแพร่ข้อความและคลิป วิดีโอต่างๆ ผ่าน Twitter และ YouTube การแจกของต่างๆในกลุ่ม NCTzen เนื่องในวันที่มีความหมายต่อกลุ่ม นอกจากนี้ยังมีโครงการรับบริจาคเลือดภายใต้ชื่อ Jaeyong in The blood ในนามของแจยองชิปเปอร์ให้แก่ สภากาชาดไทย (Jaeyongpj_th, 2019)

จากการสนับสนุนศิลปินในรูปแบบต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันแฟนคลับมิได้เป็นเพียงผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังมีอำนาจและเสรีภาพในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมจนทำให้เกิดเป็นกระแสทาง วัฒนธรรมในกลุ่มแฟนคลับที่หลากหลาย อย่างเช่น วัฒนธรรมการแจกของกันในกลุ่มแฟนคลับ เนื่องในวันสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน การเกิดนิทรรศการแฟนอาร์ทเนื่องจากในปัจจุบันมี แฟนคลับที่มีความสามารถทางด้านกราฟิกเพิ่มมากขึ้น และกระแสวัฒนธรรมในกลุ่มแฟนคลับก็ มีความเกี่ยวข้องกับกระแสนิยมในกลุ่มคนทั่วไปด้วย และพฤติกรรมการสนับสนุนของกลุ่มแฟน คลับในแต่ละพื้นที่ยังแสดงให้เห็นถึงการใช้ทุนประเภทต่าง ๆ สอดคล้องกับแนวความคิดของ ปีแอร์ บูร์ดิเอด นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศสได้นำเสนอโมโนทัศน์ชนชั้นและทุน เพื่อแสดงให้เห็นชั้น เจือของของความเป็นชนชั้นและความแตกต่างของปัจเจกบุคคล ซึ่งมีได้มีเพียงทุนทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังมีทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนสัญลักษณ์ จากแนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าแฟน คลับวง NCT127 ในแต่ละประเทศ ใช้ทุนที่แต่ละประเภทในการสร้างกระแสนิยมให้แก่ศิลปิน สังเกตได้จากการสนับสนุนศิลปินของ NCTzen ชาวเกาหลี ชาวจีนและชาวไทย เช่น แฟนคลับชาว จีนใช้ทุน ทางสังคม เพื่อเชิญชวนแฟนคลับวงอื่น ๆ ให้มาชื่นชอบวง NCT 127 และใช้ทุนทาง เศรษฐกิจในการโปรโมทศิลปินในวันสำคัญต่าง ๆ แฟนคลับชาวไทยใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการสร้าง กระแสนิยมให้กับวง NCT 127 ผ่านการทำกิจกรรมที่เหมาะสมกับทักษะ ความสามารถของตัวเองเพื่อ ดำเนินกิจกรรมในการสนับสนุนศิลปิน

ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟน คลับที่มีต่อวง NCT127 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 - 2562 เพื่อแสดงให้เห็นว่าแฟนคลับมิได้เป็นเพียงผู้บริโภค เท่านั้น แต่ยังเป็นกลุ่มคนที่มีอำนาจในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมจนทำให้เป็นกระแสนิยม เช่น วัฒนธรรมการแจกของในกลุ่มแฟนคลับเนื่องในวันที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน การจัดนิทรรศการรูป ถ่ายของศิลปินที่ถ่ายโดยกลุ่มแฟนคลับ การเปิดบ้านแฟนไซต์หรือบ้านแฟนเบสเพื่อนำเสนอข่าวสารที่มี

ความเกี่ยวข้องกับศิลปิน การเกิดกระแสแฟนอาร์ต การแต่งตัวด้วยสีประจำวงในกลุ่มแฟนคลับเมื่อมีงานคอนเสิร์ต โดยพฤติกรรมของแฟนคลับในแต่ละช่วงเวลาอาจมีการสร้างกระแสวัฒนธรรมที่แตกต่างกันและศึกษาถึงการใช้ทุนต่อพฤติกรรมการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 แต่ละประเทศในเอเชีย เช่น การใช้ทุนทางสังคมของแฟนคลับชาวเกาหลี ชาวจีน ชาวไทย เพื่อทำให้วง NCT 127 เป็นที่รู้จักในกลุ่มเพื่อนหรือแฟนคลับกลุ่มอื่นมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับที่มีต่อวง NCT 127 ในเอเชีย

1.2.2 เพื่อศึกษาทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ในเอเชีย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย

1.3.1 ทำให้ทราบถึงอำนาจของแฟนคลับต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรมและความแตกต่างของทุนต่อการเกิดกระแสวัฒนธรรมในกลุ่มแฟนคลับที่หลากหลาย

1.3.2 ทำให้ได้ฝึกทักษะในการค้นคว้าข้อมูล การคิดวิเคราะห์ และการจัดระเบียบการทำงาน

1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม” มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.4.1 พื้นที่ : ผู้วิจัยศึกษาการสร้างกระแสวัฒนธรรมในกลุ่ม NCTzen ชาวเกาหลีใต้ ชาวจีน และชาวไทย ในพื้นที่ออนไลน์ และพื้นที่ออฟไลน์

1.4.2 เวลา : ผู้วิจัยเริ่มศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2562 โดยมีการแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2560 และช่วงที่ 2 พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562

1.5 วิธีการศึกษาวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม” มีวิธีการศึกษาดังนี้

1.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิจากการค้นคว้าข้อมูล ประสพการณ์การเป็นแฟนคลับของผู้วิจัยและค้นหาข้อมูลผ่านสังคมออนไลน์ เช่น Twitter, Facebook

1.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดวัฒนธรรม กระแสนิยม แนวความคิดทุน และงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของแฟนคลับ

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 แฟนไซต์ (Fansite) หมายถึง เว็บไซต์ที่แฟนคลับจัดทำขึ้นเองดูแลเองเพื่อสนับสนุนอย่างเป็นทางการ ส่วนใหญ่เป็นการอัปเดตตารางงานและผลงาน ของศิลปิน (Yuwadee, 2559)

1.6.2 ทุนทางสังคมของแฟนคลับ หมายถึง เครือข่ายหรือความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนคลับ

1.6.3 ทุนทางวัฒนธรรมของแฟนคลับ หมายถึง ทักษะหรือความสามารถของแฟนคลับ ไม่ว่าจะเป็นทักษะด้านภาษา ทักษะในการการเต้น ความสามารถในด้านศิลปะ ความสามารถในการถ่ายภาพ

1.6.4 ทุนทางเศรษฐกิจของแฟนคลับ หมายถึง เงินและอุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ เช่นกล้องถ่ายภาพ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ

1.7 ขั้นตอนการดำเนินงาน

งานวิจัยเรื่อง บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม ผู้ศึกษาวิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

1.7.1 กำหนดหัวข้อวิจัย บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม ศึกษาและทบทวนข้อมูลการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับวง NCT 127 ทั้งในพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อนำไปสู่ที่มาและความสำคัญ รวมถึงกำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

1.7.2 รวบรวมข้อมูลการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้ ชาวจีน และชาวไทย ทบทวนวรรณกรรมศึกษาแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับที่มีต่อวง NCT 127

1.7.3 วิเคราะห์ทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลี ชาวจีน ชาวไทย เพื่อแสดงถึงความแตกต่างของทุนในการกิจกรรมต่าง ๆ

1.7.4 สรุปผลการศึกษาตามกรอบความคิดและวิธีการศึกษา พร้อมกำหนดทำเป็นรูปเล่ม

กิจกรรม	ระยะเวลาในการดำเนินงาน									
	ก.ค. 62	ส.ค. 62	ก.ย. 62	ต.ค. 62	พ.ย. 62	ธ.ค. 62	ม.ค. 63	ก.พ. 63	มี.ค. 63	เม.ย. 63
1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	←————→									
2. เก็บรวบรวมข้อมูล		←————→								
3. วิเคราะห์ข้อมูล					←————→					
4. สรุปผลการวิจัย							←————→			
5. จัดทำรายงานการวิจัยสมบูรณ์									←————→	

1.8 แผนการเขียนเนื้อหา

งานวิจัยเรื่อง บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม มีการแบ่งเนื้อหา ออกเป็น 5 บท ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ

- 1.1 ที่มาและปัญหาความสำคัญของปัญหาวิจัย
- 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย
- 1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย
- 1.5 วิธีการศึกษาวิจัย
- 1.6 นิยามศัพท์
- 1.7 ขั้นตอนการดำเนินงาน
- 1.8 แผนการเขียนเนื้อหา

บทที่ 2 แนวความคิดและงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

- 2.1 แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1.1 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมกระแสนิยม (Popolar Culture)
 - 2.1.2 แนวคิดเรื่องทุน ของ ปีแอร์ บูร์ดิเออ
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมกระแสนิยม และพฤติกรรมของกลุ่มแฟนบอล
 - 2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการฟังเพลงกับการสร้างทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม

- 2.3 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์

บทที่ 3 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับที่มีต่อวง NCT 127 ในเอเชีย

- 3.1 ข้อมูลทั่วไปของวง NCT 127
- 3.2 ข้อมูลทั่วไปของแฟนคลับวง NCT 127

3.3 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้

3.3.1 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้ พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2560

3.3.2 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้ พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562

3.4 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวจีน

3.4.1 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวจีน พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2560

3.4.2 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวจีน พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562

3.5 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทย

3.5.1 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทย พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2560

3.5.2 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทย พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562

3.6 สรุปท้ายบท

บทที่ 4 ทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 แต่ละประเทศในเอเชีย

4.1 นิยามคำว่า “ทุน”

4.2 ทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127แต่ละประเทศในเอเชีย

4.2.1 ทุนของแฟนคลับชาวเกาหลีใต้

4.2.2 ทุนของแฟนคลับชาวจีน

4.2.3 ทุนของแฟนคลับชาวไทย

4.3 สรุปท้ายบท

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

บทที่ 2

แนวความคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับที่มีต่อวง NCT 127 และเพื่อศึกษาความต่างของทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 แต่ละประเทศในเอเชีย ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาโดยใช้ แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากสื่อออนไลน์สามารถแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

2.1 แนวความคิดทางสังคมศาสตร์

2.1.1 แนวความคิดวัฒนธรรมกระแสนิยม (Popular Culture)

2.1.2 แนวคิดทุน ของ ปิแอร์ บูร์ดิเอดู

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแฟนคลับและพฤติกรรมของแฟนคลับ

2.2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการใช้ทุน

2.1 แนวความคิดทางสังคมศาสตร์

2.1.1 แนวคิดวัฒนธรรมกระแสนิยม (Popular Culture)

McQuail (1994 อ้างถึงใน ฤทธิจักรคะชา,2554) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมกระแสนิยม (Popular Culture) ว่าหมายถึงวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับหรือได้รับความนิยมนิยมอย่างแพร่หลายจากคนจำนวนมากโดยเป็นสิ่งที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาและถูกเผยแพร่ผ่านทางสื่อมวลชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเพลงภาพยนตร์นิยายหรือวรรณกรรมซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้คนจะพบเจอได้ในชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมกระแสนิยมนั้นยังมีผลกระทบถึงรสนิยม ความพึงพอใจรียาท่าทาง และวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนเป็นจำนวนมาก

ในยุคโลกาภิวัตน์หรือยุคของการพัฒนาด้านการติดต่อสื่อสารข้ามวัฒนธรรม กระแสการรับวัฒนธรรมจากที่หนึ่งสู่อีกที่หนึ่งนั้นเกิดขึ้นได้ง่ายด้วยลักษณะของอุตสาหกรรมในระบอบทุนนิยม ที่มีการถ่ายทอด ผลิตซ้ำ และส่งต่อให้กับผู้บริโภค ผ่านกระบวนการของสื่อเกิดขึ้นเป็นกระแสนิยมในระดับมวลชน (John Storey , 2001)

พัฒนา กิตติอาษา (2546อ้างถึงใน กลมเนตร,2551) ได้ให้ความหมายของคำว่าวัฒนธรรม
 ประชาานิยมว่าเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม โดยกล่าวถึงลักษณะสำคัญหรือเนื้อหาของวัฒนธรรมสมัย นิยม
 ไว้ 10 ประการ ดังต่อไปนี้

1. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งความเป็นไปได้ (anything goes) มีการเกิดขึ้น
 เปลี่ยนแปลง และเสื่อมสูญไปตามกระแสนิยมของคนในสังคมและกาลเวลา ยิ่งในยุคโลกาภิวัตน์ยิ่งเต็มไปด้วย
 ด้วยกระแสความนิยม เหตุการณ์ สื่อบันเทิง สินค้าและบริการ สิ่งต่างๆเหล่านี้ล้วนแต่มีศักยภาพในการถูก
 นำเสนอหรือได้รับการยอมรับโดยผู้คนจำนวนมาก ทำให้มีโอกาสกลายเป็น กระแสนิยมทางวัฒนธรรม

2. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน (ordinary/common
 culture in the realm of everyday life) เป็นเรื่องธรรมดาในการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นที่น่า
 สังเกตว่าชีวิตประจำวัน เป็นคำที่เต็มไปด้วยความขัดแย้งในตัวเอง เพราะเป็นคำที่เข้าใจง่ายเหมือนสิ่ง
 ต่างๆที่อยู่รายรอบตัวเองของแต่ละคน ชีวิตประจำวันเป็นสิ่งที่เคลื่อนไหวไปมา

3. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งวัยรุ่น (culture of the youth) วัฒนธรรมสมัย
 นิยมอาจมีผลกระทบหรือเป็นที่ชื่นชอบโดยผู้คนทุกเพศทุกวัยทุกชน ชั้นในสังคม แต่วัฒนธรรมสมัย
 นิยมส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของคนหนุ่มสาว โดยเฉพาะวัยรุ่นและวัยทำงานคนกลุ่มนี้มีกำลังผลิต
 กำลังซื้อ กำลังบริโภคและกำลังในการติดตามแสวงหาความสนุกสนานรื่นรมย์ของชีวิตที่ได้จากกระแส
 วัฒนธรรมสมัยนิยมรูปแบบต่างๆ

4. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางโลก (culture of the
 mundane) กระแสนิยมเกือบทั้งหมดเป็นกิจกรรมทางโลกก็ยะแทบทั้งสิ้น ผู้คนในกระแสนิยมจึงเป็น
 ฐานที่ตั้ง เป้าหมายและเป็นเครื่องมือในการผลิตและการบริโภคสื่อวัฒนธรรมสมัยนิยมทุกรูปแบบ
 วัฒนธรรมสมัยนิยมจึงยากที่จะหลีกเลี่ยงจาก กำไรของธุรกิจการค้า เงินตรา อำนาจและค่านิยมทาง
 สังคม เพราะเป็นความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตมนุษย์

5. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมพันธุ์ผสม (hybrid culture) วัฒนธรรมสมัยนิยมเกิดขึ้นจาก
 หลายแหล่งที่มา และเกิดจากการตัดแปดหรือรวมเอาองค์ประกอบปลีกย่อย จากทั้งในและนอก
 วัฒนธรรมขึ้นมาแล้วนำเสนอเพื่อสร้างกระแสการยอมรับและตอบสนองรูปแบบต่างๆจากสังคมโดยการ
 ผสมผสาน ดัดแปลง หรือผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในลักษณะที่อยู่นอกเหนือความคาดหมาย

6. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากรวมกันเข้าของการแยกส่วนและแตกตัว (fragmented culture) ไม่อาจมองโดยการเน้นการทำความเข้าใจภาพรวม เนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ในขอบเขตที่ชัดเจนได้ วัฒนธรรมสมัยนิยมจำนวนมากเต็มไปด้วยการแยกส่วน แตกตัวและไม่จำเป็นต้องให้ความหมายที่สัมพันธ์กับรากฐานหรือความเป็นมาดั้งเดิมของตนเอง หรือบริบทของสังคมใหม่ที่หล่อเลี้ยงกระแสอยู่

7. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งการบริโภค (consumers' culture) หรือเป็นวัฒนธรรมตลาดซึ่งถูกผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมในปริมาณมากและกระจาย ผลผลิตออกไปสู่กลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง เพื่อที่จะสร้างกระแสในการบริโภคให้เกิดขึ้นในสังคมหรืออาจเรียกได้ว่า "วัฒนธรรมตลาด" เกิดขึ้นและเป็นที่ตามกลไกของตลาด ขายดี มีคนซื้อ มีคนนิยมชมชอบมาก นอกจากนี้ยังมีนัยแฝงถึงทุกคน ทุกชนชั้น โดยเฉพาะชาวบ้านคนธรรมดาสามัญคนเล็กคนน้อยเข้าถึงและมีส่วนร่วมในกระแส วัฒนธรรมสมัยนิยม

8. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นผลผลิตของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร หรือวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน (mass media-saturated culture) วัฒนธรรมสมัยนิยมจำนวนมากจึงเป็นความจริงที่เกิดจากการนำเสนอโดยสื่อมวลชน เป็นความจริงที่ต้องทำความเข้าใจด้วยอาศัยตรรกะของสื่อมวลชนและวิเคราะห์ทำความเข้าใจในนัยต่างๆ ที่ซ่อนอยู่ในเนื้อหาของวัฒนธรรมที่เป็นผลจากการนำเสนอโดยสื่อมวลชนสมัยใหม่

9. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นเรื่องของแฟชั่นและกระแสความนิยม (culture of fashion and popular trend) วัฒนธรรมสมัยนิยมจึงเกิดเร็ว ได้รับความนิยมเร็ว รวมทั้งหายไปเร็ว เพราะถูกแทนที่ด้วยกระแสอื่นที่ใหม่กว่า และเร้าความสนใจของผู้คนได้มากกว่า กระแสนิยมจึงเป็นเสมือนคลื่นลูกเก่าไล่หลังคลื่นลูกใหม่ แต่กระแสคลื่นเหล่านั้นก็ก่อตัวขึ้น เพิ่มพลังเรื่อยมา

10. วัฒนธรรมนิยมเป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตนหรือ อัตลักษณ์ (battles of cultural identities/selves) ผู้คนในกระแสนิยมอยู่เพื่อค้นหา เลือกลง ต่อรอง และหรือปฏิเสธสังกัดของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นสไตล์ชีวิต กลุ่มเพื่อน ครอบครัว ที่ทำงาน ชุมชน สมารถในการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง หรืออาจทำความเข้าใจการต่อสู้เพื่อค้นหาตัวตนของคนที่แตกต่างกันพันธุ์ ชนชั้น รุ่นอายุ และภูมิหลังต่างๆ ในกระแสสมัยนิยม เพราะกระแสวัฒนธรรม สมัยนิยมให้พื้นที่และเครื่องมือในการต่อรอง ผลิตและโต้เถียงกันของตัวตนหรืออัตลักษณ์ในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่องและมีชีวิตชีวา

จากการศึกษาแนวคิดดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาอธิบายถึงการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับวง NCT 127 ในเอเชีย ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เนื่องจากกระแสวัฒนธรรมดังกล่าวมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสของสังคม มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน มีการประสมประสานจากหลายแหล่งที่มา มีส่วนจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร เป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตนหรืออัตลักษณ์ตาม ลักษณะของวัฒนธรรมกระแสนิยม สอดคล้องกับกระแสวัฒนธรรมของวง NCT 127 นอกจากนี้จากการศึกษาแนวความคิดดังกล่าว ยังพบว่าในปัจจุบันลักษณะสำคัญของวัฒนธรรม กระแสนิยมมีลักษณะใหม่ คือ การเกิดกระแสวัฒนธรรมในพื้นที่ออนไลน์ซึ่งนำไปสู่กิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นลักษณะใหม่ซึ่งการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ก็มีลักษณะที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์และนำไปสู่กิจกรรมบนพื้นที่ ออฟไลน์เช่นเดียวกัน

2.1.2 แนวคิดทุน ของ ปีแอร์ บูร์ดิเออ

ปีแอร์ บูร์ดิเออ (1998 อ้างโดย รุ่งนภา, 2557) นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศสได้นำเสนอ มโนทัศน์ชนชั้นและทุนเพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์สังคมที่มีความไม่เท่าเทียม โดย บูร์ดิเออ อธิบายไว้ว่า “ทุน” คือ แรงงานที่ถูกสะสมในรูปแบบที่ถูกทำให้เป็นวัตถุหรือถูกรวมไว้กับปัจเจกชนหรือกลุ่มของปัจเจกชน ทั้งนี้เพื่อให้สามารถจัดสรรพลังงานทางสังคมในรูปของแรงงานที่เป็นรูปธรรมหรือแรงงานที่อยู่ในตัวบุคคล ทุนจึงเป็นมรดกที่สืบทอด มาอย่างต่อเนื่องสามารถเปลี่ยนรูปได้ มีลักษณะที่ทั้งสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ รวมทั้งเป็นปัจจัยในการกำหนดตำแหน่งที่ทางในสังคมและความเป็นไปได้ของตัวแสดงหรือปัจเจกบุคคลในการเข้าไปสู่พื้นที่ต่างๆในสังคม โดย บูร์ดิเออได้แบ่ง ทุนออกเป็น 4 แบบ คือ

1. **ทุนทางเศรษฐกิจ** ซึ่งหมายถึงการครอบครองในทางเศรษฐกิจที่ช่วยเพิ่มความสามารถของตัวแสดงในสังคมขณะเดียวกันก็สามารถเปลี่ยนรูปไปเป็น เงิน ได้อย่างทันที
2. **ทุนทางวัฒนธรรม** มี 3 รูปแบบ คือ

2.1 ทุนที่รวมอยู่ในฮาบิตุส คือ อยู่ในรูปแบบของร่างกายเป็นจิตใจที่คงทน มักปรากฏในรูปแบบของวัฒนธรรมต้องใช้ระยะเวลาในการรวมกันให้เป็นรูปร่างและไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ในทันที แต่กระบวนการในการเปลี่ยนแปลงทุนต้องมีเงื่อนไขอื่นประกอบนั้นคือ เวลา สังคม และชนชั้นทางสังคม

2.2 ทูทที่ถูกทำให้อยู่ในรูปแบบของวัตถุหรือที่เป็นรูปธรรม ทูทชนิดนี้ถูกทำให้เป็นวัตถุในรูปของสื่อหรือสิ่งของ เช่น รูปภาพ งานเขียน หนังสือ ฯลฯ การแสดงออกและสืบทอดได้ผ่านวัตถุ เช่น การสะสม ภาพวาด การสะสมทุนวัฒนธรรมชนิดนี้สามารถถูกส่งผ่านได้เหมือนกับทุนเศรษฐกิจ แต่สิ่งที่จะสามารถส่งผ่านและมองเห็นได้ คือ ความเป็นเจ้าของในตัวของภาพนั้น ซึ่งแสดงถึงวิถีการ บริโภค

2.3 ทูทที่ถูกทำให้อยู่ในรูปแบบของสถาบัน คือ ทูทที่อยู่ในรูปของการทำให้เป็นวัตถุหรือรูปธรรม ทูทชนิดนี้อ้างขึ้นคุณสมบัติเริ่มต้นของทุนวัฒนธรรม มักถูกเข้าใจว่า คือ การรับประกัน โดยแสดงออกรูปของหนังสือรับรอง โดยทุนชนิดนี้สามารถเปลี่ยนรูปเป็นทุนเศรษฐกิจหรืออาจเปลี่ยนรูปเป็นคุณสมบัติทางการศึกษา

3. ทุนทางสังคม เป็นผลรวมของทรัพยากรการกระทำหรือคุณความดีโดยปริมาณ ‘ทุนทางสังคม’ ของปัจเจกบุคคลจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับขนาดของเครือข่ายความสัมพันธ์ที่สามารถระดมมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และปริมาณของ ‘ทุน’ ที่ปัจเจกบุคคลเป็นเจ้าของและแสดงความเป็นเจ้าของอย่างถูกต้อง ทุนทางสังคมจึงประกอบด้วย

3.1 ทรัพยากรที่มีความสัมพันธ์กับสมาชิกของกลุ่มและเครือข่ายของสังคมโดยขึ้นอยู่กับขนาดของเครือข่าย การติดต่อสัมพันธ์ที่จะสามารถระดมมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 การรวมตัวกันของความรู้ความเข้าใจและการยอมรับ ซึ่งเป็นคุณลักษณะเชิงสัญลักษณ์และสามารถ เปลี่ยนรูปไปเป็นทุนสัญลักษณ์ได้

4. ทุนสัญลักษณ์ ปัจเจกบุคคลอาจรับรู้ถึงสัญลักษณ์ได้จากการสัมผัสรับรู้และยอมรับว่ามีอยู่ เช่น อำนาจ สถานภาพ ทุนสัญลักษณ์สามารถได้มาจากการที่ปัจเจกบุคคลมีทุนเศรษฐกิจเป็นพื้นฐาน และหากมีทุนมากพอบุคคลในสังคมก็จะรับรู้และยอมรับสถานะ

จากการศึกษาแนวคิดดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาอธิบายถึงการใช้งบของแฟนคลับต่อพฤติกรรม หรือรูปแบบการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ในแต่ละประเทศ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เนื่องจากแฟนคลับแต่ละประเทศมีการใช้งบประเภทต่าง ๆ ในการสนับสนุนหรือสร้างกระแสนิยมให้กับศิลปิน เช่น การใช้งบทางสังคมของแฟนคลับวง NCT 127 ชาวเกาหลี ชาวจีน ชาวไทย ในการทำให้ศิลปินวงดังกล่าวเป็นที่รู้จักในกลุ่มแฟนคลับวงอื่น หรือได้รับความนิยมนมากขึ้นจากเดิม ผ่านเครือข่ายเพื่อนแฟนคลับวงอื่น เป็นต้น

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแฟนคลับและพฤติกรรมของแฟนคลับ

สุรีย์รัตน์ โกสุมศุภมาลา (2550) เขียนงานวิจัยเรื่อง “บทบาทของการสื่อสารต่อการดำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับโมเดิร์นด็อก” ได้กล่าวถึง “การสื่อสารของแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก” ว่ามีช่องทางในการสื่อสารของแฟนคลับผ่านสื่อต่าง ๆ 5 ชนิด คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม และสื่อวัตถุ

- สื่อมวลชน

การสื่อสารระหว่างกลุ่มแฟนคลับผ่านสื่อมวลชนยังไม่มีให้เห็นมากนัก เนื่องจากการที่ผู้รับสารจะกลายเป็นผู้ส่งสารนั้นทำได้ยากมาก อาจต้องใช้กำลังทรัพย์หรือจ่ายเงินจำนวนมากเพื่อให้ได้มาซึ่งพื้นที่ในการสื่อสาร และขณะเดียวกันการได้รับกระแสตอบรับจากสมาชิกแฟนคลับก็ทำได้ยาก เพราะไม่ได้รับกลับมามากมายอย่างที่ควรค่าแก่เวลา

- สื่อบุคคล

สื่อบุคคลถือว่าเป็นช่องทางที่มีความสำคัญอย่างมากในกระบวนการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับด้วยกันเพราะสื่อบุคคลถือเป็นสื่อกลางที่จะนำสมาชิกแฟนคลับให้มาเข้าร่วมกลุ่มกับสมาชิก แฟนคลับคนอื่น ๆ คือการได้ทำความรู้จักกันเอง หรือการที่เป็นผู้นำข่าวสารข้อมูลที่มีมาเผยแพร่ กระจายในเครือข่ายเพื่อให้แฟนคลับคนอื่นได้รับทราบข้อมูล โดยจะแยกหน้าที่ของสื่อบุคคลออกเป็นส่วนๆ เช่น การแนะนำให้รู้จักวง การบอกข่าวสาร แก่แฟนคลับคนอื่น ๆ ที่ไม่ค่อยเข้าถึงแหล่งข่าวสาร

- สื่อสมัยใหม่

สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อโทรทัศน์นั้นถือเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้กลุ่มแฟนคลับได้เริ่มมาทำความรู้จักกันและรวมกลุ่มกันอย่างเหนียวแน่นในเวลาต่อมา กล่าวคือเมื่อเริ่มมีการติดต่อสื่อสารกันผ่านเว็บบอร์ดของค่ายเบเกอรี่มิวสิค กลุ่มแฟนคลับก็ใช้พื้นที่เว็บบอร์ดเป็นสื่อกลางในการทำความรู้จักกัน พูดคุยเกี่ยวกับวงโมเดิร์นด็อกและเริ่มมีการรวมตัวกันในการทำกิจกรรม ต่าง ๆ มากขึ้น โดยเนื้อหาในการสื่อสารที่มีเกี่ยวข้องกับ ศิลปิน จะเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับรายละเอียดของวงหรือศิลปิน การอัปเดตข้อมูลตารางงาน ของศิลปิน การเล่าเรื่อง และการแชร์ภาพคอนเสิร์ตที่ได้ไปดูมา

- สื่อกิจกรรม

ในส่วนของการใช้สื่อกิจกรรมในการสื่อสารระหว่างแฟนคลับด้วยกันเองนั้น จะหมายถึง กิจกรรมมีที่ตั้ง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่แฟนคลับจะมารวมตัวกัน เพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น การแนะนำตัว การทำความรู้จักกัน การเล่นเกมส์ การร่วมโหวตสุดยอดแฟนคลับในแต่ละสาขา การจัดกิจกรรมมีที่ตั้งนั้นเป็นการสร้างพื้นที่ส่วนตัวร่วมกันของกลุ่มแฟนคลับ ที่เป็นพื้นที่ที่แยกออกมาจากช่วงเวลาการใช้พื้นที่ในชีวิตประจำวันและพื้นที่ส่วนตัวของแฟนคลับแต่ละคน การมีพื้นที่ส่วนตัวร่วมกันหรือพื้นที่กิจกรรมแฟนคลับนี้ ทำให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์กันระหว่างแฟนคลับมีการแสดงอัตลักษณ์ มีการสื่อสารเพื่อสร้างสังคม ทำให้เกิดการสื่อสารที่ต่อเนื่องมาถึงในชีวิตจริง

- สื่อวัตถุ

ในการสื่อสารระหว่างกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเองนั้น สื่อวัตถุจะเป็นเหมือนตัวแทนแสดงความเป็นพวกเดียวกัน หมายถึง สื่อต่าง ๆ เช่น เสื้อยืด สายรัดข้อมือ เข็มกลัด เพื่อแสดงให้เห็นว่าเราเป็นแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกเหมือนกัน นอกจากนี้แฟนคลับบางคนยังผลิตสื่อวัตถุขึ้นเอง เพื่อนำมาสื่อสารกับแฟนคลับคนอื่น ๆ เช่น การทำเสื้อยืด การทำสติ๊กเกอร์ หรือเข็มกลัดเพื่อนำแจกกลุ่มแฟนคลับด้วยกัน การผลิตสินค้าที่ออกแบบโดยแฟนคลับมาจำหน่ายโดยไม่หวังผลกำไร นอกจากสื่อวัตถุที่กล่าวมาข้างต้นแฟนคลับส่วนใหญ่ยังนิยมเก็บสะสมหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร อีกด้วย

พฤติกรรมของแฟนคลับต่อการใช้สื่อวัตถุนั้นแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้รับสารที่มีการแสวงหาข่าวสาร มีการเลือกใช้สื่อวัตถุให้เหมาะสมกับความต้องการของตัวเอง นอกจากนี้การผลิตสื่อวัตถุเองยังเป็นการเปลี่ยน สถานภาพการเป็นผู้รับสารของแฟนคลับให้กลายเป็นผู้ส่งสาร โดยมีการส่งสารสื่อความหมายไปสู่กลุ่มแฟนคลับด้วยกันเองและกลุ่มสังคมภายนอก (คนอื่น ๆ ที่ไม่ใช่แฟนคลับ) ให้รับรู้ถึงความเป็นแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก นอกจากนี้สื่อวัตถุยังมีหน้าที่ในการสร้างพื้นที่ทางสังคมร่วมกันของแฟนคลับ เพราะการผลิตสื่อวัตถุของกลุ่มแฟนคลับจะทำให้เกิดการกระจายสื่อวัตถุภายในเครือข่าย จนเกิดการติดต่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนคลับ

จุไรรัตน์ จุฑศฤงค์ (2555) เขียนวิจัยเรื่อง “การศึกษาลักษณะแฟนคลับศิลปินเกาหลีในประเทศไทยจากชุมชนเสมือนจริงสู่โลกของความเป็นจริง” อธิบายถึงลักษณะและวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในประเทศไทยจากชุมชนเสมือนจริงสู่โลกของความเป็นจริงว่า ในอดีตกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในประเทศไทยไม่ได้มีความซับซ้อนและการรวมกลุ่มที่ชัดเจน อันเนื่องมาจากปัจจัย

เรื่อง การติดต่อที่เป็นไปได้อย่างช้า ๆ พื้นที่ในการพูดคุยหรือแบ่งปันประสบการณ์ความรู้สึกถูกจำกัด อยู่ในวงแคบ ๆ

จนกระทั่งการพัฒนาของระบบการสื่อสารที่มีความสะดวกของตัวทำให้กลุ่มแฟนคลับมีพื้นที่และการแสดง ออกถึงตัวตนในรูปแบบของโลกออนไลน์หรือโลกเสมือนจริงมากขึ้น ทำให้ภาพของกลุ่มแฟนคลับมีความชัดเจนมากขึ้นในสังคมไทย รวมทั้งความซับซ้อนหลากหลายทางสังคมที่เกิดในกลุ่มแฟนคลับที่แต่เดิมถูกมองว่าเป็นกลุ่มที่ได้รับผล กระทบจากการเสกสื่อเกาหลีทั้งทางด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมทางการสอดแทรกมากับอุตสาหกรรมบันเทิง ส่วนผู้ที่ได้รับประโยชน์คือกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจบันเทิงต่าง ๆ และที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นสินค้า ท่องเที่ยว หรือภาษา

แต่ถ้าหากมองในทางกลับกันจะเห็นว่ากลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีนั้น ก็ได้สร้างความสัมพันธ์กันในการรวมกลุ่มเป็นสังคมผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตและชุมชนเสมือนจริง เกิดความหลากหลาย แลกเปลี่ยน เชื่อมโยง ปฏิสัมพันธ์กัน ระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับ และ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน โดยความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับคือการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในด้านข้อมูลข่าวสาร แบ่งปันประสบการณ์หรือการสร้างความสัมพันธ์เชิงครอบครัวที่ทำให้เกิดสังคมใหม่ ๆ ในขณะเดียวกันก็สร้างความสัมพันธ์ในการช่วยเหลือสนับสนุนศิลปินให้มียอดขายอัลบั้มที่สูงขึ้น มีผลงานในรูปแบบอื่น ๆ ตามมาจากฐานของแฟนคลับ รวมถึงเป็นพลังในการบ่งบอกถึงความสำเร็จการันตีความสามารถในอาชีพของศิลปินด้วย เนื่องจากแฟนคลับจะมีการแสดงออกทางความรักต่อศิลปินผ่านอินเทอร์เน็ตในช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการทำกิจกรรมเพื่อสร้างตัวตนเฉพาะกลุ่ม การเกิดกลุ่มบ้านแฟนคลับเพื่อสนับสนุนศิลปิน

อาจินต์ ทองอยู่คง (2555) เขียนวารสาร “เป็นแฟนบอลมันมีอะไรมากกว่าดูบอล : ปฏิบัติการสร้างวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย” ได้ศึกษากิจกรรมต่างๆของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย 3 สโมสรคือ เอสซีจีเมืองทองยูไนเต็ด ชลบุรีเอฟซี และการท่าเรือไทยเอฟซี โดยใช้แนวคิดแบบแฟนศึกษาซึ่งมุ่ง พิจารณา “ชุมชนแฟน” และ “การผลิตชั้นที่สอง” ที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริโภคของแฟนข้อเสนอหลักของ งานนี้คือแฟนบอลไทยไม่ได้ชมการแข่งขันฟุตบอลเพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่พวกเขาเป็นผู้บริโภคที่แสดงบทบาทในการผลิตด้วยผลผลิตของแฟน ได้แก่ สื่ออุปกรณ์เชียร์และ กิจกรรมที่พวกเขาทำร่วมกันแฟนบอลผลิตสิ่งเหล่านี้ขึ้นมาและบริโภคควบคู่ไปกับการชมการแข่งขัน ฟุตบอลปฏิบัติการดังกล่าวทำให้วัฒนธรรมแฟนบอลมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมของการมี

ส่วนร่วมซึ่งทั้งหมดนี้แสดง ให้เห็นว่าแฟนบอลมีส่วนร่วมในการเติบโตขึ้นมาของความ นิยมต่อฟุตบอล สโมสรไทย

การบริโภคของแฟนบอลที่มีลักษณะเป็นกระบวนการแสดงให้เห็นว่าสินค้าดั้งเดิมหรือการชม การแข่งขันฟุตบอลไม่ได้เป็นจุดสิ้นสุดของกระบวนการบริโภคแต่เป็นจุดเริ่มต้นที่นำไปสู่กิจกรรมต่าง ๆ อีกมากมายของกลุ่มแฟนบอล ทั้งในและนอกสนามซึ่งรวมไปถึงกิจกรรมออนไลน์ กิจกรรม ทั้งหมดนี้ช่วยสร้างความเป็นพวกเดียวกันและค่อย ๆ จำแนกคนออกเป็นกลุ่ม ๆ เกิดขึ้นเป็นกลุ่มแฟน บอลหลาย ๆ กลุ่ม ซึ่งการรวมกันได้ของแฟนบอลกลุ่มต่าง ๆ ก็ทำให้เกิดลักษณะการเป็นชุมชนแฟน ขึ้นมา ซึ่งหมายถึง ทุนทางสังคม

ปฏิบัติการที่สำคัญของแฟนบอลไทยคือการแสดงบทบาทในการผลิตโดยปัจจัยที่สำคัญ ประการหนึ่งที่ทำให้พวกเขาสามารถแสดงบทบาทในการผลิตได้ก็คือการรวมตัวกันเป็นชุมชนแฟน เพราะเป็นพื้นที่ในการทำกิจกรรมร่วมกัน เนื่องจากสินค้าดั้งเดิมของผู้ผลิตไม่สามารถตอบสนองต่อ ความต้องการในรูปแบบใหม่ของแฟนบอลได้ จึงทดแทนความต้องการนั้นด้วยการผลิตขึ้นมาเอง เช่น ภาพถ่าย รายการโทรทัศน์ออนไลน์ และวิทยุออนไลน์ที่มีเนื้อหาเฉพาะกลุ่มที่สนใจ สินค้าสโมสรที่มี รูปแบบจำกัด ไม่สามารถแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ของแฟนที่แยกกลุ่มก็ถูกชดเชยด้วยการผลิตขึ้นมาเอง ทั้งในรูปของการนำสินค้าสโมสรมาดัดแปลง ต่อเติม หรือสร้างขึ้นมาใหม่ เป็นเสื้อกลุ่ม ธง หรือป้าย ข้อความต่าง ๆ เกมการแข่งขันที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ แฟนบอลจึงสร้างบรรยากาศผ่าน การ เชียร์และการแสดงออกในสนาม รวมไปถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่แฟนบอลทำร่วมกันในชุมชนแฟน ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่ากลไกการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่มุ่งควบคุมการบริโภคของมวลชนผ่านการ สร้าง “มาตรฐาน” ให้กับสินค้า ตามแนวคิดของ Adorno and Horkheimer (1992) ไม่สามารถ ทำงานได้อย่างเบ็ดเสร็จเพราะแฟนบอลเองก็มีการผลิตสินค้าของตนเองด้วยวิธีการแบบ “สมัครเล่น” หากพิจารณาวัฒนธรรมแฟนบอลไทยในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมมวลชนแล้ว การเกิดขึ้นมาของชุมชน แฟนสนุทธิยะใหม่รวมถึงการแสดงบทบาทในการผลิตของแฟนบอลนั้นแสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมแฟน บอลไทยไม่ได้เกิดขึ้นมาโดยบทบาทของผู้ผลิตเพียงฝ่ายเดียวแต่เป็นไปโดยที่ผู้บริโภคหรือมวลชนมี ส่วนร่วมอยู่ด้วยกล่าวในอีกรูปแบบหนึ่งก็คือปฏิบัติการต่างๆของแฟนบอลไทยได้ทำให้เกิดลักษณะที่ เรียกว่า “วัฒนธรรมของการมีส่วนร่วม” จึงสามารถแสดงภาพของวัฒนธรรมแฟนบอลไทยและยืนยัน ได้เป็นอย่างดีเพราะการที่แฟนบอลทำ “สิ่งที่มากกว่าฟุตบอล” นั่นเองที่เป็นปฏิบัติการ อันนำไปสู่การ

เกิดวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมซึ่งหมายความว่าแฟนบอลไทยมีส่วนในการเติบโตขึ้นมาของค่านิยมในฟุตบอลสโมสรไทยด้วย

แฟนมักจะถูกมองว่าเป็นผู้บริโภคที่มีความต้องการอย่างล้นเกินและไม่สามารถควบคุมตนเองได้แต่ในอีกแง่หนึ่งนั้นความต้องการบริโภคจำนวนมากนั้นเองที่เป็นแรงผลักดันให้แฟนทำกิจกรรมต่างๆซึ่งก่อให้เกิดวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมขึ้นมา หากพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคแม้ว่าในด้านหนึ่งปฏิบัติการต่างๆของแฟนจะส่งเสริมให้เกิดการ “บริโภค” ที่ดูราวกับว่าผู้บริโภคยังถูกระงับแต่ในอีกด้านหนึ่งก็ได้ชี้ให้เห็นว่า มาตรฐานการผลิตเชิงอุตสาหกรรมแบบเดียวไม่สามารถควบคุมผู้บริโภคได้อย่างเบ็ดเสร็จเพราะในวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมที่เกิดขึ้นมานั้นไม่มีฝ่ายใดฝ่ายเดียวที่จะควบคุมได้ทั้งหมด

งานวิจัยทั้งหมดนี้ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าแฟนคลับแต่ละกลุ่มมีวิธีการสนับสนุนศิลปินที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับช่วงเวลาและสังคมในสมัยนั้นจากงานวิจัยเรื่อง “บทบาทของการสื่อสารต่อการดำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับโมเดิร์นด็อก” แสดงให้เห็นว่าช่วงแรกทีอินเทอร์เน็ตยังมีความเจริญก้าวหน้าไม่เท่าปัจจุบันการสื่อสารพูดคุยหรือการสนับสนุนของกลุ่มแฟนคลับโมเดิร์นด็อกเกิดขึ้นบนพื้นที่ออฟไลน์ เช่น งานมีทติ้ง งานคอนเสิร์ต และเมื่อเทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากขึ้น ก็เริ่มมีการแลกเปลี่ยนสื่อสารกันระหว่างกลุ่มแฟนคลับในพื้นที่ออนไลน์ ส่วนงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาลักษณะแฟนคลับศิลปินเกาหลีในประเทศไทยจากชุมชนเสมือนจริงสู่โลกของความเป็นจริง” และ วารสารเรื่อง “เป็นแฟนบอลมันมีอะไรมากกว่าดูบอล : ปฏิบัติการสร้างวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย” แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมกรรมการสนับสนุนของแฟนคลับศิลปินเกาหลีและพฤติกรรมกรรมการสนับสนุนของแฟนบอลมีลักษณะคล้ายกัน เช่น การสร้างชุมชนในพื้นที่ออนไลน์เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับเรื่องของศิลปินหรือนักบอล การแจกหรือจำหน่ายสินค้าที่ทำโดยกลุ่มแฟนคลับ การแสดงออกทางสัญลักษณ์ถึง ความชื่นชอบต่อศิลปินหรือนักบอล เช่น การใส่เสื้อ การแต่งกาย นอกจากนี้ยังพบว่า การพูดคุยสื่อสารในพื้นที่ออนไลน์ของแฟนคลับยังนำไปสู่กิจกรรมบนพื้นที่ออนไลน์ แตกต่างจากช่วงสมัยที่เทคโนโลยีการสื่อสารยังไม่ได้รับการ พัฒนาที่กิจกรรมบนพื้นที่ออฟไลน์นำไปสู่ความสัมพันธ์ในพื้นที่ออนไลน์

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแฟนคลับพบว่าการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับวง NCT 127 เกิดขึ้นใน 2 พื้นที่ ได้แก่

- พื้นที่ออนไลน์

การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับวง NCT 127 ในพื้นที่ออนไลน์ผ่านการทำกิจกรรมเพื่อสนับสนุนศิลปินในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการติด Hashtag ในโอกาสต่าง ๆ การทำกิจกรรมในออนไลน์เพื่อให้ศิลปินเป็นที่รู้จักในกลุ่มแฟนคลับอื่น เนื่องจากกลุ่มแฟนคลับมีการสร้างความสัมพันธ์กันในการรวมกลุ่มผ่านสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น Twitter หรือ Facebook ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับ ซึ่งเป็น ลักษณะสังคมที่มีความเหนียวแน่น ดังนั้นการทำกิจกรรมต่าง ๆ จึงเป็นไปในทิศทางเดียวกันและนำไปสู่การจัดกิจกรรมบนพื้นที่ออฟไลน์

- พื้นที่ออฟไลน์

การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับวง NCT 127 ในพื้นที่ออฟไลน์เกิดขึ้นมาจากความสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มแฟนคลับบนพื้นที่ออนไลน์ เช่น การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ที่ทำโดยกลุ่มแฟนคลับนำไปสู่นิทรรศการแฟนอาร์ตเพื่อรวบรวมร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปินบนพื้นที่ออฟไลน์การจัดงานมีที่ตั้งของกลุ่มแฟนคลับผ่านการเชิญชวนในสังคมออนไลน์

2.2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการใช้ทุน

สายชล ปัญญชิต และ ปรีชา คุวินทร์พันธุ์ (2554) เขียนบทความวิจัยเรื่อง “บนเส้นทางของการเป็นฟุตบอลแฟนคลับ : ศึกษากรณีสโมสรเมืองทองหนองจอกยูไนเต็ด ” พบว่า ในปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความทันสมัยจนสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ปรากฏการณ์ฟุตบอลแฟนคลับที่เกิดขึ้นในสังคมไทยเป็นกิจกรรมหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการรับวัฒนธรรมการชม การเชียร์ การจัดตั้งองค์กรทางการกีฬาเช่นในสังคมต่างประเทศ ส่งผลให้ในปัจจุบันกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับในสังคมไทยได้พัฒนาไปสู่การสร้างกลุ่มเพื่อเป็นกำลังให้กับ สโมสรฟุตบอลในรายการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีก ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้จะอธิบายถึงกระบวนการการเกิดขึ้นของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับในสังคมไทยสมัยใหม่ในฐานะกลุ่มทางสังคมนรูปแบบหนึ่ง โดยจะมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทุนในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนสัญลักษณ์ และพบว่ากลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด จะมีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมร่วมกัน 8 ประการสำคัญดังต่อไปนี้

1. **ชอบกีฬาฟุตบอลมากระยะหนึ่ง** ไม่ว่าจะเป็นคนที่อยู่ในช่วงอายุหรือเพศใดก็ตาม กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับกลุ่มนี้ไม่ได้เริ่มสนใจฟุตบอลจากการรู้จักกับสโมสรเมืองทองหนองจอกยูไนเต็ด แต่

อาจมีความแตกต่างในเรื่องของประสบการณ์และการเรียนรู้ทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล เช่น เป็นนักกีฬาฟุตบอล ชอบดูฟุตบอลต่างประเทศ ชอบดูฟุตบอลไทย เป็นต้น เพราะฉะนั้นกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับจะมีความเข้าใจกฎกติกา วินัยการเชียร์ วัฒนธรรมที่ดีของการอยู่ในสังคมกีฬา จึงทำให้การพัฒนาของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว

2. มีทุนทางเศรษฐกิจ ความหมายของการมีทุนทางเศรษฐกิจในที่นี้คือมีความสามารถในการสนับสนุนการเข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับเพราะการที่จะเข้ามาอยู่ในกลุ่มได้น้อยต้องเป็นกลุ่มแฟนฟุตบอลที่ตามเชียร์อย่างสม่ำเสมอทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมทั้งการซื้อสินค้าที่ระลึกต่าง ๆ ยังไม่นับรวมค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่าเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ถึงแม้ว่าจะปฏิเสธว่ากลุ่มแฟนคลับส่วนมากเป็นคนที่มีฐานะดี แต่ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าการเป็นสมาชิกกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับต้องมีความพร้อมในการเสียสละเงินจำนวนหนึ่งในการติดตามทีมฟุตบอลที่ตนเองรักและชื่นชอบ

3. สามารถพัฒนาทุนทางสัญลักษณ์ขึ้นมาได้ร่วมกัน ความหมายคุณสมบัติที่ทำให้บุคคลหรือกลุ่มมีการแสดงออกที่เหนือกว่าคนทั่วไปในสังคม ซึ่งต้องอาศัยการบวกรวมความในกลุ่มสมาชิกในสังคมที่มีความสัมพันธ์ในกลุ่มเดียวกัน จึงจะเข้าใจคุณค่าของทุนทางสัญลักษณ์ได้อีกมิติหนึ่งทุนทางสัญลักษณ์เป็นการสร้างความแตกต่างทางสังคมผ่านกระบวนการที่ทำให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะเหนือกว่าคนอื่น ๆ ในสังคมและการที่สโมสรฟุตบอลมีกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับเป็นการแสดงออกถึงทุนทางสัญลักษณ์แบบหนึ่งว่ามีผู้ที่ให้การสนับสนุนและยังเป็นที่ยอมรับจากคนที่สนใจฟุตบอล ซึ่งทำให้สโมสรฟุตบอลต่าง ๆ สามารถสร้างมูลค่าได้ด้วยการขายสินค้าหรือหาผู้สนับสนุน ทางธุรกิจที่เห็นศักยภาพในการขยายฐานทางธุรกิจจากแฟนคลับหรือกลุ่มผู้ชมฟุตบอลทั่วไปให้เพิ่มมากขึ้นได้

4. มีความต้องการให้การแข่งขันฟุตบอลอาชีพและฟุตบอลทีมชาติไทยพัฒนามากขึ้น กล่าวคือกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก อยู่ในเต็ดมีความต้องการให้ฟุตบอลไทยทั้งระดับสโมสรและทีมชาติพัฒนาไปสู่แถวหน้าของเอเชีย ซึ่งถือว่ามีความแตกต่างจากเป้าหมายของกลุ่มแฟนบอลทั่วไปที่ต้องการให้ทีมชาติไทยไปฟุตบอลโลกและสโมสรของไทยสามารถมีมาตรฐานเทียบเท่ายุโรป เหตุผลที่เป็นเช่นนั้นเพราะกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับจะมีความเข้าใจถึงปัจจัยและขั้นตอนที่จะนำไปสู่เป้าหมายระดับสูงขนาดนั้นได้ ส่งผลให้กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับกลุ่มนี้เห็นว่าการฟุตบอล

ไทยยึดแบบญี่ปุ่นหรือเกาหลีได้ เพราะมีสภาพร่างกายตลอดจนรูปแบบการพัฒนาและวัฒนธรรมของ คนในสังคมคล้ายคลึงกับสังคมไทยมากกว่า

5. ขอบบรรยากาศการเชียร์ฟุตบอลที่แสดงถึงพลังของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ สโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดยุโรปจะให้ความสำคัญกับการเชียร์ 90 นาทีไม่มีหมด ซึ่งเป็นสัญลักษณ์และข้อตกลงร่วมกันของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ ที่จะยืนเพื่อร้องเพลงเชียร์ไปตาม ท่วงทำนองที่แกนนำให้สัญญาณเพราะฉะนั้นกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้จึงมีความภูมิใจกับการแสดงออกในลักษณะนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากถือเป็นการสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของสโมสรแห่งนี้ออกไปสู่สาธารณะ ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับสโมสรอีกด้วย

6. ติดตามสื่อสารมวลชนด้านกีฬาเป็นประจำ การติดตามข่าวสารทั่วไปถือเป็นเรื่องปกติธรรมดาของคนในสังคม แต่สำหรับกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับแล้วจะมีหนังสือพิมพ์ วิทยุ รายการโทรทัศน์ หรือเว็บไซต์ที่ทำขึ้นมาเฉพาะสำหรับตอบสนองความต้องการผู้ที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล ซึ่งกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับส่วนใหญ่จะมีช่องทางที่ติดตามอยู่เป็นประจำขึ้นอยู่กับความสะดวกของช่วงเวลาและความต้องการข้อมูลข่าวสารในขณะนั้น

7. มีกิจกรรมที่ทำกับกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับเป็นประจำ กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอกยูไนเต็ดยุโรปจะมีกิจกรรมที่แยกทำตามความสนใจและช่วงเวลาที่เหมาะสมของแต่ละคนที่จะสะดวกในการเข้าร่วม เช่น กลุ่มวัยรุ่นอาจจะเลือกเตะฟุตบอลประจำสัปดาห์ร่วมกัน กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับอาวุโสจะร่วมกิจกรรมแบดมินตันหรือตีกอล์ฟ เป็นต้น

8. มีส่วนสำคัญในการสร้าง “ทุนทางวัฒนธรรม” ให้กับสโมสรฟุตบอลแห่งนี้ ทุนทางวัฒนธรรมในที่นี้หมายถึงสิ่งหล่อหลอมให้บุคคลหรือกลุ่มคนมีคุณสมบัติติดตัวที่เอื้อให้นำไปสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ โดยทุน ลักษณะนี้จะแสดงออกผ่านพฤติกรรมที่ผ่านการปลูกฝังมาตั้งแต่วัยเด็ก ซึ่งอาจเป็นการรับรู้หรือเรียนรู้จากภูมิหลังทางสังคมหรือในสถาบันการศึกษาที่เคยเข้ารับการเล่าเรียน และการที่กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้โดยเฉพาะกิจกรรมในสนามของความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่สมาชิกได้เข้าไปร่วมกัน ส่งผลให้ที่ผ่านมามีภาพลักษณ์ที่น่าเสนอสู่สาธารณะของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับถือเป็นจุดขายที่สามารถประชาสัมพันธ์และสร้างกระแสให้เกิดความสนใจในกลุ่มผู้ชมฟุตบอลได้ การที่กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้วางแนวทางการพัฒนาระบบการเชียร์ของ ตนเองภายใต้แนวทาง ต้องมีความเป็นอารยชนคือเน้นการเชียร์ที่เป็นระบบมีแกนนำคอยให้สัญญาณอุปกรณ์ที่

ทันสมัยและหลากหลาย รวมทั้งจะเน้นสร้างกำลังใจให้กับสโมสรของตนเองแต่จะไม่ใช้ความรุนแรงทั้งทางกริยาและท่าทางส่งผลให้มีกลุ่มผู้ชมจำนวนมากที่ประทับใจในรูปแบบดังกล่าวจนกลายมาเป็นแฟนคลับในที่สุด ซึ่งหากจะพิจารณาถึงมิติทางเศรษฐกิจแล้ว จะพบถึงการขยายตัวของ การขายสินค้า ทั้งเสื้อสโมสร ผ้าพันคอ หมวก ธงตราสโมสรและผลิตภัณฑ์สินค้าอื่น ๆ อีกมากมาย จนทำให้สโมสรมีรายได้เพิ่มขึ้น ผ่านการผลักดันจากการทำกิจกรรมและแสดงออกทั้งในและนอกสนามแข่งขันของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ

ชลธิชา จันทร์ดิษฐวงศ์ (2555) เขียนบทความวิจัยเรื่อง “รสนิยมกับการบริโภคเพลงตะวันตกในสังคมญี่ปุ่นกับทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคม” ได้กล่าวถึง วัฒนธรรมการฟังเพลงกับการ สร้างทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรม ดังนั้นรสนิยมการฟังเพลงตะวันตกในสังคมญี่ปุ่น จำเป็นต้องมีทุนทางวัฒนธรรมอันเกี่ยวข้องกับทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางสังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ในขณะเดียวกันดนตรีและการฟังเพลงก็ได้กลายเป็นพื้นที่ที่นำไปสู่การสร้างทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมของความเป็นประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ จากการที่ประเทศญี่ปุ่นได้รับอิทธิพลการฟังเพลงแบบตะวันตกเข้ามา ได้ก่อให้เกิดการสังสมทางวัฒนธรรมดนตรีอาศัยการเก็บเล็กผสมน้อยค่อย ๆ เรียนรู้ อาศัยฐานรากจากการซึมซับวัฒนธรรมดังกล่าวแล้วนำมาพัฒนาประยุกต์ให้เข้ากับเพลงและดนตรีของตนเองจนเกิดเป็นแนวเพลงของประเทศญี่ปุ่นขึ้นมา ทำให้วัฒนธรรมการฟังเพลงตะวันตกในสังคมญี่ปุ่นได้มีการปรับบทบาทจากผู้ถูกระงับมาเป็นฝ่ายกระทำ การรุกรานที่ไม่เสียเอกลักษณ์หรือกลายสภาพเป็นสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ทำให้วัฒนธรรมการฟังเพลงสามารถดำรงอยู่และเป็นทุนทางสังคมซึ่งเป็นหนทางสำคัญในการรักษารากเหง้าและธำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม โดยไม่ต้องสร้างใหม่หรือปลุกฝังใหม่ ภายใต้กระบวนการทางเศรษฐกิจที่เข้ามาทำลายเค้าเดิมของวัฒนธรรมนั้น ๆ ในสังคมอยู่ตลอดเวลา กล่าวคือ ในตอนแรกคนญี่ปุ่นบริโภคเพลงตามแบบตะวันตกแต่ในปัจจุบันนี้ประเทศญี่ปุ่นได้สร้างเพลงที่เป็นแบบของตนเองขึ้นมาโดยมีพื้นฐานจากเพลงของตะวันตกและเป็นการสร้างเพื่อให้ผู้คนในสังคมอื่นบริโภคด้วย ความเป็นทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าวยังสามารถส่งผ่านความเป็นวัตถุได้ด้วยการสะสม โปสเตอร์ บัตรชมคอนเสิร์ต แผ่นเสียง ซีดีเพลง หรือสิ่งของต่าง ๆ ของศิลปินที่ตนเองชื่นชอบของบรรดาแฟนคลับ นอกจากนี้อิทธิพลการฟังเพลงตะวันตกยังส่งผลต่อลักษณะการฟังเพลงในชีวิตประจำวันของชาวญี่ปุ่น (รวมถึงทั่วโลกด้วย) โดยอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทำให้ปัจจุบันสามารถพกเพลงไปฟังได้ทุกที่

ในส่วนกองทุนทางสังคม รสนิยมการฟังเพลงของคนในชนชั้นต่าง ๆ ได้กลายเป็นเครื่องมือหรือสะพานเชื่อม ซึ่งก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของกลุ่มผู้มีรสนิยมเดียวกัน เช่น การพบกันแล้วเจอกันเป็นกลุ่มตามสถานบันเทิงที่มีการแสดงดนตรี การรวมกันของกลุ่มแฟนคลับตามงานคอนเสิร์ต เป็นต้น และด้วยเหตุที่กองทุนทางสังคมเป็นทุนที่ไม่มีวันหมดอายุ ไม่มีการเสื่อมราคา หรือลดมูลค่าลงโดยวิธีของการใช้ แต่ในทางกลับกันยิ่งทวีคุณค่าของกองทุนทางสังคมให้มากขึ้นเมื่อใช้ประโยชน์จากทุนชนิดนี้มากยิ่งขึ้น กล่าวคือเมื่อมีการพัฒนาระดับของเครือข่ายความสัมพันธ์ของผู้บริโภคเพลงในแต่ละแบบให้ขยายวงกว้างขึ้นเรื่อย ๆ ความนิยมในแนวเพลงต่าง ๆ ดังกล่าวจะแพร่ขยายเข้าไปในจำนวนคนหมู่มาก ขณะเดียวกันก็ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่มแน่นแฟ้นขึ้นด้วยความเป็นสมาชิกกลุ่มจำเป็นต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาเครือข่ายทางสังคมและความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดจากสมาชิกของกลุ่มเป็นทุนทางสังคม เพราะเป็นแหล่งรวมของการคบค้าสมาคมของสมาชิก ดังนั้นทุนทางสังคมในทัศนะของ บุติเยอร์ จึงเป็นปรากฏการณ์ส่วนรวมความเป็นสมาชิกกลุ่มสามารถสร้างทุนทางสังคมที่ส่งผลต่อทุนประเภทอื่น ๆ หลายด้านทุนทางสังคมอยู่บนพื้นฐานของการรับรู้และตระหนัก จึงมีคุณลักษณะทางสัญลักษณ์ การฟังเพลงของแต่ละชนชั้นทำไปเพื่อให้ได้มาซึ่งทุนทางสังคมด้วยการรับรู้และการยอมรับจากคนรอบข้าง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทุนเพื่อศึกษาถึงทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า งานวิจัยของ สายชล ปัญญาชิต และ ปรีชา คุวินทร์พันธุ์ มีประโยชน์แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างมากเนื่องจากงานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าฟุตบอลแฟนคลับมีลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมเช่นไรและใช้ทุนใดในการสนับสนุนสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด สอดคล้องกับผู้วิจัยที่ต้องการศึกษาว่าแฟนคลับวง NCT 127 ใช้ทุนใดในการสร้างกระแสวัฒนธรรม ซึ่งพบว่าแฟนคลับของวง NCT 127 ในประเทศเกาหลีใต้ ประเทศจีน และประเทศไทย มีการใช้ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางเศรษฐกิจ ในการสร้างกระแสวัฒนธรรม โดยวิเคราะห์ได้ดังนี้

- **ทุนทางวัฒนธรรม**

ทุนทางวัฒนธรรมของแฟนคลับวง NCT 127 คือทักษะความสามารถและความรู้ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทักษะในการถ่ายภาพ ทักษะทางด้านศิลปะ ทักษะทางด้านภาษา ที่แฟนคลับในแต่ละประเทศได้ใช้ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสนับสนุนศิลปิน เช่น แฟนคลับชาวไทยที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรมคือความสามารถทางด้านภาษาเกาหลีในการเปิดบ้านแปลภาษา

- **ทุนทางสังคม**

ทุนทางสังคมของแฟนคลับวง NCT 127 คือเครือข่ายและความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนคลับที่แฟนคลับได้ใช้เพื่อดำเนินกิจกรรม เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากแฟนคลับส่วนมาก เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปตามเป้าหมายและประสบความสำเร็จ เช่น แฟนคลับชาวจีนในทุนทางสังคมในการรวบรวมเงินบริจาคเพื่อทำโปรเจกต์วันเกิดศิลปิน

- **ทุนทางเศรษฐกิจ**

ทุนทางเศรษฐกิจของแฟนคลับวง NCT 127 หมายถึง เงินหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่แฟนคลับใช้ในการดำเนินกิจกรรม เนื่องจากเงินหรืออุปกรณ์นั้น ๆ เป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ เช่น แฟนคลับชาวเกาหลีใช้ทุนทางเศรษฐกิจซึ่งหมายถึง เงิน ในการติดตามศิลปิน กล้องถ่ายภาพเพื่อบันทึกภาพของศิลปิน ในการทำบ้านแฟนไซต์

2.3 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์

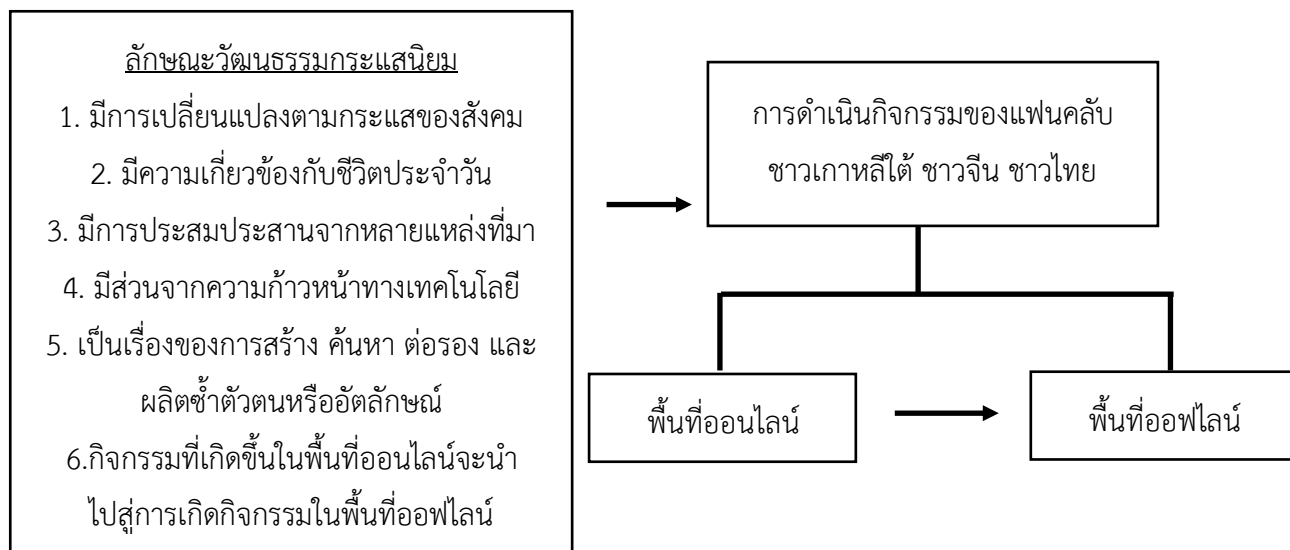
จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแฟนคลับเพื่อทำความเข้าใจและอธิบายถึงบทบาทของแฟนคลับวง NCT 127 เพื่อเข้าใจว่าแฟนคลับศิลปินเกาหลีชาวเกาหลีใต้ ชาวจีน ชาวไทย มีการสร้างกระแสวัฒนธรรมผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนศิลปิน โดยแฟนคลับแต่ละกลุ่มก็จะมีวิธีการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป และในการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ แฟนคลับยังใช้ทุนประเภทต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรม

โดยผู้วิจัยได้แบ่งกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์เป็น 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นแรก ผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษาเรื่องการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับวง NCT 127 ในประเทศเกาหลีใต้ ประเทศจีน และประเทศไทย โดยใช้แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมกระแสนิยมมาช่วยเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งพบว่าการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับตรงกับลักษณะของวัฒนธรรมกระแสนิยมดังต่อไปนี้ 1. มีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสของสังคม 2. มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน 3. มีการประสมประสานจากหลายแหล่งที่มา 4. มีส่วนจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสาร 5. เป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อยอด และผลิตซ้ำตัวตนหรืออัตลักษณ์ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบลักษณะแนวคิดวัฒนธรรมกระแสนิยมในรูปแบบใหม่ คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์จะนำไปสู่การเกิดกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์

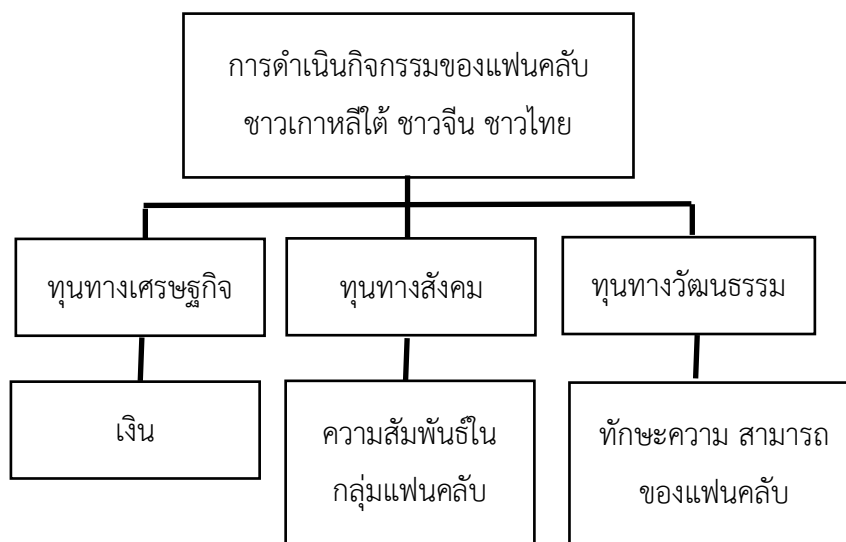
ประเด็นที่สอง ผู้วิจัยพบว่าการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากการใช้ทุนของแฟนคลับแต่ละพื้นที่มีความต่างกัน ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดเรื่องทุนมาช่วยเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งพบว่าการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับมีการใช้ทุน 3 ประเภท ได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม

ประเด็นที่ 1 ศึกษาการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับที่มีต่อวง NCT 127 ในเอเชีย



ภาพที่ 1 แผนผังกรอบความคิดการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127

ประเด็นที่ 2 ศึกษาทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 แต่ละประเทศในเอเชีย



ภาพที่ 2 แผนผังกรอบความคิดทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127

บทที่ 3

การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับวง NCT 127 ในเอเชีย

ในบทที่ 3 เป็นผลการศึกษาวิจัยของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่กล่าวถึงการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับวง NCT 127 ในเอเชีย เนื่องจากแฟนคลับมีส่วนสำคัญในการสร้างความนิยมให้แก่ศิลปิน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาการสร้าง กระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ 3 กลุ่ม ได้แก่ แฟนคลับชาวเกาหลี แฟนคลับชาวจีน แฟนคลับชาวไทย โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2559 - 2560 ช่วงที่ 2 พ.ศ. 2561 - 2562 และแบ่งออกเป็น 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ออนไลน์ และพื้นที่ออฟไลน์

3.1 ข้อมูลทั่วไปของวง NCT 127

ในปี 2559 บริษัท SM Entertainment หนึ่งในบริษัทอุตสาหกรรมบันเทิงทรงอิทธิพลของเกาหลีใต้ ได้เปิดตัวกลุ่มศิลปินหน้าใหม่ขึ้น ภายใต้ชื่อ NCT ที่มาจากคำว่า Neo Culture Technology ซึ่งเอกลักษณ์ที่ไม่ซ้ำใครคือการเป็นวงที่มีรูปแบบวงที่มีความหลากหลาย ไม่มีการกำหนดสมาชิกที่แน่นอนและมีการเดบิวต์เป็นยูนิทย่อยอื่น ๆ ตามความเหมาะสมของสมาชิก ปัจจุบันปี พ.ศ. 2562 วง NCT มีสมาชิกทั้งหมด 21 คน ประกอบด้วย Taeil (แทอิล) Johnny (จอห์นนี่) Taeyong (แทยอง) Yuta (ยูตะ) Kun (คุน) Doyoung (โดยอง) Ten (เตนลี่) Jaehyun (แจฮยอน) WinWin (วินวิน) Jungwoo (จองอู) Lucas (ลูคัส) Mark (มาร์ค) Xiaojun (เซียวจวิน) Hendery (เฮนเดอร์รี่) Renjun (เรรินจวิน) Jeno (เจโน) Haechan (แฮชาน) Jaemin (แจมิน) Chenle (เฉินเล่อ) YangYang (หยางหยาง) และ Jisung (จีซอง) โดยมีการแบ่งยูนิตเป็น 4 ยูนิต ได้แก่ NCT U , NCT 127, NCT Dream และ Way-V

NCT 127 ถูกเดบิวต์เป็นยูนิทย่อยลำดับที่สองของ NCT ซึ่งตัวเลข 127 มาจากตัวเลขของเส้นลองจิจูดของกรุงโซลประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องรูปแบบการดำเนินกิจกรรมของวงที่มีกรุงโซลเป็นศูนย์กลางในการโปรโมท NCT 127 เป็นวงที่มีความหลากหลายทั้งเชื้อชาติ ภาษา ความสามารถ ทำให้การเปิดตัวอัลบั้มในเวอร์ชันต่าง ๆ มีความสลับไหลทั้งด้านภาษา และแนวเพลง ตั้งแต่ ปี 2559 - 2562 NCT 127 มีอัลบั้มทั้งหมด 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาเกาหลี ภาษาญี่ปุ่น และภาษาอังกฤษ เพื่อโปรโมทในประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ญี่ปุ่น และอเมริกา

เดือนกรกฎาคม ปี 2559 NCT 127 เปิดตัวมินิอัลบั้มแรก “NCT #127 - Mini Album” ประกอบด้วยสมาชิกทั้งหมด 7 คน ได้แก่ แทอิล แทยง ยูตะ แจฮยอน วินวิน มาร์ค และแฮซาน โดยมีเพลง “Fire Truck” เป็นเพลงโปรโมท ซึ่งเป็นเพลงที่เกิดจากการผสมผสานกันระหว่างแนวเพลง ฮิปฮอปกับแทร็ปเป็นหลักและมีจังหวะที่มีการผสมผสานระหว่างเรกเก้กับเฮาส์ จากการเปิดตัวมินิอัลบั้มด้วยเพลงที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ ทำให้ NCT 127 ชนะ รางวัลศิลปินหน้าใหม่ยอดเยี่ยมจากหลายงานประกาศรางวัล



ภาพที่ 3 อัลบั้ม NCT #127 - Mini Album

ที่มา [HTTPS://SHOPEE.CO.TH/NCT-127-\(THE-1ST-MINI-ALBUM\)-LOCAL-I.73057770.1372455764](https://shopee.co.th/NCT-127-(THE-1ST-MINI-ALBUM)-LOCAL-I.73057770.1372455764)

เดือนมกราคม ปี 2560 NCT 127 เปิดตัวมินิอัลบั้มลำดับที่ 2 “NCT #127 LIMITLESS - The 2nd Mini Album” โดยมีการเพิ่มจำนวนสมาชิกอีก 2 คน ได้แก่ จอห์นนี่ และโดยอง รวมทั้งหมด 9 คน ด้วยเพลง “Limitless” โดดเด่นด้วยท่อนร้องแร็ป และเสียงร้องคุณภาพ อีกทั้งเนื้อร้องยังเกี่ยวกับปณิธานและตัวตนของ NCT ซึ่งก็คือการเปิดกว้าง และแผ่ขยาย



ภาพที่ 4 อัลบั้ม NCT #127 LIMITLESS - Mini Album

ที่มา [HTTPS://SHOPEE.CO.TH/NCT127-THE-2ND-MINI-ALBUM-%27NCT-127-LIMITLESS%27-VER.C-I.17200251.167548678](https://shopee.co.th/NCT127-THE-2ND-MINI-ALBUM-%27NCT-127-LIMITLESS%27-VER.C-I.17200251.167548678)

เดือนมิถุนายน ปี 2560 NCT 127 เปิดตัวมินิอัลบั้มลำดับที่ 3 “NCT #127 CHERRY BOMB - The 3rd Mini Album” ประกอบด้วยสมาชิกทั้งหมด 9 คน โดยมีเพลง “Cherry bomb” เป็นเพลงโปรโมทอัลบั้มนี้มีความพิเศษเนื่องจากมีโปรดิวเซอร์ชื่อดังทั้งในเกาหลีใต้และต่างประเทศมาร่วมทำอัลบั้มชุดนี้ด้วย ไม่ว่าจะเป็นโปรดิวเซอร์ระดับโลกอย่าง The Stereotypes นักแต่งเพลง JQ แร็ปเปอร์ชื่อดัง Deepflow และ MC Meta นอกจากนี้ แทยง และมาร์ค ยังมีส่วนในการแต่งเพลงถึง 5 เพลง ได้แก่ “Cherry bomb” เพลงแนวเออร์เบิร์ตและฮิปฮอป และ R&B เพลง “0 Mile” ที่สื่อถึงความรักที่สดใส เพลงแนวฮิปฮอป “Whiplash” พูดถึงการบอกรักแบบตรงไปตรงมา มากกว่าจะพูดคำหวาน ๆ และเพลงที่เหมาะสมกับฤดูร้อนอย่าง “Summer 127” พูดถึงฤดูร้อนสุดโรแมนติก นอกจากนี้ ในอัลบั้มยังมีเพลงแนวอิเล็กทรอนิกส์ “Sun & Moon” ที่มีการร้องประสานเสียง จากแนวเพลงที่มีความหลากหลายและการร่วมมือของทีมงานที่มีคุณภาพ ทำให้มีกระแสตอบรับจากแฟนเพลงทั่วโลกและ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก จนทำให้ NCT 127 เป็นศิลปิน K-POP กลุ่มแรกที่ถูกเลือกให้เป็น “New Artist of the Week” ใน Apple Music ของประเทศอเมริกาชื่อดัง Billboard ที่เขียนคอลัมน์แนะนำเกี่ยวกับเพลงใหม่ และมิวสิกวิดีโอเพลงเปิดตัว “Cherry Bomb” ชื่อหัวข้อว่า “NCT 127 Swaggers with Third Single 'Cherry Bomb’” โดยได้ยกย่องเพลงใหม่ Cherry Bomb ของ NCT 127 ว่าเป็นการผจญภัยในความแปลกใหม่ของ K-POP และชื่นชมที่เพลงนี้ได้ฉีกกฎออกจากแนวดนตรี K-POP แบบเดิม ๆ

มินิอัลบั้มชุดที่ 3 “NCT #127 CHERRY BOMB” ได้ขึ้นเป็นอัลบั้มขายดีอันดับที่ 1 ประจำสัปดาห์ในหลายชาร์ต อัลบั้มของประเทศเกาหลี ทั้ง YES24, Aladin, Hottrack และ Kyobo เป็นต้น รวมถึงเพลง “Cherry Bomb” ก็ได้อันดับที่ 1 จากชาร์ตเพลงชื่อดัง Xiami ของประเทศจีนได้เช่นกัน



ภาพที่ 5 อัลบั้ม NCT #127 CHERRY BOMB

ที่มา <https://shopee.co.th/NCT127-The-2nd-mini-album-%27NCT-127-LIMITLESS%27-Ver.C->

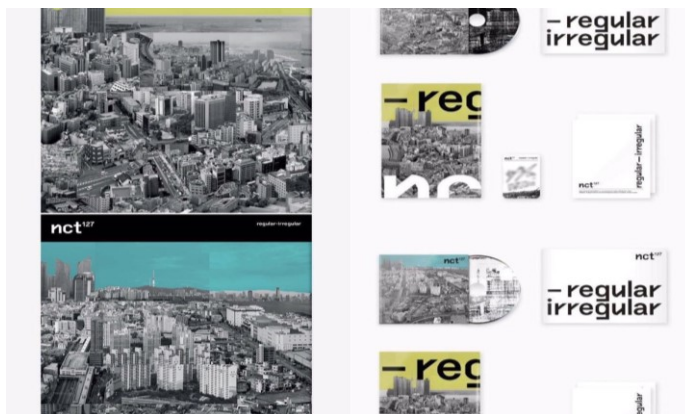
เดือนพฤษภาคม ปี 2561 NCT 127 ได้เปิดตัวมินิอัลบั้มญี่ปุ่นเป็นครั้งแรก เพื่อการขยายกลุ่มแฟนคลับในประเทศญี่ปุ่น “Chain” ประกอบด้วยสมาชิกทั้งหมด 9 คน ในมินิอัลบั้มนี้มีทั้งหมด 5 เพลง ได้แก่ Dreaming , Chain , Limitless (Japanese Ver.) , Come Back, 100 การเปิดตัวมินิอัลบั้มดังกล่าวได้รับกระแสตอบรับจากเพลงแฟนญี่ปุ่นเป็นอย่างดีจนทำให้ครองอันดับ 1 บน Billboard Japan Top Albums Sales Chart อันดับ 2 บน Oricon Weekly Albums Chart



ภาพที่ 6 อัลบั้ม NCT #127 Chain ทั้ง 9 ปก

ที่มา <https://shopee.co.th/NCT127-The-2nd-mini-album->

เดือนตุลาคม ปี 2561 NCT 127 เปิดตัว อัลบั้มเต็มชุดแรก “NCT #127 Regular - Irregular” พร้อมกับการเปิดตัว จองอู สมาชิกใหม่คนที่ 10 โดยมีเพลงทั้งหมด 11 เพลง และใช้เพลง “Regular” ในการเปิดตัว ซึ่งมีทั้งเวอร์ชันภาษาเกาหลีและภาษาอังกฤษ อีกทั้งยังได้รับความร่วมมือจากโปรดิวเซอร์ชื่อดังของอเมริกาอย่าง Mike Daley และ Mitchell Owens รวมถึง Coogie เข้าร่วมการทำเพลงในครั้งนั้นด้านของแนวเพลงเป็นแนวเพลงละตินแทร็ปที่มีการแร็ปและมีเสียงร้องอันเป็นเอกลักษณ์ของสมาชิกแต่ละคน การคัมแบคในครั้งนี้ NCT 127 ได้เดินทางไปโปรโมทอัลบั้ม ที่สหรัฐอเมริกา เนื่องจากได้รับเลือกจาก Apple Music ให้เข้าร่วมในซีรีส์ Up Next ที่จะนำศิลปินที่กำลังสร้างชื่อเสียง และที่ผลงาน หรือกำลังใจได้ความสนใจโปรโมทผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น



ภาพที่ 7 อัลบั้ม NCT #127 Regular - Irregular
ที่มา <https://twitter.com/maf2shop/status/1042005132840394755>

เดือนเมษายน ปี 2562 NCT 127 ได้ปล่อยอัลบั้มเต็มญี่ปุ่นชุดแรก “Awaken” ประกอบไปด้วย 12 เพลง โดยใช้เพลง “Wakey-Wakey” เป็นเพลงเปิดตัว การโปรโมทของ NCT 127 ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี อีกทั้งยังประสบความสำเร็จกับการจัดทัวร์คอนเสิร์ตญี่ปุ่นครั้งแรก ‘NCT 127 1st Tour ‘NEO CITY : JAPAN - The Origin’ ใน 7 เมืองสำคัญ กว่า 14 รอบ การแสดง ไม่ว่าจะเป็น โอซาก้า ฮิโรชิมะ อชิกาวะ ฮอกไกโด ฟุกุโอกะ นาโกย่า ไซตามะ



ภาพที่ 8 อัลบั้ม NCT #127 Awaken
ที่มา <https://music.apple.com/th/album/awaken/1458857854>

ล่าสุดเดือนพฤษภาคม ปี 2562 NCT 127 ได้เปิดตัวมินิอัลบั้มลำดับที่ 4 “NCT #127 WE ARE SUPERHUMAN” ด้วยสมาชิกทั้งหมด 9 คน เนื่องจาก วินวิน หนึ่งในสมาชิกของวง NCT 127 ต้องไปเดบิวต์กับวง Wayv (หนึ่งในยูนิตย่อยของ NCT) ที่มีแผนโปรโมทในประเทศจีน ในอัลบั้มนี้ ประกอบด้วย 6 เพลง ได้แก่ เพลงเปิดตัว “Superhuman” และเพลงประกอบอัลบั้มอีก 5 เพลง ได้แก่ Highway to Heaven , FOOL , Jet Lag , Paper Plane , OUTRO : WE ARE 127 โดยทีมโปรดิวซ์จากสหรัฐอเมริกา Social House ที่เคยสร้างผลงานชื่อดังอย่าง 7 Rings , Thank you next ของ Ariana Grande Mckinnon มาร่วมสร้างซาวดีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ให้กับอัลบั้ม NCT #127 WE ARE SUPERHUMAN



ภาพที่ 9 อัลบั้ม NCT #127 WE ARE SUPERHUMAN

ที่มา <https://shop.nct127.com/products/the-4th-mini-album-nct-127-we-are-superhuman-cd-bundle>

จากการเปิดตัววง NCT 127 ตั้งแต่ปี 2559 - 2562 จะเห็นได้ว่าวง NCT 127 เป็นวงที่มีความโดดเด่น ทั้งในรูปแบบของวงที่มีลีลาของจำนวนสมาชิก ลักษณะแนวเพลงที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นฮิพฮอป ละตินแทร็ป เออร์เบิร์ต อาร์แอนด์บี เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังที่มีความชื่นชอบแนวเพลงในประเภทต่าง ๆ และการทำเพลงออกมาในภาษาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เกาหลี ญี่ปุ่น อังกฤษ เพื่อเข้าถึงผู้ฟังและแฟนเพลงในประเทศต่าง ๆ ทำให้วง NCT 127 ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับเพิ่มมากขึ้น จากแผนการโปรโมทที่มีความเป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร

สมาชิก NCT 127 ปัจจุบัน

ชื่อในวงการ : แทยง

ตำแหน่ง : หัวหน้าวง แร็ปเปอร์ เต้นหลัก เซ็นเตอร์

สัญชาติ : เกาหลี



ภาพที่ 10 ลีแทยง

ที่มา https://twitter.com/nctsmtown_127/status/1129220417695051776

ชื่อในวงการ : แทอิล

ตำแหน่ง : นักร้องหลัก

สัญชาติ: เกาหลี



ภาพที่ 11 มุนแทอิล

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/713820609669029945/>

ชื่อในวงการ : จอห์นนี่

ตำแหน่ง : แรปเปอร์ เต็ม

สัญชาติ : อเมริกัน



ภาพที่ 12 จอห์นนี่

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/713820609669067548/>

ชื่อในวงการ : ยูตะ

ตำแหน่ง : ร้อง แรปเปอร์ เต็ม

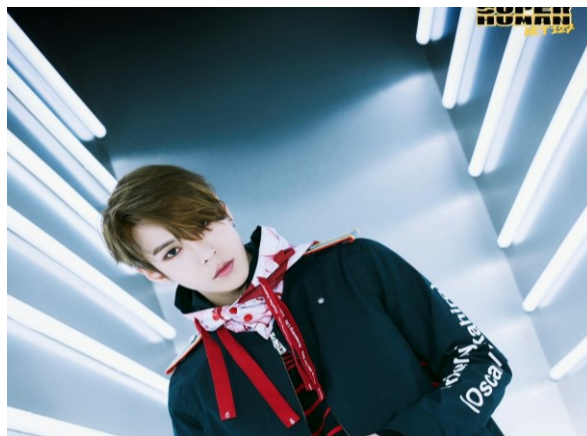
สัญชาติ : ญี่ปุ่น



ภาพที่ 13 ยูตะ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/713820609669067539/>

ชื่อในวงการ : โดยอง
ตำแหน่ง : นักร้องหลัก
สัญชาติ : เกาหลี



ภาพที่ 14 โดยอง
ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/713820609669029940/>

ชื่อในวงการ : แจชยอน
ตำแหน่ง : นักร้องหลัก
สัญชาติ : เกาหลี



ภาพที่ 15 แจชยอน
ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/713820609669029935/>

ชื่อในวงการ : จองอู
ตำแหน่ง : นักร้องนำ เต็ม
สัญชาติ : เกาหลี



ภาพที่ 16 จองอู

ที่มา https://twitter.com/nctsmtown_127/status/1128857990298099712

ชื่อในวงการ : มาร์ค
ตำแหน่ง : แร็ปเปอร์
สัญชาติ : แคนาดา



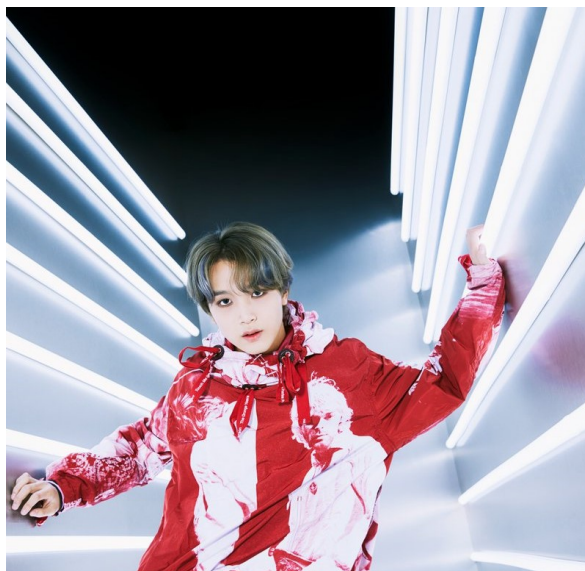
ภาพที่ 17 มาร์ค

ที่มา <https://pantip.com/topic/38872077>

ชื่อในวงการ : แสซาน

ตำแหน่ง : นักร้องหลัก เต็ม

สัญชาติ : เกาหลี



ภาพที่ 18 แสซาน

ที่มา <https://pantip.com/topic/38872077>

จากการรวบรวมข้อมูลทั่วไปของวง NCT 127 พบว่ากลุ่มศิลปินดังกล่าวมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นไม่ซ้ำใคร เนื่องจากสมาชิกที่มีความลื่นไหล สามารถย้ายไปยูนิตต่าง ๆ ภายใต้ระบบวง NCT ได้ เช่น วินวินหนึ่งในอดีตสมาชิกวง NCT 127 ซึ่งเป็นชาวจีน ย้ายไปโปรโมทกับวง WayV ยูนิตย่อยของวง NCT ที่มีการโปรโมทหลักอยู่ในประเทศจีน ความหลากหลายทางเชื้อชาติของสมาชิกในวง ไม่ว่าจะเป็นสมาชิกชาวเกาหลี ชาวจีน ชาวแคนาดา ชาวญี่ปุ่น ชาวอเมริกัน ทำให้เกิดการสื่อสารกับแฟนคลับได้ โดยไม่มีปัญหาในเรื่องของความแตกต่างทางด้านภาษา นอกจากนี้แนวเพลงที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นเพลงแนวฮิปฮอป ละตินแทร็ป เออร์เบิร์ต อาร์แอนด์บี ยังทำให้วง NCT 127 ได้รับการสนับสนุนจากคนฟังเพลงหลากหลายกลุ่ม จากเอกลักษณ์ของวงที่มีความโดดเด่นทำให้วง NCT ในปัจจุบันได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยได้รับการสนับสนุนจากแฟนคลับทั่วโลก

นอกจากความโดดเด่นของศิลปินในด้านต่าง ๆ แล้ว การสนับสนุนของแฟนคลับก็มีส่วนสำคัญในการทำให้ศิลปินเป็นที่รู้จักมากขึ้น จากแฟนคลับศิลปินเกาหลีวงอื่น ๆ และบุคคลภายนอกที่ไม่ได้ชื่นชอบศิลปินเกาหลี เนื่องจากแฟนคลับมีกิจกรรมที่สามารถกระจายชื่อเสียงของศิลปินและทำ

ให้ศิลปินเป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในกลุ่มแฟนคลับ เช่น การติดแฮชแท็กใน Twitter เพื่อทำการโปรโมทหรือแสดงกระแสตอบรับของกิจกรรม การเปิดบ้านแฟนคลับเพื่อสนับสนุนศิลปินในสังคมออนไลน์ การแจกลินคัมในกลุ่มแฟนคลับเพื่อเป็นการแสดงความยินดีในโอกาสพิเศษต่าง ๆ การเปิดรับบริจาคของบ้านแฟนคลับเพื่อทำกิจกรรมโปรโมทศิลปิน การจัดนิทรรศการรูปถ่ายหรือสินค้าแฟนอาร์ต การเกิดแฟนฟิคชั่น

ดังนั้นความนิยมของศิลปินจึงไม่ได้เกิดขึ้นจากตัวศิลปินหรือแผนการโปรโมทของค่ายเพลงเพียงเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันเพื่อสนับสนุนผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในกลุ่มแฟนคลับ

3.2 ข้อมูลทั่วไปของแฟนคลับวง NCT 127

วง NCT กลุ่มศิลปินชายชาวเกาหลีใต้ ที่มีเครือข่ายยูนิทย่อยหลากหลายยูนิิต ได้แก่ NCT U , NCT 127 และ NCT Dream มีการตั้งชื่อแฟนคลับอย่างเป็นทางการในวันที่ 12 มิถุนายน พ.ศ. 2560 ในรายการ Victory ทางช่อง Vlive ว่า “NCTzen” โดยคำดังกล่าวมีที่มาจากคำว่า Citizen ที่มีความหมายว่า ประชาชน จึงเป็นที่มาของ NCTzen ที่หมายถึง แฟนคลับเป็นประชากรของ NCT นอกจากนี้ชื่อเรียกกลุ่มแฟนคลับแล้ววง NCT ยังมีสีประจำวง ได้แก่ สีเขียวมิสแคท เพื่อใช้แสดงความเป็นตัวตนและความเป็นหนึ่งเดียวกันของกลุ่มแฟนคลับในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นเป็นการเข้าชมคอนเสิร์ต งานแฟนมีตติ้ง หรือในงานโอกาสต่าง ๆ

ความชื่นชอบของกลุ่มแฟนคลับ NCT 127 เกิดขึ้นจากการนำเสนอรูปแบบวงที่มีความแปลกใหม่ การมีสมาชิกที่สลับไหลตามความเหมาะสมของโปรเจกต์ต่าง ๆ และการมีแนวเพลงที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นฮิปฮอป ละตินแทร็ป เออร์เบินอาร์แอนด์บี นอกจากนี้ศิลปินยังมีทักษะที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นทักษะทางการแสดง ร้อง เต้น แร็ป ทักษะด้านภาษา ไม่ว่าจะเป็น ภาษาเกาหลี ภาษาญี่ปุ่น ภาษาอังกฤษ ทำให้การสื่อสารระหว่างศิลปินกับแฟนคลับมีความง่ายดายมากขึ้น เพราะศิลปินสามารถสื่อสารได้หลายภาษา

เนื่องจากการมีภาพลักษณ์ที่มีเสน่ห์และการมีความสามารถที่หลากหลาย ทำให้แฟนคลับส่วนใหญ่ของวง NCT 127 เป็นผู้หญิงที่มีอายุตั้งแต่วัยเรียนจนถึงวัยทำงาน ซึ่ง NCT 127 ได้รับความนิยมในหลายประเทศไม่ว่าจะเป็นประเทศเกาหลี ประเทศจีน และประเทศไทย และการมีแฟนคลับในหลายประเทศก็ทำให้การดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับเพื่อสนับสนุนศิลปินในแต่ละพื้นที่อาจ มีความ

แตกต่างกัน เพราะการมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เช่น วัฒนธรรมของแฟนคลับชาวเกาหลีที่สนับสนุนศิลปินผ่านการโหวตเพื่อแข่งขันในรายการเพลงและการเปิดบ้านแฟนไซต์ วัฒนธรรมของแฟนคลับจีนที่จะสนับสนุนศิลปินผ่านการทำโปรเจกเพื่อสนับสนุนศิลปินตามสถานที่ต่าง ๆ และวัฒนธรรมของแฟนคลับไทยที่เน้นไปในเรื่องของกิจกรรมการกุศล

จากการสนับสนุนของแฟนคลับจะเห็นได้ว่าแฟนคลับในแต่ละพื้นที่มีการดำเนินกิจกรรมที่ต่างกันตามวัฒนธรรมหรือความสามารถของแฟนคลับเอง แต่ด้วยความต่างนั้นเองทำให้บทบาทของแฟนคลับในแต่ละพื้นที่ก็มีความต่างกันไปด้วย การสนับสนุนศิลปินหรือการทำให้ศิลปินเป็นที่รู้จักมากขึ้นจึงมีวิธีที่หลากหลายผ่านการดำเนินกิจกรรม ประเภทต่าง ๆ มากขึ้น จึงทำให้เห็นว่าแฟนคลับไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคและชื่นชอบศิลปินเท่านั้น แต่แฟนคลับยังมีส่วนในการสร้างกระแสมความนิยมให้แก่ศิลปินผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นงานวิจัยบทที่ 3 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่ต้องการกล่าวถึงการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับที่มีต่อวง NCT 127 ชาวเกาหลีใต้ ชาวจีน และชาวไทย ในแต่ละช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2559 - 2560 ช่วงที่ 2 พ.ศ. 2561 - 2562 เพื่อจะแสดงให้เห็นถึงกิจกรรมของแฟนคลับในแต่ละยุคเนื่องจากแฟนคลับมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการสร้างกระแสวัฒนธรรมเพื่อปรับตัวตามกระแสสังคม ทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์

3.3 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้

แฟนคลับชาวเกาหลีใต้เป็นแฟนคลับที่ได้ใกล้ชิดกับศิลปิน NCT 127 มากที่สุด เนื่องจากศิลปินกลุ่มดังกล่าวอยู่ภายใต้สังกัดค่ายเพลงเกาหลี ทำให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนคลับชาวเกาหลีใต้เป็นไปได้อย่างสะดวกเพราะนอกจากจะไม่มีปัญหาในเรื่องของระยะทางแล้ว การรับสารหรือข้อมูลต่าง ๆ ก็รวดเร็วและแม่นยำ เนื่องจากไม่มีปัญหาของความแตกต่างทางด้านภาษา ดังนั้นการสนับสนุนศิลปินผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนคลับชาวเกาหลีใต้จึงเป็นประโยชน์ให้แก่ศิลปินและแฟนคลับประเทศอื่น ๆ โดยผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา เพื่อแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนในการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับชาวเกาหลีใต้

3.3.1 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลี พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2560

ช่วง พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2560 วง NCT 127 ยังไม่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมมากเท่าไรนัก เนื่องจากเป็นช่วงเริ่มต้นของการเปิดตัววงและเป็นศิลปินหน้าใหม่ของอุตสาหกรรมเพลงเกาหลีได้ แต่ก็ยังได้รับการสนับสนุนจากแฟนคลับบางกลุ่ม ซึ่งกิจกรรมในช่วงเวลานี้เป็นการทำกิจกรรมเพื่อขยายฐานแฟนคลับโดยการทำให้ศิลปินเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยแฟนคลับจะมีการสร้างกระแสวัฒนธรรม ผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การโหวตเพื่อชิงรางวัลศิลปินหน้าใหม่ การเกิดบ้านแฟนไซต์

ในช่วงระยะเวลาแรกของการเปิดตัว NCT 127 แฟนคลับวง NCT 127 หรือ NCTzen ยังไม่ได้มีกลุ่มแฟนคลับที่มีขนาดใหญ่เท่าไรนัก แต่ NCTzen ก็มีส่วนในการทำให้ศิลปินเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับมากขึ้น ผ่านการทำยอดซื้ออัลบั้มและการโหวตในงานประกาศรางวัลประจำปีของเกาหลีใต้ที่ศิลปินได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงในหลายเวที เช่น งานประกาศรางวัล Mnet Asian Music Awards (2559), งานประกาศรางวัล Melon Music Awards (2559), งานประกาศรางวัล Golden Disc Awards (2559), งานประกาศรางวัล Seoul Music Awards (2559), งานประกาศรางวัล Gaon Chart Music Awards (2560) โดยรางวัลที่ NCT 127 มีชื่อเข้าชิงล้วนเป็นรางวัลศิลปินหน้าใหม่ทั้งสิ้น

นอกจากการโหวตเพื่อชิงรางวัลในงานประจำปีของเกาหลีใต้แล้ว ยังเกิดกลุ่มบ้านแฟนคลับที่ทำหน้าที่อัปเดตตารางงาน ข่าวสาร หรือรูปถ่ายของศิลปินในโอกาสต่าง ๆ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ซึ่งแฟนคลับบางกลุ่มได้ติดตามศิลปินมาก่อนเดบิวต์ จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าการสนับสนุนศิลปินของกลุ่ม NCTzen ในช่วง พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2560 เป็นการสนับสนุนศิลปินเพื่อให้ศิลปินเป็นที่รู้จักมากขึ้นจากคนที่ไม่ได้ชื่นชอบ NCT 127 หรือแฟนคลับกลุ่มอื่น ผ่านการซื้ออัลบั้มและการโหวตให้แก่ศิลปินในงานประกาศรางวัลต่าง ๆ ในช่วงแรกการสนับสนุนของแฟนคลับชาว เกาหลีใต้จะอยู่ในพื้นที่ออนไลน์เป็นหลัก

พื้นที่ออนไลน์

แฟนคลับชาวเกาหลีใต้ได้ใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่ทำให้การสื่อสารมีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น ทำให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของแฟนคลับเกาหลีเพื่อการพูดคุยหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ระหว่างกันเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายมากขึ้น ดังนั้นการเผยแพร่ข้อมูล การกระจายข่าว การเชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมใด ๆ จึงเป็นไปได้ทุกทางเดียวกัน Twitter คือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แฟนคลับนิยมใช้เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ดังนั้นเมื่อ

มีแฮชแท็กที่ได้รับความสนใจหรือติดเทรนในทวิตเตอร์ผู้ใช้ทวิตเตอร์ก็สามารถรับสารได้และแฟนคลับศิลปินเกาหลีก็ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ดังกล่าวเพื่อเป็นการสร้างความนิยมให้แก่ศิลปิน นอกจากนี้การโหวตให้ศิลปินในการแข่งขันรายการต่าง ๆ ก็ได้รับประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเช่นกัน

การโหวตของแฟนคลับ

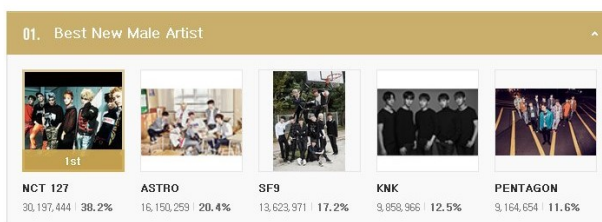
การเปิดตัวของ NCT 127 ที่เกิดขึ้นในเดือนกรกฎาคม ปี 2559 ด้วยแนวเพลงที่มีความน่าสนใจและมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ทำให้ศิลปินวงดังกล่าวเป็นที่จับตามองและมีชื่อเข้าชิงในงานประกาศรางวัลใหญ่ ๆ ของประเทศเกาหลีใต้หลายงาน ไม่ว่าจะเป็น งานประกาศรางวัล Mnet Asian Music Awards (2559), งานประกาศรางวัล Melon Music Awards (2559), งานประกาศรางวัล Golden Disc Awards (2559), งานประกาศรางวัล Seoul Music Awards (2559), งานประกาศรางวัล Gaon Chart Music Awards (2560) ซึ่งในงานประกาศรางวัลบางงานมีสัดส่วนการให้คะแนนที่นับผลโหวตของแฟนคลับ เช่น งาน Mnet Asian Music Awards

ในงานประกาศรางวัล Mnet Asian Music Awards ประจำปี 2559 ซึ่งเป็นงานประกาศรางวัลเวทีใหญ่ระดับต้นของวงการบันเทิงเกาหลีใต้ ศิลปินวง NCT 127 ได้ถูกเสนอชื่อเข้าชิงในสาขารางวัลศิลปินหน้าใหม่ยอดเยี่ยม ซึ่งมีการคิดสัดส่วนคะแนนจาก 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลคะแนนโหวตออนไลน์ 20% ผลสำรวจ 20% คะแนนจาก กรรมการผู้เชี่ยวชาญทั้งในและต่างประเทศ 20% ยอดขายซิงเกิล 20% ยอดขายอัลบั้ม 10% คะแนนจากกรรมการ 10% จากสัดส่วนคะแนนดังกล่าวจะเห็นได้ว่า เป็นคะแนนที่ต้องได้รับการสนับสนุนจากแฟนคลับ 50% ของคะแนนทั้งหมดจากการสนับสนุนของ NCTzen ผ่านการโหวตออนไลน์ การซื้อซิงเกิลและการซื้ออัลบั้ม ทำให้ในงานประกาศรางวัลดังกล่าวทำให้ NCT 127 มีคะแนนสูงสุดในสาขารางวัลศิลปินชายหน้าใหม่และได้รับรางวัลในที่สุด



Best New Male Artist Criteria:

(20% Votes + 20% Research + 20% Judges + 20% Digital + 10% Album + 10% Committee)



ภาพที่ 19 Mnet Asian Music Awards ประจำปี 2559

ที่มา <https://pantip.com/topic/35869098>

การก่อตั้งบ้านแฟนไซต์หรือบ้านแฟนเบส

การจัดตั้งบ้านแฟนไซต์หรือบ้านแฟนเบสเริ่มต้นขึ้นจากความชื่นชอบของแฟนคลับที่มีต่อศิลปิน โดยหน้าที่ของบ้านแฟนไซต์คือการตามถ่ายรูปศิลปินในกิจกรรมที่ศิลปินเข้าร่วม เช่น งานคอนเสิร์ต งานนิทรรศการหรือในโอกาสต่าง ๆ เช่น การถ่ายรูปที่สนามบินก่อนศิลปินจะเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ เพื่อนำมาแบ่งปันในบัญชีที่ตนเองก่อตั้งซึ่งการตามถ่ายรูปศิลปินนั้นต้องอาศัยเงินทุน ไม่ว่าจะเป็นการซื้อกล้องที่มีคุณภาพ การใช้เงินในการเดินทางเพื่อติดตามไปในงานต่าง ๆ ทำให้บ้านแฟนไซต์มีการหารายได้จากกิจกรรมดังกล่าวโดยการขายสินค้าแฟนเมคที่ออกแบบโดยบ้านแฟนไซต์เอง ผ่านการเปิดขายสินค้าในทวีตเตอร์หรือการนำสินค้าไปขายหน้าคอนเสิร์ต

บ้านแฟนไซต์ชาวเกาหลีที่เป็นที่รู้จักในกลุ่ม NCTzen คือ บ้าน Banana_fishxx ที่ติดตาม แจฮยอน หนึ่งในสมาชิกวง NCT 127 มาตั้งแต่เดือนเมษายน ปี 2559 เพื่อตามถ่ายรูปแจฮยอนในโอกาสต่าง ๆ เหตุผลที่บ้านแฟนไซต์นี้เป็นที่รู้จัก เนื่องจากมีฝีมือการถ่ายรูป ตกแต่งรูป และมีการอัปโหลดรูปภาพของแจฮยอนอยู่เสมอ โดยการลงรูปของบ้านแฟนไซต์จะลงใน Twitter และติดแฮชแท็ก #NCT #jaehyun #재현 เป็นหลักเพื่อเป็นการรวบรวมเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแจฮยอน โดยผู้ที่สนใจในตัวศิลปินดังกล่าวก็สามารถเข้าไปค้นหาในแฮชแท็กได้ จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าบ้านแฟนไซต์ดังกล่าวเริ่มมีการขายสินค้าที่ออกแบบเองหรือสินค้าแฟนเมคในปี 2559 ซึ่งเป็นสินค้า

เพื่อใช้ในการเชียร์ตามงานคอนเสิร์ตหรือสะสม โดยสินค้าประเภทต่าง ๆ จะมีรูปของแจชยอนที่ถ่าย
 โดยบ้านแฟนไซต์ Banana_fishxx แต่รายการสินค้าที่นำเสนอยังไม่ค่อยหลากหลายเท่าไรนัก เช่น
 ป้ายเชียร์ โปสการ์ด ปฏิทินตั้งโต๊ะ พัด



ภาพที่ 20 บ้านแฟนไซต์ Banana_fishxx
 ที่มา https://twitter.com/banana_fishxx



ภาพที่ 21 สินค้าของบ้านแฟนไซต์ Banana_fishxx ปี 2559
 ที่มา https://twitter.com/banana_fishxx

3.3.2 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลี พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562

ในช่วง พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562 เป็นช่วงเวลาที่ศิลปิน NCT 127 ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น เนื่องจากเริ่มมีประสบการณ์ในการทำงานและยังมีแผนโปรโมทวงในอเมริกาทำให้การขยายตัวของแฟนคลับก็เพิ่มมากขึ้น ซึ่งกิจกรรมในช่วงนี้นอกจากจะเกิดขึ้นเพื่อขยายฐานแฟนคลับแล้วแต่ก็ยังคงรักษาความนิยมในกลุ่มแฟนคลับเดิมอีกด้วย โดยในช่วงนี้แฟนคลับจะมีการสนับสนุนศิลปินที่แตกต่างออกไปผ่านการทำกิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อเป็นการโปรโมทศิลปิน แต่ก็ยังมีบางกิจกรรมที่ยังดำเนินต่อ

จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าความนิยมของ NCT 127 ในช่วง พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562 มีเพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดแฟนคลับกลุ่มใหม่ ๆ ขึ้น แต่ก็ยังมีแฟนคลับกลุ่มเดิมที่ยังคอยให้การสนับสนุนศิลปินกลุ่มดังกล่าวอยู่ผ่านการทำกิจกรรม ในรูปแบบเดิมแต่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสความนิยมหลักของสังคม เช่น สินค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้นของบ้านแฟนไซต์ และการจัดนิทรรศการรูปถ่ายของบ้านแฟนไซต์เกาหลี จะเห็นได้จากการจากกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้นมีทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ ออฟไลน์ ทำให้ผู้วิจัยแบ่งพื้นที่ในการศึกษาการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ออกเป็น 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์

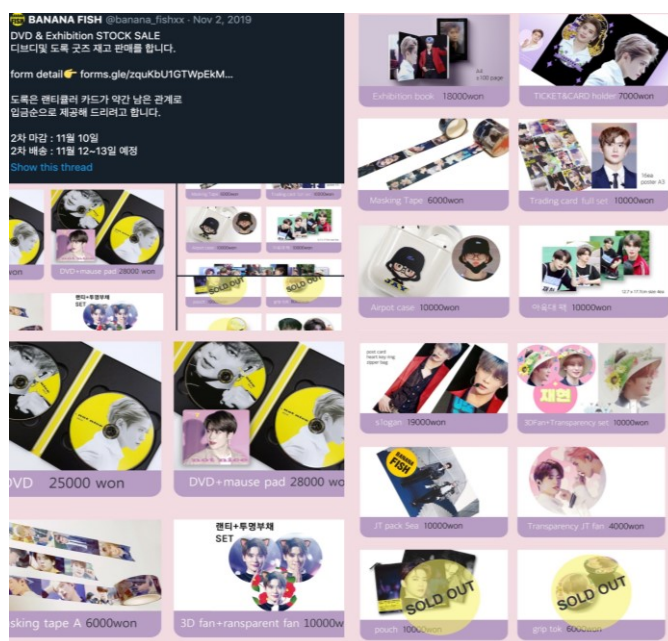
พื้นที่ออนไลน์

ในช่วง พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562 NCT 127 ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น แต่พื้นที่ในสื่อสังคมออนไลน์ยังคงเป็นพื้นที่หลักในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสนับสนุนศิลปิน ผ่านการนัดหมายหรือเชิญชวนกันผ่านช่องทางต่าง ๆ การดำเนินกิจกรรมของบ้านแฟนไซต์ชาวเกาหลีได้ก็ยังคงดำเนินต่อไป แต่ก็อาจมีการเพิ่มเติมบางสิ่งให้เหมาะสมกับกระแสความนิยมหลักของสังคม

การขายสินค้าของบ้านแฟนไซต์

เมื่อ NCT 127 ได้รับความนิยมมากขึ้นความต้องการในสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปินก็มีจำนวนเพิ่มขึ้นด้วย ในช่วงเวลานี้แฟนไซต์ไม่ได้มีหน้าที่เพียงตามถ่ายรูปศิลปินเท่านั้น แต่ยังมีมีการขายสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น สินค้ามีหลากหลายชนิดมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของแฟนคลับในช่วงเวลานั้น โดยสินค้าบางชนิดเป็น สินค้าที่ได้รับความนิยมในขณะนั้น บ้านแฟนไซต์ก็นำมาออกแบบให้มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน

บ้านแฟนไซต์ Banana_fishxx ยังคงดำเนินกิจกรรมการถ่ายรูปแจชยอนอยู่ แต่ในขณะเดียวกันก็มีการขายสินค้าที่ผลิตโดยบ้านแฟนไซต์ดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นด้วย และสินค้าก็เป็นที่ได้รับความสนใจของคนที่ชื่นชอบแจชยอน ประกอบกับบ้าน Banana_fishxx เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำให้เกิดงานนิทรรศการรูปถ่ายที่ประเทศอินโดนีเซียในปี 2562 โดยมีการจัดขายสินค้าในงานนิทรรศการและขายทางช่องทางออนไลน์ให้กับผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมงานทำให้รูปแบบ การขายสินค้ามีความจริงจังมากขึ้นโดยมีการขายสินค้าผ่านทาง Twitter เพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้ามาเลือกสิ่งสินค้าจะเห็นได้ว่าสินค้ามีความหลากหลายมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น AirPods case , Grip tok , Maskin Tape และสินค้าอื่น ๆ อีก



ภาพที่ 22 สินค้าของบ้านแฟนไซต์ Banana_fishxx ปี 2562
ที่มา <https://twitter.com/PP1CHA/status/878980799701278721>

พื้นที่ออนไลน์

ความนิยมของ NCT 127 ที่มีเพิ่มมากขึ้นทำให้การดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับชาวเกาหลีในพื้นที่ออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นเช่นกัน การดำเนินกิจกรรมของบ้านแฟนไซต์ที่ได้รับกระแสตอบรับที่ดีขึ้นเห็นได้จากการเพิ่มรายการสินค้าเพื่อจัดจำหน่าย ทำให้ในช่วงนี้จากดำเนินกิจกรรมของบ้านแฟนไซต์เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ด้วยการดำเนินกิจกรรมนิทรรศการรูปถ่าย

งานนิทรรศการรูปถ่ายของบ้านแฟนไซต์

กิจกรรมหลักของบ้านแฟนไซต์ในช่วงนี้นอกจากจะมีการอัปเดตรูปถ่ายของศิลปินและการขายสินค้าที่ออกแบบเองแล้ว ยังเกิดนิทรรศการโชว์รูปถ่ายที่ตนเองถ่ายศิลปินที่มีการขายบัตรเพื่อเข้าชมและในงานยังมีการขายรูปถ่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับเจ้าของบ้านแฟนไซต์

บ้านแฟนไซต์ Shot_a_love เป็นบ้านแฟนไซต์ชาวเกาหลีใต้ ที่ให้การสนับสนุนคิมโดยอง มาตั้งแต่ปี 2559 ซึ่งในช่วงผ่านมาก็มีการขายของ เช่น โปสการ์ด สมุดรูปภาพ โปสการ์ด แต่เริ่มมีการจัดนิทรรศการที่ประเทศ เกาหลีใต้ ในปี 2561 โดยนิทรรศการนี้มีการขายรูปที่บ้านแฟนไซต์ถ่ายศิลปินด้วย



ภาพที่ 23 งานนิทรรศการภาพถ่าย Shot_a_love
ที่มา https://twitter.com/sweetillusion_j/status/957171204531437568

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับชาวเกาหลีทั้ง 2 ช่วงเวลาเกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์เป็นหลัก และในช่วง พ.ศ. 2561 - 2562 มีการดำเนินกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์และนำไปสู่การเกิดกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ คือ การเกิดนิทรรศการรูปถ่ายของบ้านแฟนไซต์ ซึ่งจากการดำเนินกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้นพบว่าการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับชาวเกาหลีได้ตรงกับลักษณะของวัฒนธรรมกระแสนิยมดังต่อไปนี้

การโหวตของแฟนคลับ

จากกิจกรรมการโหวตของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้ มีลักษณะการสร้างกระแสวัฒนธรรม 2 ลักษณะ ได้แก่ 1 . เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารที่ทำให้แฟนคลับสามารถโหวตผ่านช่องทางออนไลน์ได้ 2 . เป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตนหรืออัตลักษณ์ เนื่องจากการสร้างตัวตนถึงความชื่นชอบที่มีต่อศิลปินผ่าน การโหวตให้ศิลปินในการแข่งขันเวทีต่าง ๆ

การก่อตั้งบ้านแฟนไซต์และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของบ้านแฟนไซต์

การก่อตั้งบ้านแฟนไซต์และการจัดกิจกรรมของบ้านแฟนไซต์ มีลักษณะการสร้างกระแสวัฒนธรรม 4 ลักษณะ ได้แก่ 1. มีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสของสังคม เนื่องจากสินค้าที่บ้านแฟนไซต์ออกแบบเพื่อจัดจำหน่ายมีการเปลี่ยนแปลงตามความนิยมของแฟนคลับ มีการเพิ่มรายการสินค้าที่จัดจำหน่าย 2. มีการประสมประสานจากหลายแหล่งที่มา เนื่องจากการเปิดบ้านแฟนไซต์ของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้ ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นกลุ่มแรก กิจกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นจากแฟนคลับกลุ่มอื่น ดังนั้นการทำบ้านแฟนไซต์ของแฟนคลับ NCT 127 เพียงแค่เปลี่ยนตัวศิลปินที่ได้ทำการติดตามเท่านั้น นอกจากนี้สินค้าที่จัดทำโดยบ้านแฟนไซต์ยังเป็นสินค้าที่เห็นได้ทั่วไป เพียงแค่เปลี่ยนการออกแบบให้มีความเกี่ยวข้องกับศิลปินเท่านั้น 3. มีส่วนจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสาร จะเห็นได้ว่าพื้นที่หลักในการแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือรูปถ่ายของบ้านแฟนไซต์เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ เช่น Twitter ดังนั้นความนิยมหรือการที่บ้านแฟนไซต์จะเป็นที่รู้จักย่อมมีส่วนมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สื่อสาร 4 . กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ออนไลน์จะนำไปสู่การเกิดกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ จำเห็นได้ว่าในช่วงเวลาแรกบ้านแฟนไซต์มีการเผยแพร่รูปถ่ายและข้อมูลในสื่อออนไลน์เท่านั้น แต่เวลาต่อมาบ้านแฟนไซต์ได้จัดกิจกรรมในพื้นที่ ออฟไลน์ ซึ่งหมายถึง การจัดนิทรรศการรูปถ่ายของศิลปิน เพื่อให้แฟนคลับที่ติดตามบ้านแฟนไซต์ดังกล่าวได้มาพบกัน

3.4 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวจีน

แฟนคลับชาวจีนเป็นแฟนคลับที่ให้การสนับสนุนศิลปินเป็นอย่างมาก ซึ่งถือเป็นกลุ่มแฟนคลับสำคัญเพราะ เป็นกลุ่มแฟนคลับที่มีขนาดใหญ่ ถึงแม้ว่าปัญหาทางการเมืองระหว่างจีนกับเกาหลีใต้จะทำให้ศิลปินเกาหลีรวมถึง NCT 127 ไม่สามารถจัดการแสดงที่ประเทศจีนได้ แต่แฟนคลับชาวจีนก็ยังให้การสนับสนุนศิลปินอย่างสม่ำเสมอผ่านการดำเนินโปรเจกต์ต่าง ๆ ที่ทำให้ศิลปินเป็นที่รู้จักมากขึ้น ถึงแม้ว่าการสนับสนุนศิลปินของแฟนคลับชาวจีน จะเป็นการสนับสนุนศิลปินในรูปแบบเดิม แต่ก็มีเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาที่ต่างกัน ผู้วิจัยจึงแบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา

3.4.1 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวจีน พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2560

ในช่วงเวลาเริ่มต้น NCT 127 ยังไม่ได้รับความนิยมเท่านัก เนื่องจากมีศิลปินเกาหลีอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยม มากกว่า ทำให้การสนับสนุนของแฟนคลับชาวจีนอาจจะยังมีไม่มากเท่าไรนัก แต่ก็มีแฟนคลับบางกลุ่มที่สนับสนุนศิลปิน ผ่านการทำบ้านบาร์ การทำโปรเจกต์ของบ้านบาร์โดยแฟนคลับชาวจีนขึ้นชื่อได้ว่าเป็นการทำโปรเจกต์ที่มีความยิ่งใหญ่ อลังการ โดยมีการใช้เงินทุนเป็นจำนวนมากเพื่อทำ โปรเจกต์ศิลปิน โดยมีการนำเงินส่วนตัวและเปิดรับบริจาคในกลุ่มแฟนคลับโดยการทำบ้านบาร์ของแฟนคลับจีนมีตัวตนในพื้นที่ออนไลน์และจะทำโปรเจกต์ในพื้นที่ออฟไลน์เป็นหลัก

พื้นที่ออนไลน์

การสนับสนุนศิลปินผ่านการแสดงออกในพื้นที่ออนไลน์ เป็นเรื่องปกติสำหรับแฟนคลับทุกคน ซึ่งพื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่ที่แฟนคลับสามารถแบ่งปัน พูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างอิสระ แฟนคลับชาวจีนก็ไม่ต่างจากแฟนคลับกลุ่มอื่น ๆ ที่ใช้พื้นที่ออนไลน์เพื่อพูดคุยหรือแลกเปลี่ยนกัน แต่แฟนคลับชาวจีนจะมีลักษณะเด่น คือ การทำบ้านบาร์ บ้านบาร์ของแฟนคลับชาวจีนเหมือนบ้านแฟนคลับทั่วไปของแฟนคลับกลุ่มอื่น ๆ เพียงแต่จะสนับสนุนศิลปินผ่านการทำโปรเจกต์ที่ยิ่งใหญ่และอลังการเพื่อให้ศิลปินเป็นที่รู้จักหรือได้รับการยอมรับจากคนภายนอกมากขึ้น

การก่อตั้งบ้านบาร์ของแฟนคลับชาวจีน

การดำเนินกิจกรรมสนับสนุน NCT 127 ของแฟนคลับชาวจีนผ่านการทำบ้านบาร์เป็นการแสดงออกในพื้นที่ออนไลน์ผ่านการอัปเดตข้อมูลข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปินในกลุ่มแฟนคลับชาวจีน ผ่าน Weibo ที่เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ของประเทศจีน ที่มีลักษณะคล้าย Twitter โดยแฟนคลับสามารถพูดคุยหรือนัดหมายเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านช่องทางดังกล่าวได้

LeetaeyongBar เป็นหนึ่งในบ้านแฟนคลับชาวจีน ที่ให้การสนับสนุน แทยง หนึ่งในสมาชิกวง NCT 127 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ก่อนที่แทยงจะได้เปิดตัวในนามของ NCT 127 ผ่านทาง Twitter และ Weibo ซึ่งในช่องทางดังกล่าวนอกจากจะมีไว้เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องกับแทยงแล้ว ยังมีไว้เพื่อเป็นศูนย์รวมของแฟนคลับชาวจีนที่มีความชื่นชอบหรือต้องการสนับสนุน แทยงอีกด้วย ผ่านการจัดตั้งโปรเจกต์และเปิดรับบริจาคในกลุ่มแฟนคลับเพื่อบรรลุเป้าหมาย โดยเงินดังกล่าวจะใช้เพื่อการสนับสนุนศิลปินในโครงการต่าง ๆ



ภาพที่ 24 บ้าน LeetaeyongBar ทาง Weibo
ที่มา <https://www.weibo.com/LeetaeyongBar>



ภาพที่ 25 บ้าน LeetaeyongBar ทาง Twitter
ที่มา <https://twitter.com/leetaeyongbar?lang=en>

พื้นที่ออฟไลน์

จากการมีปฏิสัมพันธ์ของแฟนคลับ NCT 127 ชาวจีนในพื้นที่ออนไลน์ตามสื่อสังคมต่าง ๆ เช่น Weibo Twitter เพื่อพูดคุยหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน ทำให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนคลับไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงแต่ในพื้นที่ออนไลน์เท่านั้น แต่ยังมีการแสดงออกในพื้นที่ออฟไลน์ของแฟนคลับชาวจีนผ่านการทำป้ายโปรโมทตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้ศิลปินเป็นที่รู้จักหรือได้รับการยอมรับจากบุคคลภายนอกมากขึ้น

การทำป้ายโปรโมทศิลปิน

การทำป้ายเพื่อโปรโมทศิลปินเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องมาจากการทำโปรเจกต์ให้แก่ศิลปินในสื่อสังคม ออนไลน์ แต่มีความแตกต่างกันตรงที่การทำป้ายโปรโมทศิลปินจะทำในพื้นที่ออฟไลน์ ตามสถานที่สำคัญ สถานที่ที่มีชื่อเสียง สถานที่ที่มีคนเดินทางผ่านไปมา โดยการทำกิจกรรมดังกล่าวนอกจากจะมีจุดประสงค์เพื่อแสดงความรักที่แฟนคลับมีต่อศิลปินแล้วยังเป็นการแนะนำให้ผู้คนที่เห็นป้าย ได้รู้จักกับศิลปินมากขึ้น

แฟนคลับชาวจีนเป็นแฟนคลับที่ขึ้นชื่อในเรื่องการทำโปรเจกต์ที่มีความยิ่งใหญ่และอลังการ โดยการใช้เงินจำนวนมากเพื่อทำป้ายโปรโมทศิลปินตามที่ตั้งต่าง ๆ ในวันเกิดของฮีแทยง หัวหน้าวง NCT127 บ้าน LeetaeyoungBar ที่ก่อตั้งเพื่อสนับสนุนแทยง ได้ทำโปรเจกต์วันเกิดให้กับแทยง โดยการทำป้ายโปรโมทให้แก่ฮีแทยงในสถานที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นป้าย Billboard ที่สถานีรถไฟฟ้าใต้ดินที่ฮองแด ป้าย LED Billboard ที่นครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา และซื้อโฆษณาบนรถบัส เพื่อเป็นการโฆษณาให้แทยงเป็นที่รู้จักมากขึ้น



ภาพที่ 26 โปสเตอร์วันเกิดลิแทยง ปี 2559

ที่มา <https://twitter.com/PP1CHA/status/878980799701278721>

3.4.2 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวจีน พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562

ในช่วง พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562 เป็นช่วงเวลาที่ศิลปิน NCT 127 ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื่องจาก NCT 127 เริ่มมีระยะเวลาในการเปิดตัวที่นานและการมีประสบการณ์ที่มากขึ้น นอกจากนี้ยังได้รับการโปรโมทที่ไม่ได้จำกัดเพียงแคในทวีปเอเชียเท่านั้น แต่ยังถูกเปิดตัวและได้รับการโปรโมทในทวีปอเมริกาและยุโรป ทำให้การสนับสนุนศิลปินของแฟนคลับชาวจีน มีการเปลี่ยนแปลงโดยยังมีการปฏิบัติด้วยวิธีเดิมอยู่แต่เพิ่มพื้นที่ในการโปรโมท ศิลปินไม่ได้จำกัดเพียงประเทศในเอเชียหรือแค่ประเทศอเมริกาแล้ว แต่ยังมีการทำโปรเจกในประเทอื่น ๆ อีกมากมาย

พื้นที่ออฟไลน์

การสนับสนุนศิลปินในพื้นที่ออฟไลน์ของแฟนคลับชาวจีนยังมีความเกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ของแฟนคลับในพื้นที่ออนไลน์เช่นเดิม ผ่านการพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือนัดหมาย

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ากิจกรรมของแฟนคลับชาวจีนทั้ง 2 ช่วงเวลาเกิดขึ้นจากพื้นที่ออนไลน์และนำไปสู่การกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ คือ การปฏิสัมพันธ์กันของแฟนคลับเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลรวมถึงการเปิดรับบริจาคในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อนำเงินมาดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ ซึ่งจากการดำเนินกิจกรรม ดังกล่าวพบว่าการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับชาวจีนตรงกับลักษณะของวัฒนธรรมกระแสนิยมดังต่อไปนี้

การทำโปรเจกให้กับศิลปินในงานวันเกิด

การทำโปรเจกของแฟนคลับชาวจีนมีลักษณะการสร้างกระแสวัฒนธรรม 2 ลักษณะ ได้แก่ 1. มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เนื่องจากการทำโปรเจกเพื่อโปรโมทศิลปินเป็นการแสดงออกผ่านการเข้าป้ายโฆษณาตามพื้นที่สาธารณะที่มีคนผ่านไปมา ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันที่มีการใช้ระบบขนส่งหรือการเดินทางไปในพื้นที่สาธารณะ เพื่อให้คนที่ไม่รู้จักหรือไม่ได้ชื่นชอบศิลปิน NCT 127 ได้รู้จักกับศิลปิน 2. มีการประสานประสานจากหลายแหล่งที่มา เนื่องจากการทำโปรเจกเพื่อโปรโมทศิลปินผ่านการเข้าป้าย ไม่ได้เกิดขึ้นจากกลุ่มแฟนคลับแต่เกิดจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าต่าง ๆ และแฟนคลับได้นำมาดัดแปลงเพื่อโฆษณาศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบให้เป็นที่รู้จักจากบุคคลภายนอก

3. 5 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทย

แฟนคลับชาวไทยเป็นแฟนคลับที่มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสนับสนุน NCT 127 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2562 แต่ในช่วงระยะเวลาเริ่มต้นของการเปิดตัวศิลปิน วง NCT 127 ยังไม่ได้รับความนิยมจากแฟนคลับชาวไทยเท่าไรนัก ทำให้การสนับสนุนศิลปินผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2560 ยังมีไม่มากนัก แต่เมื่อเวลาผ่านไป กระแสความนิยมของวง NCT 127 ในช่วงปี พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562 เริ่มมีมากขึ้น ทำให้ศิลปินกลุ่มดังกล่าวเป็นที่รู้จักในกลุ่มแฟนคลับชาวไทย มากขึ้น จึงเกิดการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างกระแสความนิยมให้กับศิลปินด้วยวิธีต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น ผู้วิจัยจึงแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา

3.5.1 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทย พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2560

ในช่วง พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2560 ศิลปินวง NCT 127 ยังไม่ได้รับความนิยมในประเทศไทยเท่าไรนัก แต่แฟนคลับชาวไทยก็มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสนับสนุนศิลปินเพื่อให้ศิลปินเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับมากขึ้น ผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับชาวไทยในช่วงเวลานี้จะเกิดขึ้นทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์ ผู้วิจัยจึงได้แบ่งพื้นที่ในการศึกษาการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับออกเป็น 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์

พื้นที่ออนไลน์

การดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับชาวไทยในช่วงแรกจะเกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ ผ่านการพูดคุย แฉงข้อมูลหรือสาร หรือนัดหมายเพื่อทำกิจกรรมใด ๆ ร่วมกัน ซึ่งกิจกรรมที่เกิดขึ้นอาจจะเกิดขึ้นในพื้นที่ออฟไลน์ เช่น การพูดคุยนัดหมายกันในสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Twitter นำไปสู่การทำกิจกรรมร่วมกันในพื้นที่ออฟไลน์

การทำโปรเจกต์ให้แก่ศิลปินในโอกาสพิเศษ

การทำโปรเจกต์ให้แก่ศิลปินเกิดขึ้นจากการร่วมมือกันของแฟนคลับชาวไทยที่มีการติดต่อกันในสื่อสังคมออนไลน์ที่นอกจากจะทำเพื่อเป็นการแสดงตัวตนของการเป็นแฟนคลับที่รักและสนับสนุนศิลปินแล้ว กลุ่มแฟนคลับยังทำโปรเจกต์เพราะต้องการให้ศิลปินที่ตนเองชื่นชอบเป็นที่รู้จักมากขึ้น ผ่านการทำโปรเจกต์ในที่ต่าง ๆ เช่น การทำโปรเจกต์วันเกิดให้แก่ศิลปินในพื้นที่ออนไลน์ โดยแฟนคลับจะมีการติดแฮชแท็ก ในทวีตเตอร์หรือในเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่ออวยพรวันเกิดให้แก่ศิลปิน นอกจากนี้ยังมีการเปิดรับบริจาคทางช่องทางออนไลน์เพื่อทำโปรเจกต์ในพื้นที่ออฟไลน์อีกด้วย โดยผู้ที่จัดตั้งโปรเจกต์บางกลุ่มจะมีของขวัญให้กับผู้บริจาคเพื่อเป็นการตอบแทนในการทำกิจกรรมร่วมกัน

ซึ่งการทำโปรเจกต์วันเกิดของกลุ่มแฟนคลับชาวไทยในช่วงเวลานี้จะเป็นงานเปิดรับบริจาคเพื่อนำเงินไปทำบุญ เช่น การเปิดรับบริจาคของบ้าน MARKLEE_TH และบ้าน LittleMark0299 ในปี พ.ศ. 2559 เพื่อร่วมกันทำบุญให้แก่เด็กด้อยโอกาสในนามของ มาร์ค หนึ่งในสมาชิกของวง โดยผู้จัดตั้งกิจกรรมดังกล่าวจะมีของขวัญให้สำหรับผู้ร่วมบริจาคในโปรเจกต์นี้ด้วย จะเห็นว่ากิจกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ของแฟนคลับชาวไทยในพื้นที่ออนไลน์ และนำไปสู่การทำกิจกรรมร่วมกันในพื้นที่ออฟไลน์



ภาพที่ 28 ของขวัญของคนเข้าร่วมโปรเจควันเกิดของมาร์ค
ที่มา https://twitter.com/MARKLEE_TH/status/745487052599230464



ภาพที่ 29 โปรเจควันเกิดของมาร์ค
ที่มา https://twitter.com/MARKLEE_TH/status/760341007607017472

พื้นที่ออนไลน์

การเกิดกิจกรรมในพื้นที่ออนไลน์ของแฟนคลับชาวไทยในช่วงแรกยังมีไม่มากเท่าไหร่นัก เนื่องจากความนิยมของกลุ่มศิลปิน NCT 127 ยังไม่เป็นที่รู้จักนักจึงทำให้การแสดงออกของแฟนคลับชาวไทยในพื้นที่ออนไลน์ยังมีไม่มากเท่าไหร่นัก แต่ก็มีแฟนคลับบางกลุ่มที่มีความขึ้น

ชอบศิลปินประกอบกับการใช้ทักษะความสามารถของตนเองมาดำเนินกิจกรรมเพื่อให้ศิลปินเป็นที่รู้จักในกลุ่มแฟนคลับอื่น ๆ

กิจกรรม Cover dance

การเต้น Cover dance เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ไม่ว่าจะแฟนคลับของศิลปินกลุ่มใดก็จะมีกิจกรรมตัวของแฟนคลับที่มีความชื่นชอบและมีความสามารถในการเต้น เพื่อรวมตัวกันและทำกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งความยากของการเต้น Cover คือการแกะท่าเต้นของศิลปินว่าเต้นท่าไหนอย่างไร โดยการเลียนแบบท่าเต้นได้อย่างแม่นยำและถูกต้อง อาจแสดงให้เห็นถึงการเป็นแฟนคลับที่เต็มไปด้วยความชื่นชอบและการสนับสนุนศิลปินผ่านการฝึกฝนจนเกิดเป็นการแสดงที่สมบูรณ์แบบของแฟนคลับ

กลุ่ม Cover Dance ที่มีชื่อเสียงของไทยคือกลุ่ม Millenium Boy ซึ่งถือว่ามีประสบการณ์ในการ Cover dance มาหลายปี แต่ภายหลังได้จัดตั้งวงใหม่ขึ้นภายใต้ชื่อ K-Boy ในปี 2559 เพื่อเข้าร่วมการแข่งขัน Cover dance ในเวทีต่าง ๆ ในการแข่งขันของเวที Dance To Your Seoul วง K-Boy เลือก Cover เพลง Cherry Bomb ของศิลปิน NCT 127 และส่งคลิปเข้าประกวดในรอบออนไลน์อันดับ 1 จนกระทั่งผ่านเข้ารอบ 20 ทีมสุดท้าย จนได้ขึ้นแสดงในงาน Seoul Music Awards 27th ที่ประเทศเกาหลีใต้



K-BOY COVER NCT 127 | CHERRY BOMB FROM THAILAND [1thek dance cover contest]

600,803 views · Jul 5, 2017

👍 29K 🗣️ 698 ➔ SHARE 📌 SAVE ...

ภาพที่ 30 K-Boy Cover dance Cherry Bomb

ที่มา https://www.youtube.com/watch?v=rkm0_Se8Y_U

3.5.2 การสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทย พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562

การดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับไทยในช่วง พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562 มีมากขึ้น เนื่องจากศิลปินวง NCT 127 เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นทำให้กลุ่มแฟนคลับก็มีจำนวนมากขึ้นไปด้วย ในช่วงเวลานี้ แฟนคลับชาวไทยมีการดำเนินกิจกรรม เพื่อปฏิสัมพันธ์ต่อกันทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์ โดยการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ จะผสมกับความชื่นชอบของแฟนคลับที่มีต่อศิลปินประสมกับทักษะความสามารถส่วนตัวของตัวแฟนคลับเอง ผู้วิจัยจึงแบ่งพื้นที่ในการศึกษาออกเป็น 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์

พื้นที่ออนไลน์

ในช่วงนี้กระแสความนิยมของแฟนคลับชาวไทยที่มีต่อวง NCT 127 เริ่มมีมากขึ้น การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนคลับจึงมีความหลากหลายมากขึ้น โดยแฟนคลับจะพูดคุย แลกเปลี่ยนหรือทำกิจกรรมร่วมกันในพื้นที่ออนไลน์เป็นหลัก และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในพื้นที่ออนไลน์ ก็นำไปสู่การจัดกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์

การเกิดบ้านแปลภาษา

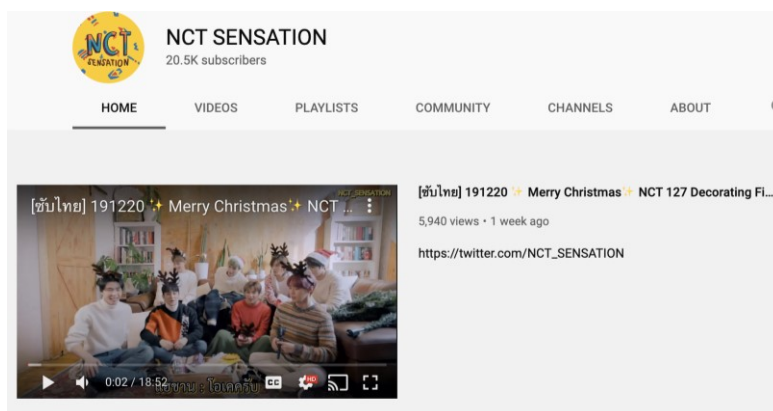
การเป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลีอาจจะมีปัญหาทางด้านภาษาที่มีความแตกต่างกันทำให้การ ส่งสารของศิลปินเกาหลีอาจเข้าไม่ถึงแฟนคลับในต่างประเทศ ดังนั้นจึงเกิดตัวแทนแฟนคลับที่ทำหน้าที่เพื่อแปลข้อความจากภาษาของศิลปินเป็นภาษาต่าง ๆ เพื่อให้แฟนคลับเข้าใจผู้ที่ทำบ้านแปลภาษา นอกจากจะแปลคำพูดของศิลปินเพื่อมาแบ่งปันในสื่อสังคมออนไลน์แล้ว ยังมีการทำซับไตเติลในคลิปวิดีโอรายการต่าง ๆ ที่ศิลปินได้ออกอากาศ

บัญชี NCT_SENSATION ใน Twitter ก่อตั้งในปี 2561 ซึ่งเป็นหนึ่งในบ้านที่ทำซับไทยเกี่ยวกับ NCT 127 ที่แปลข้อมูลหรือคำพูดของศิลปิน ผ่านการอัปเดตใน Twitter และมีการนำคลิปวิดีโอลงใน Youtube โดยมียอดผู้ติดตามใน Twitter มากกว่า 70,000 คน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวมีความสำคัญต่อความชื่นชอบของแฟนคลับชาวไทยที่มีต่อศิลปินมาก เนื่องจากแฟนคลับชาวไทยบางกลุ่ม ไม่มีความสามารถทางภาษาเกาหลี ทำให้ไม่เข้าใจถึงคำพูดหรือข้อความต่าง ๆ การเกิดบ้านแปลภาษาจึงทำให้แฟนคลับกลุ่มนี้สามารถรับสารจากศิลปินได้ ถึงแม้จะไม่รู้ภาษาเกาหลี ก็ตามแสดงให้เห็นว่านอกจากแฟนคลับกลุ่มนี้จะชื่นชอบศิลปินแล้วแต่แฟนคลับยังมีอำนาจในการสร้างสื่อเพื่อเชิญ

ชวนแฟนคลับคนอื่น ๆ มาติดตามศิลปินโดยการทำลายกำแพงทางภาษาเพื่อให้แฟนคลับบางกลุ่มรับสารจากศิลปินได้



ภาพที่ 31 บ้านแพลตฟอร์ม NCT_SENSATION ใน Twitter
ที่มา https://twitter.com/nct_sensation



ภาพที่ 32 บ้านแพลตฟอร์ม NCT_SENSATION ใน Youtube
ที่มา <https://www.youtube.com/channel/UC07R1pROycilOULL6odqjTe>

การขายสินค้าแฟนอาร์ต

สินค้าแฟนอาร์ตคือสินค้าที่แฟนคลับเป็นคนทำขึ้น โดยผู้ที่ทำจะมีความสามารถทางด้านศิลปะหรือมี อุปกรณ์ที่สามารถออกแบบสินค้าดังกล่าวได้ ผ่านการขายสินค้าแฟนอาร์ตในสื่อสังคมออนไลน์ โดยแฟนคลับชาวไทยจะนำสินค้ามาขายในแฮชแท็ก Twitter ได้แก่ #ตลาดนัดNCT127

#ตลาดนัดNCT เพื่อเป็นการรวบรวมสินค้าที่ต้องการขายไว้ในแฮชแท็กนี้และ ผู้ต้องการซื้อก็สามารถเข้ามาเยี่ยมชมได้ โดยสินค้าที่นำมาขายจะมีหลากหลายไม่ว่าจะเป็น โปสการ์ด , Grip tok , Masking Tape , กระจก , พวงกุญแจ โดยสินค้าที่นำออกมาขายจะขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมในขณะนั้น

จากกิจกรรมดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการชอบศิลปินเกาหลีของแฟนคลับชาวไทยไม่ได้มีเพียงแค่ความหลงใหลเท่านั้นแต่แฟนคลับยังใช้ความชื่นชอบในศิลปินเกาหลี เพื่อเป็นงานอดิเรกและยังมีรายได้จากกิจกรรมดังกล่าว โดยสินค้าที่ทำโดยแฟนคลับจะออกแบบมาเพื่อสนองความต้องการของแฟนคลับเอง อย่างเช่น กระแสความนิยมของ Masking Tape ทำให้แฟนคลับออกแบบสินค้าให้ตรงกับความชื่นชอบของตัวเอง และนำมาแบ่งปันให้แฟนคลับคนอื่นผ่านการขายในสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นช่องทางหลักของการติดต่อพูดคุยกันระหว่างแฟนคลับ



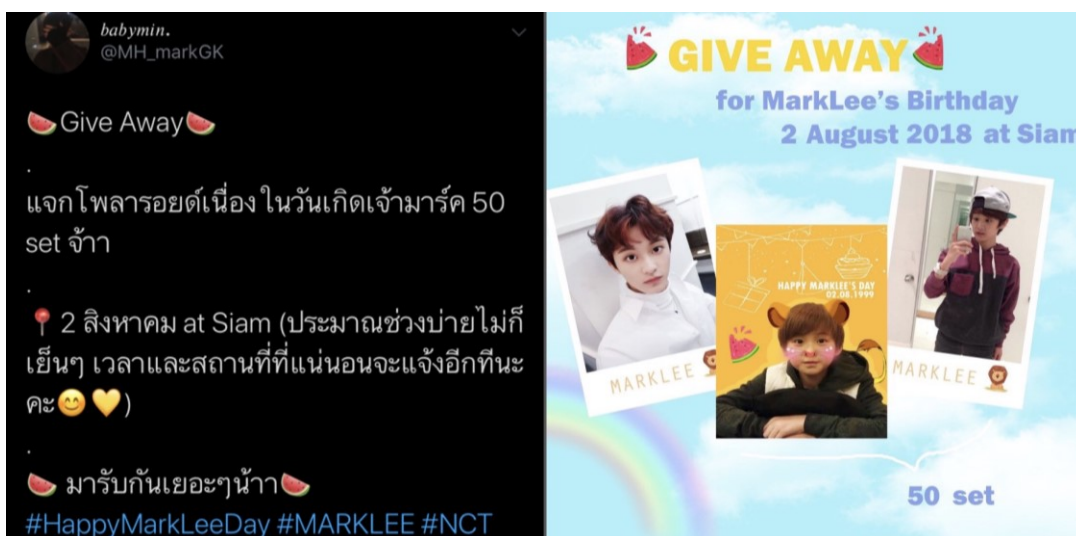
ภาพที่ 33 สินค้าแฟนอาร์ต โดยอง

พิมชา <https://twitter.com/thefourthofmay/status/1214580654408531968>

วัฒนธรรมการแจกของในวันสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน

การแจกของในกลุ่มแฟนคลับจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ผู้มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน อย่างเช่น ช่วงวันเกิด วันครบรอบการเปิดตัว และเมื่อศิลปินชนะการแข่งขันในรายการเพลงต่าง ๆ โดยของที่แจกอาจจะเป็นเงิน หรือสินค้าแฟนอาร์ตที่แฟนคลับทำขึ้นเอง โดยการแจกของมีหลายช่องทางด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการสุ่มจากผู้ติดตามหรือการไปแจกหน้าคอนเสิร์ตหรือสถานที่ที่มีการนัดหมายกัน โดยเรียกการแจกของนี้ว่า Giveaway

ในช่วงวันเกิดของ มาร์ค ปี 2561 หนึ่งในสมาชิกของวง NCT 127 แฟนคลับชาวไทยที่มีความชื่นชอบในศิลปินคนดังกล่าวได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อเป็นการให้ของขวัญกันในวันเกิด มาร์คด้วยการแจกของกันตามสถานที่ต่าง ๆ โดยสินค้าที่แจกอาจเป็นสินค้าที่ทำเองหรือเป็นรูปถ่ายของศิลปินที่ผ่านการตกแต่งด้วยตัวเอง อย่างเช่น การแจกของของ บัญชี MH_markGK ใน Twitter ที่ทำการแจกรูปของ มาร์ค ที่สยามในวันที่ 2 สิงหาคม ซึ่งตรงกับวันเกิดของมาร์ค



ภาพที่ 34 Giveaway วันเกิดมาร์ค

ที่มา https://twitter.com/MH_markGK/status/1022486157630820354

พื้นที่ออฟไลน์

การจัดกิจกรรมของแฟนคลับชาวไทยที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออฟไลน์ เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในพื้นที่ออนไลน์ ผ่านการพูดคุย แสดงความรู้สึกหรือนัดหมายกัน อย่างเช่น การเกิดวัฒนธรรมการแจกของที่ได้เกิดขึ้นจากการแจ้งหรือนัดหมายกันในพื้นที่ออนไลน์และนำไปสู่การพบปะกันของแฟนคลับ นอกจากนี้การขายสินค้าแฟนอาร์ตในสื่อสังคมออนไลน์ยังทำให้เกิดการจัดกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์อีกด้วย จะเห็นได้ว่าเมื่อ NCT 127 เริ่มได้รับความนิยมและเริ่มมีการพูดคุยกันระหว่างแฟนคลับในพื้นที่ออนไลน์มากขึ้น ก็เกิดกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ เพื่อให้แฟนคลับได้มาพบเจอหรือแลกเปลี่ยนระหว่างกัน

งานนิทรรศการแฟนอาร์ต

การเกิดนิทรรศการแฟนอาร์ตของกลุ่ม NCTzen ชาวไทย เกิดขึ้นจากการรวมตัวของแฟนคลับหรือศิลปินที่มีความชื่นชอบในศิลปินวง NCT โดยแฟนคลับบางคนอาจจะเคยลงผลงานทางสื่อสังคมออนไลน์ และเคยขายสินค้าที่ตนเองเป็นผู้ผลิต แต่เมื่อมีการรวมตัวกันจึงเกิดเป็นงานแสดงภาพวาดในพื้นที่ออฟไลน์เพื่อพบปะ พูดคุยหรือแลกเปลี่ยนกัน ภายใต้ชื่องาน NCT FANART EXHIBITION ที่จัดขึ้นในปี พ.ศ. 2562 โดยมีการจำหน่ายบัตรเข้าชมงานในราคา 300 บาท และ 200 บาท ภายในงานดังกล่าวนอกจากจะเป็นงานเพื่อแสดงรูปวาดแล้วยังมีการจำหน่ายสินค้าที่แฟนคลับเป็นคนทำเกิดขึ้นด้วย ไม่ว่าจะเป็น โปสการ์ด รูปวาด สติกเกอร์ หรือ Masking Tape ซึ่งสินค้าในแต่ละรายการจะมีการออกแบบที่มีความแตกต่างกันไปให้ซื้อเข้าร่วมงานได้เลือกซื้อตามความชื่นชอบ



ภาพที่ 35 ตัวอย่างสินค้าที่ขายในงาน NCT FANART EXHIBITION

ที่มา <https://twitter.com/nctzenartdav/status/1175374566450814976>

จากกิจกรรมที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าแฟนคลับชาวไทยมีการดำเนินกิจกรรมทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์ โดยมีการดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ออนไลน์เป็นหลักและจะนำไปสู่การเกิดกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ ซึ่งจากการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวพบว่าการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับชาวไทยตรงกับลักษณะของวัฒนธรรมกระแสนิยมดังต่อไปนี้

กิจกรรม Cover dance

การ Cover dance ของแฟนคลับชาวไทยมีลักษณะการสร้างกระแสวัฒนธรรม 2 ลักษณะ ได้แก่ 1. มีการประสมประสานจากหลายแหล่งที่มา เนื่องจากการเกิดขึ้นมานานและมีหลายรูปแบบ ดังนั้นการ Cover dance ก็เป็นเพียงการต้นรูปแบบหนึ่งที่เลียนแบบท่าเต้นของศิลปินเท่านั้น 2. เป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตนหรืออัตลักษณ์ เนื่องจากการต้น Cover dance เป็นกิจกรรมที่แสดง ถึงความชื่นชอบของแฟนคลับ เพราะการที่แฟนคลับเลือก Cover เพลงของศิลปินวงไหน ก็เกิดขึ้นจากความชื่นชอบในตัวศิลปินและแสดงถึงความชื่นชอบทางด้านการเต้น

การทำโปรเจกต์ให้แก่ศิลปินในโอกาสพิเศษ

การทำโปรเจกต์ให้ศิลปินของแฟนคลับชาวไทยมีลักษณะการสร้างกระแสวัฒนธรรม จากการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว 2 ลักษณะ ได้แก่ 1. มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เนื่องจากชาวไทยมีความเชื่อในเรื่องของการทำบุญวันเกิด การทำบุญในวันเกิดให้แก่ศิลปินจึงเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับความสุขของแฟนคลับ 2. กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ออนไลน์จะนำไปสู่การเกิดกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ เนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นจากการพูดคุยระหว่างแฟนคลับในพื้นที่ออนไลน์และนำไปสู่กิจกรรมการทำบุญในพื้นที่ออฟไลน์

การเกิดบ้านแปลภาษา

การบ้านบ้านแปลภาษาของแฟนคลับชาวไทยมีลักษณะการสร้างกระแสวัฒนธรรม 2 ลักษณะ ได้แก่ 1. มีส่วนจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสาร เนื่องจากช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของบ้านแปลภาษามีการดำเนินการในพื้นที่ออนไลน์ เช่น Twitter, Facebook ดังนั้นกิจกรรมดังกล่าวจึงเกิดขึ้นจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสาร 2. เป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตนหรืออัตลักษณ์ เนื่องจากการเกิดบ้านแปลภาษาของแฟนคลับชาวไทย

เกิดขึ้นจากผู้ที่มีความสามารถทางด้านภาษาเกาหลีประกอบ กับความชื่นชอบศิลปินวง NCT 127 ดังนั้นการเลือกแปลข่าวสารของวง NCT 127 ก็เป็นการแสดงออกถึงความชื่นชอบที่มีต่อศิลปิน

การขายสินค้าแฟนอาร์ตและการจัดงานนิทรรศการแฟนอาร์ต

การขายสินค้าแฟนอาร์ตและการจัดนิทรรศการแฟนอาร์ต มีลักษณะการสร้างกระแสวัฒนธรรม 3 ลักษณะ ได้แก่ 1. มีการประสมประสานจากหลายแหล่งที่มา เนื่องจากการทำแฟนอาร์ต มีการประสมทักษะความสามารถทางด้านกราฟิกเข้ากับความชื่นชอบที่มีต่อศิลปิน ซึ่งอาจแสดงผลงานผ่านการทำสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายชนิดต่างๆ หรือรูปวาด 2. มีส่วนจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสาร เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ผู้ที่มีความสามารถทางด้านกราฟิกและมีความชื่นชอบทางด้านศิลปะได้นำเสนอผลงานในสื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางต่าง ๆ จนสามารถนำมาจัดจำหน่ายในกลุ่มผู้ที่สนใจ จนเป็นการขายสินค้าออนไลน์ได้ 3. กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ออนไลน์จะนำไปสู่การเกิดกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์จากการนำเสนอภาพวาดในพื้นที่ออนไลน์จนมีแฟนคลับให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก จึงเกิดเป็นงานนิทรรศการแฟนอาร์ตในพื้นที่ออฟไลน์ที่รวบรวมงานแฟนอาร์ตของแฟนคลับ NCT 127 มาแสดงผลงานร่วมกัน

การแจกของในวันสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน

การแจกของในวันสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน มีลักษณะการสร้างกระแสวัฒนธรรม 3 ลักษณะ ได้แก่ 1. มีส่วนจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสาร เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสารทำให้แฟนคลับสามารถพูดคุยหรือนัดหมายกันเพื่อทำกิจกรรมได้ ดังนั้นในวันที่มีความหมายต่อแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทย จะมีการแจกของกันในพื้นที่ออนไลน์เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองหรือร่วมยินดี 2. เป็นเรื่องของ การสร้าง คันทา ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตนหรืออัตลักษณ์ จากการแจกของจะทำให้ผู้ที่แจกแสดงตัวตนถึงความชื่นชอบที่มีต่อศิลปินและทำให้เกิดความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนคลับ 3. กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ออนไลน์จะนำไปสู่การเกิดกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ เนื่องจาก การพูดคุยหรือนัดหมายกันเพื่อแจกของในสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้แฟนคลับได้มีปฏิสัมพันธ์กันในพื้นที่ออฟไลน์ ระหว่างผู้ที่มาแจกของกับผู้ที่มารับของ

3.6 สรุปท้ายบท

จากเนื้อหาในบทนี้ที่นำเสนอถึงการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้ ชาวจีน และชาวไทย ที่แสดงให้เห็นว่าแฟนคลับไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังมีส่วนในการสร้างกระแสความนิยมให้กับศิลปินเพื่อให้ศิลปินเป็นที่รู้จักหรือได้รับการยอมรับมากขึ้น ผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเวลา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2562 เพื่อแสดงให้เห็นถึงการดำเนินกิจกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีลักษณะของวัฒนธรรมกระแสนิยมทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์ โดยแฟนคลับในแต่ละพื้นที่ก็จะมีวิธีการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไปตามทักษะหรือความสามารถของแฟนคลับ

การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนคลับจะมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของวัฒนธรรมกระแสนิยมทั้ง 6 ประการ ซึ่งการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับเกาหลี คือ บ้านทำบ้านแฟนไซต์ที่นอกจากจะอัปเดตรูปถ่ายของศิลปินแล้วยังมีการขายสินค้ารูปแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามความนิยมของสังคมทางพื้นที่ออนไลน์และนำไปสู่การเกิดนิทรรศการในพื้นที่ออฟไลน์ เป็นกิจกรรมที่มีลักษณะตรงกับลักษณะของวัฒนธรรมกระแสนิยมมากที่สุดซึ่งประกอบไปด้วย 4 ลักษณะ ได้แก่ 1. มีการเปลี่ยนแปลง ตามกระแสของสังคม 2. มีการประสมประสานจากหลายแหล่งที่มา 3. มีส่วนจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสาร 4. กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ออนไลน์จะนำไปสู่การเกิดกิจกรรมในพื้นที่ ออฟไลน์ ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 3.1 ที่แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนคลับที่มีลักษณะวัฒนธรรมกระแสนิยม

นอกจากนี้การดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับชาวเกาหลี ชาวจีน และชาวไทยยังมีพื้นที่ในการแสดงออกทั้งพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีการแสดงออกในพื้นที่ออนไลน์เป็นหลักและการดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ออนไลน์จะนำไปสู่กิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ ซึ่งจากกิจกรรมที่ได้กล่าวมาข้างต้นแฟนคลับมีการดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ออนไลน์มากกว่าพื้นที่ออฟไลน์ ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 3.2 ที่แสดงให้เห็นถึงพื้นที่ในการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ

ประเทศ	กิจกรรมของแฟนคลับ	ลักษณะของวัฒนธรรมกระแสนิยม					
		เปลี่ยนแปลงตามกระแสสังคม	เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน	ประสมประสานจากหลากหลายที่มา	มีส่วนจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	สร้าง คันทาผลิตซ้ำตัวตน	พื้นที่ออนไลน์ไปสู่ออฟไลน์
	การโหวตให้ศิลปิน				✓	✓	
เกาหลีใต้	การทำบ้านแฟนไซต์และกิจกรรมอื่น ๆ	✓		✓	✓		✓
จีน	การทำป้ายโปรโมทศิลปิน		✓	✓			✓
ไทย	การทำโปรเจควันเกิด		✓				✓
	การ Cover Dance			✓		✓	
	การทำบ้านแปลภาษา				✓	✓	
	การขายสินค้าแฟนอาร์ต			✓	✓		✓
	การแจกของในกลุ่มแฟนคลับ				✓	✓	✓
	นิทรรศการแฟนอาร์ต			✓	✓		✓

ตารางที่ 3.1 แสดงกิจกรรมของแฟนคลับที่มีลักษณะวัฒนธรรมกระแสนิยม

ที่มา จากการสำรวจวันที่ 16 มีนาคม 2562

ประเทศ	กิจกรรมของแฟนคลับ	พื้นที่ออนไลน์	พื้นที่ออฟไลน์	เกิดขึ้นจากพื้นที่ออนไลน์ ไปสู่พื้นที่ออฟไลน์
เกาหลีใต้	การโหวตให้ศิลปิน	✓		
	การทำบ้านแฟนไซต์และการขาย สินค้าของบ้านแฟนไซต์	✓		✓
	นิทรรศการรูปถ่าย ของบ้านแฟนไซต์	✓	✓	✓
จีน	การทำบ้านบาร์	✓		✓
	การทำป้ายโปรโมทศิลปิน		✓	✓
ไทย	การทำโปรเจกต์วันเกิด	✓	✓	✓
	การ Cover Dance		✓	
	การทำบ้านแปลภาษา	✓		
	การขายสินค้าแฟนอาร์ต	✓		✓
	การแจกของในในกลุ่มแฟนคลับ	✓	✓	✓
	นิทรรศการแฟนอาร์ต	✓	✓	✓

ตารางที่ 3.2 แสดงพื้นที่ในการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ

ที่มา จากการสำรวจวันที่ 16 มีนาคม 2562

บทที่ 4

ทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 แต่ละประเทศในเอเชีย

ในบทที่ 4 เป็นผลการศึกษาวิจัยของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ที่กล่าวถึงทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 แต่ละประเทศในเอเชีย ว่าแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง NCT 127 ชาวเกาหลีใต้ ชาวจีนและชาวไทย ใช้ทุนประเภทใดในการสร้างกระแสวัฒนธรรม ซึ่งเนื้อหาในบทที่ 4 จะกล่าวถึงนิยามของคำว่าทุน และการใช้ทุนประเภทต่าง ๆ ของแฟนคลับในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างความนิยมให้กับศิลปิน

4.1 นิยามคำว่า “ทุน”

ตามแนวคิดของ ปีแอร์ บูร์ดิเอดู (1998 อ้างโดย รุ่งนภา , 2557) นักสังคมวิทยา ชาวฝรั่งเศส ได้เสนอว่า ทุน มีหลายรูปแบบ ทุนแต่ละรูปแบบมีความสัมพันธ์ระหว่างกันมีลักษณะที่ทั้งสัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ และสามารถเปลี่ยนรูปจากประเภทหนึ่งเป็นอีกประเภทหนึ่งได้ จากนิยามข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทุน มีขอบเขตที่กว้างขวางบูร์ดิเอดูจึงแบ่งทุนออกเป็น 4 แบบ คือ

1 . ทุนเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึง การครอบครองในทางเศรษฐกิจที่ช่วยเพิ่มความสามารถของตัวแสดงในสังคมขณะ เดียวกันก็สามารถเปลี่ยนรูปเป็นเงินได้อย่างทันที

2 . ทุนวัฒนธรรม มี 3 รูปแบบ คือ

2.1 ทุนทางวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในรูปการแสดงออกของร่างกายและจิตใจ ทุนทางวัฒนธรรมรูปแบบนี้มักจะ อาศัยระยะเวลาในการประกอบตัวเป็นรูปร่าง อาทิ บุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถทางภาษา ทักษะ รสนิยม

2.2 ทุนทางวัฒนธรรมที่ถูกทำให้เป็นวัตถุ ทุนทางวัฒนธรรมรูปแบบนี้มีความเป็นรูปธรรม บุคคลสามารถครอบครองได้ เช่น ของใช้ฟุ่มเฟือยหรูหรา บ้านหลังใหญ่ รถยนต์ราคาแพง สินค้าแบรนด์เนม ของสะสมที่มีมูลค่า หนังสือ

2.3 ทูทางวัฒนธรรมเชิงสถาบัน เป็นทูทางวัฒนธรรมที่ยึดโยงกับความเป็น สถาบัน เช่น การได้เรียนและจบการศึกษาจากโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง การได้ทำงานในองค์กรขนาดใหญ่

3 . ทูทางสังคม ซึ่งหมายถึง เครือข่ายทางสังคม ที่ประกอบด้วย

3.1 ทรัพยากรที่มีความสัมพันธ์กับสมาชิกของกลุ่มและเครือข่ายของสังคม โดยขึ้นอยู่กับขนาดของเครือข่าย การติดต่อสัมพันธ์ที่จะสามารถระดมมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 การรวมตัวกันของความรู้ความเข้าใจและการยอมรับ ซึ่งเป็นคุณลักษณะเชิงสัญลักษณ์ และการยอมรับ ซึ่งเป็นคุณลักษณะเชิงสัญลักษณ์และสามารถเปลี่ยนรูปไปเป็นทุนสัญลักษณ์ได้

4 . ทูทางสัญลักษณ์ ซึ่งหมายถึง การที่ปัจเจกบุคคลอาจรับรู้ถึงสัญลักษณ์ได้จากการสัมผัสรับรู้ และยอมรับว่ามีอยู่ เช่น อำนาจ สถานภาพ ทุนสัญลักษณ์สามารถได้มาจากการที่ปัจเจกบุคคลมีทุนเศรษฐกิจเป็นพื้นฐานและหากมีทุนมากพอบุคคลในสังคมก็จะรับรู้และยอมรับสถานะ

จากเนื้อหาในบทที่ 3 จะเห็นได้ว่าแฟนคลับวง NCT 127 มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อ ทำให้ศิลปินเป็นที่รู้จักหรือได้รับการยอมรับมากขึ้นทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์ โดยแฟนคลับในแต่ละประเทศก็จะมีวิธีการแสดง ออกหรือวิธีในการสนับสนุนศิลปินที่แตกต่างกันออกไปตามความสามารถของตนเอง

ดังนั้นจึงเกิดเป็นงานวิจัยในบทที่ 4 ที่ต้องการศึกษาถึงทุนประเภทต่าง ๆ ต่อการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ NCT 127 ในแต่ละประเทศ ทั้งแฟนคลับชาวเกาหลีใต้ แฟนคลับชาวจีน และแฟนคลับชาวไทย ว่าแฟนคลับใช้ทุนประเภทใดและทุนประเภทใดที่แฟนคลับใช้มากที่สุดในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างความนิยมให้แก่ศิลปิน

4.2 ทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 แต่ละประเทศในเอเชีย

การดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับในการสนับสนุนศิลปินเพื่อให้ศิลปินเป็นที่ยอมรับหรือเป็นที่รู้จักมากขึ้น ที่กล่าวมาในบท 3 จะเห็นได้ว่าแฟนคลับไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังมีส่วนในการผลิตสินค้าต่าง ๆ หรือมีการจัดทำกิจกรรมร่วมกันในกลุ่มแฟนคลับเพื่อสนับสนุนศิลปิน ซึ่งการกระทำดังกล่าวไม่ได้อาศัยเพียงความชื่นชอบและความรักในศิลปินเท่านั้น แต่แฟนคลับยังต้องมีทุนในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งทุนในที่นี้ไม่ได้หมายถึงทุนทางเศรษฐกิจเพียงเท่านั้น แต่ยังมีทุนประเภท

อื่น ๆ อีกด้วย เช่น ทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรม โดยการดำเนินกิจกรรมประเภทใด ๆ ของแฟนคลับชาวเกาหลี ชาวจีน และชาวไทย อาจมีการใช้ทุนที่ต่างต่างกันไป

4.2.1 ทุนของแฟนคลับชาวเกาหลีใต้

การโหวตของแฟนคลับ

การโหวตของแฟนคลับ NCT 127 ในรายการเพลงเพื่อให้ศิลปินได้รับรางวัลในงานประกาศรางวัล ที่เกิดขึ้นในเวทีประกาศรางวัลประจำปีของประเทศเกาหลีใต้ มีเกณฑ์ในการตัดสินที่มักมีสัดส่วนคะแนนจากการโหวต ของแฟนคลับและยอดขายเพลงหรืออัลบั้มเป็นส่วนประกอบในการตัดสิน ดังนั้นการเข้าถึงสื่อหรือช่องทางการโหวตของเกาหลีที่ครบถ้วนและถูกต้องที่สุดมักเกิดขึ้นจากแฟนคลับชาวเกาหลีใต้ นอกจากนี้ยังมีแฟนคลับบางกลุ่มที่ต้องการให้ศิลปินได้รับรางวัลดังกล่าวจึงพยายามซื้ออัลบั้มให้มากตามความสามารถของตัวเอง ดังนั้นการสนับสนุนศิลปินผ่านกิจกรรมดังกล่าวจึงประกอบไปด้วยทุนดังต่อไปนี้

ทุนทางเศรษฐกิจ

ในงานประกาศรางวัลของศิลปินบนเวทีต่าง ๆ นอกจากจะมีสัดส่วนคะแนนที่ตัดสินจากผลโหวตของกลุ่มแฟนคลับแล้ว ในบางเวทียังมีการตัดสินคะแนนจากยอดขายซิงเกิลและยอดขายอัลบั้มของศิลปินอีกด้วย ดังนั้นแฟนคลับบางกลุ่มที่มุ่งหวังให้ศิลปินที่ยอดขายอัลบั้มและยอดขายซิงเกิลที่ดีจะทุ่มซื้ออัลบั้มเป็นจำนวนมาก ดังนั้นแฟนคลับ NCT 127 กลุ่มดังกล่าวจึงต้องใช้ทุนทางเศรษฐกิจซึ่งหมายถึง เงิน ในการสนับสนุนศิลปินผ่านช่องทางดังกล่าว

ทุนทางสังคม

เนื่องจากงานประกาศรางวัลของศิลปินในเวทีต่าง ๆ มีสัดส่วนคะแนนที่มาจากผลโหวตของแฟนคลับ ดังนั้นการที่ศิลปินถูกเสนอชื่อเพื่อเข้าชิงรางวัล หน้าที่ของแฟนคลับคือการโหวตในการแข่งขันในรายการเพลงเพื่อให้ศิลปินได้รับรางวัล ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวไม่สามารถทำได้โดยแฟนคลับเพียงไม่กี่คน แต่การทุ่มคะแนนโหวตไปที่ศิลปินเพื่อให้ศิลปินได้รับรางวัลจะต้องมีกลุ่มแฟนคลับที่มีขนาดใหญ่ ดังนั้นแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้จึงต้องทุนทางสังคม ซึ่งหมายถึงเครือข่ายแฟนคลับในการร่วมกันโหวตให้แก่ศิลปินในการประกาศรางวัลเวทีต่าง ๆ

การก่อตั้งบ้านแฟนไซต์และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของบ้านแฟนไซต์

จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าบ้านแฟนไซต์ไม่ได้มีบทบาทเพียงตามศิลปินเพื่อถ่ายรูปหรือนำข้อมูลของศิลปินมาแจ้งในกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินวงเดียวกันเท่านั้น แต่ยังพบว่าบ้านแฟนไซต์มีการดำเนินกิจกรรม อื่น ๆ เช่น การขายของที่ออกแบบด้วยตัวเอง การจัดนิทรรศการรูปถ่ายศิลปินที่ตนเองตามถ่าย จากการดำเนินกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้น แฟนคลับ NCT 127 ต้องใช้ทุนประเภทต่าง ๆ ในการสร้างความนิยมให้แก่ศิลปิน ประกอบไปด้วยทุนดังต่อไปนี้

ทุนทางเศรษฐกิจ

ในการดำเนินกิจกรรมของบ้านแฟนไซต์ ทุนทางเศรษฐกิจซึ่งหมายถึง เงิน มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายหลายอย่าง ที่ใช้ในการติดตามศิลปิน ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์การถ่ายรูป และเงินทุนในการทำสินค้าเพื่อขายในกลุ่มแฟนคลับ เงินทุนในการจัดตั้งนิทรรศการภาพถ่าย

ทุนทางวัฒนธรรม

การทำกิจกรรมต่าง ๆ ของบ้านแฟนไซต์ ไม่ว่าจะเป็นการติดตามศิลปินเพื่อถ่ายรูป ภาพ การผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายให้แก่แฟนคลับคนอื่น ๆ และการจัดงานนิทรรศการรูปภาพ ล้วนต้องใช้ทักษะและความสามารถในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทักษะในการถ่ายรูป ทักษะในการถ่ายภาพ ความสามารถในการออกแบบสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายจากทักษะที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจัดอยู่ในรูปแบบของทุนทางวัฒนธรรม

ทุนทางสังคม

การก่อตั้งบ้านแฟนไซต์ที่ประสบความสำเร็จ จำเป็นจะต้องมีผู้ติดตามที่มีความชื่นชอบในศิลปินคนเดียวกันและการที่ผู้ที่ติดตามบ้านแฟนไซต์จะซื้อสินค้าหรือไปงานนิทรรศการรูปถ่ายของบ้านแฟนไซต์ ก็จะเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบและถูกจริตในรสนิยมของบ้านแฟนไซต์ ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมของบ้านแฟนไซต์อาจไม่ประสบความสำเร็จเลย หากไม่มีผู้ที่ชื่นชอบหรือติดตามผลงานตัวเอง ดังนั้นทุนทางสังคม ซึ่งหมายถึง ความสัมพันธ์ของสมาชิกในกลุ่มแฟนคลับ จึงเป็นเรื่องที่สำคัญขอการทำงานบ้านแฟนไซต์

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลีใต้พบว่า แฟนคลับชาวเกาหลีใต้มีการกระแสวัฒนธรรมจากการดำเนินกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้น ผ่านการใช้ทุน 3 ประเภท ได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม โดยทุนที่ถูกใช้มากที่สุด ได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจและ ทุนทางสังคม ส่วนทุนที่ถูกใช้มากเป็นอันดับ สุดท้าย ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งทุนทางเศรษฐกิจที่แฟนคลับชาวเกาหลีใต้ใช้ในการสร้างกระแสวัฒนธรรม หมายถึง เงิน ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม ทุนทางสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์หรือการมีเครือข่ายทางสังคมในกลุ่มแฟนคลับ เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ส่วนทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ความสามารถหรือทักษะเฉพาะตัวของแฟนคลับ ที่จะใช้ในการดำเนิน กิจกรรมในการสนับสนุนศิลปิน ไม่ว่าจะทักษะในการถ่ายรูปทักษะในการออกแบบสิ่งของต่าง ๆ

4.2.2 ทุนของแฟนคลับชาวจีน

การทำโปรเจคให้กับศิลปินในวันวันเกิด

การทำโปรเจคให้แก่ศิลปินในวันเกิดของแฟนคลับจีน จะทำผ่านการทำป้ายโปรโมทศิลปินตามสถานที่ต่าง ๆ ที่อาจจะเป็นศูนย์กลางของการเดินทางหรือในพื้นที่ที่มีคนพลุกพล่าน โดยที่ป้ายโปรโมทเหล่านี้ไม่ได้ถูกติดตั้งขึ้นในประเทศจีนเท่านั้น แต่ยังมีการทำโปรเจคในต่างประเทศอีกด้วย ผ่านการเข้าพื้นที่โฆษณาในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้ศิลปินเป็นที่รู้จักจากคนภายนอก ซึ่งการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวของแฟนคลับชาวจีน จำเป็นจะต้องใช้ทุน 2 ประเภท คือ

ทุนทางเศรษฐกิจ

การทำโปรเจคให้แก่ศิลปินของแฟนคลับจีน จะจำเป็นต้องใช้ทุนทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึง เงิน ในการ ดำเนินกิจกรรมเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ต้องลงทุน เช่น ค่าทำรูป ค่าเช่าพื้นที่โฆษณา ซึ่งการทำโปรเจคของแฟนคลับจีนขึ้นชื่อในเรื่องความยิ่งใหญ่และอลังการเพราะมีการทำโปรเจคในหลายประเทศ จึงทำให้ต้องใช้เงินจำนวนมากในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว

ทุนทางสังคม

การทำโปรเจคให้แก่ศิลปินในวันเกิดบ้านแฟนคลับจีนจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง แต่เงินบางส่วนก็ได้มาจากการเงินรับบริจาคจากผู้ติดตาม ดังนั้นทุนทางสังคม ซึ่งหมายถึง

เครือข่ายของ กลุ่มแฟนคลับจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเพราะถ้าหากมีเครือข่ายแฟนคลับที่มีจำนวนมากและพร้อมที่จะสนับสนุนบ้านแฟนคลับหลักก็จะทำให้ได้รับเงินบริจาคมากขึ้น เพื่อใช้สำหรับการทำโปรเจกต์ให้แก่ศิลปิน

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวจีนพบว่า แฟนคลับชาวจีนมีการกระแสวัฒนธรรมจากการดำเนินกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้น ผ่านการใช้ทุน 2 ประเภท ได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางสังคม ซึ่งทุนทางเศรษฐกิจของแฟนคลับชาวจีนหมายถึง เงิน และทุนทางสังคมของแฟนคลับชาวจีน หมายถึง เครือข่ายสังคมและความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนคลับ เนื่องจากวิธีการสนับสนุนศิลปินของแฟนคลับชาวจีนเน้นไปที่เรื่องของการทำโปรเจกต์เพื่อ โปรโมทศิลปินตามสถานที่ต่าง ๆ จึงทำให้เงินหรือทุนทางเศรษฐกิจมีความสำคัญเนื่องจากต้องใช้ค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว นอกจากนี้ทุนทางสังคมหรือเครือข่ายความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนคลับก็ยังเป็นเรื่องสำคัญเพราะในบางกรณีที่แฟนคลับชาวจีนมีการเปิดรับบริจาคเพื่อทำโปรเจกต์โปรโมทศิลปิน ดังนั้นการมีเครือข่ายสังคมที่มีขนาดใหญ่ทำให้ได้รับเงินบริจาคมมากขึ้นตามไปด้วย

4.2.3 ทุนของแฟนคลับชาวไทย

กิจกรรม Cover dance

การ Cover dance เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในกลุ่มแฟนคลับที่มีความชื่นชอบในการเต้น ซึ่งการ Cover dance นั้น ทำให้แฟนคลับรู้สึกถึงการเป็นหนึ่งเดียวกับศิลปิน ผ่านการเลียนแบบท่าเต้นของศิลปินในเพลงต่าง ๆ ซึ่งอาจจะฟังดูเหมือนง่าย แต่ผู้ที่เต้น Cover dance จะต้องมีความพยายามและทำการฝึกฝนเพื่อให้เต้นออกมาได้อย่างสวยงามและคล้ายกับศิลปินมากที่สุด ซึ่งการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวของกลุ่มแฟนคลับชาวไทยจะต้องใช้ทุนในการดำเนินการประกอบไปด้วยทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคม

ทุนทางวัฒนธรรม

กลุ่มแฟนคลับที่ทำการ Cover dance จำเป็นต้องมีทุนทางวัฒนธรรมซึ่งหมายถึง ทักษะความสามารถและความสนใจในด้านการเต้น ที่จำเป็นต้องใช้เวลาในการฝึกฝน จนทำให้เกิด ความชำนาญ

ทุนทางสังคม

การรวมตัวกันของกลุ่มแฟนคลับ หรือกลุ่มคนที่ชื่นชอบการ Cover dance ถือว่า เป็นทุนทางสังคมของกลุ่มคนดังกล่าว เนื่องจากการเต้นของแฟนคลับ NCT 127 จำเป็นต้องมีสมาชิก ในวงเทียบเท่ากับวง NCT 127 ไม่สามารถเต้นคนเดียวได้ ผู้ที่เต้น Cover dance จึงจำเป็นต้อง มี เครือข่ายสังคมในกลุ่มคนที่ชื่นชอบวง NCT 127 และผู้ที่มีทักษะความสามารถทางด้านการเต้น

การทำโปรเจกต์ให้แก่ศิลปินในโอกาสพิเศษ

การทำโปรเจกต์ของแฟนคลับชาวไทยในช่วงแรก จะเห็นได้ว่าเป็นการรวบรวมเงิน บริจาคเพื่อนำเงินดังกล่าวไปทำบุญในนามของศิลปินในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวของแฟนคลับชาว ไทยใช้ทุนในการดำเนินกิจกรรม ประกอบไปด้วยดังต่อไปนี้

ทุนเศรษฐกิจ

ถึงแม้ว่าการทำโปรเจกต์ของแฟนคลับชาวไทยจะไม่ยิ่งใหญ่เท่าแฟนคลับชาวจีน แต่ก็ ปฏิเสธไม่ได้ว่าทุนทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึงเงิน มีความสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของแฟน คลับ แฟนคลับไทยใช้เงินในการรวบรวมเงินบริจาคเพื่อไปมอบให้แก่มูลนิธิในนามของศิลปิน

ทุนทางวัฒนธรรม

การรวบรวมเงินบริจาคเพื่อจะไปทำบุญของกลุ่มแฟนคลับชาวไทย ต้องอาศัยทุน ทางวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึง ความเชื่อของชาวไทยในเรื่องของการทำบุญในวันเกิด เพราะนอกจากจะ เป็นการรวบรวมเงินบริจาคเพื่อทำบุญร่วมกันในกลุ่มแฟนคลับแล้ว ยังเป็นการอวยพรและทำให้ศิลปิน ได้บุญตามความเชื่อของไทยอีกด้วย

การเกิดบ้านแปลภาษา

การทำบ้านแปลภาษาเพื่อถ่ายทอดข้อมูลจากภาษาเกาหลีเป็นภาษาไทยมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อแฟนคลับที่ไม่มีความรู้ทางด้านภาษาเกาหลี ทำให้แฟนคลับกลุ่มดังกล่าวได้รับสารจากศิลปินโดยมีปัญหาในเรื่องของความแตกต่างทางภาษาน้อยลง ซึ่งกลุ่มแฟนคลับที่เปิดบ้านแปลภาษาจำเป็นต้องใช้ทุนในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งทุนที่แฟนคลับชาวไทยใช้ในการดำเนินกิจกรรม ดังกล่าว ซึ่งทุนดังกล่าวหมายถึงทุนทางวัฒนธรรม

ทุนทางวัฒนธรรม

ในการเปิดบ้านแปลภาษาของแฟนคลับชาวไทย แฟนคลับกลุ่มดังกล่าวจำเป็นต้องใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมในที่นี้หมายถึงความรู้ทางภาษาเกาหลี เนื่องจากจำเป็นต้องใช้ในการแปลข้อความหรือคำพูดของศิลปินมาเป็นภาษาไทย ดังนั้นทักษะความรู้ทางภาษาเกาหลีจึงเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวของแฟนคลับไทย

การขายสินค้าแฟนอาร์ตและการจัดงานนิทรรศการแฟนอาร์ต

การขายสินค้าแฟนอาร์ตและการจัดนิทรรศการแฟนอาร์ตของกลุ่มแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทย เกิดขึ้นจากความชื่นชอบของแฟนคลับที่มีต่อศิลปินและความชื่นชอบหรือความสามารถในการวาดภาพ ดังนั้นในการขายสินค้าแฟนอาร์ตในสื่อสังคมออนไลน์จนนำไปสู่การเกิดนิทรรศการแฟนอาร์ตจึงแสดงให้เห็นถึงความนิยมของแฟนคลับชาวไทยต่อสินค้าดังกล่าว ในการดำเนินกิจกรรมการขายสินค้าและการจัดนิทรรศการแฟนอาร์ตกลุ่มแฟนคลับชาวไทย ต้องใช้ทุนในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งประกอบไปด้วยทุนดังต่อไปนี้

ทุนทางวัฒนธรรม

ในการขายสินค้าแฟนอาร์ตและการจัดงานนิทรรศการแฟนอาร์ตแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทย จำเป็นต้องใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งหมายถึงทักษะความสามารถ ทางด้านการวาดรูปและการออกแบบสินค้าต่าง ๆ ที่ต้องใช้การฝึกฝนและความชื่นชอบของผู้ที่ทำกิจกรรมดังกล่าว

ทุนทางสังคม

การขายสินค้าแฟนอาร์ตของกลุ่มแฟนคลับชาวไทย เกิดขึ้นจากผู้ที่ชื่นชอบศิลปิน ประกอบกับการมีความสามารถทางด้านกราฟิกหรือการออกแบบ โดยจะแสดงผลงานผ่านทาง บัญชีทางทวิตเตอร์หรือช่องทางอื่น ๆ ซึ่งการที่แฟนคลับจะขายสินค้าได้หรือได้รับความนิยมในกลุ่ม แฟนคลับจำเป็นต้องมีผู้ติดตามที่ชื่นชอบผลงานของตัวเอง ซึ่งหมายถึงทุนทางสังคม ถ้าหากมีคนที่ชื่นชอบหรือสนใจผลงานแล้วก็อาจจะมีโอกาสในการแสดงผลงานในงานนิทรรศการ

การแจกของในวันสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน

การแจกของในวันสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน หรือที่แฟนคลับเรียกกันว่า Give away เป็นการแจกของต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเงิน สินค้าแฟนอาร์ต หรือสิ่งของต่าง ๆ เพื่อแสดงออกถึงความยินดีหรือการเฉลิมฉลองกันในกลุ่มแฟนคลับ โดยแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทย จะนัดหมาย กันในสื่อสังคมออนไลน์ และจะแจกสินค้านั้นผ่านการส่งไปรษณีย์หรือการบอกจุดแจกสินค้านั้น ๆ ตามสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งการทำกิจกรรมดังกล่าวของแฟนคลับชาวไทย จำเป็นต้องใช้ทุนในการดำเนิน กิจกรรมซึ่งประกอบไปด้วยทุนดังต่อไปนี้

ทุนทางเศรษฐกิจ

การแจกของในวันที่มีความสำคัญในกลุ่มแฟนคลับเป็นการทำเพื่อให้แฟนคลับมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ได้พูดคุยได้พบเจอกัน โดยคนที่เป็นผู้แจกของจะของสิ่งต่าง ๆ มาแจกตามความพอใจของตนเอง โดยการทำกิจกรรมดังกล่าวแฟนคลับชาวไทยต้องในทุนทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึงเงิน ในการดำเนินกิจกรรม ผ่านการลงทุนจัดทำสินค้านั้น

ทุนทางสังคม

ในการแจกของนอกจากจะต้องใช้ทุนเศรษฐกิจหรือเงินในการดำเนินกิจกรรมแล้ว แฟนคลับยังต้องใช้ทุนทางสังคม ซึ่งหมายถึง ความสัมพันธ์หรือเครือข่ายในกลุ่มแฟนคลับ เพื่อแจกของหรือแลกของระหว่างกัน หากแฟนคลับไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับคนอื่น ๆ ก็อาจจะไม่ได้รับความสนใจในการดำเนินกิจกรรม

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ทุนกับการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทยพบว่า แฟนคลับชาวไทยมีการกระแสวัฒนธรรมจากการดำเนินกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้น ผ่านการใช้ทุน 3 ประเภท ได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม โดยทุนที่ถูกใช้มากที่สุด ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางเศรษฐกิจตามลำดับ ทุนทางวัฒนธรรมที่แฟนคลับชาวไทยใช้ในการสร้างกระแสวัฒนธรรม หมายถึง ทักษะความสามารถในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทักษะทางการเต้น ความสามารถทางด้านภาษาเกาหลี และความสามารถในการวาดรูป เพื่อใช้ความสามารถดังกล่าวในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสนับสนุนศิลปินหรือแสดงเพื่อแสดงความชื่นชอบของตนเอง ทุนทางสังคมของแฟนคลับชาวไทย หมายถึง ความสัมพันธ์และเครือข่ายทางสังคมในการดำเนิน กิจกรรมต่าง ๆ เนื่องจากในบางกิจกรรมต้องอาศัยการยอมรับและการเป็นที่รู้จักในกลุ่มแฟนคลับ จึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมได้ ส่วนทุนทางเศรษฐกิจ หมายถึง เงินเพื่อใช้ลงทุนในการทำกิจกรรมต่าง ๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการทำกิจกรรมของแฟนคลับไม่ได้เกิดขึ้นจากความชื่นชอบที่มีต่อศิลปินเท่านั้น แต่แฟนคลับยังต้องลงทุนในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนหรือสร้างความนิยมให้กับศิลปิน โดยทุนของ แฟนคลับไม่ได้หมายถึงทุนทางเศรษฐกิจเพียงเท่านั้น แต่ยังประกอบไปด้วยทุนชนิดอื่น ๆ คือ ทุนทางวัฒนธรรมซึ่งหมายถึงทักษะความสามารถในด้านต่าง ๆ และทุนทางสังคม ที่หมายถึง ความสัมพันธ์หรือเครือข่ายสังคมในกลุ่มแฟนคลับ ในการทำกิจกรรมร่วมกัน โดยแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลี ชาวจีน และชาวไทย มีการใช้ทุนมีทั้งเหมือนกันและแตกต่างกัน โดยมีทุน 3 ประเภท ที่แฟนคลับ NCT 127 ใช้ในการสร้างกระแสวัฒนธรรม ได้แก่ ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางเศรษฐกิจ ซึ่งทุนทางสังคมของแฟนคลับ NCT 127 หมายถึง เครือข่ายและความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนคลับ ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ทักษะความสามารถของแฟนคลับในด้านต่าง ๆ ที่แฟนคลับใช้ในการดำเนินกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นความสามารถทางด้านภาษา การเต้น การถ่ายรูป ส่วนทุนทางเศรษฐกิจ หมายถึง เงิน ที่แฟนคลับต้องใช้เป็นทุนในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

แฟนคลับจึงไม่ใช่ผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเท่านั้น เพราะนอกจากแฟนคลับจะมีส่วนในการสร้างกระแสความนิยมให้กับศิลปินแล้ว การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนคลับ ล้วนมีส่วนทำให้ศิลปินเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับมากขึ้น ซึ่งการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ของแฟนคลับ ไม่ได้อาศัยเพียง

ความชื่นชอบเท่านั้น แต่แฟนคลับยังต้องใช้ทุนในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งทุนที่แฟนคลับใช้ ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ทุนทางเศรษฐกิจที่หมายถึงเงินเท่านั้น แต่ยังมีการใช้ทุนประเภทอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นทุนทางสังคมที่หมายถึง เครือข่ายหรือความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับในกลุ่ม และทุนทางวัฒนธรรมที่หมายถึง ทักษะความสามารถของแฟนคลับในด้านต่าง ๆ

ดังนั้นแฟนคลับจึงไม่ใช่เพียงแต่ผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังมีอำนาจในการสร้างความนิยมให้กับศิลปินผ่านการ ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีการใช้ทุนทั้ง 3 ประเภทในการดำเนินกิจกรรมที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

4.4 สรุปท้ายบท

จากเนื้อหาในบทนี้ที่นำเสนอการใช้ทุนประเภทต่าง ๆ ของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลี ชาวจีน ชาวไทย แสดงให้เห็นว่าแฟนคลับไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคเท่านั้นแต่ยังมีส่วนในการสร้างกระแสความนิยมให้กับศิลปินผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งในการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ ไม่ได้อาศัยเพียงความชื่นชอบที่มีให้กับศิลปินเท่านั้น แต่ยังจำเป็นต้องใช้ทุนประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ซึ่งในทุนแต่ละประเภท ก็มีความหมายหรือหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่ ทุนทางสังคม ซึ่งหมายถึง เครือข่ายและความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนคลับ ทุนทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึง เงิน และทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึง ทักษะ ความรู้ ความสามารถของแฟนคลับในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

การใช้ทุนในการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ NCT 127 ทุนที่แฟนคลับใช้มากที่สุด ได้แก่ ทุนทางสังคม เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับจำเป็นต้องอาศัยความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนคลับไม่สามารถทำเพียงคนเดียวได้ ส่วนทุนลำดับต่อมาได้แก่ทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางวัฒนธรรม เนื่องจากเงินเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ และทักษะความสามารถของแฟนคลับก็มีส่วนทำให้ศิลปินเป็นที่รู้จักมากขึ้น

การดำเนินกิจกรรมของบ้านแฟนไซต์ชาวเกาหลีใต้ ที่รวมไปถึงการขายสินค้า การจัดนิทรรศการรูปถ่าย มีการใช้ทุน ที่หลากหลายที่สุด ที่ใช้ทุนทั้ง 3 ประเภทในการดำเนินกิจกรรมผ่านทุนทางเศรษฐกิจคืออุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายรูป เงินทุนที่ใช้ในการติดตามศิลปิน ทุนทางวัฒนธรรมคือทักษะในการถ่ายรูป แต่งรูป และทุนทางสังคมคือเครือข่ายแฟนคลับที่คอยให้การ สนับสนุนบ้านแฟน

ไชด์ ส่วนแฟนคลับจีนที่ทำป้ายโปรโมทใช้ทุนทางเศรษฐกิจคือเงินในการเช่าพื้นที่และทุนทางสังคมคือความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนคลับเพื่อรวบรวมเงินบริจาคในการดำเนินกิจกรรม และแฟนคลับไทยที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการดำเนินกิจกรรมมากที่สุด เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับไทยต้องใช้ทักษะความสามารถประเภทต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนศิลปิน ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 4.1 ที่แสดงให้เห็นถึงทุนในการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ

ประเทศ	กิจกรรม	ทุน		
		ทุนทางเศรษฐกิจ	ทุนทางวัฒนธรรม	ทุนทางสังคม
เกาหลีใต้	การโหวตให้ศิลปิน	✓		✓
	การทำบ้านแฟนไชด์และกิจกรรมอื่น ๆ	✓	✓	✓
จีน	การทำป้ายโปรโมทศิลปิน	✓		✓
ไทย	การทำโปรเจกต์วันเกิด		✓	✓
	การ Cover Dance	✓	✓	
	การทำบ้านแปลภาษา		✓	
	การขายสินค้าแฟนอาร์ต		✓	✓
	การแจกของในกลุ่มแฟนคลับ	✓		✓
	นิทรรศการแฟนอาร์ต		✓	✓

ตารางที่ 4.1 แสดงการใช้ทุนในการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ

ที่มา จากการสำรวจวันที่ 16 มีนาคม 2562

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม” โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาการสร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับวง NCT 127 ในเอเชีย 2. เพื่อศึกษาทุนกับการ สร้างกระแสวัฒนธรรมของแฟนคลับ NCT 127 แต่ละประเทศในเอเชีย

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแฟนคลับวง NCT 127 ผ่าน Twitter, Facebook, pantip.com และบทความต่าง ๆ หลังจากนั้นจึงได้นำ ข้อมูลทั้งหมดมาเรียบเรียง และวิเคราะห์ตามแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสนิยมของแฟนคลับ ชาวเกาหลีใต้ ชาวจีน และชาวไทย ว่าแฟนคลับ NCT 127 มีการสร้างกระแสวัฒนธรรมอย่างไร เพื่อแสดงให้เห็นถึงการลงทุนประเภทต่าง ๆ ของแฟนคลับในการสนับสนุนศิลปินผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

จากการศึกษาบทบาทของแฟนคลับวง NCT 127 ผู้วิจัยพบว่าแฟนคลับวง NCT 127 มีส่วนในการสร้างกระแสความนิยมให้กับศิลปินผ่านการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์ ซึ่งแฟนคลับในประเทศเกาหลี ประเทศจีน ประเทศไทย ก็มีวิธีการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไปโดยการดำเนินกิจกรรม นั้น ๆ มีลักษณะตรงกับวัฒนธรรมกระแสนิยมดังต่อไปนี้

1. การดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับชาวเกาหลี มีวัฒนธรรมในเรื่องของการโหวตและการทำบ้านแฟนไซต์ก็จะให้การสนับสนุนผ่านการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวผ่านพื้นที่ออนไลน์ในระยะเวลาแรกผ่านการทำบ้านแฟนไซต์ และเมื่อเข้าสู่ช่วงที่ 2 การดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับก็นำมาสู่การมีปฏิสัมพันธ์กันในพื้นที่ออฟไลน์คือการจัดนิทรรศการรูปถ่าย ซึ่งแฟนคลับชาวเกาหลีได้เปรียบแฟนคลับกลุ่มอื่นในเรื่องของภาษาและเชื้อชาติเพราะมีความใกล้ชิดกับศิลปินได้มากกว่าแฟนคลับกลุ่มอื่น ๆ

2. การดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับชาวจีน มีวัฒนธรรมในเรื่องของการบริจาคเพื่อทำโปรเจกต์ให้กับศิลปินก็เริ่มต้นขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับในพื้นที่ออนไลน์คือการทำบ้านบาร์ เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารหรือเป็นสื่อกลางให้กับแฟนคลับและแฟนคลับ ซึ่งกิจกรรมของแฟนคลับชาวจีนนั้นส่งผลให้เกิดกิจกรรมที่สร้างความชื่นชอบและความนิยมให้กับศิลปินในพื้นที่ออฟไลน์คือการทำป้ายโฆษณาศิลปินให้กลุ่มคนที่ไม่ได้รู้จักศิลปินในเวลาถัดมา

3. การดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับชาวไทย มีวัฒนธรรมลอกเลียนแบบจะให้การสนับสนุนผ่านการคัดลอกไม่ว่าจะเป็นการ Cover Dance การวาดรูปแฟนอาร์ต นอกจากนี้ยังมี วัฒนธรรมการแจกของในกลุ่มแฟนคลับและการเปิดบ้านแปลภาษาที่แสดงให้เห็นถึงการสนับสนุน ศิลปินผ่านการดำเนินกิจกรรมที่หลากหลายรูปแบบ โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นของแฟนคลับชาวไทยจะเกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์เป็นหลัก และจะนำไปสู่การเกิดกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ เช่น งานนิทรรศการแฟนอาร์ต การแจกของระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับในวันสำคัญต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่าแฟนคลับ NCT 127 ในแต่ละพื้นที่ มีลักษณะการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนคลับก็ไม่ได้อาศัยเพียงความชื่นชอบที่มีต่อศิลปินเท่านั้น แต่แฟนคลับยังต้องใช้ทักษะ ความสามารถ ความสัมพันธ์ในสังคม หรือเงิน เพื่อใช้ในการดำเนินกิจกรรม แสดงให้เห็นว่าการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับนั้น มีการใช้ทุนประเภทต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนศิลปิน

โดยทุนที่แฟนคลับใช้ไม่ได้หมายถึงทุนทางเศรษฐกิจหรือเงินเท่านั้น แต่ยังใช้ทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งทุนทางสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์หรือเครือข่ายสังคมในกลุ่มแฟนคลับ และทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ทักษะความสามารถในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทักษะในการถ่ายรูป ทักษะในด้านศิลปะ ทักษะในการเต้น หรือทักษะในด้านอื่น ๆ

จากการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ NCT 127 ในแต่ละประเทศที่มีบทบาทต่างกัน ทำให้การใช้ทุนเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแฟนคลับทั้ง 3 ประเทศมีการใช้ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมซึ่งทุนทั้งสามประเภทนั้นมีความสำคัญที่แตกต่างกันออกไปดังต่อไปนี้

1. ทุนทางสังคม หมายถึง เครือข่ายและความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนคลับซึ่งถือว่ามีค่ามาก เป็นอย่างมาก เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมใด ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้นแฟนคลับไม่สามารถทำให้

สำเร็จได้หากไม่ได้รับความช่วยเหลือและความร่วมมือจากกลุ่มแฟนคลับด้วยตนเอง เช่น การโหวตให้กับศิลปินในเวทีต่าง ๆ ของแฟนคลับเกาหลีที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากกลุ่มแฟนคลับถึงจะทำให้ศิลปินได้รับรางวัลการทำบ้านบาร์และการทำโปรเจกต์ของแฟนคลับเกาหลี ที่ต้องใช้เครือข่ายสังคมของแฟนคลับในการดำเนินกิจกรรม

2. ทูทางวัฒนธรรม หมายถึง ทักษะความสามารถที่ผ่าน การศึกษาหรือการฝึกฝนของแฟนคลับ ไม่ว่าจะเป็นทักษะทางด้านการถ่ายรูป ทักษะในการเต้น ทักษะทางด้านภาษาเกาหลี ความสามารถทางด้านศิลปะ ที่แฟนคลับใช้เพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในการสนับสนุนศิลปินให้วง NCT 127 เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับมากขึ้น เช่น การทำบ้านแฟนไซต์ของแฟนคลับชาวเกาหลีที่ต้องใช้ทักษะในการถ่ายรูปเพื่อดำเนินกิจกรรม การทำบ้านแปลภาษาของแฟนคลับชาวไทยที่ต้องใช้ทักษะทางด้านภาษาเกาหลีเพื่อแปลข้อมูลหรือข่าวสารของศิลปินที่เป็นภาษาเกาหลีมาเป็นภาษาไทย เพื่อให้กลุ่มแฟนคลับ NCT 127 ชาวไทยที่ไม่มีความรู้ทางด้าน ภาษาเกาหลีได้รับข้อมูลข่าวสาร

3. ทูทางเศรษฐกิจ หมายถึง เงินในการดำเนินกิจกรรม ในการสนับสนุนศิลปินของแฟนคลับชาวเกาหลี ชาวจีน และชาวไทย ผ่านการทำสิ่งต่าง ๆ ล้วนใช้ทุน ทางเศรษฐกิจเพื่อขับเคลื่อนกิจกรรม เช่น การทำบ้านแฟนไซต์ของแฟนคลับชาวเกาหลีที่ต้องใช้เงินเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการตามศิลปิน เช่น กล้องถ่ายรูปหรืออุปกรณ์อื่น ๆ การทำโปรเจกต์เพื่อโฆษณาศิลปินของแฟนคลับชาวจีน ที่ต้องใช้เงินทุนเป็นจำนวนมากในการดำเนินกิจกรรมเพื่อโปรโมทศิลปินในประเทศต่าง ๆ

แฟนคลับจึงไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคที่มีแต่ความชื่นชอบศิลปินเท่านั้น แต่แฟนคลับยังมีอำนาจในการสร้าง กระแสความนิยมให้กับศิลปินผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านการแสดง ออกทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์ โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์จะนำไปสู่การเกิด กิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ และการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับในแต่ละพื้นที่ก็มีความแตกต่างกันจากการมีวัฒนธรรมหรือทักษะความสามารถที่แตกต่างกันออกไป ทำให้บทบาทหน้าที่ของแฟนคลับในแต่ละพื้นที่มีความสำคัญคนละด้าน นอกจากนี้รูปแบบของกิจกรรมก็มีการเปลี่ยนแปลงตามช่วงเวลาและกระแสความนิยมหลักของสังคม

จะเห็นได้ว่าการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับไม่ได้อาศัยเพียงความชื่นชอบเท่านั้น แต่แฟนคลับยังต้องใช้ทุนประเภทต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งทุนประเภทต่าง ๆ ก็มีความสำคัญที่

แตกต่างกันออกไป โดยทุนที่แพนคลับ NCT 127 ใช้เพื่อสนับสนุนศิลปินมากที่สุดได้แก่ทุนทางสังคม ส่วนทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางเศรษฐกิจเป็นทุนที่แพนคลับใช้เพื่อดำเนินกิจกรรมในลำดับถัดมา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแพนคลับไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภครหรือกลุ่มคนที่ไร้สติที่มีแต่ความคลั่งไคล้ในตัวศิลปินเท่านั้น แต่แพนคลับยังมีบทบาทที่จะช่วยผลักดันศิลปินให้เป็นศิลปินที่ได้รับความนิยมและได้รับการยอมรับมากขึ้น

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาบทบาทของแพนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม พบว่าการดำเนินกิจกรรมของแพนคลับมีการเปลี่ยนแปลงตามบริบทของสังคม และสะท้อนให้เห็นถึงอำนาจและความสำคัญของแพนคลับที่มีต่ออุตสาหกรรมดนตรีของเกาหลีใต้ เนื่องจากแพนคลับเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญในการสนับสนุนศิลปินผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีการปลูกฝังความผูกพันและความความกตัญญูระหว่างศิลปินและแพนคลับได้อย่างเหนียวแน่น ผ่านการทำงานอย่างทุ่มเทเพื่อพัฒนาความสามารถของศิลปินเพื่อตอบแทนความรักของแพนคลับ ในขณะที่เดียวกันแพนคลับก็มีความรักดีต่อศิลปินผ่านการสนับสนุนศิลปินโดยการทำกิจกรรมต่าง ๆ

นอกจากนี้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสารยังมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมดนตรีเกาหลีใต้และกลุ่ม แพนคลับเนื่องจากอุตสาหกรรมดนตรีเกาหลีอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการเผยแพร่วัฒนธรรม และกลุ่มแพนคลับก็ใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อติดต่อสื่อสารกัน โดยแพนคลับใช้สื่อสังคมในพื้นที่ออนไลน์ยังเป็นพื้นที่หลักในการดำเนินกิจกรรมเพื่อเป็นการยืนยันตัวตนที่แสดงถึงความชื่นชอบ ซึ่งถือว่าการเกิดวัฒนธรรมในพื้นที่ใหม่ อีกทั้งแพนคลับไม่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพียงเพื่อสนับสนุนศิลปินเท่านั้น แต่แพนคลับยังมีอาชีพจากการขายสินค้าเกี่ยวกับศิลปินทางช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นการสร้างสินค้าใหม่ที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมดนตรีเกาหลีใต้ ทำให้แพนคลับมีอาชีพจนนำไปสู่การเกิดเศรษฐกิจและรายได้ในกลุ่มแพนคลับ

การเป็นแพนคลับศิลปินเกาหลีจึงไม่ได้มีเพียงด้านลบอย่างที่คนภายนอกเข้าใจ แต่แพนคลับยังมีการสร้าง สรรค์สิ่งใหม่ ๆ ทำให้เกิดอาชีพผ่านการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนศิลปิน จนเกิดเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยมและการเป็นแพนคลับยังเป็นพื้นที่ที่แสดงความชื่นชอบของคนรุ่นใหม่ซึ่งสามารถแสดงความชื่นชอบได้อย่างอิสระในขอบเขตของการเป็นแพนคลับ นอกจากนี้การสร้าง

ความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินเกาหลีที่เหนียวแน่นของอุตสาหกรรม ดนตรีเกาหลีใต้ที่ทำให้ วัฒนธรรมเกาหลีได้รับความนิยมเป็นทั่วโลก ยังเป็นแบบอย่างที่น่าสนใจหากอุตสาหกรรมดนตรีของไทยต้องการขยายฐานแฟนคลับให้เป็นที่นิยมในระดับสากล

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “บทบาทของแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม” มีข้อเสนอแนะที่มีประเด็นเกี่ยวกับวิธีการในการศึกษาและความสำคัญของแฟนคลับในมุมมองของอุตสาหกรรมดนตรีเกาหลีดังต่อไปนี้

5.2.1 จากการศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ NCT 127 ชาวเกาหลี ชาวจีน ชาวไทย เพียงแค่บางส่วนเท่านั้น ซึ่งเป็นเพียงส่วนเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งจากการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับทั้งหมด หากผู้ที่สนใจศึกษาต่อจะนำข้อมูลในงาน วิจัยชิ้นนี้มาเป็นข้อมูลเพื่อต่อยอดการศึกษาการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับ ควรรวบรวมการดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับในด้านอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงบทบาทของแฟนคลับในการดำเนินกิจกรรมที่มีความชัดเจนมากขึ้น

5.2.1 จากการศึกษางานวิจัยผู้วิจัยพบว่ามุมมองด้านลบที่สังคมและคนภายนอกมีต่อแฟนคลับเกาหลีนั้นอาจไม่ได้เป็นความจริงทั้งหมด ในงานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่าแฟนคลับศิลปินเกาหลีไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคที่มีเพียงความคลั่งไคล้ในตัวศิลปินเท่านั้น แต่แฟนคลับยังมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีเนื่องจากการสนับสนุนจากแฟนคลับเป็นปัจจัยที่หลักในความสำเร็จของศิลปินเพราะแฟนคลับมีส่วนในการสร้างกระแสวัฒนธรรมเพื่อทำให้ศิลปินได้รับการยอมรับและเป็นที่นิยมมากขึ้นผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสนับสนุนศิลปินในรูปแบบต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงต้องการนำเสนอ มุมมองด้านที่ดีงามของการเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีผ่านงานวิจัยชิ้นนี้

บรรณานุกรม

1. สื่อสิ่งพิมพ์

เอกสารทางวิชาการ

กลมเนตร สุวรรณพิสิทธิ์. (2551). **นักร้องเกาหลีและกระแสนิยมเกาหลีของกลุ่มแฟนคลับชาวไทย.**

วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์.

ภาควิชาศิลปศึกษาและสื่อสารการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จรรยาลักษณ์ สิริกุลณมิตร. (2558). **องค์ประกอบการสื่อสารและกระแสนิยมเพลงเกาหลีใน**

ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการ

บัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จู่ไรรัตน์ จุฑาทองศ์. (2555). **การศึกษาลักษณะแฟนคลับศิลปินเกาหลีในประเทศไทยจากชุมชน**

เสมือนจริงสู่โลกของความเป็นจริง. สารนิพนธ์เอเชียศึกษา. คณะอักษรศาสตร์.

มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชลธิชา จันทร์ดิษฐวงษ์. (2555). **รสนิยมกับการบริโภคเพลงตะวันตกในสังคมญี่ปุ่นกับทุนทาง**

วัฒนธรรมและทุนทางสังคม. สารนิพนธ์เอเชียศึกษา. คณะอักษรศาสตร์. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปฎิภาณ หุตะโชค. (2555). **กระบวนการแลกเปลี่ยนและการรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอ**

เพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ภัทรนันท์ หนูนุกถ์ดี. (2550). **แฟนคลับ: กระบวนการกลุ่มและพฤติกรรมสมาชิก.** วิทยานิพนธ์หลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาสังคมวิทยาประยุกต์. ภาควิชาสังคมวิทยาและ

มานุษยวิทยา. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุรีย์รัตน์ โกสุมสุภามาลา. (2550). **บทบาทของการสื่อสารต่อการดำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับของวง**

โมเดิร์นด็อก. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศึกษา

พัฒนาการ. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์. คณะศึกษาศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทความในวารสาร

- รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข. (2557). **มนต์เสน่ห์ชนชั้นและทุนของ ปีแอร์ บูร์ดิเอดู.** วารสาร เศรษฐศาสตร์การเมืองบูรพา.
- สายชล ปัญญาชิต และ ปรีชา คุวินทร์พันธุ์.(2554). **บนเส้นทางของการเป็นฟุตบอลแฟนคลับ : ศึกษากณีสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด.** วารสารสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อาจินต์ ทองอยู่คง. (2555) **“เป็นแฟนบอลมันมีอะไรมากกว่าดูบอล” : ปฏิบัติการสร้างวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย.**วารสารสังคมวิทยามานุษยวิทยา.คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กรมสุขภาพจิต. (2562). **ติ่ง (เกาหลี) ภาวะคลั่งคนติ่ง.** เรียกใช้เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2562 จาก <https://dmh.go.th/news/view.asp?id=1249>
- พรนภัส ชำนาญค้า. (2561). **เส้นทางสู่สากลของ NCT 127 กับการโปรโมตอัลบั้ม Regular-Irregular ที่อเมริกา.** เรียกใช้เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2562 จาก <https://thestandard.co/nct-127-regular-irregular-promote-at-usa/>
- ไบบุญ วจนอักษร. (2561). **ทำไมติ่ง ? ประวัติย่อของความติ่ง.** เรียกใช้เมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2562 จาก <https://becommon.co/culture/kpop-fan-vol1/>
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). **แนวคิดวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture).** เรียกใช้เมื่อ 13 สิงหาคม 2562 จาก <http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/popular-culture.html>
- สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2549). **ทุนทางเศรษฐกิจ : ความหมายและองค์ประกอบ.** เรียกใช้เมื่อ 14 มกราคม 2563 จาก <https://www.ryt9.com/s/nesd/43808>

- Akkanut Wantanasombut. (2562). **Social Media, Social Capital : การสะสมทุนทางสังคมบนโลกโซเชียลมีเดีย**. เรียกใช้เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2563 จาก <https://themat.com/thinkers/social-media-social-capital/73294>
- Author-Rose. (2562). **ประวัติ NCT (Neo Culture Technology) บอยแบนด์จากค่าย SM .** เรียกใช้เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2562 จาก <https://www.educatepark.com/kpop/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B4-nct/>
- MangoZero. (2016). **เจาะลึก K-POP FANCLUB ในประเทศไทยความรักยิ่งใหญ่ หวังส่งใจให้ไอดอลต่างแดน**. เรียกใช้เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <https://www.mangozero.com/thai-k-pop-fanclub-insight/>
- pantip.com. (2559). **รายชื่อศิลปินไอดอลที่เข้าชิงใน MAMA 2016 (Mnet Asian Music Awards2016)**.เรียกใช้เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2563 จาก <https://pantip.com/topic/35746367>
- pantip.com. (2560). **หลักเกณฑ์รางวัล MAMA2017 .** เรียกใช้เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2563 จาก <https://pantip.com/topic/37008688>
- pantip.com. (2560). **2014-2016 วงใดบ้างได้รางวัลรูกี้แล้วได้ก็รางวัลบ้าง**. เรียกใช้เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2563 จาก <https://pantip.com/topic/36333349>
- Piraporn Witoorut. (2563). **ความสำเร็จแบบโตมาด้วยกัน : เหตุผลที่ทำให้ K-POP ครองใจแฟนด้อมทั่วโลก**. เรียกใช้เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2563 จาก <https://thematter.co/social/why-kpop-successful/98254>
- Prepanod Nainapat. (2560). **ติงแล้วจะทำไม รู้จักและเข้าใจคนที่ถูกแปะป้ายว่าเป็นติง .** เรียกใช้เมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2562 จาก <https://thematter.co/rave/we-are-ting-ing-to-something/22420>
- Wikipedia. (2561). **รายชื่อรางวัลที่เอ็นซีทีได้รับ .** เรียกใช้เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2563 จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/รายชื่อรางวัลที่เอ็นซีทีได้รับ>
- Yuwadee. (2559). **ศัพท์เฉพาะของ FC เกาหลี ที่หลายคนอาจยังไม่รู้**. เรียกใช้เมื่อ 13 สิงหาคม 2562 จาก <https://teen.mthai.com/variety/114673.html>

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวชลนภัส วิสิทธิ์คุณ
วัน เดือน ปี เกิด	13 ธันวาคม 2540
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	40 หมู่ 1 ซอยบางคูเวียง 2 ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130
ประวัติการศึกษา	
2559 - ปัจจุบัน	ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา ภาษาเลือกเวียดนาม
2553 - 2558	ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเขมะสิริอนุสสรณ์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร สายอังกฤษ - ญี่ปุ่น

แบบโอนลิขสิทธิ์ภาคนิพนธ์

สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า	นางสาวชลนภัส วิสิทธิ์คุณ
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาเลือกภาษาเวียดนาม
ภาคนิพนธ์	บทบาทแฟนคลับวง NCT 127 ต่อการสร้างกระแสวัฒนธรรม
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาดยา อยู่คง
ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา	40 หมู่ 1 ซอยบางคูเวียง 2 ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130
หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้	0945796266

ลิขสิทธิ์ของภาคนิพนธ์อันเป็นผลจากการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุคุ้มครองสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวชลนภัส วิสิทธิ์คุณ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....