



แฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ

โดย

นางสาวบุญนุช นาคะ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
สาขาวิชาการวิจัยทางสังคม
คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

แฟนคลับเกาหลี อັตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ

โดย

นางสาวบุญนุช นาคะ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล

สาขาวิชาการวิจัยทางสังคม

คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

KOREAN FANCLUB; MATERIAL IDENTITY AND COMMUNITY

BY

MISS BOONYANUCH NAKHA



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS IN SOCIAL RESEARCH
FACULTY OF SOCIOLOGY AND ANTHROPOLOGY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2017
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวบุญนุช นาคะ

เรื่อง

แฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยทางสังคม

เมื่อ วันที่ ๘ สิงหาคม พ.ศ. 2561

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์




(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจนก กาญจนจันทร์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



(อาจารย์ ดร.ทรงสิริ พุทธงษ์ชัย)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม เพ็ญภินันท์)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร.อนุสรณ์ อนุโน)

| | |
|-----------------------------|--|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | แฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ |
| ชื่อผู้เขียน | นางสาวบุญยหนู นาคะ |
| ชื่อปริญญา | สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต |
| สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย | สาขาวิชาการวิจัยทางสังคม คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ | อาจารย์ ดร.ทรงสิริ พุทธงษ์ชัย |
| ปีการศึกษา | 2560 |

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาชุมชนแฟนคลับเกาหลี ว่ามีการแสดงอัตลักษณ์บนพื้นฐานกิจกรรมประเภทใดและอย่างไร และมีการยึดโยงและขับเคลื่อนความเป็นชุมชนแฟนคลับเกาหลีอย่างไร ซึ่งเป็นการศึกษาคุณลักษณะเชิงอัตลักษณ์ของชุมชนแฟนคลับเกาหลี ซึ่งก็คือ ผู้ที่ติดตามศิลปินเกาหลีที่มีความกระตือรือร้น มีการติดตามศิลปินอยู่ตลอดและทำกิจกรรมรวมกลุ่มอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ ผู้ศึกษาเลือกคนกลุ่มหนึ่งในชุมชนแฟนคลับเกาหลีมาใช้เป็นตัวแทนในการศึกษาวิเคราะห์ และหาข้อสรุป ซึ่งเลือกจากผู้ที่แฟนคลับเกาหลีโดยไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าจะเป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลีคนหรือกลุ่มใด แต่ต้องมีการกระทำกิจกรรม เข้าร่วมกับกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ของการเป็นแฟนคลับเกาหลีในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่มก็ได้อย่างน้อย 1 กลุ่มกิจกรรม จำนวน 15 คน ด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์

ผลการศึกษา พบว่า ชุมชนแฟนคลับเกาหลี คือ การรวมกลุ่มของแฟนคลับในระดับปัจเจกที่มีความคลั่งไคล้ศิลปินเกาหลี จนเกิดปรากฏการณ์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็น “คนพวกเดียวกัน” “เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน” การรวมกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีนั้น มีที่มาของกลุ่มแฟนคลับจากการริเริ่มจัดตั้งของกลุ่มแฟนคลับเองเป็นลักษณะเครือข่ายแบบใยแมงมุมรู้จักกันต่อๆ ทอดกันไปเรื่อยๆ การติดต่อสื่อสารของชุมชนแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยจะใช้ช่องทางสื่อออนไลน์เป็นหลัก นอกจากนี้ ยังมีการวางแผน การจัดการเพื่อดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม แฟนคลับเกาหลีมีการแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยๆ หลายกลุ่ม ในการศึกษาครั้งนี้จะพูดถึง 3 กลุ่มกิจกรรม คือ กลุ่มการจัดโปรเจกต์กลุ่มนิยายแฟนฟิคชั่น และกลุ่มเต้นโคฟเวอร์ อย่างไรก็ตามชุมชนแฟนคลับเกาหลีก็ได้มีบทบาทหน้าที่ของตนเองในแต่ละกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกันไปตามความชื่นชอบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรวมกันเป็นชุมชนของแฟนคลับนั้น จะต้องมีการจัดการการอยู่ร่วมกันระหว่างสมาชิกและสมาชิกคนอื่น ทำให้ผู้ที่มี

อำนาจมากที่สุดจะเป็นคนกำหนดแนวทางในการดำเนินของกลุ่มได้มากที่สุดแต่ก็ไม่ได้ทั้งแนวทางของคนกลุ่มมาก การจัดการภายในกลุ่มจะประกอบไปด้วยอย่างน้อยที่สุด 3 ประเภทได้แก่ 1) กลุ่มแวนคลับที่เป็นแอดมิน (admin) 2) กลุ่มแวนคลับที่เป็นผู้อัปเดต (update) และ 3) กลุ่มที่เป็นสมาชิก (member)

อัตลักษณ์ของแวนคลับศิลปินเกาหลี ในผลการศึกษานี้คือ ผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี มีบทบาทเป็นสมาชิกคนหนึ่งในแวนคลับ ทำหน้าที่ตามที่ได้รับผิดชอบและถูกไว้วางใจจากคนในชุมชน การปฏิบัติตัวตามสัญลักษณ์ของแวนคลับนั้นๆ เช่น การมีแท่งไฟ ชนิดของแท่งไฟ สีของแท่งไฟ สีประจำวง ผ้าพันคอของวงที่มีชื่อศิลปินและมีสีประจำตัว การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในกลุ่มออนไลน์และออฟไลน์ เสื้อผ้าที่ใส่ที่มีความคล้ายกับศิลปิน สัญลักษณ์ต่างๆที่รวมไปถึงชื่อหรือโลโก้ชื่อศิลปินและวง หรือชื่อแอคเคาท์ของแวนคลับ ก็สามารถบ่งบอกได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นแนวทางหรือที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและการแยกแยะตัวเราด้วยการสร้างความต่างจากคนอื่น และยังเป็นผลผลิตของสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่นเป็นการเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับกลุ่มแวนคลับ

นอกจากแวนคลับจะเป็นผู้บริโภคแล้วยังมีบทบาทอื่นคือการแสดงบทบาทในการผลิต ดังที่ได้กล่าวไปในผลการศึกษาแล้ว ยกตัวอย่างเช่น clip vdo การนำชื่อศิลปินมาแต่งเรื่องและผลิตเป็นแวนพิกทั้งในรูปแบบออนไลน์และรูปเล่ม การนำเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับศิลปินมาตัดต่อทำเป็นแวน มิวสิควิดีโอหรือเรียกว่า fan made หรือ OPV รูปที่ถ่ายโดยแวนคลับหรือว่า fan cam ไปจนถึงการรวมตัวเรียกร้องให้แวนที่เป็นผู้ผลิตสามารถตอบสนองต่อความต้องการของแวนคลับกลุ่มใหญ่ได้ ผลผลิตของแวนพลิกบทบาทจากผู้บริโภคไปเป็นผู้ผลิตโดยมีชุมชนแวนเป็นส่วนสำคัญ การรวมตัวกันเป็นชุมชนแวนจึงเป็นทุนให้กับการผลิตได้ด้วย

คำสำคัญ: แวนคลับเกาหลี, อัตลักษณ์เชิงวัตถุ, ชุมชนแวนคลับ

| | |
|--------------------------------|--|
| Thesis Title | KOREAN FANCLUB; MATERIAL IDENTITY AND COMMUNITY |
| Author | Miss Boonyanuch Nakha |
| Degree | Master of Arts |
| Major Field/Faculty/University | Social Research Faculty of Sociology and Anthropology Thammasat University |
| Thesis Advisor | Songsiri Putthongchai, Ph.D. |
| Academic Years | 2017 |

ABSTRACT

This study is conducted to focus on the Korean fan club communities in order to see how these communities show their identities through different types of activities and to see how these communities bind together and how they are driven.

Identity characteristics of the Korean fan club communities are the subjects of this study. Korean singer and artist followers are always enthusiastic to follow their favorite Korean singers and artists and also to participate in fan club group activities with others on a regular basis. One group in the Korean fan club communities was selected as a representative for study, analysis and conclusion making. The selection was made by randomly selecting 15 people who joined the Korean fan club without considering that they were followers of any particular Korean singer, artist or band. The representative of the Korean fan club communities (15 people) had to participate in fan club activities and join various activity groups of Korean fan club. The representative (15 people) had to join at least one activity group or many activity groups.

According to results, it was found that the Korean fan club communities were the forming of Korean fan club people who were deeply fanatic at an individual level, resulting that a phenomenon of “partisan” and “unity” was created. The forming of Korean artist and singer followers started from the initiation of fan club groups which

had a characteristic of infinite spider-web-networks. In Thailand, the Korean fan club communities used online channel as the main way of communication. In addition, they prepared management plan to implement group activities. The Korean fan club communities were divided into many sub - groups. In this study, the 3 activity categories which were the project initiation group, the fan - fiction group and the cover dance group, were mentioned. However, the Korean fan club communities had their roles and responsibilities in each activity group according to their favorites. The forming of fan club communities involved the management of co- existence between members. The most powerful members would determine practice guidelines for the groups, but not guidelines for the majority of fan club communities. The management within groups was consisted of at least 3 types of fan club groups: 1) Administrative group, 2) Updating group and 3) member group.

The study results showed that identities of the Korean fan club members mean people who likes Korean artists or singers and have member roles in fandom. They perform duties according to expected roles and people in the Korean communities trust them.

These people behave themselves according to fandom symbols, such as light bar owning, type of light bar, color of light bar, color of the Korean band, Korean band scarf with the name of artist or specific color of the artist, language use for online and offline communication, clothes wearing similar to the Korean artist's clothes, symbols including names or logos of artists or bands and fan club accounts. These important symbols can identify guidelines, shared identities with someone and self-isolation by creating differences from others. This also results as social productivity and relationships between one's self and others, as seen in connections and interactions between individual and fandom groups.

Korean fans have roles of consumer and producer, as aforementioned in the study results. For example, they used Korean artists' names in their story writing, shown in video clip and they produced fan-fictions in online form and book form. Events related to artists were edited and used in the making of fan made music video, OPV (Original Promotional Video), fan cam. Korean fans who were producers were requested to produce products related to Korean singers or artists to meet the needs

of large fan club groups. Fan -made products are evidences of role switching from consumers to producers. Fan communities were considered as the key parts. The forming of fan communities can be considered as a capital for production.

Keywords: Korean Fanclub, Material Identity, Community



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้อยู่ในกระบวนการดำเนินการเป็นเวลายาวนานมาก นานจนไม่แน่ใจว่าทำไมถึงคิดจะทำหัวข้อนี้ แต่คร่ำครวญว่าเพื่อนอยากให้เราทำเพราะช่วงนั้นฮิตมากๆ แล้วทำงานอยู่ที่บริษัทหนึ่งที่มีการจัดคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีอยู่บ่อยครั้ง เมื่อก่อนยังไม่ได้มีสื่อออนไลน์เหมือนปัจจุบัน ต้องมานั่งม้วนโปสเตอร์จนโมโหแล้วเก็บเอาไปฝัน ว่าคนต้องอยากดูถึงขั้นจัดคอนเสิร์ตในราชมังคลาเลยหรือ เลยเอาเรื่องนี้ก็ได้ แม้ว่าตลอดเวลาที่ผ่านมาจะถูกอาจารย์ที่ปรึกษาหรือแม้ว่าเพื่อนๆ จะชวนเปลี่ยนหัวข้อเพื่อจะได้มีความชัดเจนและเป้าหมายในการสำเร็จการศึกษา แต่ก็ยังยืนยันว่าจะทำเรื่องนี้ไม่รู้ไปเอาความมั่นใจ มั่นใจนี้มาจากไหน ซึ่งก็ต้องขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งที่ได้เขียนในงานชิ้นนี้และไม่ได้เขียน ขอขอบคุณที่ให้ละลابل้างเรื่องส่วนตัวเพื่อให้ใครก็ไม่รู้เอาไปเขียนในมุมมองของเขา ขอขอบคุณที่เล่าเรื่องราวต่างๆ ให้ฟังอย่างไม่รังเกียจในเรื่องที่อยากเล่า แต่สำหรับคนที่ไม่อยากเล่าก็ไม่เป็นไร ขอขอบคุณที่ให้ไปแอบดู แอบตาม แอบมองเธออยู่นะจ๊ะ

อย่างไรก็ตาม ก็ยังไม่อยากจะเชื่อว่า ได้มาถึงวันนี้ที่ได้นั่งเขียนกิตติกรรมประกาศ และในส่วนรายละเอียดนอกจากเนื้อหาของเล่ม ซึ่งทุกอย่างภายในวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะมาถึงวันนี้ไม่ได้เลย ถ้าปราศจากความช่วยเหลือของอาจารย์ที่ปรึกษา ขอขอบพระคุณ อ.ดร.ทรงสิริ พุทธงชัย ที่เสียสละเวลาส่วนตัวและภารกิจในหลายๆ ครั้ง ละหลายชั่วโมง เป็นระยะเวลาจนถึง 5 ปี อดทนกับงานเขียนชิ้นนี้ และทุ่มเทคอยให้คำปรึกษา แนะนำ แก้ไข ตรวจสอบ แม้ว่าการเขียนในแต่ละครั้งจะไม่ได้ตั้งใจ แต่ก็ไม่เคยปฏิเสธที่จะช่วยให้แนะนำเพื่อแก้ไขให้มีความเป็นวิชาการและเข้าใจง่ายขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ รวมทั้งขอขอบพระคุณอาจารย์ผู้ช่วยสนับสนุนอีก 2 ท่าน ที่สละเวลาเพื่อช่วยอ่าน ช่วยแนะนำ และแก้ไข คือ ผศ.ดร.พจนก กาญจนจันทร์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือ และใกล้เคียงแนวทางการดำเนินงานให้ชัดเจนขึ้นตลอดการสอบวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ และ ผศ.ดร.เกษม เพ็ญภินันท์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้กำลังใจในการเรียนมาเสมอ คอยกระตุ้นสติอยู่ตลอดว่า “เรียนนานเกินไปแล้วนะ” รวมทั้งเสนอแนวทางการแก้ไขในมิติใหม่ๆ และเสนอทางออกให้กับวิทยานิพนธ์เล่มนี้

วิทยานิพนธ์นี้เกิดจากการร่วมแรงร่วมใจกันของทุกฝ่าย ซึ่งจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยถ้าพอกับแม่ไม่ได้มีแนวคิดตรงกันคืออยากให้ลูกได้เรียน ต้องขอขอบพระคุณพอกับแม่ที่แม้ว่าจะอย่างไรก็ตามก็สนับสนุนลูกอย่างไม่มีข้อแม้ ตัวข้าพเจ้าเองได้รับการสนับสนุนค่าเทอมจาก “พ่อ” ในการเรียนในแต่ละวิชาให้จบ บอกมาว่าเท่าไร แบบไม่ต้องแนบใบเสนอราคา โอนให้เลยเดี๋ยวนี้ ส่วนรักษาสถานภาพต้องออกเอง เพราะพอกดดันหนักมากเพื่อให้จบ แม้ว่าจะไม่คิดไม่ฝัน ก็ยังรับปากพ่อแม่

นอกจากค่าเล่าเรียนแล้ว ก็ยังมีค่าการใช้ชีวิตประจำวันต่างๆ ในแต่ละเดือนที่หนักมาก ก็ได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นทางการจาก “แม่” ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการเรียน ทั้งหมดนอกเหนือจากค่าเทอม เนื่องจากเป็นการเรียนนอกเวลาราชการ ตัวข้าพเจ้าเองได้เปลี่ยนที่ทำงานครั้งแรก เนื่องจากต้องการได้เงินเดือนที่มากขึ้นเพราะบ้านอยู่ไกลต้องเติมน้ำมันและขึ้นทางด่วนเป็นประจำ จำได้ว่ามีช่วงที่เริ่มทำวิทยานิพนธ์ เครียดมาก คิดว่าจะไม่จบใน 4 ปีแน่นอน จึงขอแม่ลาออกจากงานมาทำวิทยานิพนธ์เฉยๆ แม่ก็ยอมให้ออกจากงาน โดยจะรับผิดชอบทุกอย่าง ผ่านไป 2 เดือน ก็คิดว่าน่าจะต้องทำงานช่วยแม่ จึงได้เลือกทำงานในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อจะได้มีเวลาทำวิทยานิพนธ์ และสะดวกในการเข้าถึงคณะและห้องสมุดมากขึ้น ซึ่งระยะเวลาในการทำก็บ่งบอกได้แล้วว่า สมมุติฐานนี้อาจจะไม่จริง

อีกกลุ่มคนหนึ่งต้องขอขอบคุณ คือ เพื่อนๆกลุ่ม G. และครอบครัว ที่คอยดูแลและสนับสนุนกันมาอย่างยาวนาน ในการศึกษาที่ทั้งหมดแบบไม่มีข้อยกเว้น โดยเฉพาะพ่อกับแม่และครอบครัวโบที่คอยดูแล ให้ที่พักพิงในยามยากลำบากเป็นเวลานานถึง 2 ปี ทั้งเลี้ยงดูและให้ค่าปรึกษาในทุกๆเรื่อง รวมไปถึงแม่แพรว และแพรว ในการสนับสนุนและช่วยเหลือในหลายๆครั้ง บั๊ยที่คอยวิ่งตามทั้งศิลปินเกาหลีและแฟนคลับเกาหลีไปด้วยกันในทุกๆที่ แม้ว่าบางทีจะวิ่งตามมันไม่ทัน และมันไปเองคนเดียวบ้าง ก็จะได้รับรูปถ่ายและข้อมูลดีๆจากเพื่อนเสมอ

ขอขอบคุณ พี่น้อย พี่วิชัย หนึ่ง และพี่สน ที่คอยสอบถามด้วยความห่วงใย และเตือนสติในทุกครั้งที่เดินสวนกัน เป็นผู้สนับสนุนนักศึกษาทุกคนในอาคารอเนกประสงค์ 3 ชั้น 3 แห่งนี้ให้ไปสู่เป้าหมาย รวมไปถึงเพื่อนๆร่วมรุ่น 1 ปริญญาโท การวิจัยทางสังคม พี่โอ กิ๊ฟ บิง พี่ๆในรุ่นคนอื่นๆที่ครั้งหนึ่งเคยร่วมลงเรือลำเดียวกันมา คิดจะถอดใจกันอยู่หลายครั้ง แต่ก็ยังมาถึงตรงนี้ได้ และยังมีน้องๆรุ่นอื่นๆที่ร่วมชะตากรรมกันมา อยากบอกทุกคนว่า ถ้าจบสาขานี้ไปจะเท่หามากๆเลยนะ

ขอขอบคุณทุกสิ่งทุกอย่าง ที่เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนแล้วเสร็จ ขอขอบคุณญาติพี่น้องที่คอยถามไถ่ ขอขอบคุณที่ทำงานทั้งทำเนียบฯ ทีวีไต่เรค และสถาบันไทยคดีศึกษา ที่เข้าใจ ขอขอบคุณผู้ที่ถามด้วยความหวังดีและไม่หวังดี ขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่เป็นกำลังใจให้ ขอขอบคุณดวงดีที่คอยทำหน้าที่รับ-ส่งอย่างไม่ขาด ขอขอบคุณแกที่ให้กำลังใจและปลอบใจในการทำวิทยานิพนธ์นี้ จนมาถึงวันนี้ ขอขอบคุณน้องหญิงที่ยังคงทำต่อไปแม้ว่าจะล้มเหลวไปในหลายต่อหลายครั้งด้วยความไม่มีวินัย และไม่อดทนของตัวเอง แต่ก็ยังตะแบงมาได้ถึงขนาดนี้

...ถ้าถามว่าเรียนปริญญาโทนานขนาดไหน วันที่เข้ามาเรียนวันแรก คือ วันที่ซื้อดวงดีจนตอนนี้หน้าหรือ ผ่อนหมดมา 2 ปีแล้วแหละ...

นางสาวบุญยหนู นาคะ

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | (1) |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | (3) |
| กิตติกรรมประกาศ | (5) |
| สารบัญตาราง | (11) |
| สารบัญภาพ | (12) |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 คำถามการวิจัย | 4 |
| 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย | 4 |
| 1.4 ขอบเขตของการวิจัย | 4 |
| 1.5 การทบทวนวรรณกรรม | 5 |
| บทที่ 2 วิธีการศึกษาและข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | 27 |
| 2.1 ลักษณะเบื้องต้นของแฟนคลับเกาหลี | 28 |
| 2.1.1 พฤติกรรมในสื่อ | 30 |
| 2.2.2 ข้อมูลเบื้องต้นของแฟนคลับเกาหลี | 37 |
| 2.2 “ตั้ง” หรือ “แฟนคลับ” | 40 |
| 2.3 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง | 42 |
| 2.3.1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง | 42 |
| 2.3.2 วิธีเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง | 45 |

| | |
|--|-----|
| 2.4 ความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างกับความเป็น fandom | 49 |
| 2.5 สนามของการศึกษาและการเข้าถึงข้อมูล | 53 |
| 2.5.1 การรวมกลุ่มเพื่อจัดโปรเจค | 56 |
| 2.5.2 กลุ่มนิยายแฟนฟิกชั่น | 57 |
| 2.5.3 กลุ่มโคฟเวอร์แดนซ์ | 58 |
| | |
| บทที่ 3 ชุมชนแฟนคลับเกาหลี | 60 |
| | |
| 3.1 อัตลักษณ์ในการเข้าสู่ชุมชนของแฟนคลับเกาหลี | 60 |
| 3.1.1 ตั้งเกาหลีกับการเข้าสู่กลุ่มของแฟนคลับเกาหลี | 60 |
| 3.1.2 ตั้งเกาหลีกับความเหมือนที่แตกต่าง | 64 |
| 3.1.3 ตั้งเกาหลีกับการก่อตั้งแฟนไซต์/แฟนเพจ Thailand Fanclub | 65 |
| 3.2 อัตลักษณ์ของกระบวนการร่วมกิจกรรมกลุ่ม | 68 |
| 3.2.1 ตั้งเกาหลีกับ “รหัส” และ “สัญลักษณ์” | 68 |
| 3.2.2 ตั้งเกาหลีกับการปรับตัวสู่ (แฟน) ด้อม | 71 |
| 3.2.3 ตั้งเกาหลีกับกิจกรรมของด้อม (เกาหลี) | 78 |
| | |
| บทที่ 4 บทบาทหน้าที่และอัตลักษณ์เชิงวัตถุกับการดำรงอยู่ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลี | 84 |
| | |
| 4.1 บทบาทของแฟนคลับเกาหลีในกลุ่มแฟนด้อม | 84 |
| 4.1.1 บทบาทของแฟนคลับที่เป็นแอดมิน (admin) | 86 |
| 4.1.2 บทบาทของแฟนคลับที่อยู่ในกลุ่มผู้อัปเดต (update) | 90 |
| 4.1.3 บทบาทของแฟนคลับที่เป็นสมาชิก (member) | 91 |
| 4.2 อัตลักษณ์เชิงวัตถุและสัญลักษณ์ของกลุ่ม | 93 |
| 4.2.1 การรวมกลุ่มเพื่อจัดโปรเจค (Project) | 96 |
| 4.2.2 การรวมกลุ่มของนิยายแฟนฟิกชั่น (Fiction) | 107 |
| 4.2.3 การรวมกลุ่มโคฟเวอร์แดนซ์ (Cover dance) | 113 |

| | |
|------------------------------------|------|
| | (10) |
| บทที่ 5 บทสรุปและอภิปรายผลการศึกษา | 121 |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา | 121 |
| 5.2 อภิปรายผลการศึกษา | 123 |
| รายการอ้างอิง | 129 |
| ประวัติผู้เขียน | 134 |



สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 2.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง | 46 |
| 2.2 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทย | 50 |



สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|---|------|
| 2.1 เพลงแอนตี้ทุกอย่างที่เป็นเกาหลี | 32 |
| 2.2 เพลงแอนตี้ twice | 33 |
| 4.1 twitter บ้านแฟนไซต์ บ้านลิซ่า blackpink | 88 |
| 4.2 website SoShi Fanclub | 89 |
| 4.3 เพลงตีแผ่ K Pop | 92 |
| 4.4 โปรเจค I'm HERE ของแฟนคลับศิลปินวงซูเปอร์จูเนียร์ | 101 |
| 4.5 โปรเจค I DO ของแฟนคลับศิลปินวงซูเปอร์จูเนียร์ ที่ใช้ในเพลง Marry you | 101 |
| 4.6 ศิลปินวงเกิลเจนเนอเรชั่นอัปเดตโปรเจคจากแฟนคลับชาวไทยลงใน Instagram | 104 |
| 4.7 แท่งไฟสีชมพูในรายการ Music Bang ของเกาหลีใต้ | 104 |
| 4.8 การขายหนังสือนิยาย ในงาน fiction market | 112 |
| 4.9 นิยายแฟนฟิคเกาหลี ใน www.dek-d.com | 112 |
| 4.10 วง cover dance ที่แสดงในงาน fiction market | 116 |
| 4.11 การประกวด Cover dance | 116 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

คำว่า “ตึง” ในปัจจุบัน (2561) อาจจะถูกจำกัดความโดยความเป็นผู้ชื่นชอบเรื่องนั้นเป็นพิเศษหรือเป็นผู้รู้จักและรู้ดีในเรื่องของกลุ่มต่างๆ แต่ละกลุ่ม เช่น ตึงฟุตบอล ตึงวอลเลย์บอล ตึงการเมือง ตึงดาราดารา แต่หากย้อนกลับประมาณ 4 - 5 ปี ก่อนหน้านี้ (ประมาณปี 2556) คำว่าตึงถูกนำมาใช้อยู่บ่อยครั้ง ซึ่งนิยามถึงกลุ่มแฟนคลับ ดารา นักร้อง ที่ไม่มีเหตุผล ไม่มีมารยาท ไม่สนใจความเป็นไปของโลกนอกจากศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งได้ถูกให้ความหมายจาก 2 ที่มา ที่มาแรกมาจากทรงผมของเด็กนักเรียนผู้หญิงที่อยู่ในชั้นประถมหรือมัธยม ที่เมื่อสมัยหนึ่งถูกบังคับให้ตัดผมสั้นเท่าตึงหู คู่กันกับคำว่าเกรียนที่เป็นลักษณะทรงผมของผู้ชาย เปรียบลักษณะเช่นนี้เพื่อให้จำกัดความคำว่าตึงว่าเป็นผู้ที่กระทำไปเพื่อความสนุก ไม่ยั้งคิด และไม่รู้จักโต (pantip.com/topic/31113929 เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2558; <https://thematter.co/rave/we-are-ting-ing-to-something/22420> เข้าถึงเมื่อ 30 พฤษภาคม 2560) หรือที่มาที่สองมาจากไส้ตึง เป็นอวัยวะที่ไม่มีความจำเป็นต่อร่างกาย ใช้กับพวกที่เป็นส่วนเกินหรือทำตัวน่ารำคาญ แต่ก็ยังเป็นอวัยวะที่สำคัญที่อยู่กับเราทุกที่ (<http://pojnanukrian.com/> ตึง เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2558)

ในประเทศไทยถูกใช้อย่างแพร่หลายให้เป็นที่รู้จักจากการพูดคุยของผู้ใช้สื่อออนไลน์ในกลุ่มที่พูดคุยเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เช่น ห้องเฉลิมกรุงและห้องเฉลิมไทย ใน เว็บบันเทิง ซึ่งเริ่มใช้กับกลุ่มแฟนคลับผู้คลั่งไคล้ศิลปินเกาหลี นั่นคือ “ตึงเกาหลี” ซึ่งมีนิยาม หมายถึงผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี มีหลายรูปแบบ เช่นการดูมอมองจากคนนอกมองว่า “แฟนคลับเกาหลี ดูมอมองในทางลบตั้งแต่ไหนแต่ไรมากกว่าคือเป็นกลุ่มที่ถูกมองว่า อยู่นอกข่ายของความรัก และกลุ่มคนในสังคมมักพยายามผลักให้พวกเขาเป็นกลุ่มคนที่อยู่ใน ข่ายของความหลง ความคลั่งไคล้ ความเพ้อฝัน หรืออาจจะมองอยู่ในข่ายของความรัก แต่กลับเป็น รักที่บ้าคลั่ง เป็นบุคคลที่มีความสุขท่ามกลางแรงกระแทกต่างๆ ในสังคม ” (กาญจนา แก้วเทพ, 2555) หรือมุมมองของคนในว่า “เป็นพวกที่ทำตัวเยอะๆ แบบโอปอป่าจะต้องเห็นฉันฉันต้องได้สัมผัสเขา ฉันต้องเปียดให้ได้ใกล้ๆเขา ต้องตะโดนบอกรักให้ดังๆ ถ้าพวกตึงมากหน่อยก็จะยิ่งตาม (ศิลปิน) มาก มีตั้งแต่ผู้ที่ตามเฉยๆไปจนถึงกระทั่งผู้ที่พกเก้าอี้ ป้ายไฟ หรืออุปกรณ์เชียร์ติดตัวเพื่อบอกว่าเราเป็นตึงของใคร” (แจม, สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2557)

จะเห็นได้ว่าคำว่าตึง เมื่อประมาณหลายปีที่ผ่านมา ไม่ว่าจะมองจากคนนอกหรือคนในก็ให้ความหมายไปในเชิงลบมากกว่าเชิงบวกด้วยลักษณะการให้ความหมาย การใช้คำ จะถูกนำเสนอว่า

เป็นกลุ่มคนที่คลั่งไคล้มากจนนำราคาและจะโดนแบ่งแยกประเภทจากกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเรียกแฟนคลับอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งจะถูกเรียกจากผู้ที่เกี่ยวข้องตัวเองว่า เป็นแฟนคลับที่ดีกว่า เมื่อกล่าวถึงดิงเกาหลี่ในปัจจุบัน ความเห็นในเชิงลบลดลงไปด้วย จากการถกเถียงกันทางสื่อออนไลน์เกี่ยวกับประเด็นดิงเกาหลี่อยู่บ่อยครั้ง จนกระทั่งการนำคำว่า ดิง ไปใช้เป็นการเรียกแฟนคลับในเรื่องอื่นๆ ประกอบกับ ผู้ที่ถูกเรียกว่าดิงไม่ได้ให้ความสำคัญกับคำว่าดิงว่าเป็นคำในแง่ลบ แต่กลับเป็นคำที่ให้ความหมายว่าเป็นผู้ที่ชื่นชอบสิ่งนั้นอย่างแท้จริง หรือเปรียบเทียบกับคำว่า “แฟนคลับ” เท่านั้น

ที่ผ่านมาการศึกษาแฟนคลับและแฟนศึกษาในประเทศไทยมีมาอย่างมากมาย หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น แฟนคลับกลุ่มคนรักฟุตบอลหรือแฟนบอลไทย (ณัฐสุพงศ์ สุขโสด, 2548; ทัชชา ศรียานนท์, 2557; สายชล ปัญญชิต, 2553; อาจินต์ ทองคงอยู่, 2555) แฟนบอลต่างประเทศ (ณัฐนิชา ภูโคกสูง, 2547) แฟนคลับศิลปินไทย (เจษฎา รัตนเขมากร, 2541; ชลวรรณ วงษ์อินทร์, 2548; ภัทรนันท์ หนูนกักดี, 2550; สิริภาพพัฒน์ จงรักษ์, 2549; สุปรีดา ซ่อลำไย, 2549) หรือแฟนคลับสมาชิกในรายการเรียลลิตี้ต่างๆ (กฤษณ์ เล็กเริงสินธุ์, 2555; ภัทรนันท์ หนูนกักดี, 2551) โดยส่วนมากจะศึกษาเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของแฟนคลับที่มีพื้นที่อย่างชัดเจน เช่น การศึกษาฟุตบอลแฟนคลับที่มีพื้นที่การรวมกลุ่มเพื่อเชียร์ทีมฟุตบอลของตนเองที่เป็นไปตามนัด การศึกษาแฟนคลับของวงดนตรีไทยหรือศิลปินดาราไทยที่มีพื้นที่การรวมกลุ่มที่มีศิลปินเป็นศูนย์กลางเมื่อศิลปินไปทำงานหรือการแสดงที่ไหนก็จะติดตามไปด้วย หรือเป็นการศึกษาวิธีการสื่อสารโดยใช้สื่อใหม่ซึ่งเป็นการสื่อสารของแฟนคลับผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตและเป็นลักษณะสำคัญประการหนึ่งของทุกกลุ่มแฟนคลับในปัจจุบัน ซึ่งการศึกษาที่ผ่านมามีประเด็นในการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมของแฟนคลับที่มีความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง และมีการศึกษาวิธีการสื่อสารโดยใช้สื่อใหม่เป็นตัวขับเคลื่อนกลุ่ม อย่างไรก็ตามในแต่ละกลุ่มแฟนคลับก็จะมีพฤติกรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละแฟนคลับที่หลากหลายออกไป เช่น การชื่นชอบ พฤติกรรมการแสดงออก การรวมกลุ่มของแฟน และกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินไปได้จากการรวมกลุ่มของแฟนคลับ

ปัจจุบันการสื่อสารทางสื่อออนไลน์ ถือเป็นช่องทางติดต่อหลักระหว่างแฟนคลับในกลุ่มต่างๆ เลยก็ว่าได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับสารจากกระแสต่างประเทศ หนึ่งในนั้นคือกระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลทางวัฒนธรรมและความบันเทิงที่เข้ามากับละครซีรีส์ (Series) (Series) โทรทัศน์ การบริโภคต่างๆ เพลง ละคร ภาพยนตร์ หนังสือ ฯลฯ ได้เข้ามาในประเทศไทยพร้อมกับกระแสความนิยมที่มากขึ้นและยังคงมีอย่างต่อเนื่องอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะสังเกตได้จากภาพยนตร์โฆษณาในหลายๆ ชิ้นที่ยังใช้ฟรีเซ็นเตอร์เป็นศิลปินเกาหลีอยู่ ซึ่งก็มีการศึกษาที่เกี่ยวกับแฟนคลับเกาหลีที่ผ่านมาแล้วบ้าง ในมิติที่เกี่ยวกับวิธีการสื่อสารของกลุ่มแฟนคลับในอินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์ (สุกัญญา กันธะวงศ์, 2553; ชนกานต์ รักชาติ, 2558) ที่ศึกษาถึงการรวมกลุ่มกันและการสร้างเครือข่ายของกลุ่มทางสื่อออนไลน์ และในมิติที่เกี่ยวกับการศึกษาภาพลักษณ์

ของศิลปินเกาหลีบนอินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์ (ชนรรณูพร ศฤงคารนนท์, 2552; กมลเนตร สุวรรณพิสิทธิ์, 2551) ที่ศึกษาแฟนคลับเกาหลีถึงภาพลักษณ์ของศิลปินเกาหลีในสื่อต่างๆที่ได้รับเท่านั้น ทั้งนี้งานวิจัยก่อนๆก็ยังไม่ได้มีการระบุอย่างแน่ชัดว่าแฟนคลับเกาหลีนั้น มีการสร้างชุมชนแฟนคลับขึ้นมาได้อย่างไร และมีการยึดโยงและขับเคลื่อนความเป็นชุมชนแฟนคลับเกาหลีอย่างไร

การศึกษาแฟนคลับอีกกลุ่มหนึ่งที่ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีกิจกรรมที่หลากหลาย ไม่จำกัดพื้นที่ที่แน่นอน และเป็นแฟนคลับกลุ่มใหญ่ คือ “แฟนคลับศิลปินเกาหลี” ซึ่งในการศึกษานี้ผู้ศึกษาจะใช้คำว่า “แฟนคลับเกาหลี¹” ซึ่งเป็นผู้ที่ชื่นชอบคลั่งไคล้หลงใหลในศิลปินเกาหลี เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีจึงเป็นการรวมตัวของกลุ่มบุคคลที่มีความน่าสนใจ จาก การสังเกตของผู้ศึกษาที่มองเห็นถึงลักษณะของแฟนคลับเกาหลี หรือติ่งเกาหลี จากผู้ที่รู้จัก กลุ่มตัวอย่าง และสื่อออนไลน์ว่าเป็นกลุ่มที่มีความเคลื่อนไหวที่เต็มไปด้วยคุณลักษณะต่างๆ อาทิ การแต่งกาย การมีศิลปินเป็นศูนย์กลาง การทำกิจกรรมต่างๆจากความชื่นชอบที่หลากหลายที่ยังคงดำเนินความเป็นกลุ่มอยู่ได้ เช่น การมีกิจกรรมแฟนฟิคชั่น การเดินโคฟเวอร์แดนซ์ การติดตามข่าวสาร หรือการอัปเดตกิจกรรมมีตติ้งทางสื่อออนไลน์ เป็นต้น

¹ คำนิยามของคำว่าแฟนนั้น “แฟน” เป็นคำทับศัพท์ของ “fan” มีความหมายคือผู้นิยมชมชอบ เช่น แฟนเพลง แฟนภาพยนตร์ แฟนมวย ผู้เป็นที่ชอบพอรักใคร่ คู่รัก สามีหรือภรรยา (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2544) เป็นผู้ที่นิยมชมชอบในเรื่องต่างๆ เช่น แฟนหนัง คือผู้ที่ชื่นชอบชมภาพยนตร์ แฟนลูกหนัง คือผู้ที่ชอบดูการแข่งขัน แต่ในความเข้าใจโดยทั่วไปว่า คำว่า แฟน มักนำไปใช้ประกอบคำอื่น เพื่อใช้แสดงนัยยะแห่งความนิยม ชื่นชอบ หลงใหลในบางสิ่งบางอย่าง เช่น แฟนเพลง แฟนหนังสือ แฟนหนัง แฟนมวย แฟนบอล เป็นต้น (มานิต มาเจริญ, 2519 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2555) และยังหมายถึงกลุ่มที่อุทิศตนให้กับบุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งพวกเขาได้อุทิศเวลาอันสำคัญ และทรัพยากรอื่นๆเพื่อติดตามสิ่งที่เขาชื่นชอบอย่างใกล้ชิด สนใจและให้ความสำคัญในสิ่งเล็กน้อยๆ เช่น วันเกิด สีที่ชอบ เป็นต้น (ภัทรนันท์ หนูนภักดี, 2550) ซึ่งได้ให้ความหมายไปในทางเดียวกับ Jenson (1992 อ้างใน กระจ่างศรี ศรีกระจ่าง, 2545) ที่ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “แฟน” คือกลุ่มคนที่ชื่นชมและหลงใหลความเป็นผู้มีชื่อเสียงโด่งดัง โดยกลุ่มคนดังกล่าวได้ถูกเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบความมีชื่อเสียงที่ผ่านมาถึงกลุ่มโดยสื่อมวลชน Jenson มองว่ากลุ่มแฟนเหล่านี้เป็นลักษณะอาการทางสังคมโดยสามารถแบ่งได้เป็นสองลักษณะ คือ บุคคลที่ชื่นชมหลงใหลอยู่เพียงลำพัง และกลุ่มบุคคลที่อยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม และถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างลึกซึ้ง ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ (2555) ได้กล่าวสรุปว่า แฟน ถูกแทนที่ความหมายใหม่ว่าเป็น ผู้ติดตาม (follow) ผู้อุทิศตน (devotee) และผู้ชื่นชม (admirer).

จากงานศึกษาที่ผ่านมาและประสบการณ์ของผู้ศึกษาทำให้ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาชุมชนแพนคลับเกาหลี่ ที่มีคุณลักษณะเชิงอัตลักษณ์ที่ก่อให้เกิดการรวมกลุ่ม กระบวนการกลุ่มที่ดำเนินไปอยู่นั้นได้มีศูนย์กลางและผ่านกิจกรรมอะไรบ้าง มีสายสัมพันธ์ระหว่างกันภายในกลุ่มอย่างไร ที่ทำให้กลุ่มดำเนินต่อไปและยังคงมีการรักษาความสัมพันธ์ที่แข็งแรงอยู่ในระดับหนึ่ง ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับแล้วก็อาจมีลักษณะบางประการที่แตกต่างออกไปจากแพนคลับกลุ่มอื่นๆ เช่น แพนบอล หรือแพนเพลงศิลปินไทย จึงเป็นที่น่าสนใจว่าการสร้างว่าชุมชนแพนคลับเกาหลี่มีการสร้างกระบวนการกลุ่มบนพื้นฐานคุณลักษณะเชิงอัตลักษณ์อย่างไร และอะไรที่เป็นสายสัมพันธ์ของชุมชนแพนคลับเกาหลี่ที่ยึดโยงและขับเคลื่อนความเป็นชุมชนแพนคลับเกาหลี่ ภายใต้คำถามว่าชุมชนแพนคลับเกาหลี่ มีการแสดงอัตลักษณ์บนพื้นฐานกิจกรรมประเภทใดและอย่างไร และมีการยึดโยงและขับเคลื่อนความเป็นชุมชนแพนคลับเกาหลี่อย่างไร ดังนั้นการศึกษการสร้างชุมชนแพนคลับเกาหลี่ขึ้นนี้จึงเป็นการศึกษาแพนคลับอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความครอบคลุมในมิติของกระบวนการการรวมกลุ่ม ศูนย์กลางของการยึดโยง และสายสัมพันธ์ของกลุ่ม อธิบายผ่านคุณลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น กิจกรรมที่ใช้ในการรวมกลุ่ม ทั้งที่เป็นออนไลน์และออฟไลน์ ศิลปินที่ชื่นชอบ อัตลักษณ์ภายนอก ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่จะศึกษาเกี่ยวกับแพนศึกษาต่อไป ทั้งยังเป็นการอธิบายให้สังคมเข้าใจถึงการสร้างชุมชนแพนคลับเกาหลี่ และตัวตนของแพนคลับเกาหลี่ ในประเทศไทยอีกด้วย

1.2 คำถามการวิจัย

ชุมชนแพนคลับเกาหลี่ มีการแสดงอัตลักษณ์บนพื้นฐานกิจกรรมประเภทใดและอย่างไร และมีการยึดโยงและขับเคลื่อนความเป็นชุมชนแพนคลับเกาหลี่อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะเชิงอัตลักษณ์ของชุมชนแพนคลับเกาหลี่
- 1.3.2 เพื่อศึกษาการยึดโยงและขับเคลื่อนความเป็นชุมชนแพนคลับเกาหลี่

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้ เป็นการศึกษาคคุณลักษณะเชิงอัตลักษณ์ ของชุมชนแพนคลับเกาหลี่ ซึ่งก็คือ ผู้ที่ติดตามศิลปินเกาหลี่ที่มีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ มีการติดตามศิลปินอยู่ตลอดเวลาและทำ

กิจกรรมรวมกลุ่มอื่นๆอย่างสม่ำเสมอ ผู้ศึกษาเลือกคนกลุ่มหนึ่งในชุมชนแฟนคลับเกาหลีมาใช้เป็นตัวแทนในการศึกษา วิเคราะห์ และหาข้อสรุป ซึ่งเลือกจากผู้ที่เป็แฟนคลับเกาหลีโดยไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าจะเป็แฟนคลับของศิลปินเกาหลีคนหรือกลุ่มใด แต่ต้องมีการกระทำกิจกรรม เข้าร่วมกับกลุ่มกิจกรรมต่างๆของการเป็แฟนคลับเกาหลีในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่มก็ได้อย่างน้อย 1 กลุ่มกิจกรรม

การเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมในการศึกษานี้ผู้ศึกษาจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนิยายแฟนฟิคชั่น กลุ่มโคฟเวอร์แดนซ์ กลุ่มการจัดกิจกรรม ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มนี้มีการกระทำกิจกรรมโดยไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างสิ้นเชิง โดยมีพื้นที่การรวมกลุ่มทั้ง online และ offline โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีการกระทำบางอย่างที่สามารถจัดได้ว่าเป็นแฟนคลับที่กระทำกิจกรรมได้ 1 กลุ่มหรือมากกว่า 1 กลุ่ม ผู้ศึกษาใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน โดยเริ่มจากการใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 2 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) จำนวน 6 คน ซึ่งได้คำแนะนำมาจากกลุ่มที่ศึกษาคนแรก และการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เจตตอนที่ผู้ศึกษาลงสนามเข้าไปในกลุ่มที่มีการกระทำกิจกรรมอีกจำนวน 7 คน โดยระบุคุณลักษณะของกลุ่มที่ศึกษาที่ต้องการ คือ เป็นผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีที่มีคุณลักษณะเชิงอัตลักษณ์ อย่างเช่น อัตลักษณ์ภายนอก อัตลักษณ์ที่แสดงออกมาในรูปแบบกิจกรรมโดยมีการกระทำกิจกรรมที่เข้าร่วมกลุ่มกับแฟนคลับเกาหลีคนอื่นๆ อัตลักษณ์ที่มาจากศิลปินเป็นศูนย์กลาง

1.5 การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง แฟนคลับเกาหลี: อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อให้เห็นภาพรวมของการรวมกลุ่มแฟนคลับ และใช้ประโยชน์ต่อการวิจัยที่เป็นแนวคิดเกี่ยวกับแฟนคลับ (fanclub) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นใหญ่ คือ

1.5.1 ประเด็นการเข้ามาของวัฒนธรรมเกาหลี และการเกิดขึ้นของแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทย

1.5.2 ประเด็นเกี่ยวกับชุมชนแฟนคลับเกาหลี

1.5.3 ประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงวัตถุของแฟนคลับเกาหลี

ทั้งนี้เพื่อชี้ให้เห็นภาพรวมของการรวมกลุ่มของชุมชนแฟนคลับว่ามีการแสดงอัตลักษณ์เชิงวัตถุที่เป็นศูนย์กลางในการรวมกลุ่มบนพื้นฐานกิจกรรมประเภทใดและอย่างไร เพื่ออธิบายการศึกษาชุมชนแฟนคลับเกาหลี โดยจะให้ความสำคัญกับการอธิบายปรากฏการณ์ของแฟนคลับ

เกาหลีผ่านกิจกรรมของแฟนคลับเกาหลีในกลุ่มต่างๆ ซึ่งจะอธิบายการทบทวนวรรณกรรมในแต่ละประเด็นตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.5.1 ประเด็นการเข้ามาของวัฒนธรรมเกาหลี และการเกิดขึ้นของแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลี จึงควรทราบความเป็นมาของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีในประเทศไทยเกาหลีจนกระทั่งการส่งเข้ามาในประเทศไทย เพื่อที่จะได้เห็นภาพรวมของการเข้าสู่ความเป็นแฟนคลับของแฟนคลับเกาหลี

ประเทศไทยในปัจจุบันนี้ได้รับกระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลทางวัฒนธรรมและความบันเทิงที่เข้ามาที่ละครซีรีส์ (Series) โทรทัศน์ การบริโภคต่างๆ เช่น อาหาร เครื่องสำอาง หรือวาทกรรมเกี่ยวกับความสวยงาม “สวยขาวเหมือนสาวเกาหลี” ซึ่งปรากฏการณ์นี้เรียกว่า “Hallyu” หมายถึงปรากฏการณ์ความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีที่มาจากอิทธิพลของสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลี ได้แก่ เพลง ละคร ภาพยนตร์ หนังสือ ฯลฯ เข้ามาในประเทศไทยพร้อมกระแสความนิยมอย่างล้นหลาม ตั้งแต่ปี 2002 โดยเฉพาะเมื่อซีรีส์ (Series) เรื่อง Autumn in my heart ทางสถานีโทรทัศน์ itv และเรื่องแดจังกึม ทางช่อง 3 ได้แพร่ภาพออกไปส่งผลให้เป็นการปลุกกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีซึ่งจะเห็นได้จากร้านอาหารและโรงแรมต่างๆ ที่เริ่มให้บริการอาหารเกาหลี หรือผู้จัดละครได้ซื้อลิขสิทธิ์ละครเกาหลีมาเพื่อฉายกระตุ้นเรตติ้งเพื่อสลัดกับความจำเจของละครไทย ประกอบกับการไม่มีนโยบายควบคุมสื่อต่างประเทศทำให้กระแสเกาหลีเข้ามาในประเทศไทยโดยง่าย ไม่เพียงแต่มีอุตสาหกรรมละครซีรีส์ (Series) โทรทัศน์ที่สร้างกระแสเกาหลีในประเทศไทย แต่เป็นอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงทั้งหมด โดยเฉพาะการเจาะตลาดเพลง K-Pop ที่ประกอบไปด้วยศิลปินทั้ง Boy Band และ Girl Group ที่เป็นกลุ่มมีสมาชิกจำนวนมากต่อการจัดตั้งวง โดยสมาชิกในแต่ละวงก็เป็นนโยบายของประเทศเกาหลีที่ต้องการสร้างศิลปินให้มีสมาชิกในหลายรูปแบบ หมายถึงใน 1 วงจะต้องมีสมาชิกหลายคนและมีความสามารถครอบคลุมเพื่อเพิ่มฐานความนิยม เช่น สมาชิกที่มีความสามารถในการร้อง การเต้น พิธีกร นักแสดง มีอาร์มรณรงค์ หรือสมาชิกจากต่างประเทศที่ต้องการเจาะตลาด อาทิ นิชคุณ หรเวชกุล จากวง ทูพีเอ็ม ซึ่งเป็นคนไทยเข้าร่วมกลุ่มรวมไปถึงการมีกระบวนการสร้างรวมทั้งฝึกฝนอย่างหนักเพื่อสร้างความเป็นมาให้แก่สมาชิก ทำให้สมาชิกเป็นที่รู้จักก่อนที่จะเป็นศิลปินจริง และเพื่อเป็นการกระจายหรือขยายความชื่นชอบให้กลายเป็นความนิยม

ในช่วงแรกที่เป็นที่นิยมมากในหมู่คนไทยได้แก่ วงดงบังชินกิ วง Super Junior วงวันเดอร์เกิล เป็นต้น ซึ่งก็ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง และทำให้ศิลปินเป็นที่รู้จักมากขึ้นในไทย เช่น การจัดอีเวนต์ การแสดงคอนเสิร์ต หรือการเป็นพรีเซนเตอร์ และเริ่มชัดเจนมากขึ้นเรื่อยๆ เป็น

เพราะมีกลุ่มผู้ชื่นชมและสนับสนุนจากผลงานที่ผ่านมาทางโทรทัศน์ซีรีส์รี่ (Series) อย่างเหนียวแน่น อีกทั้งยังมีรายการที่นำเสนอข่าวศิลปินเกาหลีสม่ำเสมออย่างรายการ Z-Zone รายการเรื่องเล่าเช้านี้ หรือรายการไนน์เอ็นเตอร์เทนและรายการอื่นๆที่เชิญศิลปินเกาหลีไปออกรายการ ทำให้ศิลปินเกาหลีเป็นที่รู้จักมากขึ้นอย่างกว้างขวาง และทำให้เกิดเป็นกระแส K-Pop จากคนกลุ่มหนึ่งที่มีความชื่นชอบและติดตามผลงานของศิลปินนั้นๆรวมไปถึงให้การสนับสนุน จนนายทุนนำศิลปินนั้นมาเป็นพรีเซนเตอร์อย่างต่อเนื่องและยิ่งเพิ่มมากยิ่งขึ้นในเวลาต่อมา เช่น วงบีกแบง ทูเอ็นอีวัน Super Junior โฆษณาจักรยานยนต์ สมาชิกวงซูเปอร์จูเนียร์ และวงเกิลเจเนอเรชั่น โฆษณาน้ำหอมและเครื่องสำอางเป็นพรีเซนเตอร์และออกอีเวนต์ในไทย ตั้งแต่ ปี 2008 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน หรือศิลปินอื่นๆที่เป็นพรีเซนเตอร์ให้กับสินค้าที่แสดงความเป็นเกาหลี เช่น คลินิกรักษาความงาม หรือสหาราย เป็นต้น สามารถชี้ให้เห็นได้ว่ากระแสเกาหลีนี้เป็นกระแสที่มีความคงอยู่อย่างต่อเนื่อง หรือแม้ว่าจะไม่เพิ่มขึ้น แต่จากการยังคงเป็นพรีเซนเตอร์ของศิลปินนี้เองสามารถบ่งบอกได้ว่ากระแสนี้ยังคงอยู่ต่อและยังไม่ได้เป็นขาลง ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับกลุ่มที่สนับสนุนศิลปิน หรือกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในประเทศไทยว่ายังสนับสนุนศิลปินอย่างสม่ำเสมอต่อไปหรือไม่

การเกิดขึ้นของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีในช่วงแรกบางส่วนอาจจะเกิดขึ้นจากการเป็นรวมกลุ่มแฟนคลับของสื่อบันเทิงญี่ปุ่น บางส่วนก็ต้องการลองดูสื่อบันเทิงอื่นๆนอกจากสื่อบันเทิงในประเทศและก็ติดตามอย่างต่อเนื่อง เมื่อได้รับสื่อบันเทิงอย่างหลากหลายและแพร่หลายก็ชักชวนกันติดตามมากยิ่งขึ้นทำให้เกิดขนาดกลุ่มแฟนคลับเป็นเครือข่ายที่ใหญ่มากขึ้น โดยไม่จำกัดอายุ แต่ที่พบเจออยู่บ่อยครั้งจะอายุประมาณ 15-30 ปี ด้วยความที่ศิลปินไม่ใช่คนในประเทศ ไม่สามารถบังเอิญเจอกันได้ตามศูนย์การค้าเหมือนศิลปินไทย ดังนั้นแฟนเกาหลีจะมีพฤติกรรมที่ติดตามศิลปินอย่างสุดซัด หรือเมื่อศิลปินเกาหลีมายังประเทศไทยก็จะตามติดไปทุกที่ตั้งแต่สนามบิน ถึงที่จัดงาน จนกระทั่งกลับมาส่งที่สนามบินอีกครั้ง

กลุ่มแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นผู้สนับสนุนศิลปินเกาหลีให้ได้เข้ามาจัดกิจกรรมมากขึ้น ท่ามกลางการถูกมองว่าเป็นอื่นในสังคม เช่นบทความที่กล่าวไว้ว่า

คำว่า “แฟนคลับเกาหลี” เป็นกลุ่มที่ถูกมองว่า “อยู่นอกข่ายของความรัก” และกลุ่มคนในสังคมมักพยายามผลักให้พวกเขาเป็นกลุ่มคนที่อยู่ใน “ข่ายของความหลง” “ความคลั่งไคล้” “ความเพ้อฝัน” หรืออาจจะมองอยู่ในข่ายของความรัก แต่กลับเป็น “รักที่บ้าคลั่ง” เป็นบุคคลที่มีความสุขท่ามกลางแรงกระทบต่างๆในสังคม

(กาญจนา แก้วเทพ, 2555)

จากข้อความข้างต้นจะเห็นได้ว่าแฟนคลับเกาหลีดูเหมือนจะมีพฤติกรรมที่สังคมมองไปในทางลบ หรือสร้างความเดือดร้อนให้แก่บุคคลที่พบเห็น เป็นเพียงกลุ่มคนที่เป็นผู้มีปัญหา บ้าคลั่ง แต่อย่างไรก็ตามมีงานวิชาการเป็นแฟนคลับเกาหลีว่ามีแรงจูงใจ และเหตุผลในการชื่นชอบที่

แตกต่างกันออกไป ตัวอย่างเช่น งานของ พีรภา สุวรรณโชติ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “การเป็นแฟนคลับของศิลปินนักร้องเกาหลี” ซึ่งพบว่า กลุ่มแฟนคลับไทยที่ชื่นชอบ หลงใหล คลั่งไคล้ศิลปินเกาหลี สาเหตุหนึ่งมาจากเมื่อมีการเปรียบเทียบคุณภาพนักร้องไทยกับนักร้องเกาหลี ซึ่งแฟนคลับต่างก็เห็นตรงกันว่า นักร้องเกาหลีมีการฝึกฝน ฝึกซ้อม มีความอดทนพยายาม ในเรื่องการร้องและการเต้นอย่างจริงจังและเอาเป็นเอาตาย ในขณะที่นักร้องไทยเป็นเพียงคนที่หน้าตาดีที่ออกมาเต้นเท่านั้น และยังชื่นชอบมากยิ่งขึ้นเมื่อศิลปินเกาหลีนั้นๆ แสดงความผูกพันกับประเทศไทย เช่น พูดภาษาไทย หรืออวยพรเป็นภาษาไทยในโอกาสสำคัญต่างๆ เป็นต้น ทำให้ได้เห็นถึงความพยายามของศิลปิน หรือด้วยลักษณะของศิลปิน ที่เป็นศิลปินต่างประเทศ ซึ่งหาโอกาสพบปะได้ยาก อีกทั้งยังพูดคนละภาษา ผู้ที่เป็นแฟนเกาหลีจึงมีความพยายามในการติดตามศิลปินมากกว่าศิลปินไทยที่ใช้ภาษาเดียวกันหรือการพบปะรวมกลุ่มกันง่ายกว่า อย่างไรก็ตามผู้ที่แฟนคลับเกาหลีไม่ได้คิดว่ากลุ่มของตนเป็นกลุ่มที่มีปัญหา ไร้สาระ หรือการกระทำต่างๆที่เป็นการกระทำที่ไร้สาระ หากแต่เป็นเรื่องใหญ่ของคนใน หรือคนที่แฟนคลับเกาหลีเหมือนกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2555) ซึ่งเป็นประเด็นของจุดเริ่มต้นของความชื่นชอบ สาเหตุที่ชื่นชอบ โดยที่ยังไม่ได้พูดถึงการเข้าสู่ชุมชนแฟนคลับ ซึ่งในการศึกษานี้จะกล่าวถึงการเข้าสู่ชุมชนแฟนคลับในระดับปัจเจก¹ และกลุ่ม และการต่อรองอัตลักษณ์ของการเป็นแฟนคลับเกาหลีต่อไปด้วย

นอกจากนี้แล้ว สภาพการพบเจอของกลุ่มแฟนคลับและเงื่อนไขการพบปะ แตกต่างจากแฟนคลับในกลุ่มอื่นๆ เช่น แฟนคลับฟุตบอลหรือแฟนคลับศิลปินไทย แต่กลุ่มแฟนคลับเกาหลีได้ชื่นชอบหรือมีความหลงรักต่อศิลปินแล้ว ก็ต้องการพื้นที่ของการรวมกลุ่มแฟนคลับเหมือนกัน ทั้งที่เป็นส่วนตัวและต้องการพื้นที่ที่สามารถแสดงออกถึงกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปินเกาหลีได้ ซึ่งหมายความรวมถึง การมีพื้นที่/สถานที่ (Place) และการแสดงออก (Performance) ด้วย ซึ่งก็มีการศึกษาแฟนคลับศิลปินไทย ที่ได้กล่าวถึงการรวมกลุ่ม เช่นงานของ กฤษณ์ เล็กเริงสินธ์ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “แจ๊คแฟนคลับ: กรณีศึกษาเมธัส ตรีรัตน์วาริสิน จากรายการเรียลลิตีโชว์อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย” ซึ่งการศึกษาได้แบ่งแยกระดับของแฟนคลับเป็น 3 ระดับตามการแสดงออกและการใช้พื้นที่ติดตาม ได้แก่ 1) แฟนระดับต้น เป็นแฟนคลับในระดับปัจเจกที่ชื่นชอบศิลปินอยู่คนเดียวและติดตามผลงานของศิลปินเมื่อมีผลงานทางโทรทัศน์ 2) แฟนระดับกลางเป็นแฟนที่ชื่นชอบในระดับที่เข้าไปร่วมกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ที่ชอบคนอื่นๆทาง Internet ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ของแจ๊คแฟนคลับ หรือเว็บไซต์อื่นๆ แต่ก็ไม่ได้ติดตามศิลปินและเข้าร่วมกิจกรรมของแฟนคลับในระดับสูง และ 3) แฟนคลับในระดับสูง จะมีการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนน้อยที่สุด เนื่องจากจะติดตามศิลปินด้วย

¹ แฟนคลับในระดับปัจเจก คือ แฟนคลับผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี ที่ยังไม่ได้เข้าสู่การเป็นแฟนคลับในระดับชุมชน.

ตัวเอง ทั้งตอนที่เข้าประกวด AF และเมื่อออกจากบ้านมาเล่นละครแล้ว ทำให้แฟนคลับในระดับนี้มีความเป็นกลุ่มก้อนและสนิทสนมกันเนื่องจากมีการพบปะกันอาทิตย์ละ 1 ครั้ง จนกลายเป็นเหมือนเพื่อน บางครั้งมีความช่วยเหลือกันในเรื่องการทำงาน เป็นต้น เมื่อพิจารณาแล้ว จะเห็นได้ว่างานของกฤษณ์อาจมีความแตกต่างจากกลุ่มของแฟนคลับเกาหลีบางประการ คือในการรวมกลุ่มของแฟนคลับในระดับสูงนั้น จะมีการนัดรวมกลุ่มกันในเวลาที่ค่อนข้างสม่ำเสมอ และมีจุดศูนย์กลางคือศิลปิน ไม่ว่าจะศิลปินจะไปที่ไหนก็มีการรวมกลุ่มที่นั่น เช่น ในการศึกษานี้ แจ็คได้ถ่ายละครซีทีคอมเป็นประจำอยู่แล้ว จึงได้มีการนัดพบเจอกันในสถานที่ที่มีการถ่ายทำ เป็นต้น

การอธิบายอย่างชัดเจนถึงความคลั่งไคล้ว่ามีความเป็นแฟนในระดับใด จากสภาพการพบเจอ และการเงื่อนไขการรวมกลุ่มที่มีศิลปินเป็นศูนย์กลางก็สามารถรวมกลุ่มได้บ่อยครั้ง ซึ่งลักษณะของศิลปินที่ชื่นชอบเป็นศิลปินต่างประเทศที่มาประเทศไทยในแต่ละปีไม่บ่อยครั้งนัก จึงทำให้การเป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลีจะมีความถี่ในการติดตามศิลปินเป็นจำนวนน้อยครั้ง และไม่สม่ำเสมอพอที่จะแบ่งแยกระดับได้ ซึ่งแฟนคลับเกาหลีเองมีความสัมพันธ์ของกลุ่มอาจจะผิวเผินหรือไม่หรือเมื่อเปรียบเทียบความถี่ในการรวมกลุ่มพบปะของแฟนเกาหลีกับแฟนคลับศิลปินไทยกลุ่มอื่นดังเช่น งานศึกษาของ สิริภาพิณณ จงรักษ์ (2549) ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณสรยุทธ สุทัศนจินดา กับแฟนคลับ จะมีความคล้ายคลึงกันกับกลุ่มแจ๊คแฟนคลับที่จะมีความสม่ำเสมอของการนัดรวมกลุ่มกันทั้งในกลุ่มแฟนคลับกันเอง และกลุ่มแฟนคลับกับตัวศิลปิน ซึ่งมีคุณสรยุทธเป็นศูนย์กลางในการรวมกลุ่มเข้าหากันเป็นประจำตามพื้นที่ที่คุณสรยุทธได้ไปทำงาน จึงทำให้มีความเหนียวแน่นของกลุ่ม แต่พื้นที่ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีอาจไม่มีความแน่นอนสม่ำเสมอว่าจะได้พบปะติดตามศิลปินเมื่อใด จึงมีโอกาสดังกล่าวได้ติดตามศิลปินและสื่อสารกันระหว่างกลุ่มผ่านทาง social media ซึ่งเป็นชุมชนออนไลน์เท่านั้น และจะมีการรวมกลุ่มติดตามเมื่อศิลปินที่ชื่นชอบมาทำงานในประเทศไทยเท่านั้น

การศึกษาแฟนคลับเกาหลีในครั้งนี้จึงคือ การศึกษากลุ่มแฟนคลับของกลุ่มศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี มีกลุ่ม มีการรวมกลุ่ม มีผู้นำกลุ่ม ผู้ติดตาม มีความเคลื่อนไหว และมีการทำกิจกรรมเพื่อแสดงความเป็นกลุ่มที่ทำให้เห็นความสัมพันธ์ของกลุ่มและยังดำเนินอยู่ ว่าแฟนคลับเกาหลีนี้มีกระบวนการในการสร้างชุมชนอย่างไร ในเมื่อศิลปินเกาหลีไม่มีความสม่ำเสมอของการมาของศิลปิน ไม่มีสม่ำเสมอของกลุ่มโยศูนย์กลางของกลุ่มเป็นศิลปิน เหมือนในงานศึกษาแฟนคลับศิลปินไทยกลุ่มอื่นๆ ซึ่งแฟนคลับเกาหลีอาจมีลักษณะต่างๆที่บ่งบอกและแสดงถึงการเป็นแฟนคลับเกาหลีอย่างไร เช่น การเป็นผู้ติดตามอย่างใกล้ชิดเมื่อศิลปินมาประเทศไทย ผู้สะสมสิ่งของเกี่ยวกับศิลปิน การใช้ภาษาในการพูดคุยในสื่อออนไลน์หรือสื่ออื่น ๆ หรือการมีสัญลักษณ์บางอย่างที่บ่งบอกถึงสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ เช่น ชื่อกลุ่ม การใช้สีประจำกลุ่ม สัญลักษณ์ประจำกลุ่ม เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรม ที่มาของแฟนคลับเกาหลีและแฟนคลับเกาหลีในสังคมไทย ว่ามีความเป็นมาอย่างไรนั้น นำไปสู่คำถามในประเด็นอื่นๆได้ว่า เมื่อสื่อบันเทิงเกาหลีได้ผ่านเข้ามาในประเทศไทย โดยเมื่อเข้ามาอย่างต่อเนื่องจนเกิดชุมชนแฟนคลับเกาหลีขึ้น โดยมีการสร้างชุมชนของแฟนคลับเกาหลี มีปฏิสัมพันธ์ มีการรวมกลุ่ม ตลอดจนการดำรงอยู่ของกลุ่มด้วยกิจกรรม การแสดงออกทางความคิดหลักของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีในการติดต่อสื่อสารนั้น เกิดขึ้นได้อย่างไรในกลุ่มที่ยังคงมีความกระตือรือร้นต่อเนื่อง ดังนั้น งานศึกษาชิ้นนี้จะศึกษา เพื่ออธิบายให้เห็นถึงความเป็นมาของแฟนคลับเกาหลีและชี้ให้เห็นถึงแฟนคลับเกาหลีและแฟนคลับอื่นๆ ว่ามีการสร้างขึ้นมาอย่างไร ซึ่ง Social Media ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันเป็นอย่างมากในการรวมกลุ่มของแฟนคลับนั้นๆ ซึ่งกลุ่มแฟนก็จะมีกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถรวบรวมกลุ่มให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้อยู่แม้ไม่มีศิลปินเป็นศูนย์กลางในประเทศไทยก็ตาม การเข้ามาเป็นชุมชนของแฟนคลับในระดับปัจเจกนั้นต้องมีกระบวนการต่างๆที่ทำให้สามารถเข้าไปอยู่ในกลุ่มได้ ซึ่งเมื่อแฟนคลับได้เข้าร่วมกลุ่มชุมชนแฟนคลับ ซึ่งมีอัตลักษณ์หนึ่งเดียวของกลุ่มแล้วนั้นแฟนคลับในระดับปัจเจกจะมีวิธีการเพื่อให้ได้เข้าร่วมกลุ่ม และสามารถดำรงอยู่ต่อไปในกลุ่มได้อย่างไร

1.5.2 ประเด็นเกี่ยวกับชุมชนแฟนคลับเกาหลี

การศึกษาในประเด็นนี้ได้อาศัยแนวคิดที่เกี่ยวกับชุมชนแฟนคลับ และการรวมกลุ่ม ในการอธิบายถึง การสื่อสารแลกเปลี่ยน วิธีการของแฟนคลับว่ามีวิธีการอย่างไรที่จะทำให้ชุมชนแฟนคลับสามารถดำเนินต่อไปได้ และเพื่อยึดโยงกลุ่มให้คงอยู่ต่อไป รวมไปถึงการทำกิจกรรมร่วมกันในกลุ่ม ให้ได้มีกิจกรรมตามที่ตนต้องการหรือให้มีการนำศิลปินเกาหลีมาในประเทศไทยเพื่อให้แต่ละกลุ่มแฟนคลับได้ทำกิจกรรมที่เข้าถึงกับศิลปินมากที่สุด โดยจะแบ่งเป็น 2 ประเด็นคือ ความหมายของชุมชนแฟนคลับเกาหลี และการรวมกลุ่มกิจกรรมของชุมชนแฟนคลับเกาหลี

1.5.2.1 ความหมายของชุมชนแฟนคลับเกาหลี

ความหมายของชุมชนในของพจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2524 ให้ความหมายว่าชุมชนหรือประชาคม คือ 1) กลุ่มย่อยที่มีลักษณะหลายประการเหมือนกันลักษณะสังคม แต่มีขนาดเล็กกว่าและมีความสนใจร่วมที่ประสานงานในวงแคบกว่า ชุมชนหมายถึง เขตพื้นที่ระดับของความคุ้นเคย และการติดต่อระหว่างบุคคล ตลอดจนพื้นฐานความยึดเหนี่ยว เฉพาะบางอย่างที่ทำให้ชุมชนต่างไปจากกลุ่มเพื่อนบ้าน ชุมชนมีลักษณะเศรษฐกิจเป็นแบบเลี้ยงตัวเองที่จำกัดมากกว่าสังคม แต่ภายในวงจำกัดเหล่านั้นย่อมมีการสังสรรค์ใกล้ชิดกว่า และความเห็นอกเห็นใจลึกซึ้งกว่า อาจจะมีสิ่งเฉพาะบางประการที่ผูกพันเอกภาพ เช่นเชื้อชาติ ต้นกำเนิดเดิมของชาติหรือศาสนา และ 2) ความรู้สึกและทัศนคติทั้งหมดที่ผูกพันปัจเจกบุคคลให้รวมเข้าเป็นกลุ่ม ซึ่งในความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 หมายถึงหมู่ชน กลุ่มคนที่

อยู่รวมกันเป็นสังคมขนาดเล็ก อาศัยอยู่ในอาณาบริเวณเดียวกันและมีผลประโยชน์ร่วมกัน ที่ที่มีคนอาศัยอยู่มาก เช่น ขับรถเข้าเขตชุมชนต้องชะลอความเร็ว

กาญจนา แก้วเทพ (2555) กล่าวว่า ชุมชนแฟนคลับคือกลุ่มคนที่นิยมชมชอบอะไรอย่างใดอย่างหนึ่ง มีความคลั่งไคล้อะไรอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งในยุคแรกๆจะมีกลุ่มแฟนนวนิยาย ภาพยนตร์ซีรีส์ (Series) ทางโทรทัศน์ แต่ในภายหลังตั้งแต่ยุค Rock-and-roll และ Elvis Presley ก็ได้เกิดปรากฏการณ์แฟนเพลง นักร้อง ศิลปิน นักแสดง ในทุกสาขาของสื่อมวลชน อย่างน่าตื่นตาตื่นใจ

จากความหมายข้างต้นนี้ ผู้ศึกษาจึงสรุปว่า ชุมชนหมายถึง กลุ่มคนที่มาอยู่รวมกันในเขตหรือบริเวณเดียวกันที่แน่นอน มีวิถีการดำเนินชีวิตคล้ายกัน มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันอยู่ภายใต้กฎระเบียบกฎเกณฑ์เดียวกัน มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน พวกเดียวกัน และมีการกระทำบางอย่างที่เชื่อมโยงร่วมกัน ซึ่งชุมชนแฟนคลับเกาหลีหมายถึงการรวมตัวของกลุ่มคนที่นิยมชมชอบศิลปินเกาหลี ที่มีความคลั่งไคล้เหมือนกันทำให้มีความเข้าอกเข้าใจกัน จนสามารถสร้างกลุ่มเพื่อกระทำกิจกรรมร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน และมีการติดต่อสื่อสารกันเพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินต่อไปได้ การรวมกลุ่มของแฟนคลับเกาหลี จึงเป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีเหมือนกัน และมีการทำกิจกรรมที่เป็นสายสัมพันธ์และทำให้ชุมชนแฟนคลับเกาหลีสามารถขับเคลื่อนไปได้ แต่ภายใต้ความความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รู้สึกถึงความเป็นพวกเดียวกัน และมีการกระทำหลายกิจกรรมที่เชื่อมโยงกันนั้น ภายในกลุ่มมีการต่อรองอำนาจระหว่างสมาชิกและสมาชิกอย่างไร และใครเป็นผู้ที่มีอำนาจมากที่สุดในชุมชนแฟนคลับด้วยตนเอง

ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มของแฟนคลับ ซึ่งเคยมีการศึกษามาแล้ว ดังเช่น งานของ สุปรีดา ซ่อลำไย (2549) ที่ได้สรุปไว้ว่า กลุ่มของแฟนคลับ คือการรวมตัวของบุคคลซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีความสนใจร่วมกัน หรือการแสดงออกร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยรับอิทธิพลจากผลกระทบของกันและกัน รวมถึงรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน เช่นเดียวกับ การรวมกลุ่มของแฟนคลับที่เป็นการรวมตัวของบุคคลที่มีความสนใจร่วมกันคือ ชื่นชอบในศิลปินคนเดียวกัน มีการทำกิจกรรมร่วมกัน และมีการสื่อสารซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกันกับ ญัฐนิชา ภูโคกสูง (2547) สรุปการรวมกลุ่มของแฟนบอลไว้ว่าเป็นกลุ่มที่มีคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปรวมตัวกันซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์ ซึ่งมีกระบวนการกลุ่มเพื่อจะให้งานทำได้เป็นอย่างดี ซึ่งการรวมกลุ่มของแฟนบอลนั้นมีการรวมกลุ่มจากสมาชิกแต่ละคนที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีเป้าหมายร่วมกัน มีการติดต่อสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และสมาชิกก็ได้มีการวางแผน ประสานงานและดำเนินงานเพื่อสร้างผลงานออกมาพร้อมทั้งช่วยแก้ปัญหาและตัดสินใจเรื่องต่างๆที่เกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม การศึกษาการรวมกลุ่มของแฟนคลับอื่นๆ นั้น ยังมีประเด็น การแบ่งกลุ่มสร้างเครือข่ายภายในกลุ่มแฟนคลับ หรือกลุ่มย่อย เช่น งานวิจัยเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสาร

และการดำรงอยู่ของแฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์” ของ สุปรีดา ซ่อลำไย (2549) ได้ค้นพบคุณลักษณะอื่นๆเพิ่มเติมจากการศึกษาการรวมกลุ่มของแฟนคลับ ดังเช่น ความเป็นแฟนคลับของนักร้องเพลงป๊อป เบิร์ต ธงไชย แมคอินไตย์ พบว่าแฟนคลับรุ่นก่อนๆจะเก็บบท เนื่องจากมีคนคอยกระแนะกระแหน พอรู้ว่าแฟนคลับที่เบิร์ตก็จะแสดงอาการหมั่นไส้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเป็นแฟนคลับในอดีตนั้นจะไม่ได้ถูกยอมรับมากนักจากหมู่คนทั่วไปในสังคมที่ยังมีมุมมองในด้านลบ และมักจะอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ต่อมาเมื่อแฟนคลับได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้น เริ่มมีจำนวนมากขึ้น จึงมีการแบ่งเครือข่ายออกเป็นกลุ่มย่อยหลายกลุ่ม ขึ้นอยู่กับอำนาจของสมาชิกในแต่ละกลุ่มว่าจะยอมรับสมาชิกอื่นได้ไหม ซึ่งจะมีการแบ่งกลุ่มนั้นกลุ่มนี้ของกลุ่มแฟนคลับ

ในการแบ่งกลุ่มย่อยนั้นก็จะเป็นไปตามความสนิทสนมของแต่ละบุคคล ใครรู้จักใครก่อนก็จะอยู่กลุ่มเดียวกับคนนั้น ซึ่งบางครั้งการที่แฟนคลับที่เป็นผู้ที่เข้ามาใหม่ต้องการใกล้ชิดกับศิลปินมาก ต้องมีการปรับตัวเข้าสู่กลุ่มที่ตนเองต้องการจะเข้าไปอยู่ การจะเข้าร่วมกลุ่มกับแฟนคลับที่อยู่มานานและสนิทสนมกับศิลปินและผู้จัดการส่วนตัวเป็นอย่างดีนั้น ก็เพื่อให้ตน (สมาชิกใหม่) ได้มีโอกาสเข้าไปใกล้ชิดศิลปินมากขึ้นและรวดเร็วยิ่งขึ้น จึงมีการปรับตัวและต่อรองอำนาจระหว่างสมาชิกเก่าและใหม่ เช่น การต้องตื่นเข้าไปที่นัดหมายก่อนเพื่อไปจองที่ให้ก่อน เพื่อแลกกับการเข้าร่วมอยู่ในกลุ่มด้วย เป็นต้น ซึ่งการรวมกลุ่มเป็นแฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์ กลุ่มนี้จะประกอบไปด้วยคุณลักษณะ เช่น การติดตามผลงานของศิลปินผ่านทางสื่อสารมวลชน สื่อบุคคล สื่อใหม่ ฯลฯ เพื่อหาข้อมูลของพีเบิร์ตอย่างเป็นปัจจุบันที่สุด นอกจากจะทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับพีเบิร์ต เช่น การออกเพลงใหม่ หรือติดตามกับบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลตารางงานของพีเบิร์ตได้ ซึ่งจะทำให้กลุ่มแฟนรู้สึกใกล้ชิดกับตัวศิลปินมากขึ้นไปอีก เช่น ผู้จัดการส่วนตัว หรือญาติ และการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับศิลปิน เช่น การเป็นผู้ดูแลหลักของเพจแฟนคลับ ในกรณีนี้จะมีผู้ที่เป็นแกนนำของกลุ่มเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้รับรู้ประสบการณ์ของตรงนั้นมาเล่าให้แฟนคลับคนอื่นๆที่ไม่มีโอกาสได้ไปร่วมงานสามารถติดตามฟังผ่านเว็บไซต์ของแฟนคลับ

ทั้งนี้ยังพบว่าแฟนคลับบางกลุ่มมีการแบ่งกลุ่มตามผลประโยชน์ กล่าวคือ แฟนคลับรุ่นใหม่ที่ต้องการใกล้ชิดกับศิลปินหรือต้องการความใส่ใจเป็นพิเศษจากศิลปินก็จะเข้าร่วมกลุ่มกับแฟนคลับที่อยู่มานานและสนิทสนมกับศิลปินและผู้จัดการส่วนตัวเป็นอย่างดี เพื่อให้ตนได้มีโอกาสใกล้ชิดกับศิลปิน ซึ่งในบางครั้งแฟนคลับที่เข้ามาใหม่นี้จะยอมทำทุกอย่างเพื่อให้ตนได้เข้าไปอยู่ในกลุ่มที่เป็นแฟนที่อยู่มานาน เช่น การไปจองที่ให้ก่อน การจองรถตู้ไปตามศิลปินที่ต่างจังหวัดเพื่อแลกกับการให้ตนได้เดินทางไปด้วย เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อให้สมาชิกที่เข้ามาใหม่ได้เข้าไปอยู่ในกลุ่มย่อยที่มีสมาชิกเดิมอยู่แล้ว และเพื่อการยอมรับของสมาชิกเดิม

ในงานศึกษานี้ชุมชนแฟนคลับเกาหลีก็อาจไม่ได้เหมือนกันกับแฟนคลับพีเบิร์ตไปทั้งหมด มีการศึกษาที่ถกเถียงว่าในแต่ละกลุ่มก็มีลักษณะเหมือนกันแค่บางประการเท่านั้น เช่น

การศึกษาเรื่อง “ศิลปินไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ” ของ เจษฎา รัตนเขมากร (2541) ที่พบว่ากลุ่มแฟนคลับของศิลปินเพลงในสังกัดบริษัท อาร์เอส และกลุ่มแฟนคลับศิลปินเพลงในสังกัดเพลงในสังกัดบริษัทแกรมมี่ เช่น คริสตินาแฟนคลับ ทาทายังแฟนคลับ และนิโคลแฟนคลับ มีแค่ลักษณะร่วมกันบางประการเท่านั้น กล่าวคือ ไม่ได้มีอัตลักษณ์ที่เหมือนกันทั้งหมด มีการต่อรองนางและเข้าสู่กลุ่มในลักษณะที่แตกต่างกันไปบ้าง เช่น การอยู่กับกลุ่มที่สนิทกันมาก่อนหน้านี้อยู่แล้ว หรือเป็นกลุ่มที่มีเวลาว่างตรงกัน เป็นต้น ซึ่งหากกลุ่มย่อยยอมรับก็สามารถเข้าสู่กลุ่มได้ การเข้าร่วมกลุ่มของกลุ่มแฟนคลับหรือบรรดาผู้ที่ชื่นชอบผลงานของศิลปินเพลงนั้น จะทราบข่าวการเปิดรับสมัครแฟนคลับจากสื่อมวลชนต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์หรือวิทยุ e-mail และเว็บไซต์ จนเมื่อมาเป็นสมาชิกกลุ่มแฟนคลับแล้วจึงได้มารวมกลุ่มกับผู้ที่ชอบศิลปินเดียวกัน มีการทำกิจกรรมร่วมกัน อันนำไปสู่การติดต่อสื่อสารระหว่างกันมากขึ้นโดยสมาชิกแฟนคลับบางคนและบางกลุ่มจะพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารกับบุคคลที่ได้พบเจอกันในงานคอนเสิร์ตหรือกิจกรรมต่างๆ ก่อน จนเมื่อมีความคุ้นเคยสนิทสนมกันแล้วจึงจะโทรศัพท์พูดคุยกันในทุกๆ เรื่องไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนตัว เรื่องเกี่ยวกับศิลปิน และเรื่องอื่นๆ จนเมื่อสามารถรวมตัวกันเป็นกลุ่มก็จะนัดกันไปทำกิจกรรมอื่นๆ ด้วยกันในเวลาต่อมา ทำให้เกิดความ เป็นกลุ่มเดียวกันและจะมีปฏิสัมพันธ์กับแฟนเพียงไม่กี่คนเท่านั้นที่จะถูกยอมรับเข้าสู่กลุ่มย่อย ซึ่งจะกลายเป็นการเกาะกลุ่มมากขึ้นโดยมีการเข้าร่วมเพราะอิทธิพลของกลุ่ม

นอกจากการศึกษาชุมชนในพื้นที่กิจกรรมต่างๆ แล้วยังมีการศึกษาแฟนคลับเกาหลี ในมิติการสร้างชุมชนทางอินเทอร์เน็ต หรือชุมชนออนไลน์ ที่มีความสัมพันธ์กับการต่อรองอำนาจระหว่างในชุมชน คือ การศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของนักร้องเกาหลีในการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของวัยรุ่นไทย : ศึกษากรณี www.tvxq-dreamland.com” ของชนรรณพร ศฤงคารนนท์ (2552) ในประเด็นที่ศึกษาเกี่ยวกับชุมชน พบว่า การรวมกลุ่มภายในเว็บไซต์นั้นเกิดขึ้นเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่งตามกิจกรรมที่ทำในช่วงนั้นๆ เช่น การจัดงานสังสรรค์ภายในเว็บไซต์ งานคอนเสิร์ตของดงบังชินกิ ในด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นั้นเกิดขึ้นภายในกลุ่มคนที่ชื่นชอบดงบังชินกิ มีพฤติกรรมเลียนแบบศิลปินนั้นๆ เช่น การใช้ชื่อเพื่อเข้าใช้ชื่อออนไลน์ การใช้สีประจำวงมาเป็นสีประจำตัว profile เป็นต้น ซึ่งตัวเว็บไซต์เองก็มีผู้ดูแลหลักเป็นศูนย์กลางในการอัปเดตข้อมูล และมีการจัดระเบียบต่างๆ ในการรวมกลุ่มของแฟนคลับในชุมชนทางสื่อออนไลน์ที่ชื่นชอบดงบังชินกิ โดยผู้ที่เข้ามารวมกลุ่มอยู่ในชุมชนนี้ได้ก็ต้องทำตามระเบียบของเว็บไซต์ ซึ่งกำหนดโดยแอดมินเพจ โดยการกำหนดระเบียบหรือธรรมเนียมของเพจก็เป็นตัวกลางในการสร้างความสัมพันธ์อันดีของกลุ่มจนไปถึงความสัมพันธ์ส่วนตัว และมีการขับเคลื่อนกลุ่มในลักษณะการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตจนกลายเป็นชุมชน

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของแฟนคลับเกาหลีนั้น เมื่อมีการรวมกลุ่มแล้วก็อาจมีลักษณะบางประการที่แตกต่างออกไปจากแฟนบอล หรือแฟนเพลงศิลปินไทยเมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว ผู้ศึกษาจึงสนใจว่าแฟนคลับเกาหลีมีวิธีการต่อรองกันอย่างไรในชุมชน

แฟนคลับ และกลุ่มแฟนคลับมีการต่อรองอำนาจระหว่างแฟนคลับในชุมชนแฟนคลับหรือไม่อย่างไร เพื่อให้มีการรวมกลุ่มกันเป็นแฟนคลับในระดับชุมชน และยังคงมีการธำรงรักษากลุ่มของแฟนคลับให้ยังคงอยู่ต่อไป หรือแฟนคลับบางกลุ่มที่ไม่ได้เข้าไปร่วมรวมกลุ่มหรือต่อรองในระดับชุมชนแฟนจะยังคงสามารถเป็นกลุ่มแฟนคลับที่มีความกระตือรือร้นได้ไหม ในการศึกษาที่สามารถอธิบายได้ในรูปแบบของการแสดงออกของกลุ่มจนกระทั่งการกระทำกิจกรรมของกลุ่ม ซึ่งอาจมีลักษณะพิเศษอื่นๆ แสดงออกเป็นกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำของกลุ่ม เช่น การเป็นผู้ติดตาม ผู้สะสมสิ่งของ การใช้ภาษา การเดินเลียนแบบ การแต่งนิยาย หรือการใช้สัญลักษณ์บางอย่างที่บ่งบอกถึงสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ เช่น ชื่อกลุ่ม การใช้สีประจำกลุ่ม สัญลักษณ์ประจำกลุ่ม เป็นต้น ทั้งนี้งานวิจัยก่อนๆก็ยังไม่ได้ระบุอย่างแน่ชัดว่าแฟนคลับเกาหลีนั้นมีการสร้างชุมชนแฟนคลับและการต่อรองระหว่างแฟนคลับ เพื่อให้เกิดเป็นชุมชนแฟนคลับขึ้นมาได้อย่างไร หรือไม่ต่อรองอย่างไร มีเพียงงานศึกษาแฟนคลับศิลปินไทยและงานศึกษาแฟนคลับเกาหลีในมิติออนไลน์เท่านั้น การศึกษาในประเด็นนี้จึงใช้แนวคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของแฟนคลับเพื่อเป็นแนวทางในการอธิบายการศึกษาแฟนคลับเกาหลี โดยจะให้ความสำคัญกับปรากฏการณ์ของแฟนคลับเกาหลี ซึ่งแม้ว่าจะมีลักษณะการใช้พื้นที่ที่มีความใกล้เคียงกับแฟนคลับในกลุ่มอื่น แต่ก็ยังมีบางบทบาทอื่นๆที่แตกต่างออกไป เช่น ผู้นำกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลจะเป็นตัวกลางในการจัดระเบียบทางสังคมของกลุ่มเอง การมีส่วนร่วมของผู้ชมถูกจำกัดและความใกล้ชิดระหว่างผู้ชมจะถูกจัดระเบียบใหม่โดยผู้นำกลุ่ม อย่างไรก็ตามแฟนคลับเกาหลีที่ไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนจึงไม่ได้มีการจัดระเบียบภายในกลุ่มทำให้หากเกิดความไม่เป็นระเบียบหรือการสร้างความคิดเห็นให้กับผู้คนที่พบเห็นจะเป็นปัญหาภายในชุมชนหรือไม่และมีวิธีต่อรองและจัดการอย่างไร ทั้งนี้จะสามารถอธิบายไปพร้อมอัตลักษณ์ของแฟนคลับเกาหลี ลักษณะของแฟนคลับเกาหลี รวมไปถึงการใช้พื้นที่ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์และการต่อรองระหว่างปัจเจก หรือระหว่างกลุ่มว่าการรวมเป็นชุมชนแฟนคลับเกาหลีจากระดับปัจเจกเป็นชุมชนแล้วนั้นจะต้องมีการต่อรองอย่างไร เพื่อให้กลุ่มสามารถยืดหยุ่นและดำเนินต่อไปได้

1.5.2.2 การรวมกลุ่มกิจกรรมของชุมชนแฟนคลับเกาหลี

การเกิดขึ้นของกลุ่มแฟนคลับในแต่ละกลุ่มมีจุดเริ่มต้นและองค์ประกอบที่ต่างกัันออกไป เพราะฉะนั้นเพื่อทำความเข้าใจกลุ่มแฟนคลับเกาหลี จึงต้องพิจารณาลักษณะของกลุ่มจากกิจกรรมด้วย เช่น กลุ่มเต้นโคฟเวอร์ กลุ่มแฟนฟิคชั่น กลุ่มแอดมินเพจเพื่อเป็นผู้นำในการทำโปรเจกต์ต่างๆ เป็นต้น การเกิดขึ้นของกลุ่มที่มีจิตสำนึกร่วมกันนั้นจะเกิดปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มสมาชิกจนนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกกลุ่ม ซึ่งถือเป็นการที่แฟนคลับในระดับปัจเจกรู้สึกว่าตนเองพร้อมที่จะเข้าไปเป็นสมาชิกในกลุ่มนั้น เพื่อให้กลุ่มที่ตนเองเข้าไปนั้นสามารถบรรลุผลอย่างใดอย่างหนึ่งในเป้าหมายของกลุ่มของตนด้วย

เมื่อพิจารณาแฟนคลับเกาหลีแล้ว การรวมกลุ่มของแฟนคลับเกาหลีนั้น เป็นการรวมกลุ่มที่มีลักษณะเป็นกลุ่ม ประกอบไปด้วยกลุ่มการทำกิจกรรมต่างๆรวมเข้ามาเป็นชุมชนกลุ่มใหญ่ ซึ่งการเข้ามาเป็นกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลีแต่ละกลุ่มมีความเหมือนและคล้ายกันมาก แต่เมื่อเข้ามาเป็นแฟนคลับกลุ่มศิลปินเกาหลีแล้ว ในแต่ละกลุ่มก็จะมีลักษณะแตกต่างกันไปอีก มีลักษณะเฉพาะกลุ่มโดยมีการแสดงออกบนพื้นที่ที่เป็นของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ส่วนตัวในการใช้ชีวิตประจำวัน พื้นที่ที่การรวมตัวกันเมื่อมีงานคอนเสิร์ตหรือแฟน มีตติ้งต่างๆ หรือพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งใช้ทวีตเตอร์เป็นหลัก และมีลักษณะที่แสดงออกในรูปแบบเป็นพิธีกรรมหรือกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำของกลุ่มแฟนคลับ เพื่อเป็นการสร้างพื้นที่ให้กับกลุ่มตนเอง ซึ่งมีความสอดคล้องกันกับการศึกษาลักษณะของแฟน ของ Abercrombie and Longhurst (1998) ได้เสนอถึงสิ่งที่สำคัญไว้ คือ 1) กิจกรรมของแฟน จะถูกจัดขึ้นรอบๆ ตัวดารารหรือเนื้อหาของสื่อ (stars or media images) และภาพตัวแทน (representations) แม้ว่าแฟนจะมีกิจกรรมอื่น เช่น การสร้างวิดีโอเอง แต่ก็ยังมีความเกี่ยวข้องกับตัวดารารและเนื้อหาของสื่ออยู่นั่นเอง 2) แฟนจะเป็นกลุ่มที่ใช้สื่ออย่างมาก (heavy users) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแสดงหรือศิลปินที่เขาชื่นชอบ 3) แฟน มีการเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆของกลุ่มที่แตกต่างหลากหลาย มีการติดต่อสัมพันธ์กับแฟนคนอื่นๆซึ่งมักอาศัยผ่านการไหลเวียนของตัวบทในรูปแบบที่แตกต่างกัน แต่มีความสนใจร่วมในสิ่งเดียวกัน ซึ่งมีการศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติบุคคลกับความสัมพันธ์ที่มีต่อดาราร (star) แฟนอาจมีความพยายามที่จะแสวงหาพื้นที่บางอย่างภายใต้บริบทของบ้านที่แออัด ซึ่งชี้ให้เห็น ผลผลิตจากตัวบท และการสร้างใหม่ของเนื้อหาสื่อของกลุ่มแฟนที่ต้องการสร้างพื้นที่ให้กับตัวเอง

ชุมชนแฟนคลับเป็นกลุ่มที่เป็นผู้บริโภคกลุ่มหนึ่ง ซึ่ง Michel de Certeau (1984) ได้พูดถึงแนวความคิดชุมชนแฟนคลับที่เกี่ยวกับ Textual Poachers ซึ่งได้ให้คำจำกัดความว่า วัฒนธรรมแฟนเป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนและมีหลายมิติ มีรูปแบบของการเข้าร่วมในหลายระดับ และมีความเป็นเจ้าของในสื่อตัวนั้น เช่น สื่อหนังสือก็จะมีความคิดว่าตนเป็นเจ้าของบทความนั้น และจะต้องมีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็น และเป็นตัวแทนที่มีปากเสียงให้กับชุมชนหรือกลุ่มของตัวเอง กลุ่มแฟนเหล่านี้จะปฏิเสธลำดับชั้นทางวัฒนธรรมที่อยู่เหนือความเรียบง่ายและเหมาะสมและพยายามที่จะตัดชั้นตอนที่เห็นเหตุเป็นผลที่ซับซ้อนโดยปรับให้เป็นไปตามความรู้สึกของตนเพื่อให้เข้ากับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของพวกเขาเหล่านั้น Textual Poachers จึงคือกลุ่มแฟนที่รวบรวมบทความต้นฉบับที่พวกเขาโปรดปรานเอาไว้ด้วยความพยายามที่จะโยงเอาตัวของพวกเขาสู่ตัวแทนของสื่อและนำไปสู่ประสบการณ์ทางสังคมของพวกเขา บรรดาแฟนเหล่านี้จะแสดงสิทธิ์ของพวกเขาที่จะยึดเอาบทความที่พวกเขาชอบ นำมาตีความและประเมินผลเพื่อสร้างวัฒนธรรมหลักให้ตนเอง ซึ่งได้แยกลักษณะของผู้อ่านที่มีความกระตือรือร้นว่าเป็น Poaching หรือการฉกฉวย ความสัมพันธ์ของผู้อ่านและผู้เขียนเป็นการต่อสู้อย่างต่อเนื่องในการที่จะเป็นเจ้าของเพื่อจะได้อยู่เหนือการตีความหมาย

ของมัน ซึ่งมีลักษณะชั่วคราวและฉาบฉวยเนื่องจากเป็นผู้รับสารบุคคลที่มีความโดดเด่นจึงมีพลังอำนาจเพียงเล็กน้อย ซึ่งในกรณีของ “แฟน” มักรวมกันเป็นกลุ่ม หรือเป็นคลับ แฟนจึงมีพลังอำนาจมากกว่า ถาวรและลึกซึ้งกว่า

ทั้งนี้ Henry Jenkins (1992) ได้กล่าวเพิ่มเติมในงานศึกษาของตัวเองเรื่อง textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture ว่าสำหรับแฟนแล้วการชมซีรีส์ (Series) ทางโทรทัศน์ไม่ใช่จุดสิ้นสุดของการบริโภคแต่เป็นเพียงจุดเริ่มต้นเท่านั้น กระบวนการสำคัญประการหนึ่งคือการสื่อสารระหว่างแฟนเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อกัน ซึ่งท้ายที่สุดจะทำให้เกิดชุมชนแฟน (fan community) ซึ่งผลการศึกษายังเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของแฟนที่เป็นคนหมกมุ่นอยู่กับเรื่องไร้สาระ กลายเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นเสพสื่ออย่างสร้างสรรค์ และสามารถต่อรองกับอำนาจจากการผลิตผลงานและอุตสาหกรรมสื่อ ตั้งแต่การต่อรองความหมายกับตัวบท แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าต้องตรงกันข้ามกับความหมายที่ผู้ผลิตกำหนดมา

จากคำอธิบายที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ชุมชนแฟนคลับนั้นเป็นกลุ่มคนที่ชื่นชอบอะไรอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน ซึ่งก็ได้เป็นผู้ที่เฉยชา หรือไม่กระตือรือร้น หรือถูกควบคุมไปเสียหมด แต่ยังคงมีความเป็นผู้บริโภคที่ตื่นตัว และมีบทบาทในการผลิตหรือการสร้างวัฒนธรรมการบริโภคของตนเองขึ้นมาอีกทอดหนึ่งด้วย

งานศึกษาที่เกี่ยวกับแฟนบอล ของ อาจินต์ ทองอยู่คง (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ““แฟนบอล”: ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย” ก็ได้กล่าวถึงงานเดียวกันของ Henry Jenkins (1992) ว่าเป็นการพัฒนาจากการศึกษามนุษย์ในฐานะผู้ปฏิบัติการตามแนวคิดของ de Certeau (1984) เรื่อง “การฉกฉวย” (poaching) ซึ่งเสนอให้มองความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้เขียนกับผู้อ่าน ซึ่งผู้เขียนไม่สามารถคุมลักษณะ ความหมายในการอ่านของผู้อ่านได้ทั้งหมด แต่การตีความและการทำความเข้าใจต่อตัวบทนั้นได้ให้อำนาจกับผู้อ่าน ซึ่งจะมองมากกว่า de Certeau เพราะอำนาจในการตีความของผู้อ่านและผู้เขียน ตีความกันคนละแบบ และไม่ได้ส่งผลอะไรไปยังตัวบทหรือมีปฏิบัติการทางสังคมอย่างชัดเจน แต่การศึกษาแฟนผู้รับสื่อเน้นให้มองลักษณะเดียวกันกับความสัมพันธ์ระหว่างชวานากับเจ้าของที่ดิน ซึ่งชวานามีเครื่องมือต่อรองสำคัญต่อเจ้าที่ดินคือการรวมกลุ่มทำให้มีอำนาจต่อรองมากขึ้นแก่การตีความ มุมมองของ Jenkins ในงานนี้ก็คือ การมองศักยภาพในการตีความของแฟนที่มีต่อตัวบท และศักยภาพของแฟนในการรวมกลุ่มกันเป็น “ชุมชนแฟน” (fan community) ที่มีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิต จึงให้มองกระบวนการบริโภคของแฟนคลับว่า นี่ไม่ใช่จุดสิ้นสุด แต่เป็นการเริ่มต้นของการบริโภคที่จะมีการต่อยอดออกไปอีก

อย่างไรก็ตาม Jenkins (2006) ได้เสนออีกมิติหนึ่งของแฟนนอกจากการเป็นผู้บริโภค คือการแสดงบทบาทในการผลิต เขายกตัวอย่างบทบาทการผลิตของแฟนซีรีส์ (Series)

โทรทัศน์ ตั้งแต่การทำ แฟนซีน (fanzine)¹ แฟนฟิก (fanfic ย่อมาจาก fan-fiction)² แฟนมิวสิควิดีโอ ไปจนถึงการรวมตัวเรียกร้องไม่ให้ซีรีส์ (Series) จบกลางคัน ผลผลิตของแฟนฟลิคบทบาทจาก ผู้บริโภคไปเป็นผู้ผลิตโดยมีชุมชนแฟนเป็นส่วนสำคัญ การรวมตัวกันเป็นชุมชนแฟนจึงเป็นทุนให้การผลิตได้ด้วย สรุปคือ แฟนไม่ได้มีบทบาทเพียงแค่ผู้รับสารหรือผู้บริโภคเท่านั้น แต่แฟนก็ยังเป็น Textual Poachers ซึ่งหมายถึงผู้ที่ฉกฉวยการนิยามความหมายของตัวบท ตีความหมายใหม่ และ สร้างผลผลิตที่เปลี่ยนแปลงความหมายของตัวบทนั้น แฟนจะถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มแฟนที่มี ขนาดใหญ่ กับกลุ่มแฟนที่มีขนาดเล็ก ซึ่งแฟนกลุ่มแรกจะถูกมองว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคตัวบท (Text) ของวัฒนธรรมประชานิยมที่มีความเฉื่อยชา แต่แฟนในกลุ่มที่สองที่อยู่อย่างกระจัดกระจายนั้น กลับ เป็นผู้ใช้ตัวบทอย่างกระตือรือร้นและให้ความสำคัญกับความหมายเดิมและความหมายใหม่

งานของ เกคินี ศิลปี (2538) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาชมรมแฟนภาพยนตร์ของ หนังสือสตาร์พิคส์และหนังสือซีเนีแม็ค” พบว่า ในแง่ของผู้ผลิตสื่อจุดหมายในการก่อตั้งชมรม ภาพยนตร์ของหนังสือสตาร์พิคส์และหนังสือซีเนีแม็คเกิดจากผลประโยชน์ทางการตลาดเป็นการคืน กำไรให้ลูกค้า มีกิจกรรมกลุ่มที่แสดงออกถึงความเป็นผู้มีรสนิยมเดียวกันและชอบในสิ่งเดียวกัน ระหว่างที่ผู้ผลิตสื่อและแฟนหนังสือคือ “การชมภาพยนตร์รอบพรีวิว” ร่วมกัน ลักษณะของแฟน ชมรมภาพยนตร์ของหนังสือทั้งสองน่าจะเป็นแฟนสื่อและสื่อในที่นี้หมายถึงสื่อภาพยนตร์ และสื่อ หนังสือ กลุ่มแฟนของสื่อหนังสือทั้งสองจะมีลักษณะ “Textual Poachers” เป็นกลุ่มที่มีความรู้สึก เป็นเจ้าของบทความในหนังสือ จนเป็นแฟนประจำและมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการเขียน บทความหรือบทวิพากษ์วิจารณ์ของตนเองลงในหนังสือทั้งสองเล่ม รวมทั้งมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วม ในการผลิตและกลุ่มแฟนชมรมของภาพยนตร์ของหนังสือทั้งสองเป็นกลุ่มแฟนที่มีการศึกษา ปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของแฟนชมภาพยนตร์ของหนังสือทั้งสอง ได้แก่ ปัจจัยในแง่

¹ แฟนซีน มาจากคำว่า fan และ magazine เป็นสิ่งตีพิมพ์จากมือสมัครเล่นและไม่เป็นทางการ ที่ ผลิตโดยแฟน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปรากฏการณ์ทางสังคม (เช่น บทประพันธ์ หรือแนวเพลง) เพื่อ ปลดปล่อยให้ผู้อื่นที่สนใจ ในปัจจุบันแฟนคลับศิลปินได้มีการพัฒนามากยิ่งขึ้นกลายเป็นสื่อมัลติมีเดีย ในรูปแบบวิดีโอซึ่งเรียกว่า OPV ซึ่งย่อมาจาก Original Promotional Videos หรือ Other People's Videos ซึ่งเป็น unofficial music videos คือ มิวสิควิดีโอที่ไม่ใช่ของทางต้นสังกัดผลิตหรือจัดทำ แต่ เป็นการผลิตของแฟนคลับมักจะผลิตขึ้นในช่วงโอกาสพิเศษ.

² เป็นเรื่องที่แต่งขึ้นโดยแฟนการ์ตูน โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับตัวละครของเรื่องต้นฉบับ แต่โครงเรื่องเป็น คนละแบบกัน โดยส่วนมาก แฟนฟิกชันมักจะไม่ได้อิงตีพิมพ์เผยแพร่อย่างเป็นทางการ ปัจจุบันนำมาใช้ กับแฟนคลับศิลปินต่างๆที่มักจะนำเรื่องราวของศิลปินที่ชื่นชอบมาแต่งเป็นนิยายให้แฟนคลับอ่านทั้ง ออนไลน์และออกมาเป็นรูปเล่มอีกทอดหนึ่ง.

ความสัมพันธ์ที่ีระหว่างผู้ผลิตสื่อและกลุ่มผู้บริโภค (ผู้อ่าน) ปัจจัยในด้านความบันเทิงต่างๆ จากกิจกรรมที่จัด ปัจจัยในด้านความสัมพันธ์ระหว่างแฟนชมรมด้วยตนเอง และปัจจัยในการเป็นเอกลักษณ์ในฐานะของสมาชิกชมรมภาพยนตร์ของหนังสือทั้งสอง ตลอดจนผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม

นอกจากนี้ สุปรีดา ซอล่าโย (2549) ได้ข้อค้นพบที่นอกเหนือจากนั้น จากการศึกษาเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของแฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์” ปรากฏว่ากลุ่มแฟนคลับของพีเบิร์ต ได้เข้าไปมีส่วนร่วมถึงขั้นตอนของ Text distribution & Text consumption ซึ่งแฟนคลับบางคนติดตามมานานก็จะมีความคุ้นเคยกับทีมงาน บางครั้งก็ไปช่วยดูแล ช่วยเป็นบอดี้การ์ดให้ศิลปิน ให้ความรู้สึกเป็นมากกว่าแฟนคลับ กล่าวคือ บางครั้งเมื่อศิลปินเดินทางไปร่วมงานหรือไปจัดการแสดงในที่ต่างๆมักจะมีแฟนเพลงจำนวนมากมารุมล้อมทำให้ศิลปินไม่สามารถเดินทางออกจากสถานที่นั้นๆได้ ทำให้แฟนคลับบางคนคุ้นเคยกับศิลปินและทีมงานได้เข้ามาช่วยดูแลและกันคนดูให้กับศิลปิน รวมทั้งหาทางเดินฝ่าวงล้อมของฝูงชนให้ศิลปินปลอดภัย

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น การกระทำกิจกรรมในชุมชนแฟนคลับภาพยนตร์และศิลปินจะมีการนำเนื้อหาบางส่วนหรือนอกเหนือมาร่วมกันจัดพิมพ์และมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของเนื้อหา และยังไปกว่านั้นคือการทำให้กลุ่มมีความรู้สึกมากกว่าแฟนคลับธรรมดาซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับยังดำรงอยู่หรือไม่ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาการเกิดขึ้นเป็นชุมชนแฟนคลับเกาหลีนั้นก็อาจจะมีลักษณะที่คล้ายกันนี้หรือไม่ และมีการสร้างกิจกรรมต่างๆที่กลุ่มแฟนคลับได้กระทำหรือสร้างขึ้นจากการนำตัวบทเหมือนแฟนคลับในกลุ่มอื่นอย่างไร หรือการนำสื่อที่กลุ่มแฟนคลับได้รับมาสร้างให้เกิดเป็นกิจกรรมอยู่บ้าง ผ่านกิจกรรมใดบ้าง ซึ่งอาจเป็นสายสัมพันธ์หนึ่งที่ทำให้เกิดการขับเคลื่อนของชุมชนแฟนคลับให้สามารถดำรงอยู่ได้ สะท้อนให้เห็นถึงอำนาจของพวกเขาเองในการต่อรองกับผู้รับสารหรือสังคมหรือไม่

ผู้ศึกษาจะใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นชุมชนแฟนคลับเพื่ออธิบายการเกิดขึ้นของชุมชนแฟนคลับซึ่งเป็นการรวมกลุ่มที่ไม่ได้นิ่งเฉย ผู้ศึกษามองเห็นถึงการสร้างชุมชนโดยการจัดกิจกรรมของสมาชิกที่แสดงความเป็นกลุ่มทางสังคม สะท้อนให้เห็นถึงการเคลื่อนไหวในระดับปัจเจกจนกระทั่งกลายมาเป็นกลุ่มทางสังคม การเคลื่อนไหวของกลุ่มในการจัดกิจกรรม ผลิตระบบการสื่อสารร่วมกันของกลุ่มตนเอง และสัญลักษณ์ร่วมกันของกลุ่ม ทั้งนี้กลุ่มแฟนคลับเกาหลีก็ไม่ได้มีพื้นที่ที่เป็นอิสระจากสังคม เพราะการรวมกลุ่ม การเป็นสมาชิก รูปแบบการจัดกิจกรรม การจัดระเบียบภายในล้วนเกิดจากการเรียนรู้และปฏิสัมพันธ์จากสังคมพื้นฐาน และมีการต่อรองกับผู้ผลิตหรือนายทุนเพื่อการจัดงาน และสนับสนุน เช่น การรวมกลุ่มจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งจะต้องมีผู้นำในการจัด ที่เป็นผู้ผลิต หรือผู้จัดงานที่เป็นกิจกรรมทั้งใหญ่และย่อย เช่น การจัดงานคอนเสิร์ต การจัดงาน fan meeting งานmeeting เฉพาะแฟนคลับ หรืองานขายหนังสือนิยาย fiction งานกิจกรรมต่างๆ

งานประกวดการเต้น cover dance เป็นต้น ทั้งนี้ชุมชนแฟนคลับถือเป็นผู้ต่อรองหนึ่งที่สามารถต่อรองกับผู้จัดงานต่างๆ เพื่อให้จัดงานได้ตามที่ตนเองต้องการ

การทบทวนวรรณกรรมเรื่องชุมชนแฟนคลับจึงเป็นพื้นฐานในการมองแฟนคลับในอีกมุมมองหนึ่ง ผู้ศึกษาต้องการศึกษาและอธิบายการสร้างชุมชนของแฟนคลับเกาหลีเองซึ่งอาจจะทำให้พบความจริงที่แตกต่างออกไปว่า แฟนคลับเป็นการรวมกลุ่มของผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความกระตือรือร้น กล้าแสดงความคิดเห็นของตนเองออกมา และบางครั้งก็ไม่ได้เป็นบริโภคสื่อและคล้อยตามสื่อที่ได้รับ แต่แฟนก็ยังเป็นผู้ที่สร้างผลผลิตที่เปลี่ยนแปลงความหมายจากสื่อที่ได้รับ ซึ่งจะเห็นได้จากการรวมกลุ่มและจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันในพื้นที่ต่างๆ ทั้งในระดับปัจเจกและกลุ่ม และสามารถนำผลผลิตที่เกิดจากการเป็นแฟนคลับนั้นเองทำให้เกิดกิจกรรมอื่นๆต่อไปอีกได้หรือไม่ สามารถต่อรองกับกลุ่มผู้ลงทุนว่าต้องการกระทำไปในทิศทางใด ศักยภาพในการสร้างสรรค์หรือผลิตขึ้นอยู่กับอะไร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นายทุนหรือกลุ่มอุตสาหกรรมในระดับใหญ่กว่ามีส่วนกำหนดกรอบหรือทิศทางของกิจกรรมขนาดไหนหรือการจัดกิจกรรมแบบใด หรือแม้แต่กระทั่งการเป็นแรงจูงใจในการนำศิลปินที่ชุมชนแฟนคลับชื่นชอบหรือผู้ที่เป็นที่นิยมในขณะนั้นเพื่อมาจัดคอนเสิร์ตในประเทศไทย

1.5.3 ประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงวัตถุของแฟนคลับเกาหลี

แฟนคลับเกาหลีมีคุณสมบัติเฉพาะตัว ที่มีทั้งระดับปัจเจก และระดับการรวมกลุ่มทางสังคม เพื่อจะใช้แสดงตนว่าตนเองเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบใคร การเป็นแฟนคลับในระดับปัจเจกจึงอาจมีการต่อรองอัตลักษณ์เพื่อปรับตัวและการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์บางประการเพื่อที่จะทำให้ตนเองเข้าสู่ชุมชนและเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนได้อย่างกลมกลืน อย่างไรก็ตามผู้ศึกษาต้องการชี้ให้เห็นว่าแฟนคลับเกาหลีมีอัตลักษณ์ของตนเองอย่างไร และมีอัตลักษณ์ในเชิงวัตถุที่สามารถยึดโยงให้ยังเป็นกลุ่มชุมชนที่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องได้อย่างไร โดยแบ่งประเด็นเป็นประเด็นย่อย 2 ประเด็น คือ ประเด็นอัตลักษณ์ของแฟนคลับเกาหลี และอัตลักษณ์เชิงวัตถุของแฟนคลับเกาหลี ซึ่งจะอธิบายดังต่อไปนี้

1.5.3.1 อัตลักษณ์ของแฟนคลับเกาหลี

ความหมายของอัตลักษณ์ (Identity) จะเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์เกี่ยวกับตนเอง การนิยามตนเอง หรือการตอบคำถามว่า เราคือใคร อัตลักษณ์อ้างอิงอยู่กับการจำแนกกลุ่มคน ด้วยป้ายทางสังคม เช่น คนไทย (อัตลักษณ์ทางเชื้อชาติ) ชาย หญิง (อัตลักษณ์ทางเพศ) ป้ายเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงความคิดหรือสิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นเพียงอย่างเดียว แต่มีกลไกของการปฏิบัติการของการสร้างความหมายที่จะทำให้เกิดความสำคัญของแต่ละบุคคลว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มที่มีลักษณะร่วมกัน บางอย่าง ขณะที่คำว่าตัวตนหรือสำนึกเกี่ยวกับความมีตัวตน เน้นการดำรงอยู่ของตัวเราในฐานะที่เป็นบุคคล (Person) *ประธานหรือผู้กระทำ (subject, agent) อัตลักษณ์และตัวตน คาบเกี่ยวกันมากขึ้น*

ในกระแสร่วมสมัยที่เห็นว่าทั้งสองอย่างเป็นสิ่งที่ไม่ได้มีความสมบูรณ์ในตัวเอง และไม่ได้มีแก่นแท้ที่คงทนถาวร หรือเป็นเองตามธรรมชาติ เป็นการมองอัตลักษณ์หรือตัวตนอย่างเคลื่อนไหว มีการเปลี่ยนแปลงตามเวลาสถานที่ มีการต่อตัวหรือปรับไปตามสถานการณ์ต่างๆ และมีภาวะที่หลากหลายไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมทั้งมีการต่อสู้แย่งชิงกันเสมอ การมองเช่นนี้เป็นการเน้นว่าการปฏิสัมพันธ์ของคนกับกลุ่ม หรือระหว่างกลุ่ม การวางตนหรือแสดงตนในโอกาสหรือพื้นที่ต่างๆเป็นการนำไปสู่ความสำนึกในอัตลักษณ์และตัวตน ดังนั้นจึงเป็นการเน้นที่กระบวนการเน้นอัตลักษณ์หรือตัวตนที่เกิดขึ้น เน้นกระบวนการก่อตัวมากกว่าเน้นเป็น پایที่จะสร้างเสร็จหรือสำเร็จรูปแล้ว (ปริตดา เฉลิมเผ่า กอนันตกุล, 2545)

การศึกษาอัตลักษณ์ของแฟนคลับเกาหลีนั้น ผู้ศึกษาจะเริ่มต้นจากการนิยามตนเองของแฟนคลับเกาหลีเองที่อยู่ในฐานะคนใน ซึ่งอาจจะมีการนิยามตนเองที่ต่างออกไปจากคนอื่น (คนนอกที่ไม่ใช่แฟนคลับเกาหลี) เช่นประโยคที่ว่า “เป็นแฟนคลับเกาหลีก็เพราะชอบ แล้วก็ไม่ได้เดือนร้อนใคร แถมยังทำให้ตั้งใจทำงานเก็บเงินอีก” (น้องแจม, สัมภาษณ์วันที่ 7 เมษายน 2555) เป็นประโยคที่ผู้ศึกษาได้คุยกับแฟนคลับเกาหลีซึ่งเป็นคนหนึ่งที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี โดยมีความขัดแย้งกับหลายๆครั้ง ที่เราได้ยินคำว่า “ดิ่งเกาหลี” ในข่าวต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมไทย เช่น การนั่งเฝ้ารอซื้อบัตรชมคอนเสิร์ตหมดภายในเวลาไม่กี่นาที ความคลั่งไคล้ศิลปินเกาหลีแบบไม่ลืมหูลืมตา และจากข่าวสารต่างๆทำให้คนกลุ่มนี้เป็นผู้ที่ถูกสังคมประทับตราว่า เป็นผู้ที่เป็นปัญหา หรือสร้างผลกระทบต่อสังคม เช่น ความเดือดร้อนจากการไปรับ-ส่งศิลปินที่สนามบิน, ที่ห้างสรรพสินค้าพารากอน, เซ็นทรัลลาดพร้าว หรือสถานที่จัดงาน เห็นได้จากหลายข้อข้อข่าวที่ว่า “ดิ่งเกาหลีรับ EXO รดติดหนึบ-ห้างแทบแตก” (หนังสือพิมพ์คมชัดลึก วันพุธที่ 9 มีนาคม 2559) “ดิ่งเกาหลีติดแฮชแท็กถล่มทีวีพูล แพร่ความหมิ่นศิลปินชื่อดัง” (หนังสือพิมพ์แนวหน้า วันพุธที่ 30 กันยายน 2558) “ดิ่งเกาหลีถล่มยับ ต้าเหิง (ดารานางในสังกัด GDH) รับผิดชอบแตกซี่แจง 3 รอบแต่ไม่มีใครฟัง” (ผู้จัดการออนไลน์ วันที่ 29 กรกฎาคม 2559) และอีกหลายปรากฏการณ์ที่สะท้อนให้เห็นว่าการรวมกลุ่มดิ่งเกาหลีนั้นเป็นผู้ที่สร้างผลกระทบต่อสังคม ทำให้ถูกมองว่าเป็นผู้สร้างความเดือดร้อนให้กับผู้อื่น จากปรากฏการณ์ต่างๆที่ให้เห็นตามข่าวหรือสื่อต่างๆ หลายๆปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ดิ่งเกาหลีหรือแฟนคลับเกาหลี เป็นผู้ที่ถูกมองไปในทางที่ค่อนข้างลบ ซึ่งในหลายครั้งเมื่อมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมาจากดิ่งเกาหลีก็มีการรวมกลุ่มกันทาง Social Media เพื่อต่อสู้ อธิบาย ถกเถียง เพื่อทำความเข้าใจกันระหว่างกลุ่มแฟนกับกลุ่มผู้ที่ไม่ใช่แฟน ซึ่งแน่นอนว่าการนิยามคำว่าแฟนคลับเกาหลีของคนในและคนนอกก็อาจจะไม่เหมือนกัน ซึ่งแฟนคลับเกาหลีเองนั้นจะนิยามตนเองอย่างไร และจะทำให้มีความรู้สึกว่าเป็นอัตลักษณ์หนึ่งเดียวกับชุมชนไหม

คนเรามากมีภาพของ “แฟน” ไปในลักษณะของความชื่นชม หลงใหลในดารา หรือกิจกรรมอะไรบางอย่างที่มากเกินไป ยิ่งไปกว่านั้นผลงานจากนักร้องสาวมวอลชนโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์

มักสื่อให้เห็นถึงความผิดปกติจากความเป็น “แฟน” (Abercrombie and Longhurst, 1998) อย่างไรก็ตาม การแบ่งแยกโลกของผู้ที่เป็น “แฟน” (fan) กับ “ผู้ที่ไม่ใช่แฟน” (non-fans) นั้นมักได้รับการแบ่งจากผู้ที่ยกตนว่าไม่ใช่พวก “แฟน” ที่จะแสดงให้เห็นว่าผู้ที่ไม่ใช่พวกเดียวกับพวกเขาจะเป็นผู้ที่ผิดปกติธรรมดา ส่วนพวกที่ไม่ใช่แฟนจะเป็นพวกปกติหรือพวกที่ปลอดภัย การใช้ความหมาย ความเป็นแฟน (fandom) ว่าเป็นกิจกรรมที่เบี่ยงเบน (deviant activity) นั้นทำให้ปัจเจกบุคคลมีความมั่นใจเพิ่มขึ้น (reassuring) และมีสถานะความเป็นตัวตนที่ได้รับการยอมรับ (self-aggrandizing stance) การนิยามดังกล่าวล้วนแต่สนับสนุนการประกอบสร้างคุณค่าพิเศษเฉพาะ เช่น เหตุผลเหนืออารมณ์ มีการศึกษาเหนือกว่าไม่มีการศึกษา วัฒนธรรมชั้นสูงเหนือกว่า เทคโนโลยีประชานิยม กระแสหลักเหนือชายขอบ ฯลฯ อย่างไรก็ตามได้มีข้อโต้แย้งถึงการมองพวก “แฟน” ว่าเป็นคนอื่น จะทำให้มีผลต่อการทำความเข้าใจถึงประเด็นที่ว่า บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อในสังคมร่วมสมัยอย่างไร ดังนั้นการก่อสร้าง (reconstruction) รูปแบบของ “แฟน” จึงเป็นวิถีทางในการทบทวนรูปแบบใหม่ของผู้รับสาร โดยเฉพาะการใช้แนวคิดวัฒนธรรมมวลชน (mass culture view) ที่มองถึงผลกระทบที่มีโดยตรงและทันทีทันใด (Jenson, 1992 อ้างใน กระจำวงศ์ ศรีกระจำวงศ์, 2545) ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงมุ่งเน้นไปที่การอธิบายตนเองท่ามกลางการถูกมองหรือการตีตราจากภายนอกว่าผู้ที่เป็นแฟนนั้นไม่ได้มีเพียงการอธิบายในแง่ลบ หรือเป็นผู้อื่นของสังคม หรือมองตนเองว่าเป็นอย่างไร อีกทั้งยังอธิบายแฟนคลับในระดับปัจเจก รวมไปถึงการกระทำกิจกรรมต่างๆ ของแฟนคลับที่เป็นตัวยึดโยงและพาให้แฟนคลับเกาหลีเป็นชุมชนแฟนคลับชุมชนหนึ่งที่ขับเคลื่อนต่อไปได้ นอกจากนี้แล้ว ตัวของแฟนคลับเองจะมีการให้ความหมายต่อตนเองและการนิยามตนเองอย่างไร หรือการมองตนเองเป็นผู้ที่แตกต่างจากคนที่ไม่ใช่แฟนคลับเกาหลีหรือไม่ และการนิยามตนเองนั้นสามารถทำให้แฟนคลับในระดับปัจเจกรู้สึกว่าเข้าสู่ชุมชนและมีความเป็นกลุ่มก้อนมากขึ้นหรือไม่

อย่างไรก็ตามมีงานศึกษาของ กาญจนา แก้วเทพ (2555, น. 306 – 307) ได้กล่าวถึงตัวบ่งชี้ที่จะแสดงถึงความเป็นแฟน เช่น การระบุว่าแฟนแล้วหรือยังนั้นเป็นการระบุจากเจ้าตัวรับรู้เอง (subjective) หรือเป็นการนิยามระบุมาจากบุคคลภายนอก (ผู้วิจัย) หรือ ตัวบ่งชี้ที่มีลักษณะที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่า เช่น การติดสติ๊กเกอร์ทีมฟุตบอลที่มีชื่อไว้หลังรถ แต่บางอย่างก็มองไม่เห็นเพราะเป็นความรู้สึกภายใน หรือ อาการที่จะแสดงออก ซึ่งจะขึ้นอยู่กับประเภทของแฟนว่าเป็นแฟนในระดับปัจเจก หรือในระดับกลุ่มที่บ้าคลั่ง เป็นต้น ทั้งนี้ กาญจนา ยังได้พูดถึงข้อสรุปของ L. Lewis (1992) ที่บอกว่า เมื่อ คนส่วนใหญ่ พูดถึงบรรดาแฟนทั้งหลายนั้น ท่าทีที่มีต่อกลุ่มแฟนนั้นมักมีนัยยะไปในทางลบ กล่าวคือภาพลักษณ์ของกลุ่มแฟนนั้นมักจะเป็นพวกที่หลงใหลคลั่งไคล้อะไรมากจนเวอร์ผิดปกติ ทำอะไรที่ดูโง่ไม่เข้าท่า เช่น การทุ่มเทหวอดศิลปินอันเป็นที่รักเป็นหลักแสนบาท อย่างไรก็ตามคนส่วนใหญ่ไม่ได้รวมถึงคนที่เป็นแฟนแน่นอน แต่ในอีกด้านหนึ่ง คนทั่วไปก็ระแวกกระอ่วนต่อปรากฏการณ์เป็นแฟนนี้ ซึ่งในการศึกษาแฟนคลับเกาหลีนี้จะเน้นมุมมองการนิยามทั้ง

ความเป็นแฟน และความเป็นชุมชนแฟนคลับเกาหลีของผู้ที่เป็นแฟนคลับเองเท่านั้น การนิยามตนเองของแฟนคลับว่าเป็นเช่นไรนั้น หากเป็นแฟนคลับในระดับปัจเจกจะทำให้มีความรู้สึกแตกต่างกันกับผู้ที่ไม่ใช่แฟนคลับเกาหลีหรือไม่ จะเป็นจุดกำเนิดของความรู้สึกว่าเป็นกลุ่มเดียวกันกับแฟนในระดับปัจเจกคนอื่นๆไหม และสามารถถกเถียงกับผู้ที่ไม่ใช่แฟนต่อสถานการณ์ต่างๆอย่างไร

ที่ผ่านมาการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์และการนิยามตนเองของกลุ่มแฟนคลับศิลปินอื่นๆ เช่นในงานศึกษาเรื่อง “แฟนคลับ: กระบวนการกลุ่มและพฤติกรรมสมาชิก” ของภัทรนันท์ หนูหนักดี (2550) ซึ่งเป็นการศึกษาแฟนคลับของในกลุ่มเรียลลิตี้โชว์ โดยการให้ความหมายของการเป็นแฟนโดยมุมมองของคนในคือกลุ่มแฟนคลับเอง ใช้แนวคิดเรื่องแฟนคลับเพื่ออธิบายและแสดงให้เห็นว่าผู้ที่เป็นแฟนคลับนั้นเกิดจากการที่บุคคลชื่นชอบและพอใจในสิ่งต่างๆจนกลายมาเป็นความคลั่งไคล้ และรวมตัวกันจนถูกเรียกว่าแฟน กลุ่มแฟนคลับคือคนที่ชื่นชอบในศิลปินคนเดียวกันเป็นการรวมกลุ่มของปัจเจกเพื่อสร้างพื้นที่ในสังคมเพื่อแสดงถึงตัวตน สมาชิกแฟนคลับเหมือนเครื่องต่อรองและเรียกร้องการกระทำที่เหมาะสมจากคนในสังคม ซึ่งมีโครงสร้างค่อนข้างหลวม การขับเคลื่อนจะประกอบไปด้วยเว็บไซต์และการนัดหมายรวมกลุ่ม ซึ่งมีศิลปินเป็นศูนย์กลางองค์ประกอบที่ทำให้แฟนคลับยังคงอยู่ในสังคม คือ การมีโครงสร้างของการรวมกลุ่มที่แข็งแรง สมาชิกมีความผูกพันอย่างเหนียวแน่น มีบทบาทหน้าที่ของตนเองทั้งก่อนและหลังเป็นสมาชิก บรรทัดฐานกลุ่มไม่ขัดต่อบรรทัดฐานหลักของสังคม ซึ่งสมาชิกจะมีพฤติกรรมที่เด่นชัด เช่น การเฝ้าติดตามหรือการสนับสนุนทางด้านเงินทอง สิ่งของ การบอกเป็นนัย (การแต่งกายของคลับ) เพื่อเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มโดยสื่อมีการเผยแพร่และผลิตซ้ำ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของสมาชิกแฟนคลับเกาหลีเพื่อเป็นแนวทางในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งพบว่า แฟนคลับเกาหลีคือคนที่ชอบศิลปินคนหรือกลุ่มเดียวกัน รวมกลุ่มกันเพื่อสร้างพื้นที่ในสังคมเพื่อแสดงถึงตัวตนสมาชิก แฟนคลับเสมือนเป็นการต่อรองและเรียกร้องการกระทำต่อรับที่เหมาะสมจากคนในสังคม โดยมีจุดร่วมเดียวกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นความหมายของแฟนคลับเกาหลี คือผู้ที่ชื่นชอบความเป็นเกาหลี โดยเป็นแฟนที่มีความหลงใหล คลั่งไคล้ และอุทิศเวลาสำคัญเพื่อติดตามศิลปินเกาหลีที่เขาชื่นชอบ ซึ่งมีลักษณะเป็นทั้งปัจเจกและการรวมตัวกันของปัจเจกกลายเป็นกลุ่ม ซึ่งกลุ่มแฟนคลับเกาหลีมีลักษณะที่ไม่แตกต่างจากแฟนคลับในกลุ่มอื่นๆมากนัก แต่ก็ไม่ได้มีแบบแผนและบรรทัดฐานการรวมกลุ่มเหมือนแฟนคลับกลุ่มอื่นที่ชัดเจนแน่นอน เป็นการรวมกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี ในการดู ชม ติดตาม และมีกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน มีพฤติกรรมที่มีความกระตือรือร้นมีการเสพสื่อและบางครั้งก็มีความสร้างสรรค์ไม่ได้นิ่งเฉยต่อการบริโภคสื่อ จากการสังเกตของผู้ศึกษา พบว่าพฤติกรรมการพบปะโดยมีศิลปินเป็นศูนย์กลางมีความถี่ไม่บ่อยนักเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มแฟนคลับอื่นๆ ซึ่งแฟนคลับเกาหลีจะมีการรวมกลุ่มกันตามวันและเวลาที่ศิลปินเดินทางมายังประเทศไทย หรือ

งานมีที่ตั้งต่างๆ ซึ่งในแต่ละปีก็จะมีคอนเสิร์ตและแฟนมีตติ้งของศิลปินแต่ละคน ประมาณ 1-2 ครั้ง อีกทั้งไม่มีการสมัครสมาชิกอย่างเป็นทางการ ไม่มีจำนวนสมาชิกที่แน่นอนได้ ซึ่งเป็นเพียงกลุ่มที่เกิดจากสมาชิกที่มีความชอบสิ่งบันเทิงเหมือนกัน ที่ติดต่อสื่อสารกัน การรวมกลุ่มนี้ก็มักกิจกรรมต่างๆ เป็นตัวขับเคลื่อนและยึดโยงความเป็นชุมชน จากการทบทวนวรรณกรรมและประสบการณ์ของผู้ศึกษาได้มองเห็นประเด็นที่น่าสนใจคือ ผู้ที่เป็นแฟนคลับเองนั้นได้ให้ความหมายต่อการเป็นแฟนคลับเกาหลีนี้อย่างไร และผู้ที่ไม่ใช่แฟนให้ความหมายอย่างไร เช่น จากข่าวสารต่างๆ นั้น ส่วนมากจะมีความหมายเป็นไปในแง่ลบ ทั้งการคลังไคล้ หลงไหล ซึ่งก็กลายเป็นภาพลักษณ์ของคำว่าแฟนคลับเกาหลีหรือติ่งเกาหลีที่ถูกมองของสังคม จึงมีคำถามว่า หากกลุ่มแฟนคลับเกาหลินิยามตนเองว่าเป็นอย่างไรแล้ว จะเกิดความเป็นกลุ่มเดียวกันและจะทำให้เป็นส่วนสำคัญที่จะยึดโยงกลุ่มไว้หรือไม่ การศึกษาการนิยามตนเองสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของแฟนคลับเกาหลีว่ามองตนเองอย่างไร เป็นผู้ที่แตกต่างกับผู้ที่ไม่ใช่แฟนอย่างไร เพื่อชี้ให้เห็นถึงความหมายของตัวตนแฟนคลับเกาหลี ทั้งนี้ลักษณะเด่นของแฟนคลับเกาหลีที่สามารถธำรงรักษากลุ่มให้ยังคงดำเนินต่อไปมีจุดศูนย์กลางเพื่อใช้ในการยึดโยงให้ชุมชนยังคงอยู่คืออัตลักษณ์เชิงวัตถุซึ่งจะพูดถึงในหัวข้อต่อไป

1.5.3.2 อัตลักษณ์เชิงวัตถุของแฟนคลับเกาหลี

อัตลักษณ์มีความหมายคาบเกี่ยวกับระหว่างตัวตนและอัตลักษณ์ที่สัมพันธ์กับสังคม หมายถึง โครงสร้างทางสังคมที่กำหนดพฤติกรรมการแสดงออกที่เกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ ความสัมพันธ์ทางสังคมของปัจเจกบุคคลต่อคนอื่นๆ อัตลักษณ์เกี่ยวข้องกับความคิดและการตีความของปัจเจกบุคคล การให้ความหมายของตัวเองเมื่อสัมพันธ์กับสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบตัว อัตลักษณ์จึงมีมิติที่ทับซ้อนระหว่างโครงสร้างสังคมที่กำหนดปัจเจก นิยามปัจเจกในฐานะผู้กระทำ อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะเป็นพลวัตอยู่ตลอด เป็นทั้งจิตสำนึกส่วนตัว และจิตสำนึกส่วนรวมในระดับสังคมที่เกิดจากการนิยามตนเองว่าตัวเองเป็นใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่นหรือกลุ่มสังคมอื่นอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออกถึงสัญลักษณ์ดังกล่าว อัตลักษณ์มีได้ทั้งปัจเจก (Individual Identity) และอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม (Collective Identity) ในระดับปัจเจกบุคคลหนึ่งอาจจะมีหลายอัตลักษณ์อยู่ในตนเอง เช่น เพศ ช่วงชั้นทางสังคม อาชีพ เป็นต้น ส่วนอัตลักษณ์ของกลุ่มนั้นถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานความเหมือนกันของสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งบนพื้นฐานความเหมือนของกลุ่มย่อมมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นมาเป็นตัวกำหนดความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มของตน อนุกรมวิธานของวาทกรรม ซึ่งอาจมีสถานการณ์หนึ่งซึ่งเชื่อมต่อกันส่วนประกอบรวมขึ้นมาในบริบทต่างๆ ซึ่งจะแสดงออกในลักษณะหนึ่ง และเมื่อบริบทเปลี่ยนแปลงก็จะทำให้อัตลักษณ์เปลี่ยนแปลงไปด้วย (ณัฐพงศ์ จิตรนิรัตน์, 2548)

ถึงแม้ว่าอัตลักษณ์จะเป็นการนิยามความเป็นตัวตน ที่แสดงให้เห็นทราบและระบุถึงบุคคลนั้นๆ แต่เมื่อทบทวนพิจารณาแล้ว อัตลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบทของโลกโลกาภิวัตน์ที่เน้นการปฏิสัมพันธ์ในมิติเวลาที่รวดเร็ว มิติของพื้นที่ที่ไร้ขอบเขต และการเคลื่อนไหวในระดับขบวนการทางสังคม จึงก่อให้เกิดอัตลักษณ์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทิศทางใหม่และปัจจัยอื่น ๆ มากขึ้น และสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามทิศทางต่างๆในสังคม ไม่ใช่เป็นเพียงสิ่งที่กำหนดจากปัจเจกบุคคลเสมอไป เช่นเดียวกับการศึกษาแฟนคลับแม้ว่าจะนิยามระบุว่ามีความเป็นตัวตนว่าการเป็นแฟนคลับเกาหลีต้องมี “คุณสมบัติ” อย่างไรแล้ว การศึกษาแฟนคลับเกาหลีก็เป็นการศึกษาแฟนคลับอีกปรากฏการณ์หนึ่งซึ่งจะมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงหรือเป็นพลวัตไปตามอัตลักษณ์ของชุมชนไปด้วยเช่นกัน ซึ่งเมื่อได้รวมเป็นชุมชนแล้วก็จะมีการสถาปนาตนเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (sub culture) ที่มีความมั่นคง มีสังคมของตัวเอง และสามารถสร้างกลไกทางวัฒนธรรมของตนเอง เช่น มีกลุ่มสมาคม มีกลุ่มแฟนฟิคชั่น กลุ่มเดินโคฟเวอร์ กลุ่มผู้คิดและจัดทำ project เป็นต้น

แฟนคลับเกาหลีจะมีคุณสมบัติเฉพาะตัว ที่จะใช้แสดงตนว่าตนเองเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบศิลปินเกาหลี หรือแม้กระทั่งการระบุตัวตนไปถึงการชื่นชอบแต่ละศิลปินก็จะมีลักษณะของทั้งบุคคลและกลุ่มที่ต่างกัน และมีลักษณะเป็นพลวัตอยู่ตลอด ไม่ใช่สิ่งที่แน่นอนตายตัว อัตลักษณ์ปัจเจกบุคคลนั้นมีการเคลื่อนไหวไม่คงที่ มีการปรับเปลี่ยนไปมา ซึ่งเมื่ออัตลักษณ์อยู่ในโลกโลกาภิวัตน์ทั้งทางเทคโนโลยี การสื่อสาร วัฒนธรรม ก็จะทำให้มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์หลายๆด้าน ดังนั้นอัตลักษณ์จะเปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางสังคมต่างๆ แฟนคลับเกาหลีจึงเป็นกลุ่มอัตลักษณ์หนึ่งที่ไม่เหมือนกันกับกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลหรือแฟนคลับศิลปินไทย ด้วยบริบททั้งทางด้านพื้นที่ เวลา และกระบวนการสร้างของกลุ่ม

การศึกษาแฟนคลับในประเทศไทยแม้ว่าจะมีการศึกษานิยามระบุว่าแฟนคลับมีลักษณะความเป็นตัวตนอย่างไรแล้วนั้น การศึกษาแฟนคลับเกาหลีก็เป็นการศึกษาแฟนคลับอีกปรากฏการณ์หนึ่งซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามอัตลักษณ์ในระดับปัจเจกและระดับกลุ่มไปด้วยเช่นกัน แม้ว่าอัตลักษณ์จะเป็นการนิยามความเป็นตัวตน ที่แสดงให้เห็นทราบและระบุถึงบุคคลนั้นๆ แต่เมื่อทบทวนพิจารณาแล้ว อัตลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบทของโลกโลกาภิวัตน์ที่เน้นการปฏิสัมพันธ์ในมิติเวลาที่รวดเร็ว มิติของพื้นที่ที่ไร้ขอบเขต และการเคลื่อนไหวในระดับขบวนการทางสังคม จึงก่อให้เกิดอัตลักษณ์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทิศทางใหม่และปัจจัยอื่น ๆ มากขึ้น และสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามทิศทางต่างๆในสังคม ไม่ใช่เป็นเพียงสิ่งที่กำหนดจากปัจเจกบุคคลเสมอไป

ที่ผ่านมาก็ได้มีงานศึกษาของ ของณัฐธิดา ภูโคกสูง (2547) เรื่อง “การสื่อสารกับการรับรู้อัตลักษณ์ของแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย: กรณีศึกษาลิเวอร์พูลไทยแลนด์แฟนคลับ” ที่ได้ศึกษาถึงการสื่อสารกับการรับรู้อัตลักษณ์ของกลุ่มลิเวอร์พูลไทยแลนด์แฟนคลับ โดยมุ่งประเด็นไปที่ การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ของสมาชิกและสัญญาณของกลุ่มว่าคืออะไร ซึ่งผู้ศึกษาได้นำแนวคิด

ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์มาอธิบายหาข้อแตกต่างของกลุ่มลิเวอร์พูลไทยแลนด์แฟนคลับว่าในกลุ่มมีจุดเด่นอะไรและแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร และอัตลักษณ์เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวตนกับสังคม เช่นเดียวกับกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกแต่ละคนนั้นจะมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปแต่เมื่อทุกคนได้เข้ามาที่มีความเป็นสมาชิกก็ต้องปรับตัวให้เป็นไปตามอัตลักษณ์ของกลุ่มทำให้ได้ยอมรับจากกลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเกิดจากการรวมตัวของแฟนๆ ที่คลั่งไคล้ก่อตั้งเป็นชมรมเพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดต่อกันภายใน โดยผู้ที่เข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มนั้น จะต้องดำเนินไปตามอัตลักษณ์ของกลุ่ม ซึ่งคือการแสดงออกบนความภาคภูมิใจของความสำเร็จผ่านการดำเนินงานทางสังคม ก่อตั้งเป็นชมรมเพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดต่อกันภายใน โดยอัตลักษณ์ของกลุ่มคือการแสดงออกบนความภาคภูมิใจของความสำเร็จผ่านการดำเนินงานทางสังคม, บทเพลง, การเชียร์กีฬา, การรวมตัว, อาศัยสื่อใหม่ ทำให้รู้สึกถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน นอกจากนี้สัญญาณของกลุ่มแฟน คือ รูปหงส์แดง สีแดง หรือมีการนำสีอันกับบอลที่ชื่นชอบมาเปลี่ยนเป็นโปรไฟล์หรือนามปากกาที่ใช้สนทนากันตามเว็บไซต์ อย่างไรก็ตามแฟนคลับเกาหลีนั้นมีอัตลักษณ์ของกลุ่มที่แตกต่างจากแฟนอื่น ๆ ตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจว่าตามที่แฟนคลับเกาหลีที่มีอัตลักษณ์ต่างจากแฟนคลับในกลุ่มอื่น ๆ นั้นมีกระบวนการสร้างอัตลักษณ์อย่างไร มีการแสดงออกผ่านกิจกรรมกลุ่มต่างจากแฟนคลับกลุ่มอื่นและภายในกลุ่มนั้นมีการต่อรองระหว่างสมาชิกในมิติอื่น ๆ หรือไม่อย่างไร

จากการทบทวนวรรณกรรม แฟนคลับในกลุ่มอื่นๆ เช่น แฟนฟุตบอล หรือแฟนศิลปินก็จะมีอัตลักษณ์ต่างๆที่แตกต่างกันตามความชื่นชอบ จึงกล่าวได้ว่าอัตลักษณ์ของแฟนคลับนั้นจึงมีลักษณะเป็นพลวัตอยู่ตลอด ไม่ใช่สิ่งที่แน่นอนตายตัว อัตลักษณ์ในระดับปัจเจกบุคคลนั้นมีการเคลื่อนไหวไม่คงที่ มีการปรับเปลี่ยนไปมา ซึ่งเมื่ออัตลักษณ์อยู่ในโลกโลกาภิวัตน์ทั้งทางเทคโนโลยี การสื่อสาร วัฒนธรรม ก็จะทำให้มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์หลายๆด้าน ดังนั้นอัตลักษณ์จะเปลี่ยนไปตามบริบททางสังคมต่างๆ เช่น การใช้รูปโปรไฟล์ การใช้สีประจำตัว ภาษาในการสื่อสาร เป็นต้น อย่างไรก็ตามแฟนคลับเกาหลีจึงเป็นกลุ่มอัตลักษณ์หนึ่งที่ไม่เหมือนกันกับกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลหรือแฟนคลับศิลปินไทย และอัตลักษณ์ของแฟนคลับเกาหลีในระดับปัจเจกก็จะเป็นอัตลักษณ์หนึ่งซึ่งอาจจะไม่เหมือนกับอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับอย่างไร และด้วยบริบททั้งทางด้านพื้นที่ เวลา และกระบวนการสร้างของกลุ่มนั้น จะมีการต่อรองอัตลักษณ์ของตนเองอย่างไร เพื่อให้สามารถเข้าร่วมอยู่ในชุมชนแฟนคลับเกาหลีได้

เมื่อพิจารณาถึงสถานะของแฟนคลับเกาหลี ในปัจจุบันศิลปินเกาหลีมีความหลากหลายของตัวศิลปินซึ่งส่วนมากจะเป็นลักษณะวงดนตรีจะมีศิลปินหลายคน แต่ละคนก็มีมิติทางการสื่อสารแตกต่างกัน ซึ่งแฟนคลับนี้เป็นการรวมกลุ่มกันระหว่างการเป็นปัจเจกบุคคลเข้าไปอยู่ในกลุ่มกิจกรรมที่มีความหลากหลาย จึงเป็นที่น่าสนใจว่าการปรับตัวของแฟนคลับในระดับปัจเจก

เข้าสู่ชุมชนนั้น มีการปรับตัวหรือเปลี่ยนแปลงเพื่อเข้าสู่กลุ่มได้อย่างไร หรือต่อรองอัตลักษณ์ตนเองกับกลุ่มอย่างไร เพื่อให้ตัวเองสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชุมชนได้อย่างกลมกลืนไม่แปลกแยก

แฟนคลับมีมิติที่ทับซ้อนระหว่างโครงสร้างสังคมที่กำหนดปัจเจก ซึ่งอัตลักษณ์ส่วนตัวและอัตลักษณ์ส่วนร่วมของกลุ่มก็ต้องปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ในขณะเดียวกันนี้กลุ่มแฟนคลับเกาหลีแต่ละคนก็อาจมีอัตลักษณ์ของความเป็นคนที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี เมื่อมีการรวมกลุ่มกันขึ้นมาก็จะก่อให้เกิดอัตลักษณ์ร่วมกันของกลุ่มซึ่งก็อาจก่อให้เกิดรูปแบบของการดำเนินชีวิตที่แตกต่างออกไปจากโลกแห่งความจริง และเมื่อมีสถานที่เพื่อให้พบปะกันก็จะเกิดเป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มที่แตกต่างออกไปจากกลุ่มแฟนคลับกลุ่มอื่นๆที่เคยมีการศึกษามาหรือไม่

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อพิจารณาสถานะของแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยแล้วนั้น ก็อาจกล่าวได้ว่าอัตลักษณ์ของแฟนคลับคือ การจำแนกว่ามีสิ่งใดในระดับปัจเจกที่เหมือนกันหรือต่างกัน ซึ่งความเหมือนนั้นอาจเกิดการการผลิตซ้ำจากสิ่งที่ได้รับการส่งเสริมถ่ายทอดมา และการเข้ามารวมกลุ่มซึ่งก็จะต้องมีการปรับตัวเพื่อการเข้าร่วมกับกลุ่ม ดังนั้นการให้ความหมายอัตลักษณ์ในแต่ละบุคคลหรือกลุ่ม คือการพยายามที่จะอธิบายถึงความสัมพันธ์ที่มั่นคงของแนวโน้มต่างๆในฐานะที่เป็นแกนกลางในการสร้างอัตลักษณ์ โดยการจะให้ความสำคัญต่อการพิจารณาถึงการกระทำ (action) ในวัฒนธรรมของบริบททางสังคมของพวกเขาและการให้ความหมายพิเศษทางสังคมต่อการกระทำนั้น ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะนำวรรณกรรมดังกล่าว มาอธิบายการเป็นแฟนคลับ ว่าแฟนคลับเป็นการรวมกลุ่มกันระหว่างการเป็นปัจเจกบุคคลเข้าไปอยู่ในกลุ่มกิจกรรมที่มีความหลากหลาย การปรับตัวของแฟนคลับในระดับปัจเจกเข้าสู่ชุมชนนั้น มีการปรับตัวหรือเปลี่ยนแปลงเพื่อเข้าสู่กลุ่มได้อย่างไร หรือต่อรองอัตลักษณ์ตนเองกับกลุ่มอย่างไร ซึ่งเมื่อเข้าไปอยู่ในชุมชนแล้วนั้นมีมิติความทับซ้อน มีกระบวนการอย่างไร

บทที่ 2

วิธีการศึกษาและข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ในบทนี้ผู้ศึกษาต้องการนำเสนอวิธีการศึกษา และข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นของแฟนคลับเกาหลีไปจนถึงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้แสดงและอธิบายให้เห็นถึงกระบวนการทำงานภาคสนาม การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในมิติต่างๆ ตั้งแต่วิธีการเริ่มต้นเก็บข้อมูล จนกระทั่งเป็นข้อมูลผลการศึกษาซึ่งเป็นการนำเข้าไปสู่เนื้อหาของการศึกษาเรื่องแฟนคลับเกาหลีในส่วนของผลการศึกษาต่อไป

การศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบไปด้วย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) การสังเกตการณ์ (Observation) ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ ตุลาคม 2558 จนถึง ธันวาคม 2560 และศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง (Document) แหล่งข้อมูลภายในกลุ่ม ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลความสัมพันธ์ของกลุ่ม กิจกรรมของกลุ่ม จากการรวมกลุ่มกิจกรรมต่างๆของแฟนคลับทั้งที่เป็น online และ offline ผู้ศึกษาตัดสินใจเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็นแฟนคลับของศิลปินที่มีผลงานในประเทศไทยในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาโดยไม่ได้กำหนดว่าเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีวงใด ซึ่งได้แก่ กลุ่มแฟนคลับเกาหลีที่เป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลี และเป็นผู้ทำกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวกับการเป็นแฟนคลับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่มก็ได้อย่างน้อย 1 กลุ่มกิจกรรมการศึกษาปรากฏการณ์นิยมจะทำให้เกิดความเข้าใจปรากฏการณ์ของกลุ่มแฟนคลับซึ่งเป็นลักษณะของทั้งปัจเจกและกลุ่มซึ่งจะแสดงออกถึงพฤติกรรมการรวมกลุ่ม โดยผู้ศึกษาจะเข้าไปเรียนรู้คลุกคลีกับกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาชุมชนแฟนคลับเกาหลีเพื่อทำความเข้าใจและสามารถอธิบายปรากฏการณ์นั้นได้

ในขั้นตอนแรกผู้ศึกษาได้ทำการการค้นคว้า ศึกษาข้อมูล เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้พื้นที่ของกลุ่มแฟนคลับ การรวมกลุ่มเครือข่ายของแฟนคลับเกาหลี รวมไปถึงศึกษาข้อมูลพัฒนาการของสื่อเกาหลีใต้ที่เข้ามาในประเทศไทย โดยใช้เอกสาร หนังสือ บทความวิชาการ งานวิจัย วารสาร วิทยานิพนธ์ และอินเทอร์เน็ต โดยหลังจากได้ทบทวนวรรณกรรมและค้นคว้าการวิจัยจากเอกสารแล้วนั้น ผู้ศึกษาก็ต้องลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล การค้นคว้า ศึกษาข้อมูลจากพื้นที่ที่จะศึกษาและการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) นั้น ผู้ศึกษาได้ให้ความสำคัญกับการเป็นแฟนคลับเกาหลีที่ไม่ได้เป็นแฟนคลับที่ติดตามอยู่เพียงลำพัง เป็นแฟนคลับในระดับที่มีความกระตือรือร้นหรือเป็นผู้ติดตามมากกว่า

การติดตามผลงานของศิลปินจากทางสื่อออนไลน์เท่านั้น โดยการเข้าร่วมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ใน การศึกษานี้ผู้ศึกษาจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนิยายแฟนฟิกชั่น กลุ่มโคฟเวอร์แดนซ์ กลุ่มการจัดกิจกรรม ซึ่งผู้ศึกษาจะอธิบายตามประเด็นดังต่อไปนี้

- 2.1 ลักษณะเบื้องต้นของแฟนคลับเกาหลี
- 2.2 “ติ่ง” หรือ “แฟนคลับ”
- 2.3 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง
- 2.4 ความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างกับความเป็นแฟนด้อม (fandom)
- 2.5 สนามของการศึกษาและการเข้าถึงข้อมูล

2.1 ลักษณะเบื้องต้นของแฟนคลับเกาหลี

การเข้ามาของสื่อบันเทิงของประเทศเกาหลีถือเป็นความบันเทิงต่างประเทศที่ใหม่ที่สุด และประสบความสำเร็จอย่างกว้างขวางสำหรับประเทศไทยด้วยความที่สื่อพยายามสอดแทรก วัฒนธรรมลงไป เช่น สถานที่ท่องเที่ยว การแต่งกาย อาหาร จนกระทั่งสอดแทรกวิถีชีวิต อารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลลงไปด้วยทำให้ผู้รับสื่อรู้สึกผูกพัน และติดตามอยู่เรื่อยๆ มาถึงปัจจุบัน นับเป็น เวลาประมาณกว่า 10 ปีแล้ว ซึ่งก็ต้องยอมรับว่าเป็นกระแสหนึ่งที่มีความยาวนาน และสิ่งสำคัญที่ทำให้ กระแสนี้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง ก็คือ กลุ่มคนที่สนับสนุนหรือกลุ่มแฟนคลับ ชลวรรณ วงษ์อินทร์ (2548) กล่าวสรุปว่า กลุ่ม คือการรวมตัวของบุคคลซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันมีความสนใจร่วมกัน หรือการแสดงออกร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยได้รับอิทธิพลจากผลกระทบจากกันและกัน รวมถึง รู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน มีตั้งแต่ 2 คนเป็นต้นไป มีกระบวนการกลุ่มและเป้าหมายที่ชัดเจน สมาชิก ต้องเข้าใจในวิถีทาง และมีวิถีคิดที่คล้ายตามกัน การรวมกลุ่มของแฟนคลับเกาหลีก็เช่นเดียวกัน มี เป้าหมายคือชื่นชอบและติดตามศิลปินที่ตัวเองชอบสร้างความสุขให้กับตนเอง ด้วยวิธีการเสฟสื่อ บันเทิงอีกทางหนึ่ง

จำนวนของแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยนั้นไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่ามีทั้งหมด เท่าไหร่ ไม่เหมือนกันกับการสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับศิลปินไทยสมัยก่อนที่มีการกรอกแบบฟอร์ม เพื่อสมัครเข้าเป็นสมาชิกของแฟนคลับ เช่น สมาชิกของกลุ่มคริสติน่าแฟนคลับ สมาชิกทาฮายังแฟน คลับในการศึกษาในงานของ เจษฎา รัตนเขมากร (2541) ที่บอกว่า ศิลปินไทยในสมัยก่อนนั้นมีการ สมัครสมาชิกโดยการกรอกใบ member ให้รู้ถึงที่มาที่ไปของแฟนคลับคนนี้ และทำให้สามารถนับ จำนวนสมาชิกของคลับได้

ในส่วนของการรวมกลุ่มของแฟนคลับเกาหลีบางส่วนในช่วงแรกอาจจะเกิดขึ้นจากการ เป็นรวมกลุ่มแฟนคลับของสื่อบันเทิงญี่ปุ่น บางส่วนก็ต้องการลองดูสื่อบันเทิงอื่นๆนอกจากสื่อบันเทิง

ในประเทศและก็ติดตามอย่างต่อเนื่อง เมื่อได้รับสื่อบันเทิงอย่างหลากหลายและแพร่หลาย ก็เกิดความชอบกันมากขึ้น และชักชวนกันติดตามมากยิ่งขึ้นทำให้เกิดขนาดกลุ่มแฟนคลับเป็นเครือข่ายที่ใหญ่มากขึ้น โดยไม่จำกัดอายุ แต่ที่พบเจอติดตามศิลปินอยู่บ่อยครั้งจะอายุประมาณ 12-30 ปี ด้วยความที่ศิลปินไม่ใช่คนในประเทศไทย ไม่สามารถบังเอิญเจอกันได้ตามศูนย์การค้าเหมือนศิลปินไทย ดังนั้นแฟนคลับเกาหลีจะมีพฤติกรรมที่ติดตามศิลปินอย่างมาก เมื่อเวลาศิลปินมาก็จะติดตามอย่างมากเช่นเดียวกัน เรียกได้ว่า “เธอไปไหน ฉันไปด้วย” จะติดตามไปเป็นกำลังใจให้ศิลปิน และสนองความต้องการของแฟนคลับเองที่อยากเจอศิลปินไปด้วย

แฟนคลับทั่วไปมีความหมาย คือ เป็นผู้ที่นิยมชมชอบในเรื่องต่างๆ เช่น แฟนหนัง แฟนภาพยนตร์ (พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554) แต่ในความเข้าใจโดยทั่วไปว่า คำว่า แฟน มักนำไปใช้ประกอบคำอื่น เพื่อใช้แสดงนัยยะแห่งความนิยม ชื่นชอบ หลงใหลในบางสิ่งบางอย่าง กลุ่มที่อุทิศตนให้กับบุคคลที่มีชื่อเสียงซึ่งพวกเขาได้อุทิศเวลาอันสำคัญ และทรัพยากรอื่นๆ เพื่อติดตามสิ่งที่เขาชื่นชอบอย่างใกล้ชิด สนใจและให้ความสำคัญในสิ่งเล็กๆน้อยๆ เช่น วันเกิด สีที่ชอบ เป็นต้น (ภัทรนันท์ หนูนภักดี, 2550) แฟนคลับเกาหลีจึงคือคนที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีจากการได้ติดตามและได้เข้าถึงกับศิลปินในรูปแบบต่างๆ เช่น ผลงาน การพบปะในงานคอนเสิร์ต หรืองานแฟนมีตติ้ง จนเกิดเป็นความคุ้นเคยผ่านมุมมองของตนเองเพียงอย่างเดียว ซึ่งแฟนคลับเกาหลีก็เช่นเดียวกัน เป็นผู้ที่หลงใหลในศิลปินเกาหลี ซีรี่ย์เกาหลี ดนตรีเพลงเกาหลีซึ่งมีลักษณะเด่นคือส่วนมากจะเป็นเพลงเร็ว และมีท่อนแร็ปเพิ่มความสนุกสนาน จนกระทั่งได้กลายเป็นผู้ติดตาม สืบค้นข้อมูลของศิลปิน จนกระทั่งเกิดการรวมกลุ่มระหว่างผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีเหมือนกัน ซึ่งแฟนคลับเกาหลีนั้นเองจะเป็นผู้สร้างความหมายว่าตนเองนั้นเป็นใคร เป็นแฟนคลับของใคร และควรจะอยู่ในกลุ่มใด ทั้งนี้การนิยามความหมายของแฟนคลับเกาหลีนั้นก็อาจจะสามารถทำให้เกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชุมชนแฟนคลับได้

อย่างไรก็ตามความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชุมชนแฟนคลับเกาหลีนั้น อาจมีแฟนคลับทั้งที่เป็นจำพวกเดียวกันและที่ไม่ได้เป็นแฟนคลับจำพวกเดียวกัน ซึ่งแฟนคลับด้วยกันเท่านั้นถึงจะ “รู้จัก” ถึงความสัมพันธ์ ประเภท ความซับซ้อน ความหลากหลาย พฤติกรรม ตลอดจนจนถึง “กติกา” ของการอยู่ร่วมกันในชุมชน ส่วนในมุมมองของของผู้ที่ไม่ได้เป็นแฟนคลับเกาหลีนั้น ในบางครั้งก็อาจมีลักษณะที่ตีความเหมารวมว่าแฟนคลับเกาหลีเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยเฉพาะเรื่องที่เป็นไปในทางแง่ลบ ไม่ว่าจะมึลลักษณะที่แตกต่างกันหรือไม่ หรือมีการทำกิจกรรมแบบใด ก็จะถูกมองว่าอยู่ใน “กลุ่มแฟนคลับเกาหลี” ในบางครั้งก็มีลักษณะเหมารวมที่เรียกว่า “ดิ่งเกาหลี” ไปเลย ซึ่งสำหรับแฟนคลับเกาหลีนั้นบางคนคิดว่าคำว่าดิ่งเกาหลีนั้น หมายถึงการถูกมองไปในแง่ลบแล้ว อย่างเช่น ผู้ศึกษาได้คุยกับคุณแม่น้องแม็คที่พูดว่า ลูกของเขาเป็นดิ่งเกาหลีแต่ก็ไมรู้หรือกว่าจริงๆแล้วเป็นแฟนคลับกลุ่มไหน มีพฤติกรรมแบบใด “รู้แต่ว่าเป็นวง EXO” เท่านั้น ไม่ได้รู้รายละเอียดว่าน้อง

แม้จะทำอะไร ได้ติดตามอะไรบ้าง หรือมีกิจกรรมอะไรที่เกี่ยวข้องกับการเป็นแฟนคลับเกาหลีบ้าง (คุณแม่น้องแม็ค, สัมภาษณ์ วันที่ 19 พฤษภาคม 2560) ซึ่งงานศึกษานี้จะหาคำตอบจากกลุ่มแฟนคลับเกาหลีว่าการนิยามตนเองว่ามีความชื่นชอบที่เหมือนกันอยู่แล้วนั้นสามารถทำให้เรากลายเป็นสมาชิกคนหนึ่งในกลุ่มแฟนคลับเกาหลีได้หรือไม่ต่อไป ซึ่งความจริงแล้วอาจจะสามารถแบ่งได้ว่าเป็นทั้งที่กลุ่มเดียวกันและไม่ใช้กลุ่มเดียวกันก็ได้

2.1.1 พฤติกรรมในสื่อ

การแบ่งแยกโลกของผู้ที่เป็นแฟนเกาหลีกับผู้ที่ไม่ใช่แฟนเกาหลีนั้น ในปัจจุบันอาจจะเห็นเป็นเรื่องปกติ และไม่ได้มีความแตกต่างจาก “ผู้อื่น” เท่าใดนัก กล่าวคือ แฟนคลับเกาหลีก็เป็นกลุ่มคนหนึ่งที่ชื่นชอบอะไรอย่างหนึ่งเกี่ยวกับเกาหลีและศิลปินเกาหลี ซึ่งผู้ที่ไม่ใช่เป็นแฟนคลับเกาหลีนั้นก็ต้องมีสิ่งที่คุณชอบอย่างอื่นหนึ่งๆที่ไม่ใช่ศิลปินเป็นเกาหลี นอกเสียจากจะมีปรากฏการณ์ในสังคมที่ทำให้แฟนคลับเกาหลีถูกมองว่าเป็นผู้ที่แตกต่างจากผู้อื่นเป็นผู้ที่ทำให้สังคมไม่เป็นระเบียบและสร้างความเดือดร้อน เช่น ปรากฏการณ์ติดตามดูศิลปินจนทำให้ห้างรถติดและเป็นข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ ว่า

แฟนคลับแห่ชื่นชม 5 หนุ่มบอยแบนด์แดนกิมิจิ "เอ็กโซ" ทำห้างดงย่านลาดพร้าว วิตแตก หลายคนนอนรอข้ามวันจองหน้าเวทีหวังสัมผัสมือ-ขอลายเซ็น ท่ามกลางอากาศร้อน ... ทำเอาฮือฮาและวุ่นวายกันพอสมควร หลังจาก 5 หนุ่ม ซูโฮ เซฮุน ชาน ยอล ฉิน และช็วหมิน จากวงเอ็กโซ บอยแบนด์ชื่อดังจากเกาหลี บินตรงเข้าร่วมกิจกรรม "เอ็กโซ เจอร์นีย์ ทู เนเจอร์ อิน แบงค็อก" ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซาลาดพร้าว สร้างปรากฏการณ์ห้างเกือบแตก โดยมีแฟนคลับแห่ไปเฝ้ารอศิลปินตั้งตั้งแต่ช่วงกลางดึกวันที่ 7 มีนาคม กันอย่างล้นทะลัก ... ทั้งนี้มีแฟนคลับแห่มาเฝ้ารอศิลปินที่รักอย่างล้นหลามบริเวณหน้าศูนย์การค้าดังกล่าวตั้งตั้งแต่ช่วงกลางคืนของวันที่ 7 มีนาคม กระทั่งรุ่งขึ้นช่วงเวลาตั้งแต่ห้างเปิดแพนๆ ต่างกรุเข้าไปในห้างชนิดเต็มทุกชั้น และต่างทยอยมาเรื่อยๆ สร้างปรากฏการณ์ห้างเกือบแตก บางรายถึงกับเป็นลมเนื่องจากอากาศที่ร้อนจัด เจ้าหน้าที่ต้องช่วยกันปฐมพยาบาล...

...ผู้สื่อข่าวรายงานว่า ตั้งแต่เวลา 15.00-17.00 น. มีการจัดกิจกรรม "เอ็กโซ เจอร์นีย์ ทู เนเจอร์ รีพับลิก แบงค็อก" โดยมีกลุ่มนักร้องจากประเทศเกาหลีได้มาจัดกิจกรรมแจกลายเซ็นแฟนคลับ หน้าเซ็นทรัลพลาซาลาดพร้าว โดยมีกลุ่มแฟนคลับเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีการอำนวยความสะดวกด้านการจราจรและความปลอดภัยของแฟนคลับอย่างเต็มที่ ทั้งนี้มีการปิดการจราจรช่องรถเมล์หน้าห้างสรรพสินค้าเป็นการชั่วคราวเพื่องานนี้โดยเฉพาะ โดยสน.พหลโยธินกำหนดให้รถเมล์

จอต้อนรับผู้โดยสารบริเวณเกาะกลางถนน และจะประสานผู้รับเหมาก่อสร้างให้ขยับแบร์ริเออร์บนถนนพหลโยธินขาออก เพื่อทำเป็นป้ายรถเมล์ชั่วคราว อีกทั้งห้างสรรพสินค้ามีการติดตั้งรั้วกันเพื่อความปลอดภัย และเพื่อป้องกันการชะลอรถดู

(ปรากฏการณ์‘ตึงเกาหลี’คลังโคลั่มหลง‘เอ็กโซ’ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก ฉบับวันที่ 10 มี.ค. 2559 (กรอปปาย))

ในส่วนของปรากฏการณ์อื่นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของแฟนคลับเกาหลี ที่บ่งบอกว่าแฟนคลับสร้างความเดือดร้อนให้แก่สังคม เช่น เหตุการณ์การจองบัตรคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี ซึ่งในแต่ละครั้งมีการกำหนดโดยผู้ขายบัตรว่าห้ามซื้อเกินจำนวน 4 ใบ หากจะมีเพื่อนไปเกิน 4 คน ก็ต้องกดจองบัตร 2 ครั้ง และต้องอาศัยดวงว่าจะสามารถจองรอบที่ 2 ได้ทันและมีที่นั่งติดกันไหม และการจองบัตรแต่ละครั้งยากลำบาก ต้องตื่นเช้าเพื่อไปต่อคิวจองบัตร ต้องวัดดวงกับอินเตอร์เน็ตในเวลาที่เปิดขายบัตรแฟนคลับเกาหลี หากใครที่ไม่ได้ทำตามกติกาของการจองตั๋ว หรือเข้าถึงด้วยวิธีพิเศษ แฟนคลับก็จะมีคำถามว่า “จองตั๋วให้ติดกันมากกว่า 4 ใบ ได้อย่างไร” “จองเองหรือไม่” “ใช้เส้นใคร” “แฟนคลับเกาหลีทุกคนมีสิทธิในการเข้าถึงบัตรได้เท่าเทียมกันหรือไม่” และมีคำพูดที่ว่า “โดนตึงเกาหลีถล่มยับ” ตามมา โดยการใช้แฮชแทค (#) ในสื่อทวิตเตอร์ ดังข่าวที่ว่า

“ต้าเหนิง ฮอร์โมน” เคลียร์ดราม่าเซเลบ 5 ใบ รับช็อกใจถูกแฟนคลับบอยแบนด์เกาหลีวง iKon ถล่มยับ ย้ำไม่ได้โกหก-ไม่ใช่อภิสสิทธิ์ดาราแซ่รุปลหลังเวที พอสติแตก! อธิบาย 3 รอบแต่ไม่มีใครฟัง เจอดรามาร้อนจากคอนเสิร์ต iKONCERT 2016 'SHOWTIME TOUR' IN BANGKOK ของศิลปินเกาหลี วงไอคอน (iKON) จากค่ายวายจี เอนเตอร์เทนเมนต์ (YG ENTERTAINMENT) กรณีมีภาพแก่นักแสดงฮอร์โมน นำทีมโดย ต้าเหนิง กัญญาวีร์ สองเมือง, เจเจ กฤษณภูมิ พิบูลสงคราม, ตั้ว เสฎฐวุฒิ อนุสิทธิ์, วุฒิ ผู้จัดการคอนเสิร์ตบริษัทชื่อดัง และหญิงสาวอีกคนหนึ่ง ถ่ายภาพหลังเวทีร่วมกับหนุ่มๆ วงไอคอน แถมยังได้บัตรคอนเสิร์ตแถวหน้าติดกันถึง 5 ใบ ทั้งๆ ที่ผู้จัดงานกำหนดขายบัตรได้ไม่เกิน 4 ใบ จนทำให้เกิดแฮชแท็ก #เซเลบ5ใบ ขึ้นในโลกทวิตเตอร์

(ตึงเกาหลีถล่มยับ “ต้าเหนิง” รับสติแตก! ซี้แจง 3 รอบแต่ไม่มีใครฟัง ผู้จัดการออนไลน์ 29 กรกฎาคม 2559)

หรือในประเด็นการที่มีบุคคลอื่นพูดถึงศิลปินไปในทางไม่ดี การพูดพาดพิงถึงศิลปินเกาหลีที่มีความหมายในเชิงลบ การพูดไม่ให้เกียรติศิลปินและแฟนคลับ ก็จะถูกกลุ่มแฟนคลับรวมตัวกันเพื่อต่อว่าทางพื้นที่ต่างๆของบุคคลนั้นๆ

เจอดรามากะหน้า จนถูกแฟนคลับเกาหลีตีดแฮชแท็ก ไม่ปลื้มนะคะ ในทวิตเตอร์ สำหรับ “ปลื้ม สุรบถ หลีกภัย” โดยสาเหตุเริ่มจากหนุ่มปลื้มโพสต์ข้อความว่าไปเจอคนที่รู้จักกับ "แบมแบม GOT7" ไอดอลสัญชาติไทยที่โด่งดังมากในเกาหลี แคมคนคน นั้น

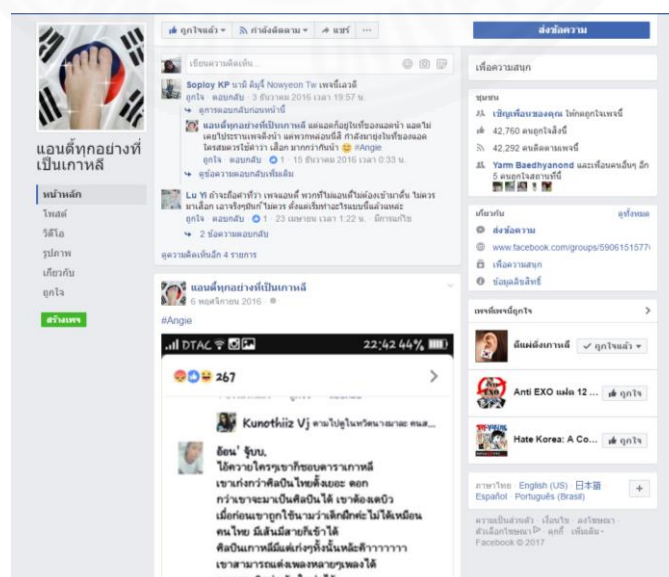
ยังเป็นคนแต่งเพลงให้ GOT7 ก่อนอ้างว่าคนที่พูดถึงจะพาไปพบแบบแบบถึงบริษัทต้นสังกัดอย่าง JYP แต่ดันเข้าไม่ได้ และไม่ได้เจอแบบแบบ เพราะแบบแบบติด ถ่ายทำ MV แกรมในคลิปถ่ายทอดสดของปลั้มยังหลุดพูดว่าศิลปินกลุ่มวง EXO เป็นวงที่ไม่ดัง เรียกว่าถูกแฟนคลับ GOT7 ตามไปถล่มยับเย็น ปิดโอจีชั่วคราวกันเลยทีเดียว

(“ปลั้ม” ซีด ตึงเกาหลิลถ่มยับ ปูดความลับค่าย JYP โอดแอดอยากสนุก ขอโทษทำการบ้านไม่ดี เข้าถึงเมื่อ 15 กันยายน 2559 สืบค้นจาก <https://amp.mgonline.com/entertainment/9590000092758.html>)

กลายเป็นประเด็นทอล์กออฟเดอะทาวน์เพียงชั่วข้ามคืน เมื่อชาวทวิตเตอร์พากันติดแฮกแท็ก #พิธีกรแย่งแห่งปี 2017 ซึ่งพุ่งประเด็นไปยังสองพิธีกรในงานเฉลิมฉลองเปิดตัวศูนย์การค้า SHOW DC ย่านพระราม 9 ซึ่งก็คือ "กาละแมร์-พัชรศรี เบญจมาศ" และ "วุฒิตี-วุฒิธร มิลินทจินดา" โดยมีศิลปินเกาหลีชื่อดังอย่าง AOA, APINK, CNBLUE และ PSY มาร่วมงาน ซึ่งแฟนคลับต่างไม่พอใจเนื่องจากทั้งสองคนใช้คำพูดที่จิกกัด ไม่ให้เกียรติศิลปิน พุดจาตุถูกแฟนคลับศิลปินเกาหลี ไม่เหมาะสมกับการเป็นพิธีกร

(#พิธีกรแย่งแห่งปี 2017 “วุฒิตี – กาละแมร์” จิก! กัด! แซะ! ศิลปินเกาหลีออนไลน์ เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2560 สืบค้นจาก <http://www.nationtv.tv/main/content/entertainment/378542635/>)

ทั้งนี้ก็มีผู้แอนตี้แฟนคลับเกาหลีจนกระทั่งมีการตั้งเพจในเฟซบุ๊กเพื่อรวบรวมการกระทำที่มีลักษณะสุดโต่งจนอาจจะทำให้มีคนกลุ่มหนึ่งรับไม่ได้ต่อการกระทำหนึ่ง ซึ่งมีผู้กดถูกใจมากกว่า 40,000 คน ทั้งนี้ยังมีเพจที่เกี่ยวกับการแอนตี้ศิลปินวงต่างๆ แต่ก็อาจจะโดนแฟนคลับเกาหลีเข้าไปกดถูกใจและคอมเมนต์เรื่องที่ดีเกี่ยวกับศิลปินและแฟนคลับเองด้วย



ภาพที่ 2.1 เพจแอนตี้ทุกอย่างที่เป็นเกาหลี



ภาพที่ 2.2 แฟนแอนตี้ twice

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่ไม่ใช่ติ่งเกาหลี หรือผู้ที่เป็น “คนอื่น” ได้ให้ความหมายของกิจกรรมบางกิจกรรมของแฟนคลับเกาหลีผ่านการนำเสนอของข่าวว่าการเป็นแฟนคลับเกาหลีนั้น เป็นกิจกรรมที่เบี่ยงเบนและไม่ได้รับการยอมรับ ถูกผลักให้กลายเป็นกลุ่มคนที่มีปัญหาเกี่ยวกับสังคม และถูกแบ่งแยกจากคนที่ไม่ใช่แฟนคลับ ดังนั้นการให้ความหมายของคำว่าแฟนคลับเกาหลี โดยแฟนคลับเกาหลีจะสามารถอธิบายลักษณะของชุมชน “พวก” ที่เป็นแฟนคลับเกาหลีได้ ซึ่งเป็นการรื้อสร้างทบทวนรูปแบบความหมายใหม่ของคำว่าแฟน

ปรากฏการณ์แฟนคลับเกาหลี มีข้อถกเถียงจากสื่อและบุคคลภายนอกกันอย่างมากมาย แต่แท้จริงแล้วนั้น แฟนคลับเกาหลีก็เป็นแฟนคลับกลุ่มหนึ่งที่มีความรัก และความชื่นชอบเป็นของตนเอง เช่น อยากให้แฟนคลับทุกคนที่ชื่นชอบศิลปินได้รับสิทธิ์ในการจองตั๋วบัตรหรือเข้าถึงที่นั่นเท่าๆกัน เพราะเป็นผู้ที่ต้องตื่นมาจองคิวเอง กดบัตรให้ทัน ดังนั้นก็ควรจะได้รับสิทธิจากความพยายามนี้เช่นเดียวกับคนอื่นๆ ดังนั้นหากจะสรุปว่าแฟนคลับเกาหลี เป็นผู้ที่มีการกระทำหรือพฤติกรรมที่บ้าคลั่งชอบโจมตีไปยังผู้อื่น ดูเกรี้ยวกราดนั้น ก็อาจจะไม่สามารถสรุปได้ดังที่กล่าวมา เนื่องจากแฟนคลับเกาหลีนี้ก็ได้มีความชื่นชอบ รัก ในศิลปิน และมีความจงรักภักดี ทั้งนี้ความชื่นชอบนี้ก็ได้มาจากการชอบอย่างเป็นกระแส หรือไม่มีสติ แต่เป็นการชื่นชอบหลงใหลโดยมีการติดตาม สืบค้น ตัดสินใจว่าจะได้เลือกชอบใครซักคน มีกระบวนการทางความคิด ค่อยๆทบทวน ค่อยๆคิด ค่อยๆทำจนกระทั่งรู้สึกตัวว่าเป็นแฟนคลับเกาหลี

การนิยามความชื่นชอบของแฟนคลับเกาหลีนั้นมีลักษณะที่หลงใหลคลั่งไคล้ของปัจเจก เป็นการรวมตัวของแฟนคลับที่เป็นปัจเจกจนกลายเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีในการดู การชม

การติดตามและมีกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน ซึ่งแฟนคลับที่เป็นปัจเจกได้นิยามตนเองว่าเป็นผู้ที่ชื่นชอบ และมีกิจกรรมตามที่ตนเองสนใจ อย่างเช่น

ก็แค่คนที่ชอบศิลปินเกาหลี อยากซัพพอร์ตความสามารถของศิลปินที่ชอบโดยการอุดหนุนผลงานต่างๆของเขา ทุกคนมีความดี แต่แค่ความชอบต่างกัน (ส้ม, สัมภาษณ์ วันที่ 11 มกราคม 2560)

และการชื่นชอบไปจนกระทั่งการสร้างและเป็นแรงบันดาลใจให้กับตนเองในการกระทำต่างๆ เช่น เป็นแรงบันดาลใจให้เรียนร้องเพลง แสดงความสามารถในสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ การรู้จักเก็บเงินออมเพื่อใช้จ่ายในส่วนตัวเอง หรือการเรียนภาษาเกาหลีเพื่อจะได้สื่อสารกันกับศิลปินและแฟนคลับกันอย่างเข้าใจ เช่น ที่ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์น้องแม็คและน้องโยว่า

การที่เป็นแฟนคลับนะครับถือว่าสำคัญมากนะสำหรับแม็ค เพราะว่าที่เลือกมาเป็นแฟนคลับ เพราะอยากจะเป็นศิลปินเหมือนกับวงที่ชอบบ้าง เป็นแรงผลักดันให้ไปออ디션ค่ายต่างๆที่เปิดรับสมัครจากเกาหลีอะครับ ก็ได้ไปออ디션กับค่าย SM มาครับ เป็นค่ายที่ EXO อยู่ด้วย ก็ฝึกฝนอยู่ตลอดนะครับแต่ก็รู้ว่าไม่เก่งมาก แต่ก็พยายามทำให้ดีที่สุดตอนที่ออ디션 แล้วก็ไปเพื่อนห้องเดียวกันครับที่ไปออ디션เหมือนกันเพราะมีความชอบคล้ายๆกัน (น้องแม็ค, สัมภาษณ์ 19 พฤษภาคม 2560)

จริงๆแล้ว โยก็เป็นคนชอบศิลปินเกาหลีคนนึง โยชอบทีฟฟานี่มาก จนต้องคอยตามช่วงคอนเสิร์ต ตามไปเกาหลีบ้าง ตั้งเก็บเองจากเงินเดือนค่ะ (เงินที่ครอบครัวให้ใช้ประจำเนื่องจากยังศึกษาอยู่ และเงินจากการเขียนรีวิวร้านอาหารให้กับเว็บไซต์หนึ่ง) ไม่เคยขอเพิ่ม จนกระทั่งเรียนจบ แล้วก็ไปเรียนแลกเปลี่ยนที่เกาหลี อยากจะสอบขอทุนไปเรียนโทที่เกาหลีด้วยนะ จริงๆแล้วได้แรงบันดาลใจครั้งนึงมาจากนักร้องอยากไปตามเค้าด้วย ครั้งนึงมาจากคิดว่าการศึกษาบ้านเค้าดีกว่าจริงๆ (น้องโย, สัมภาษณ์ 12 มีนาคม 2560)

จากการสังเกตของผู้ศึกษานั้นกลุ่มแฟนคลับเกาหลีเป็นกลุ่มที่มีความชื่นชอบศิลปินเกาหลีที่เหมือนกันก็จริง แต่แฟนก็ได้มีลักษณะเป็นหนึ่งเดียวกันทั้งหมด จากปรากฏการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมให้แฟนถูกมองว่าไม่ดีนั้น แฟนคลับเองก็ไม่ได้มองตัวเองว่าแฟนคลับทุกคนเป็นคนที่บ้าคลั่ง วิ่งตามศิลปินไปวันๆอย่างไรสสาระ ไม่มีเหตุผล แต่ก็มองว่าแฟนคลับเองนั้นก็ได้รับแรงบันดาลใจมาจากการชื่นชอบศิลปิน และเป็นแรงผลักดันให้ตนเองทำในสิ่งที่ตัวเองชื่นชอบ เช่น การเรียนภาษาเกาหลี การซื้อร้องเพลง การเก็บเงิน และการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ อย่างไรก็ตามแฟนเองก็พยายามจะบอกว่าในแฟนคลับเกาหลีเหมือนกันก็มีลักษณะของแฟนที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้การชื่นชอบในศิลปินเกาหลีนั้นก็ยังสามารถแบ่งประเภทได้ไปหลายประเภทและการทำกิจกรรมในหลายกิจกรรม อย่างเช่น ความคิดเห็นหนึ่งในทวิตเตอร์ที่สนับสนุนความคิดเห็นการนิยามตนเองของแฟน

คลับข้างต้นที่บอกว่า แฟนคลับเกาหลีสามารถแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้ตามความเข้าใจหรือการแบ่งประเภทแฟนมาจากประเทศเกาหลีได้ และเป็นการบอกต่อกันมาว่าแฟนประเภทใดมีลักษณะอย่างไร ซึ่งแฟนก็อาจจะไม่ได้คิดว่าคำว่าแฟนคลับ มีลักษณะที่เป็นหนึ่งเดียวกันเท่าไร ซึ่งจะสามารถอธิบายได้ตามความหมายของแฟนคลับที่เป็นศัพท์เฉพาะของแฟนคลับซึ่งมีระดับความชื่นชอบมากหรือน้อยตามพฤติกรรมของแฟนคลับ โดยมีความเห็นหนึ่งซึ่งชี้แจงประเภทของแฟนคลับเกาหลีในทวิตเตอร์ที่มีการแบ่งประเภทจากแฟนคลับ

ประเภทของแฟนคลับเกาหลี ได้แก่ 1. แฟนคลับ คือบุคคลที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีทั่วไป หรือผู้ที่ติดตาม 2. ออลแฟน คือแฟนคลับที่ชื่นชอบและสนับสนุนศิลปินทั้งวง ถึงแม้จะชื่นชอบสมาชิกในวงคนใดคนหนึ่งเป็นพิเศษก็ตาม และยังสนับสนุนสมาชิกในวง 3. แกอินแฟน คือแฟนคลับที่สนใจเฉพาะเมมเบอร์ที่ตนเองชอบเพียงคนเดียวเท่านั้น แทบจะไม่ให้ความสำคัญกับสมาชิกคนอื่นในวงเลย อาจคิดไม่ติดกับสมาชิกในวง 4. อักแกแฟน คล้ายแกอินแฟนเพราะสนใจเฉพาะเมมเบอร์ที่ชอบ แต่รุนแรงกว่าตรงไม่ว่าจะเรื่องอะไรก็ตามก็จะเข้าข้างเมมเบอร์ที่ตนเองชอบเป็นอันดับแรกอาจจะใส่ร้ายหรือพาดพิงสมาชิกในวงคนอื่น เพื่อให้เมมเบอร์ที่ตนเองชอบดูดีขึ้น และเป็นกลุ่มแฟนคลับที่ชอบปล่อยข่าวลือแบบเสียๆหายๆ 5. ซาแซงแฟน คอยพยายามจับตัวไอดอล, ด่าทอไอดอล, จับเหล่าไอดอลในที่ที่ไม่สมควร, ทุบตีและทำให้ไอดอลเป็นแผลบวมซ้ำและตามไอดอลไปทุกๆที่ 6. แอนตี้แฟน>> อาจไม่นับว่าเป็นแฟนคลับ จะเรียกว่าเป็นศัตรูกับศิลปินเลยก็ได้ เพราะมักจะคอยขุดข่าว เรือยแยะๆ เสียๆหายๆ มาทำให้ศิลปินเสียชื่อเสียง (ข้อมูลจาก twitter @_jinyoung181191 เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2558)

อย่างไรก็ตามแฟนคลับในประเทศไทยก็ไม่สามารถแบ่งแยกคำว่าแฟนคลับเกาหลีออกไปได้ถึงขนาดนั้น เพียงแต่เป็นการแบ่งประเภทของแฟนคลับเกาหลีว่าอย่างไรก็ตามภายในกลุ่มแฟนคลับนั้นก็ไม่ได้มีลักษณะเดียวกันไปทั้งหมดและมีลักษณะนิสัยเฉพาะกลุ่มที่ไม่เหมือนกัน หรือการแบ่งประเภทด้วยศิลปินที่ชื่นชอบการชื่นชอบศิลปินเกาหลีในแต่ละวงหรือแต่ละศิลปินนั้นก็จะมีชื่นชอบที่ไม่เหมือนกัน การชื่นชอบศิลปินเกาหลีที่เป็นดารานักแสดงแฟนคลับเกาหลีก็จะชื่นชอบที่ผลงานการแสดงติดตามในส่วนที่เป็น ซีรีส์ หรือละคร การชื่นชอบศิลปินเกาหลีที่เป็นนักร้องที่เป็นสายร้องแฟนคลับเกาหลีก็จะชื่นชอบที่ผลงานการร้อง น้ำเสียงและชื่นชอบบทเพลงของศิลปิน แต่หากชื่นชอบศิลปินเกาหลีที่เป็นการรวมวงหรือไอดอล ก็จะชื่นชอบที่การแสดง (Performance) การเต้น การร้อง การแร็ป ซึ่งศิลปินเกาหลีและแนวเพลงเกาหลีเป็นเพลงที่มีจังหวะสนุกและในหลายๆเพลงก็จะมี การแร็ป ทั้งนี้แม้แต่การชื่นชอบศิลปินเกาหลีที่เป็นการรวมวงหรือไอดอลก็ยังสามารถแบ่งประเภทได้อีกว่าในการชื่นชอบแต่ละวงนั้นก็จะมีลักษณะของแฟนคลับที่แตกต่างกันออกไป ไปจนกระทั่งเมื่อลองลึกเข้าไปในแต่ละวงดนตรีนั้นก็ยังสามารถแบ่งประเภทได้อีกเรื่องจากในแต่ละวงมีสมาชิกหลายคน

และมีลักษณะที่แตกต่างกันหากเป็นแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินที่มีบุคลิกแบบใดแฟนคลับก็จะเป็นแฟนที่ชื่นชอบในแต่ละรายละเอียดนั้น เช่น น้องโย น้องแจม สัม ที่เล่าให้ฟังว่า

เอาจริงๆแล้วถ้าจะบอกว่าแฟนคลับทุกคนเป็นแฟนคลับเกาหลีหมด ก็คงจะใช้ แต่ว่าอย่างโยชอบวง Girls' Generation และชอบวงศิลปินผู้หญิงเกือบทุกวง วงที่โยชอบมี Red Velvet แล้วก็ชอบ Black Pink ตอนนี้เริ่มชอบมามามูอึ๊งแล้ว ถามว่าโยเหมือนเป็นแฟนคลับเกาหลีคนหนึ่งไหม จริงๆก็ใช่ แต่ถ้าถามว่ารู้เรื่องเกาหลีวงเงินอื่นๆ นอกจากวงที่อยู่ชอบเราไหมเราก็ไม่รู้เหมือนกัน ไม่รู้เลยว่าเค้ามีงานอะไรหรือเขามาไทยเมื่อไหร่ อย่างคนที่แฟนคลับของนายแบบก็อีกอย่างนึงนะ แฟนคลับเค้าอาจจะมาที่เกาหลีเลยก็ได้เพราะว่างานๆที่กว่าจะได้มาเดินแบบที่ไทยมันไม่ได้มีคอนเสิร์ตหรือแฟนมีตติ้งอย่างพวกนักร้องไอดอล แล้วอีกอย่างโยรู้สึกว่ายูเข้าไม่ถึงแฟนคลับที่เป็นเด็กๆ ของนักร้องกลุ่มอื่นขอไม่พูดชื่อแล้วกัน เหมือนว่าเด็กมากจนคุยกันไม่เข้าใจ บางทีเหตุการณ์ต่างๆที่เด็กร้อนที่ออกข่าวโยถึงงนะว่าเกิดอะไรขึ้น แต่ก็ไม่อยากให้เหมารวม (น้องโย, สัมภาษณ์ 12 มีนาคม 2560)

ไม่รู้สิแจมก็ตามแต่คนชอบ คนที่ไม่ชอบแจมไม่ได้ตาม ก็ไม่ได้รู้จักกับคนอื่นนะ ก็รู้จักกับคนที่ตามคนเดียวกันนี่แหละ ที่ชอบหรือไปตามก็เป็นนายแบบ ชื่อคิมแจยอง นี่แหละแต่ถ้าวงพวกวงไอดอลก็ชอบนะ ชอบดู ชอบดูเขาเต้น แต่ถ้าถามว่าให้ไปตามดู live หรือตามไปดูผลงาน ให้คุยกับคนที่ชอบวงเดียวกันกันในทวิตเตอร์ มันก็ยังไม่ถึงขั้นนั้น แต่ถ้าได้บัตรมาก็คงไปดู ก็ไม่ทิ้ง แต่เอาจริงๆแล้วก็ชอบนะ เคยไปดูคอนเสิร์ตหลายวงอยู่บ้างนะแบบ 2PM นี่ซื้อบัตรคอนเสิร์ตไปดูเหมือนกัน จริงๆก็ชอบก็ตามหมดนะ แต่มันก็มึ่งที่ไม่ชอบใจ ก็ไม่ชอบก็ไม่ได้ตามวงพวกนั้นอย่างนี้ไม่รู้เขาเรียกว่าเป็นแฟนคลับเกาหลีทั้งหมดไหม (น้องแจม, สัมภาษณ์ 14 กุมภาพันธ์ 2560)

หรือสัมที่บอกว่าเหตุการณ์ต่างๆจากข่าวมันทำให้ตั้งเกาหลีมีลักษณะเดียวกัน ก็ไม่ได้เหมือนกันทั้งหมด หากจะมีข่าวว่าดิ่งไม่ได้ อย่างนั้นอย่างนี้ ก็อยากให้มองว่าดิ่งเกาหลีที่ดิ่งก็มีเหมือนกัน ที่พอจะพูดคุยกันรู้เรื่องก็มี หรือทำกิจกรรมอะไรที่เป็นประโยชน์ก็มี ไม่อยากให้มองเฉพาะจุดที่ไม่ดี อยากให้มองถึงจุดดีของกันด้วย ซึ่งแน่นอนว่าสัมไม่ได้สนับสนุนให้แฟนคลับเกาหลีที่มีพฤติกรรมที่ไม่ดีจะสามารถประพาดิตต่อไปแบบนั้น บางครั้งก็ทวิตโจมตีตั้งเกาหลีที่เป็นผู้ที่สร้างความเสียหายแก่คำว่าดิ่งเกาหลีไว้เหมือนกัน

ผู้ศึกษาพบว่า จากเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในหน้าหนังสือพิมพ์หรือตามข่าวจากโซเชียลมีเดียทำให้ ผู้ศึกษาเห็นว่าแฟนคลับเกาหลีนั้นมีความเป็นหนึ่งเดียวกันโดยมีสมาชิกรับรู้ความเป็นพวกเดียวกันมีความจงรักภักดีต่อสิ่งที่เขารักเช่นการรวมตัวกันเล่น Hashtag (#) ในทวิตเตอร์ ถึงเหตุการณ์สำคัญประจำวันก็สามารถทำให้มันเป็นอันดับต้นๆของtrendในประเทศไทย เช่น เหตุการณ์

ที่ทำให้จุดติดกับกาละแมร์ต้องโดนแฟนคลับเกาหลีรวมกลุ่มต่อว่าด้วย #พิธีกรยอดเยี่ยมแห่งปี 2017 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาลงไปในการให้ความหมายของแฟนคลับเหล่านั้น พบว่าแฟนคลับยังคงนิยามตนเองว่าเป็นแฟนคลับเกาหลี แต่ก็ไม่ได้ทำให้แฟนคลับในระดับปัจเจกคิดว่าตนเองอยู่เป็นส่วนหนึ่งของแฟนคลับเกาหลีทั้งหมด และคิดว่าการที่คิดว่าแฟนคลับเกาหลีนั้นก็มีหลายกลุ่ม ซึ่งการมีหลายกลุ่มนั้นก็อาจจะมียุทธศาสตร์บางอย่างที่อาจจะไม่ได้รวมถึงตนเอง

การศึกษาจึงสามารถสรุปได้ว่าการนิยามตนเองว่าเป็นผู้ที่ชื่นชอบเหมือนกันของแฟนคลับเกาหลีนั้น ก็ยังไม่สามารถระบุได้ว่าการเป็นแฟนคลับเกาหลีที่เป็นปัจเจกนั้นจะเป็นกลุ่มเดียวกันหรือไม่ ซึ่งก็ต้องลงลึกเข้าไปในการทำกิจกรรมหรือลักษณะของแฟนคลับเกาหลีนั้นซึ่งแฟนคลับเกาหลีก็มีลักษณะหนึ่งทางสังคมคือผู้ที่สนใจในกิจกรรมเดียวกันหรือการชื่นชอบศิลปินวงเดียวกันก็จะอยู่รวมกันแต่ก็ไม่ได้ รวมไปถึงการที่เป็นแฟนคลับของศิลปินวงเดียวกันนั้นจะทำให้กลายเป็นกลุ่มเดียวกันหรือพวกเดียวกันได้ก็จะต้องแบ่งแยกการกระทำ หากเป็นผู้ที่มีการกระทำคล้ายคลึงกันมันก็จะอาจจะเรียกว่าเป็นพวกเดียวกันแต่ก็จะมีบางกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยต่อการกระทำนั้นๆ

2.1.2 ข้อมูลเบื้องต้นของแฟนคลับเกาหลี

ในปัจจุบันการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป ทุกคนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้เสมอไม่ว่าเวลาใดก็ตาม การเข้าถึงศิลปินต่างประเทศจึงไม่ใช่เรื่องยาก การเข้าถึงศิลปินเกาหลีก็เช่นกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่มีอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถลดระยะเวลาในการนำเข้ามาหากเปรียบเทียบกับเมื่อก่อนที่กว่าจะได้ดูซีรีส์สักเรื่องหนึ่งก็ต้องรอให้สถานีโทรทัศน์นำไปแปลและฉายให้ทุกคนดู แต่ปัจจุบันเรามีระบบสื่อสารและเทคโนโลยีที่สามารถดูได้แม้กระทั่งการไลฟ์สด (live) ก็ตาม ซึ่งช่องทางในการอัพเดทข่าวสารที่รวดเร็วมากที่สุดของแฟนคลับเกาหลีที่ติดตามไอดอลก็คือ “Twitter” เพียงแค่เราไปติดตามผู้ที่เป็นต้นข่าว หรือผู้ที่เป็นแฟนคลับที่ติดตามศิลปินอยู่ เราก็จะสามารถเข้าถึงผลงานต่างๆของศิลปินได้อย่างรวดเร็ว เช่น การขึ้นเครื่องของศิลปินเกาหลี หรือการออกรายการวิทยุในประเทศเกาหลี ซึ่งก็มีแฟนคลับบางส่วนได้ติดตาม อาจจะถ่ายรูปได้บ้างไม่ได้บ้าง แต่ก็ต้องมี tweet ข้อความมาบ้าง ว่าตอนนี้ศิลปินอยู่ที่ไหน ทำอะไรอยู่ ในส่วนของซีรีส์ MV รายการเพลงทางโทรทัศน์ของศิลปินเกาหลีนั้น นอกจากสื่อหลักในการสื่อสารของแฟนคลับเกาหลีแล้ว ช่องทางในการอัพเดทข่าวสารที่รวดเร็วที่สุดของแฟนคลับที่ติดตามซีรีส์ก็คือ YouTube ในช่อง official ของสถานีโทรทัศน์ของเกาหลี เช่น SBS Entertainment MBC entertainment ซึ่งเราสามารถดูไปพร้อมกับคนเกาหลีด้วยแบบไม่มีซับไทย แต่ในปัจจุบันหากต้องการดูซับไทยก็ไม่ใช่ว่าเรื่องยากอีกต่อไป เนื่องจากมีแฟนเพจใน Facebook หลายๆเพจที่มีการอัพเดทซีรีส์พร้อมด้วยซับไทยอย่างรวดเร็วเพียงไม่กี่ชั่วโมง ซึ่งในตอนนี้อย่างช่อง official ของสถานีโทรทัศน์เกาหลีบางช่องใน Youtube นั้นก็ได้มีซับอังกฤษ และซับไทยมาให้ดูกันบ้างแล้วในบางรายการที่ไม่ได้ติดสัญญา กับสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย

จากกระแสนิยมและจากเทคโนโลยีที่ทำให้เราสามารถเข้าถึงผลงานของศิลปินเกาหลีได้ง่ายนั้นทำให้มีผู้ที่เป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลี¹อยู่เป็นจำนวนมากผู้ศึกษาขอแบ่งประเภทตามความชื่นชอบศิลปินเกาหลีของแฟนคลับเกาหลีเป็น 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เป็นไอดอล (นักร้อง ศิลปินแนว K-pop) 2) กลุ่มแฟนคลับซีรียเกาหลีและนักแสดงในซีรีย เพื่อให้สามารถอธิบายข้อสังเกตจากการศึกษาของแฟนคลับที่เป็นปัจเจกให้เห็นอย่างชัดเจนต่อไป ทั้งนี้การแบ่งประเภทนี้ก็ไม่ได้หมายความว่าแฟนคลับทั้ง 2 กลุ่มจะแยกออกจากกันอย่างสิ้นเชิงว่าผู้ที่เป็นแฟนคลับศิลปินที่เป็นไอดอลจะไม่สามารถชื่นชอบซีรีย หรือแฟนซีรียจะไม่ชื่นชอบไอดอล เป็นเพียงการแบ่งกลุ่มของการรับชมสื่อคนละประเภทกันเท่านั้น จากการศึกษาผู้ศึกษาค้นพบข้อสังเกตบางประการของลักษณะประชากรในกลุ่มที่เป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เป็นไอดอลกับกลุ่มที่เป็นแฟนคลับซีรียเกาหลีและนักแสดงในซีรียที่มีความเหมือนหรือคล้ายคลึงหรือแตกต่างกรรมในหลายด้าน ซึ่งได้แก่

1. ด้านอายุ แม้ผู้ศึกษาจะไม่ได้ทำการเก็บข้อมูลในเชิงสถิติอย่างเป็นทางการแต่ก็สามารถสังเกตเห็นได้ว่าผู้ที่เป็นแฟนคลับในกลุ่มแฟนซีรียนั้นจะมีอายุมากกว่าผู้ที่อยู่ในกลุ่มแฟนคลับไอดอล สังเกตจากผู้กด Like Facebook และผู้ที่พูดคุยใน Social Media อย่างเช่น Facebook และ Twitter พบว่า ผู้ที่ติดตามศิลปินที่เป็นไอดอลส่วนใหญ่จะพบอยู่ในทวีตเตอร์จะพบลักษณะเป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 12 ปีจนถึงประมาณ 30 ปีเป็นส่วนใหญ่ หากอายุมากกว่านั้นคือเป็นผู้ที่เคยชอบมานานแล้วและก็ยังคงชอบอยู่ ซึ่งผู้ที่ชื่นชอบก็จะสามารถพูดถึงศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบได้อย่างอิสระไม่มีข้อกำหนดแต่อย่างใดก็ตามนี้เองก็ยังคงถูกกำหนดด้วยมารยาททางสังคม เช่น การชอบศิลปินวงนี้ก็ไม่สามารถไปว่าศิลปินวงอื่นได้หรือว่าแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินวงอื่นได้ ในขณะที่กลุ่มที่เป็นแฟนซีรียนั้นจะพบว่ามี การพูดคุยอยู่ใน Facebook ตามเพจซับไทยต่างๆบ้าง และเป็นผู้ที่ติดตาม เช่น เพจ K-Subthai ซึ่งมีผู้ติดตามมากกว่าหนึ่งแสนคน เฉพาะผู้ที่ติดตามซีรียจะเป็นแฟนคลับที่อยู่ในระดับวัยที่ทำงานแล้วหรือในช่วงที่เรียนใกล้จะจบซึ่งจะใช้เวลาว่างในแต่ละวันติดตาม ซีรีย ในแต่ละตอน หรือแฟนบางคนก็จะรอให้ซีรียเรื่องนั้นออกครบตามจำนวนตอนให้จบเรื่องแล้วเก็บไว้ดูครั้งเดียว

2. ด้านลักษณะที่มองเห็นด้วยภายนอกและการแต่งกาย พบว่า ผู้ที่เป็นแฟนคลับ ไอดอลนั้นจะมีการแต่งกายที่คล้ายๆกัน และมีลักษณะคล้ายๆกัน เช่น การแต่งตัวตั้งแต่หัวจดเท้านี้ได้มีลักษณะของไอดอลที่เขาชื่นชอบซ่อนอยู่ เช่น เมื่อมีไอดอลคนหนึ่งใส่หมวก ลาย “dope” แฟนคลับก็จะใส่หมวกแบบนั้นด้วย หรือการใส่เสื้อเลียนแบบไอดอล การใส่เสื้อที่มีสัญลักษณ์ของวงนั้น การใส่เสื้อที่มีสีที่เป็นสัญลักษณ์ของวงนั้น รวมไปถึงการแต่งกายอื่นๆ ทั้งกางเกง รองเท้า กระเป๋า สิ่งของที่ใช้ เช่น พวงกุญแจห้อยกระเป๋า หรือแม้กระทั่งการทำผมทรงไอดอล ทำให้เราสามารถระบุได้ว่าคนนี้

¹ ผู้ศึกษาจะใช้คำว่า “ศิลปินเกาหลี” แทนศิลปินเกาหลีทั้งหมด ทั้งนี้ นักร้อง นักแสดง และผู้ที่มีชื่อเสียงโด่งดังในประเทศไทย และใช้คำว่า “ไอดอล” สำหรับศิลปินเกาหลีที่เป็นนักร้อง K-pop เท่านั้น.

เป็นแฟนคลับเกาหลี แต่ก็ยังไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนแยกกันว่าเป็นแฟนคลับเกาหลีของศิลปินวงใด นอกจากการแต่งกายที่มีสัญลักษณ์ของศิลปินวงนั้นอยู่ในเครื่องแต่งกายด้วย ซึ่งแตกต่างจากแฟนซีรีย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากแฟนซีรีย์เราจะไม่ทราบได้เลยเมื่อเห็นจากลักษณะภายนอกว่าเขาเป็นแฟนคลับ ซีรีย์ นอกจากการเข้าไปพูดคุยหรือสัมผัส เนื่องจากก็มีการแต่งกายตามลักษณะสมัยนิยมของสังคมทั่วไปสามารถแยกได้ยากจนกระทั่งไม่สามารถบ่งบอกได้ว่าคนนี้เป็นแฟนซีรีย์

3. ด้านการใช้ภาษาพูดหรือภาษาสื่อสารทางช่องทางในอินเทอร์เน็ต พบว่า มีความคล้ายคลึงกันบ้างบางส่วนระหว่างผู้ที่มีการแสดงความคิดเห็นโต้ตอบ อย่างไรก็ตามแฟนไอดอลนั้นจะใช้ภาษาได้อย่างอิสระสามารถมีคำหยาบคายได้อย่างเปิดเผยและโต้ตอบกัน รวมไปถึงคำพูดที่มีความหยาบคายแต่ก็มีคำที่เป็นลักษณะที่คิดเข้าข้างตัวเองว่าพระเอกคือแฟนฉัน เช่นเดียวกันกับแฟนไอดอลที่คิดว่าไอดอลที่ฉันชอบเป็นของฉันคนเดียว ซึ่งการแสดงออกของแฟนทั้ง 2 ประเภทนั้นก็มีการใช้ภาษาที่อยู่ในลักษณะที่ชื่นชมศิลปินและชื่นชอบ หลงใหล คลั่งไคล้หากจะเป็นคำพูดในเชิงลบก็จะเป็นการเปรียบเปรยหรือเปรียบเทียบให้ดูมากกว่า เช่น ประโยคที่ว่า “ตายอย่างสงบศพสี่ชมพู” หมายถึงอาการของแฟนคลับที่มีความสุขมากจากการที่ศิลปินเกาหลีนั้นมีการแสดงอะไรออกมา และก็จะไม่กล่าวอะไรใดใดอีก มีลักษณะของคำว่า “ฟิน” ของกลุ่มแฟนคลับ

4. ด้านการติดตามและการเข้าทำกิจกรรม พบว่ากลุ่มที่เป็นแฟนไอดอลนั้นจะมีการติดตามศิลปิน หากเมื่อศิลปินมีคอนเสิร์ตในประเทศไทยก็จะติดตามตั้งแต่สนามบินไปจนถึงโรงแรมจนถึงการซ้อมและขึ้นคอนเสิร์ต ซึ่งมีบางคนที่ไปดูคอนเสิร์ตทั้งสองรอบซึ่งเป็นศิลปินวงต่างๆ ติดตามไปตลอดจนกระทั่งศิลปินกลับ หรือการติดตามทางออนไลน์ก็จะมีลักษณะที่หยิบโทรศัพท์มือถือขึ้นมาเพื่อเปิดวิดีโอตลอดเวลา การเข้าทำกิจกรรมกลุ่มก็เช่นเดียวกันกลุ่มที่เป็นแฟนไอดอลนั้นจะมีกิจกรรมต่างๆมากมาย การไปแฟนมีตติ้งของศิลปิน การไปคอนเสิร์ต การอ่านนิยายแฟนฟิคชั่น การเต้นเลียนแบบ และการติดตามผลงานของศิลปินทั้งถ่ายทอดสด และรอมือคำบรรยายภาษาไทย ซึ่งแฟนซีรีย์ นั้น พบว่า มีลักษณะติดตามทางสื่อออนไลน์เช่นกัน แต่ว่าไม่ได้หยิบโทรศัพท์มือถือขึ้นมาเพื่อเปิดหาข้อมูลของซีรีย์หรือพระเอกซีรีย์หรือนักแสดงในซีรีย์ตลอดเวลาแต่ถ้าเมื่อมีเวลาพักแล้วหากมีการอัปเดตตอนใหม่ของซีรีย์ก็จะดูทันทีซึ่งก็อาจมีการไปทำกิจกรรมกลุ่มเช่นแฟนมีตติ้งบ้างหรือบางคนอาจจะชอบดูซีรีย์อย่างเดียวซึ่งเป็นก็จะเป็นแฟนแบบไม่มีความกระตือรือร้นอื่นๆนอกจากติดตามซีรีย์

อย่างไรก็ตามการบ่งบอกว่า “ฉันคือใคร” ของแฟนคลับเกาหลีนั้นแฟนคลับเกาหลีทุกคน บอกว่าตนเองคือแฟนคลับเกาหลีคนหนึ่ง ซึ่งแฟนคลับที่เป็นปัจเจกนั้นก็จะทำกิจกรรมของตนเองที่เคยทำมาต่อไป เช่น การเป็นแฟนซีรีย์ ทั้งนี้ก็ไม่ได้หมายความว่าแฟนที่เป็นปัจเจกจะเข้าสู่ชุมชนแฟนคลับไม่ได้ หรืออาจจะเป็นบันไดขั้นที่หนึ่งที่ทำให้นำไปสู่ความเป็นชุมชน และทำในส่วนที่เป็นกิจกรรมที่ตนเองเลือกแล้วว่าชื่นชอบต่อไป ซึ่งนี้อาจเป็นเพียงแค่อัตลักษณ์ภายนอกเท่านั้น ในบางครั้ง

แฟนคลับของศิลปินเกาหลีจะมีอัตลักษณ์ภายนอกที่ไม่เหมือนกันและไม่มีลักษณะที่บ่งชี้ได้ว่าคนนี้เป็นแฟนคลับของใคร แต่ก็ยังเป็นแฟนคลับเกาหลี ดังนั้นอาจจะต้องศึกษาอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมอื่นๆที่บ่งบอกถึงความชื่นชอบศิลปินเกาหลีด้วย ซึ่งจะกล่าวถึงในส่วนต่อไป

2.2 “ติ่ง” หรือ “แฟนคลับ”

ติ่งเกาหลี เป็นคำที่คนทั่วไปหรือสื่อต่างๆใช้เรียกแฟนคลับเกาหลี โดยทั่วไปมักถูกมองว่าเป็น “ติ่ง” คำว่าติ่ง คือสรรพนามที่หลายคนใช้เรียก กลุ่มคนที่ตามกรี๊ดบ๊าดารา ซึ่งจะใช้รวมกับคำว่าเกาหลี ผู้ศึกษาจะได้ยินคำว่า “ติ่งเกาหลี” อยู่บ่อยครั้ง มากกว่าการใช้คำว่าติ่งคู่กับอย่างอื่น อย่างไรก็ตาม คำว่าติ่งในปัจจุบัน (2561) ก็ได้เอามาใช้อย่างแพร่หลายคู่กันกับสิ่งที่เราเข้าไปคลั่งไคล้ หลงใหลหรือจริงจังกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือผู้ศึกษาขอเรียกอีกอย่างว่าเป็นภาษาแสลงของคำว่าแฟนคลับ เช่น ติ่งวอลเลย์บอลก็คือผู้ที่ชื่นชอบวอลเลย์บอลในระดับหนึ่งที่สามารถรับรู้ข้อมูลจำนวนหนึ่ง ซึ่งหลายคนก็ยังคงสงสัยว่าทำไมถึงเรียกพวกเขา (แฟนคลับ) ว่าติ่ง เป็นที่มาของคำถามที่ว่า คำว่าติ่งมาจากคำว่าอะไร คำว่า ติ่ง เริ่มต้นมาจากกลุ่มนักเรียนมัธยมต้นผมบ๊อบตัดสั้นเท่าติ่งหู ที่ตามกรี๊ดศิลปินเกาหลี ที่มีพฤติกรรมทั้งปีนรั้ว ลอดราว วิ่งตามรถศิลปิน ในชุดนักเรียน ซึ่งคำว่าติ่งเป็นคำที่บ่งบอกหรือกำหนดผู้ที่ถูกเรียกไปในทางลบ จนต่อมากลุ่มแฟนคลับก็เริ่มชินช่าและสามารถยอมรับกับคำว่าติ่งได้มากขึ้น และบางคนนิยามคำว่าติ่งใหม่ว่าฉันไม่ใช่พวกติ่งหู แต่ฉันเป็นเหมือนไส้ติ่ง ซึ่งหมายถึงอวัยวะส่วนหนึ่งของร่างกาย นอกจากนั้นแฟนคลับเกาหลีเหล่านี้จะใช้คำว่า “ติ่ง” เรียกตนเองหรือเรียกกันเองในกลุ่มเท่านั้น เช่น วันนี้ฉันจะไปติ่งศิลปินวงนี้ แต่ถ้าถูกคนอื่นเรียกติ่งเป็นสิ่งที่ติ่งเกาหลีบางคนรับไม่ได้ และจะรู้สึกไม่พอใจขึ้นมาทันที

การนิยามตนเองว่าเป็นติ่งเกาหลีของแฟนคลับเกาหลีนั้น แฟนคลับเกาหลีบางคนก็ไม่ได้รู้สึกว่าคำว่าติ่งเป็นการถูกมองไปในด้านลบ แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีแฟนคลับเกาหลีบางคน เช่น น้องโย และน้องแม็ค ที่กล่าวว่า

โยคิดว่าคำว่าติ่งมันเหมือนเป็นแฟนคลับตามกระแสมากกว่า คือผู้ที่มาชื่นชอบแล้วก็ติดตามเป็นครั้งคราวอย่างบ้างครั้งในช่วงเวลาสั้นๆ หรือผู้ที่สร้างความเดือดร้อนให้กับวงการแฟนคลับ แต่สำหรับโย โยเป็นแฟนคลับค่ะ ไม่ใช่ติ่ง (น้องโย, สัมภาษณ์ 12 มีนาคม 2560)

ไม่ค่อยชอบนะครับเพราะว่าเหมือนดูถูกกันมากกว่าจริงๆแล้วใช้คำว่าแฟนคลับมันเหมาะสมมากกว่าครับ ของแม็คเรียกว่าแฟนคลับดีกว่าครับ (น้องแม็ค, สัมภาษณ์ 19 พฤษภาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์นี้จะเห็นได้ว่า ยังมีแฟนคลับบางคนที่ยังไม่ชอบกับคำเรียก ที่จะต้องมีการนิยามให้ว่าตึง ซึ่งหากเลือกได้ก็ขอใช้คำว่าแฟนคลับมากกว่า เมื่อเทียบกับแฟนคลับคนอื่นๆ ก็มีแฟนคลับบางคนที่ไม่ได้คิดว่าคำว่าตึงจะแตกต่างกับคำว่าแฟนคลับเท่าไรนัก บางครั้งก็เรียกกับเพื่อนเหมือนกันว่าตัวเองคือตึงคนหนึ่ง เช่น น้องแจมที่กล่าวว่า

ก็เฉยๆนะกับคำว่าตึงมันก็เป็นแค่คำไม่ได้ใส่ใจแต่ก็เคยได้ยินมาบ้างว่ามันเป็นคำพูดที่เหมือนเป็นคำตาแต่ก็คิดว่าทำไมอะ ทำไมต้องโกรธ เพราะบางทีตัวเองยังคุยซ้ำๆกับเพื่อนอย่างแทนตัวเองด้วยคำว่าจริงพูดไปก็ตลกดีแต่ไม่ได้แบบจริงจังเอาเป็นเอาตายกับคนเรียก (น้องแจม, สัมภาษณ์ 14 กุมภาพันธ์ 2560)

หรือการใช้คำว่าตึงโดยให้ความสำคัญกับคนที่พูดว่าตึง อย่างเช่นส้มที่กล่าวว่า

ทุกวันนี้ก็เฉยๆ ก็ยังเรียกตัวเองว่าตึงเลย คือเวลาเรียกตึงมันมีหลายอารมณ์ คนเรียกตึงแบบไม่คิดอะไร กับคนที่เรียกว่าตึงเพื่อเป็นการเหยียดกัน ก็ต้องดูความหมายของคนเรียกด้วยว่าตอนนั้นมีเหตุการณ์อะไรบ้างหรือเปล่า เช่น ตอนที่ผมแฟนคลับไปงานอีเว้นท์ที่เซ็นทรัลลาดพร้าวเมื่อไม่นานมานี้แล้วทำให้รถติดเป็นวงกว้าง ทุกคนในเพลส (เฟซบุ๊ก) ก็ขึ้นสเตตัสว่าตึงว่ามันทำให้รถติดนะ ต่าผู้จัดการงานว่ามันทำไมไม่ไปจัดที่อื่น ซึ่งทั้งที่มันเป็นการรวมกลุ่มของตึงเกาหลีแคว้นเดียวมันไม่ได้แปลว่าจะไปจัดที่อื่นเลย ทำให้รู้สึกเหมือนโดนเหมารวมไปด้วย มันก็รู้สึกเสียใจนะที่เหมือนกับว่ามันกลายเป็นโดนว่าทั้งหมด (ส้ม, สัมภาษณ์ วันที่ 11 มกราคม 2560)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การใช้คำว่าตึงนั้นก็อาจจะสามารถที่จะสรุปได้ว่ากลุ่มแฟนคลับนั้นจะมีความคิดเห็นกับความหมายของคำว่าตึงไปในทิศทางใด ต้องขึ้นอยู่กับบริบทของผู้พูด แม้ว่าจะมีความเคยชินของการใช้คำว่าตึงก็ตาม แต่ก็ต้องให้ความสำคัญด้วยว่าผู้ที่พูดนั้นมีเจตนาอย่างไรหรือคำว่าตึงนั้นมีความหมายในประโยคนั้นอย่างไร ซึ่งหากพูดในประโยคปกติกลุ่มแฟนคลับเกาหลีก็ไม่ได้คิดว่าเป็นคำที่มีความหมายไปในด้านลบ แต่เป็นคำที่ใช้กับการเรียกแฟนคลับหรือเรียกผู้ที่มีความชื่นชอบอะไร ซึ่งแต่ละคนมีความตึงเป็นของตัวเองเพียงแต่มีความตึงที่แตกต่างไปเป็นคนละด้าน แปลว่ามีความชอบที่ไม่เหมือนกัน แต่อย่างไรก็ตามความชื่นชอบอื่นๆนั้นก็ยังไม่ได้ถูกเรียกอย่างชัดเจนและกว้างขวางเหมือนกับเช่นตึงเกาหลี แม้แต่คนที่เป็ตึงเกาหลีเองก็ยังไม่ถูกเรียกไม่เหมือนกัน โดยการแบ่งประเภท ซึ่งจากการศึกษาผู้ศึกษาสังเกตว่าผู้ที่ชื่นชอบนักแสดงที่ดังมาจากการเล่นซีรีส์หรือละครหรือที่เป็นดารา ก็จะเป็นการแบ่งประเภทว่าไม่ได้เป็นตึงเกาหลีเท่าไรนัก หรือไม่ได้เป็นพวกที่บ้าเกาหลีเท่ากับการชื่นชอบศิลปินที่เป็นประเภทหนังร้องหรือไอดอลวงดนตรีแบบนอร์ดหรือเกิร์ลกรุ๊ป กล่าวคือ ถ้าแฟนคลับเกาหลีคนหนึ่งชอบลิมีนโฮซึ่งเป็นพระเอกซีรีส์หลายเรื่องซึ่งโด่งดังมากในประเทศเกาหลีและในประเทศไทยก็อาจจะถูกมองว่าคนนี้ได้บ้าเกาหลีเท่าไรแค่เป็นผู้ที่ติดตามซีรีส์หรือเป็นแฟนละครทั่วไป แต่หากแฟนคลับเกาหลีคนหนึ่งหรือผู้ที่ยังไม่ได้เป็นแฟนคลับเกาหลีได้เปิด

เพลงหรือการแสดงเกี่ยวกับศิลปินวงเกาหลี บิ๊กแบง ทูพีเอ็ม ก็จะถูกมองว่าคนนี้แหละเป็นดั่งเกาหลี ซึ่งผู้ที่ให้คำนิยามก็จะเป็นคนอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มแฟนคลับ ซึ่งบางครั้งก็ไม่ได้มองเห็นว่าในแต่ละรายละเอียดของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีนั้นก็มีความแตกต่างกัน เพียงแต่หากไม่ได้เป็นแฟนคลับแล้วก็อาจจะไม่สามารถจำแนกความชื่นชอบ หรืออัตลักษณ์ พฤติกรรมการแสดงออกของแฟนคลับเกาหลีแยกจากกันได้

ทั้งนี้ในการศึกษานี้ผู้ศึกษาใช้ทั้งคำว่าแฟนคลับเกาหลี และดั่งเกาหลี เพื่อเป็นภาพตัวแทนชุมชนแฟนคลับเกาหลี ซึ่งมีความหมายถึงผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี และเพื่อไม่ให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกไปในด้านลบกับคำว่าดั่งเกาหลี

2.3 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาการชุมชนแฟนคลับเกาหลีที่ศึกษาอัตลักษณ์เชิงวัตถุในชุมชน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างของงานจะเป็นแฟนคลับกลุ่มที่มีความชื่นชอบและทำกิจกรรมอย่างน้อย 1 กลุ่ม หรือมากกว่า 1 กลุ่มก็ได้ และมีความสัมพันธ์กับกลุ่มไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง ซึ่งจะสามารถแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของตนเองและอัตลักษณ์เชิงวัตถุที่มีร่วมกันของกลุ่ม ซึ่งผู้ศึกษาจะแบ่งเป็น 2 ประเด็นคือการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง และการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะอธิบายตามหัวข้อต่อไปนี้

2.3.1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้จะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีความชื่นชอบศิลปินเกาหลีเป็นอย่างมากในระดับหนึ่ง และมากขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งกลายเป็นการติดตามอย่างสม่ำเสมอ เกิดจากความชอบของผู้ที่เป็นแฟนคลับ โดยแรกเริ่มมาจากการชอบมากหรือน้อยแต่ก็มีการติดตามผลงานอย่างต่อเนื่อง จนถึงปัจจุบัน ซึ่งแฟนคลับก็มีทั้งกลุ่มที่เป็นวัยรุ่น และกลุ่มที่อายุสูงกว่าวัยรุ่น โดยส่วนมากก็จะมีระยะเวลาที่ชื่นชอบประมาณ 5 ปีขึ้นไป ซึ่งจะเป็นผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ดี เพราะเนื่องจากมีศิลปินที่ชื่นชอบที่อยู่ต่างประเทศ และมีการแสดงต่างๆที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ โดยมากจะเป็นคลิปใน www.youtube.com หรือเป็นคลิปที่แฟนคลับต่างประเทศหรือแฟนคลับไทยในต่างประเทศเป็นคนติดตามมา ใน twitter หรืออาจมีการตัดคลิปลงใน Instagram ทั้งนี้กลุ่มศิลปินที่เป็นผู้ชายหรือผู้หญิงก็จะมีปริมาณความชอบของแฟนคลับใกล้เคียงกัน หากศิลปินวงนั้นหรือดาราคนนั้นโด่งดังมากในประเทศไทย ความโด่งดังก็จะการันตีจากการมีผลงานในขณะนั้น และการมีผลงานอย่างต่อเนื่อง

จุดเริ่มต้นหนึ่งของการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้ศึกษาจะสอบถามการเริ่มชื่นชอบของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีซึ่งไม่ได้เป็นกลุ่มชื่นชอบอยู่เฉยๆ แต่เป็นกลุ่มที่เมื่อมีการชื่นชอบแล้ว เกิดการ

สืบค้น ค้นหาข้อมูลของศิลปิน จนเริ่มมีการติดตามศิลปินจนถึงปัจจุบัน จะเป็นกลุ่มเดียวกันหรือคนละกลุ่มก็ได้ ในตอนต่อไปนี้ผู้ศึกษาจะกล่าวถึงการชื่นชอบ และการเริ่มติดตามศิลปินเกาหลีของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

การกลายมาเป็นแฟนคลับเกาหลีของกลุ่มตัวอย่าง จะเริ่มชอบจากลักษณะภายนอกที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่าของศิลปิน ที่รูปร่าง หน้าตา ความสามารถ (ความรู้สึถึงศิลปินคนหนึ่งที่ร้องเพลงเก่ง เต็มเก่ง แสดงเก่ง) แล้วจึงติดตาม สืบค้นข้อมูล และติดตามจนถึงปัจจุบัน (2561) เช่น พี่อาทที่พูดถึงต้นเหตุที่ทำให้ชื่นชอบและกลายมาเป็นแฟนคลับว่า

เริ่มชอบชีวอนมาตั้งแต่ปี 2006 จากโฆษณา 12 plus ก็เลยอยากรู้ว่าคนนี้ใครหรือหล่อ น่ารักดี พอตามดูก็เลยรู้ว่าคนนี้เป็นศิลปินวงsuper junior เลยติดตามดูจาก youtube และพวกเว็บไซต์ Dek-D หรือ Pantip มันจะลิงค์ไปเรื่อยจนเราเจอเพจแฟนคลับที่เป็นแฟนคลับของวง พอดูรายการนั้นรายการนี้มากหน่อยก็เลยกลายเป็นตามทั้งวงเพราะเขาจะออกรายการด้วยกันกับวง แล้วแต่ละคนก็แตกต่างกันเหมือนไม่น่าจะอยู่ด้วยกันได้ แต่ทุกคนเป็นคนตลก น่ารักเลยชอบ เวลาดูบางครั้งก็สร้างแรงบันดาลใจให้กับเราเหมือนกันนะ (พี่อาท, สัมภาษณ์ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2558)

ซึ่งก็สอดคล้องกับแฟนคลับคนอื่นๆ จากการศึกษาพบว่าจำนวนแฟนคลับส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงที่จะชอบทั้งวงผู้หญิงและวงผู้ชาย ซึ่งจะชอบเพราะหน้าตา เสียง ความตลกของศิลปิน หรือบทบาทที่ได้รับ ที่เห็นแล้วสะดุดตา เช่น

ตอนแรกเลยดูทางช่องเคเบิลกดผ่านๆ และเปิดเจอมิวสิกวิดีโอ Into The new world ของเกิลเจนเนอเรชั่น เลยดูว่ากลุ่มผู้หญิงนี้น่ารักดีนะ เลยไปสืบค้นหาจากใน อินเทอร์เน็ต (internet) ก็เริ่มชอบแบบทุกคนเป็นคนตลก น่ารัก สวย หุ่นดี เป็นผู้หญิงในฝันทั้งๆที่เราก็เป็นผู้หญิงเหมือนกันแต่กลับรู้สึกชอบ แต่ที่ชอบที่สุดเลยก็ Jessica เพราะว่าเขาคูมินๆ เอ้อๆ แต่สวยมากแล้วก็น่ารักมาก ไม่ใช่แต่จะสวยอย่างเดียวนะแต่มีความสามารถ คนอื่นอาจจะมองว่าแบบไอดอลเกาหลีคือคนที่ศัลยกรรม แล้วไปเดินลิปซิงค์ แต่เรามองในมุมที่เขามีความอดทนกว่าจะผ่านเข้ามาเป็นศิลปินได้ใช้ระยะเวลาฝึกนานมาก และกดดันมากเป็นสิบๆปีเลย (พี่พลลี่, สัมภาษณ์ 1 ธันวาคม 2557)

หรือน้องโยและส้ม ที่เป็นแฟนคลับผู้หญิงที่ชื่นชอบศิลปินเกิลเจนเนอเรชั่นเหมือนกัน ก็กล่าวเหมือนกันว่า

ตอนแรกไม่ชอบเกิลเจนเลย ไม่ชอบมากๆ แล้วเพื่อนที่โรงเรียนก็บอกว่า แกต้องลองฟังดูนะ ตอนสมัยเพลงแรกอัลบั้มแรก into the new world เพิ่งจะออกใหม่ๆ มาชอบเอาตอนโปรโมทไปซึกเดือนนึงแล้ว ชอบเพราะนางพูดอังกฤษชัด แบบสำเนียงเป๊ะมาก คือ โยชอบคนสำเนียงแบบนี้มันอยู่แล้ว แล้วยิ่งคันทายิ่งน่ารักแบบนิสสัย นู่นนี่ แล้ว

ดูเป็นคนจริงจังกับงาน แต่ก็พอติดตามไปเรื่อยๆก็ดูเป็นคนตลก ตอนนั้นอยู่ ม.1 สมัยยังมี channel v สมัยนั้นติดบอร์ด soshifanclub มากทวิตเตอร์ไม่รู้จักหรอก เพื่อนบังคับให้ดู ตอนนั้นเพื่อนๆก็ชอบด้วย แล้วยังอยู่ร.ประจำทุกคนชอบ เซฟลง mp4 ติดมาจากเพื่อน เพื่อนแบบ แกต้องดู แกต้องชอบ แล้วเป็นแบบนี้ไปทุกวัน จนมันชอบขึ้นมาจริงๆ ตอนไหนก็ไม่รู้ ติดตามจนหนักมาถึงปัจจุบัน (น้องโย, สัมภาษณ์ 12 มีนาคม 2560)

เอาตอนแรกก่อน พอได้ดู MV เพลงเดบิวของวงเกิลเจน ตอนแรกชอบที่วงนี้เต้นเก่ง เต้นพร้อมกัน ในตอนนั้นวงเกิลอื่นมันดูเต้นไม่ได้พร้อมกันขนาดนี้ พอดูปุ๊บก็ได้ดูซ้ำๆอีก และพอแยกได้ว่าใครเป็นใคร ก็เริ่มชอบยูริ (ศิลปินคนหนึ่งในวง Girls' Generation) คือในตอนแรกชอบเพราะน่ารัก แต่ชอบมากขึ้นขึ้นตั้งและตามเพราะรายการเรียลิตีของวง แล้วชอบความตลก มีนๆ คือพอดูรายการแล้วมันเหมือนดูเพื่อนตัวเองกำลังเล่นกันอยู่ (ส้ม, สัมภาษณ์ 11 มกราคม 2560)

สรุปได้ว่าการมาเป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลี เริ่มมาจากการชื่นชอบส่วนตัว ซึ่งมีการชื่นชอบจากการชอบเอง บังเอิญได้มาชอบหรือเพื่อนแนะนำให้ชอบเลยชอบตามเพื่อน ด้วยความที่ศิลปินของเกาหลีส่วนใหญ่จะเป็นวงหลายคนแต่ละคนก็จะมีบุคลิกที่แตกต่างกันนอกจากการมีหน้าตาและหุ่นที่ดูดีแล้ว นี่ก็เป็นกลยุทธ์การผลิตของอุตสาหกรรมบันเทิงให้ผู้ติดตามต้องชื่นชอบบ้างสักคนในวง และด้วยประวัติที่ทุกคนจะต้องได้รับการฝึกฝนมาเป็นเวลานาน บางคนเป็นศิลปินฝึกหัดมาตั้งแต่ 7 ขวบแฟนคลับบางคนก็จะใช้ความอดทนเป็นแรงบันดาลใจให้กับตนเองและถือว่าเป็นไอดอล จึงมีการสืบค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินที่ตนเองชอบ แล้วก็อยากติดตาม และพอได้ติดตามดูก็เกิดความสนใจมากขึ้นจึงมีการติดตามทาง อินเทอร์เน็ต (internet) ทั้งในเว็บไซต์แฟนคลับต่างๆ หรือเว็บกลาง (Dek-D, Pantip, Twitter) จากนั้นก็ารู้จักกันในในกลุ่มคนที่ชอบศิลปินคนเดียวกัน เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนในเรื่องศิลปินที่ตนเองชื่นชอบได้มีการรวมกลุ่มเกิดการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มทำความรู้จักจนคุ้นเคยกลายเป็นเพื่อนที่ตามศิลปินด้วยกัน หรือเวลาศิลปินมาก็จะนัดไปตามด้วยกัน หรือแม้กระทั่งที่ปรึกษาเข้าไปทำงานที่เดียวกันอีกด้วย เช่นเดียวกับกรณีของน้องแจมที่เล่าว่า

ตอนแรกเวลาเราจะตามใครเราก็ไปของเราคนเดียวนะ เพราะรู้สึกลัวจะสะดวกดี พอไปหลายๆครั้งก็เจอคนเดิมๆ หรือถ้าเราเข้าไปคุยกับคนที่ชอบไอดอลคนเดียวกับเรา ก็จะทักนะ นานๆไปก็รู้จักกันเอง จนตอนนี้ชวนกันมาทำงานที่เดียวกันแล้วเนี่ย แล้วก็รู้จักคนอื่นอีกเยอะ มีเครือข่ายอีกเยอะด้วย (น้องแจม, สัมภาษณ์ 14 กุมภาพันธ์ 2560)

อย่างไรก็ตามการชื่นชอบของแฟนคลับเกาหลี ก็ไม่ได้เป็นเพียงการชื่นชอบแค่รูปร่างหน้าตาต่างๆไป แต่ก็ยังเป็นการชื่นชอบที่สามารถเป็นแรงบันดาลใจให้กับตนเองในการใช้ชีวิตประจำวันหรือการกระทำต่างๆ เช่น น้องแอน แอดมินเพจ ดีแพ่ k-pop ในเฟซบุ๊กที่มียอดคนถูกใจทำหมื่นกว่าคนที่กล่าวว่า

มันคือความชอบที่เกิดมาจากความสามารถของศิลปินค่ะ ได้เห็นเขาพยายาม มันทำให้เราอยากจะสนับสนุนเขา ที่ทำเพลงก็เพราะว่าจะได้ใกล้ชิดกับดั่งคนอื่นมากขึ้น ได้เห็นมุมมองของคนอื่นมากขึ้น และได้อัปเดตข่าวของศิลปินด้วยค่า คนอื่นอาจจะมองว่าดั่งชอบศิลปินที่หน้าตา “ศิลปินหรือ อ้อ..ความสามารถไม่มีหรือ” เราอยากให้คนที่พูดแบบนี้ลองเปิดใจด้วยค่ะ (น้องแอน, สัมภาษณ์ 18 พฤษภาคม 2560)

จากการศึกษาพบว่า การกลายเป็นแฟนคลับเกาหลีของสมาชิกกลุ่มแฟนคลับเกาหลีนั้นก็เริ่มต้นมาจากการชื่นชอบในลักษณะภายนอกที่เห็นด้วยตาเปล่า เช่น รูปร่างหน้าตา หุ่น การพูดจา น้ำเสียง การแสดงออกจึงทำให้เกิดเป็นความประทับใจตั้งแต่แรกเห็นและจึงเริ่มค่อยๆติดตามจากผลงานต่างๆจนเกิดเป็นความชื่นชอบที่มากขึ้นและกลายเป็นความหลงใหลคลั่งไคล้ จากการสืบค้นข้อมูลของศิลปิน มีการติดตาม ตัดสินใจว่าจะชอบศิลปินคนไหน หรือว่าจะทำกิจกรรมอะไรนั้นก็ต้องศึกษามาแล้วบ้างว่าสิ่งที่แฟนคลับจะทำคืออะไร โดยที่คิดว่าไม่ได้ทำให้เดือดร้อนใคร จนกระทั่งกลายเป็นแฟนคลับที่ติดตามมาโดยตลอดและยาวนาน และทำให้มีเครือข่าย คนรู้จัก ผู้ที่พูดเรื่องเดียวกันเพิ่มมากขึ้นเป็นชุมชนแฟนคลับเพื่อที่ทำการกิจกรรมต่อไป

2.3.2 วิธีเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง

การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ ผู้ศึกษาขอแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มที่เป็นผู้ที่รู้จักกับนักศึกษาอยู่แล้ว กลุ่มที่เป็นผู้ที่ถูกแนะนำมาจากกลุ่มแรก และกลุ่มที่พบเจอในสนาม เริ่มต้นจากการรู้จัก “ปุ๋ย” ซึ่งเป็นเพื่อนของนักศึกษาที่มีความคลั่งไคล้ศิลปินเกาหลีมาก และมีการติดตามอย่างเป็นทางการตลอดเวลา และ “น้องแจม” เป็นรุ่นน้องที่มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นผู้ที่ติดตามนายแบบเกาหลีในระดับที่ตามไปถึงประเทศเกาหลี ทั้งสองคนเป็นแฟนคลับเกาหลีมาเป็นระยะเวลากว่า 10 ปี ให้รู้จักกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในการทำกิจกรรมต่างๆเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามผู้ศึกษาได้ใช้เทคนิคให้กลุ่มตัวอย่างแนะนำตัวอย่างคนอื่นๆต่อไป (Snow Ball) อีกจำนวน 6 คน และได้เริ่มเข้าไปทำความรู้จักกับกลุ่มตัวอย่างคนอื่นๆด้วยการสร้างความคุ้นเคยและหาช่องทางในการเข้าไปอยู่ในกลุ่มทั้งทาง internet และกลุ่มกระทำการกิจกรรม และผู้ศึกษาได้พบเจอตามการร่วมกิจกรรมกลุ่มอีก 5 คน โดยผู้ศึกษาได้เข้าไปแนะนำตัวและแจ้งวัตถุประสงค์การวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ที่เป็นผู้ดูแลกลุ่มแฟนคลับของศิลปินวง Girl's Generation (www.soshifanclub.com) กลุ่มadmin เพชบุ๊ก เเพจ ดีแฉ่ K-pop และได้ขอเข้าร่วมกลุ่มเพื่อศึกษาผู้ดูแลกลุ่มและสมาชิกในกลุ่ม โดยเข้าไปสังเกตอย่างมีส่วนร่วม จนกระทั่งมีการแนะนำให้รู้จักและเข้าถึงแฟนคลับในกลุ่มอื่นๆ คือ กลุ่มการเขียนแฟนฟิคชั่น กลุ่มเต้นโคฟเวอร์แดนซ์

อย่างไรก็ตามการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างและการทำความเข้าใจกลุ่มตัวอย่างในเริ่มแรกเป็นไปได้โดยไม่ยากนัก เนื่องจากผู้ศึกษารู้จักศิลปินเกาหลีและชอบดูซีรีส์เกาหลีอยู่แล้วบ้าง รวมไปถึงถึงคนรอบข้างผู้ศึกษาเป็นแฟนคลับเกาหลีจำนวนหลายคนจึงสามารถพูดคุยกับกลุ่มตัวอย่างได้ง่าย

และค่อนข้างจะเป็นเรื่องเดียวกัน ทำให้มีความเข้าใจและสนิทสนมกันได้เร็วมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลี จำนวน 15 คน ซึ่งจะเน้นแฟนคลับของศิลปินเกาหลีโดยไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าจะเป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลีคนหรือกลุ่มใด แต่ต้องมีการกระทำกิจกรรม เข้าร่วมกับกลุ่มกิจกรรมต่างๆของการเป็นแฟนคลับเกาหลีในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่มก็ได้อย่างน้อย 1 กลุ่มกิจกรรม โดยมีวิธีเข้าถึงตามที่กล่าวไปแล้วข้างต้น เพื่อสามารถตอบคำถามได้ตามวัตถุประสงค์ โดยมีลักษณะสำคัญที่เป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจหรือเป็นผู้นำที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ของแฟนคลับเกาหลี โดยจะสรุปลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง อายุของกลุ่มตัวอย่าง การประกอบอาชีพ ระยะเวลาที่ชื่นชอบ ศิลปินที่ชื่นชอบ และกิจกรรมที่สนใจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

| ลำดับที่ | นามสมมุติ | อายุ | เพศ | อาชีพ | ระยะเวลาที่ชื่นชอบ | ศิลปินที่ชื่นชอบ | การร่วมกิจกรรม |
|----------|-----------|------|------|---|--------------------|---|---|
| 1. | ป๋วย | 30 | หญิง | บริษัทเอกชน | 10 ปี | แฟนซีรี่, SNSD | ติดตามซีรี่ นิยาย ศิลปิน |
| 2. | น้องแจม | 28 | หญิง | ทำงาน บริษัทเอกชน | 7 ปี | นายแบบ, B1A4 | ติดตามศิลปินไป ต่างประเทศ-ใน ประเทศ |
| 3. | ส้ม | 30 | หญิง | ธุรกิจส่วนตัว | 10 ปี | SNSD, Red velvet | ทุกกิจกรรม |
| 4. | เก๋ | 27 | หญิง | ธุรกิจส่วนตัว/ ขายนิยาย | 6 ปี | SNSD, CN blue | ขายนิยาย, ติดตาม ศิลปิน, ทำproject |
| 5. | น้องโย | 23 | หญิง | กำลังศึกษาต่อ ปริญญาโทที่ ประเทศเกาหลี ใต้ | 10 ปี | SNSD, Red velvet, blackpink, MAMAMOO | ทุกกิจกรรม |
| 6. | น้องเอ็ง | 22 | หญิง | เพิ่งเรียนจบ | 7 ปี | Apink, sns, bts | ออกแบบทำเต็น, รับเต็นตามงาน ต่างๆ, ประกวดเต็น |
| 7. | พี่พอลลี่ | 34 | หญิง | ทำงาน บริษัทเอกชน (ทริ) | 12 ปี | SNSD, EXO, NCT | Admin page soshithailand fanclub |

ตารางที่ 2.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

| ลำดับ ที่ | นาม สมมุติ | อายุ | เพศ | อาชีพ | ระยะเวลาที่ ชื่นชอบ | ศิลปินที่ ชื่นชอบ | การร่วมกิจกรรม |
|--------------|---------------|------|------|-------------------------|------------------------|----------------------|---|
| 8. | ทีเบบี | 35 | หญิง | ทำงาน บริษัทเอกชน | 12 ปี | SNSD | Admin page soshithailand fanclub |
| 9. | น้องแพง | 19 | หญิง | นักศึกษา (เอแบค) | 5 ปี | Super junior | ติดตามศิลปิน, ทำ project, แต่งพิก ชาย, ชายของ |
| 10. | น้องแอ้ | 16 | หญิง | นักเรียน | 4-5ปี | bts | cover dance |
| 11. | คลีน | 23 | หญิง | นักศึกษา (ลาดกระบัง) | 8 ปี | Super junior | แต่งนิยายเพื่อความ บันเทิงและเพื่อชาย |
| 12. | น้องแพม | 15 | หญิง | นักเรียน | 4 ปี | ศิลปินวงผู้หญิง | cover dance |
| 13. | น้องแอน | 12 | หญิง | นักเรียน | 3 ปี | ทุกวง | Admin page ดีแค้น k-pop |
| 14. | พี่อาท | 37 | หญิง | ครู | 7 ปี | ศิลปินวงผู้ชาย | เข้าร่วมโปรเจค และ ติดตามศิลปินไปใน ที่ต่างๆ |
| 15. | น้องแม็ค | 18 | ชาย | นักเรียน | 6 ปี | EXO, BTS | cover dance, ติดตามศิลปิน |

จากข้อมูลข้างต้นเป็นกลุ่มแฟนคลับเกาหลี ที่มีความชื่นชอบศิลปินเกาหลีเหมือนกัน ซึ่งชื่นชอบศิลปินเกาหลีแตกต่างกัน และไม่ได้เป็นเพียงแฟนคลับที่นิ่งเฉย แต่เป็นแฟนคลับที่มีการติดตาม มีการกระทำกิจกรรม เข้าร่วมกับกลุ่มกิจกรรมต่างๆของการเป็นแฟนคลับเกาหลีในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่มก็ได้อย่างน้อย 1 กลุ่มกิจกรรม ผู้ศึกษาใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน เริ่มจากกลุ่มแรก 8 คน ผู้ศึกษารู้จักกับปุ้ย ซึ่งเป็นเพื่อนของผู้ศึกษาและเป็นแฟนคลับของศิลปิน Girls Generation และน้องแจม ซึ่งเป็นรุ่นน้องที่มหาวิทยาลัย ได้พูดคุยเรื่องการศึกษาและให้ช่วยแนะนำกลุ่มตัวอย่างคนอื่นๆที่เข้ากับหลักเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดย ปุ้ยแนะนำให้รู้จักกับส้ม ซึ่งเป็นเพื่อนมัธยมของปุ้ยเป็นเพื่อนไปดูคอนเสิร์ตกับส้มที่เป็นแฟนคลับศิลปินวงเดียวกัน ส้มแนะนำให้รู้จักกับน้องเอ็งที่อยู่กลุ่ม cover dance กับส้ม ซึ่งปุ้ยกับส้มได้แนะนำให้รู้จักกับน้องโยที่เป็นแฟนคลับเกาหลีที่รู้จักกันมานานในงานคอนเสิร์ตซึ่งเป็นแฟนคลับเกาหลีที่ทำทุกกิจกรรม โดยส้มได้แนะนำให้ไปสัมภาษณ์ทีเบบี และพี่พอลลี่ ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งกลุ่มแฟนคลับของศิลปิน Girls Generation และน้องแจมที่เป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลีหลายคนได้แนะนำให้รู้จักกับเกซึ่งเป็นรุ่นพี่ในมหาวิทยาลัยเดียวกันและเป็นแฟนคลับของศิลปินวง cn blue และ Girls Generation ส่วนแฟนคลับอีกกลุ่มหนึ่ง

เป็นกลุ่มที่ผู้ศึกษาบังเอิญเจอจากการลงสนาม 7 คน ได้แก่ น้องแอ้และน้องแพม เป็นสมาชิกของวง cover dance คนละวง ซึ่งผู้ศึกษาพบเจอในการแข่งขัน cover dance, น้องแอน แอดมินเพจตีแผ่ K-pop ผู้ศึกษาได้เข้าไปขอสัมภาษณ์ผ่านทางข้อความเฟซบุ๊กเนื่องจากเป็นเพจที่มีการอัปเดตสม่ำเสมอและมีคนกดติดตามเป็นจำนวนมาก, คลีน ผู้เขียนนิยายแฟนฟิคชั่นในเวปไซด์เด็กดีที่สะดวกในการให้ข้อมูลกับผู้ศึกษามากที่สุด, น้องแพงและพี่อาท แฟนคลับของศิลปินวง super junior และ EXO ที่ผู้ศึกษาพบในงานคอนเสิร์ตของวง super junior และน้องแม็ค ผู้ศึกษาพบเจอระหว่างการต่อแถวซื้อบัตรคอนเสิร์ตของศิลปินวง EXO

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นผู้หญิงที่มีอายุเฉลี่ย ประมาณ 12-37 ปี โดยมีผู้น้อยที่สุด คือ 12 ปี อายุมากที่สุด 37 ปี ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพพนักงานประจำหรือบางคนมีอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลี ระยะเวลาการชื่นชอบโดยเฉลี่ยประมาณ 6 ปีขึ้นไป ชื่นชอบทั้งศิลปินหญิงและศิลปินชายเท่าๆกัน ไม่ได้หมายถึงผู้ที่เป็แฟนคลับเพศหญิงก็ไม่ได้ชอบศิลปินชายเสมอไป นอกจากนี้ยังมีความสนใจในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นแฟนคลับเกาหลีอย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น การเดินเลียนแบบ การแต่งนิยาย การขายนิยาย ติดตามศิลปิน หรือการเป็นหัวหน้ากลุ่มแฟนคลับ ซึ่งแฟนคลับแต่ละคนสามารถเข้าร่วมกิจกรรมตั้งแต่ 1 กิจกรรม หรือหลายกิจกรรมก็ได้แล้วแต่ความสนใจของแฟนคลับในระดับปัจเจก

เมื่อพิจารณาข้อมูลเบื้องต้นประกอบกับการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทและเป็นนักเรียน นักศึกษา ซึ่งการติดตามและการเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมต่างๆเพื่อเป็นการสนับสนุนศิลปิน ในด้านการซื้อสินค้า ซื้อบัตรคอนเสิร์ต ค่าเดินทางไปร่วมให้กำลังใจในที่ต่างๆ แต่แฟนคลับที่เป็นกลุ่มตัวอย่างก็พร้อมให้การสนับสนุนมาโดยตลอด ซึ่งก็สามารถสรุปได้ในระดับหนึ่งว่าแฟนคลับเกาหลีเป็นชนชั้นกลางหรืออาจเป็นผู้ที่หาช่องทางเพื่อให้ได้ไปดูคอนเสิร์ตหรือเข้าร่วมกิจกรรมได้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างบางคนสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับตนเองเป็นทุนสนับสนุนศิลปินที่ชื่นชอบด้วยการเก็บเงินจากการประกอบอาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับการเป็นแฟนคลับ นอกจากนี้ ผู้ศึกษายังค้นพบว่า การเป็นแฟนคลับเกาหลีนั้นไม่จำเป็นว่าผู้ที่เป็แฟนคลับจะเป็นคนต่างจังหวัดหรือเป็นคนในจังหวัดกรุงเทพมหานครก็สามารถติดตามศิลปินผ่านสื่อหรือการติดตามเมื่อมีการจัดงานเกิดขึ้นในจำนวนใกล้เคียงกัน โดยจะเลือกเวลาที่ตนเองสะดวกมากกว่า ซึ่งการจัดงานของศิลปินนั้นจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้าก่อนเป็นเวลาหลายเดือนหากผู้ที่เป็แฟนคลับที่ติดตามอย่างเหนียวแน่นก็จะเตรียมพร้อมทางด้านค่าใช้จ่ายและเวลา

อย่างไรก็ตามการศึกษาเรื่องนี้จะต้องมีการเก็บรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลซึ่งหากพบว่าผู้ให้ข้อมูลไม่ต้องการเปิดเผยชื่อจริงหรือข้อมูลส่วนตัวและหากผู้ศึกษาพิจารณาแล้วพบว่าส่งผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้ศึกษาก็จะไม่นำมาเสนอไว้ในงานศึกษาเรื่องนี้เพื่อเป็นการรักษาจริยธรรมทางการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการไม่สร้างผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผู้ศึกษาได้นำเสนอเป็นชื่อเล่นแทนการนำเสนอชื่อจริงเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลเมื่องานศึกษาถูกเผยแพร่ออกไป

2.4 ความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างกับความเป็นแฟนด้อม (fandom)

ความแตกต่างหนึ่งของแฟนคลับศิลปินเกาหลี กับแฟนคลับในกลุ่มอื่นๆ คือการกำหนดลักษณะอัตลักษณ์เชิงวัตถุของแฟนคลับเกาหลีในแต่ละกลุ่มศิลปินที่ค่อนข้างชัดเจน เป็นลักษณะเฉพาะของแฟนคลับเกาหลี กล่าวคือ การเป็นแฟนคลับเกาหลีจะต้องประกอบไปด้วยการแสดงออกที่มีลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่า เช่น การแต่งตัว ลายของเสื้อยืด หรือแม้กระทั่งลายของหมวก ไปจนถึงการใช้ชื่อในสื่อโซเชียลมีเดีย และการใช้สีในรูปโปรไฟล์ โดยแฟนคลับเกาหลีจะมีชื่อเรียกกลุ่มและสีประจำกลุ่มที่ เกิดขึ้นจากการตกลงกันเองระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน เช่น กลุ่มแฟนคลับของศิลปินวงsuper juniorชื่อว่าเอลฟ์ ใช้สีน้ำเงินเป็นสีประจำกลุ่ม กลุ่มแฟนคลับของศิลปินวงเกิลเจนเนอเรชันชื่อว่าโซวอน ใช้สีชมพูเป็นสีประจำกลุ่ม หรือกลุ่มแฟนคลับของศิลปินวงบีกแบงชื่อว่าวีไอพี ใช้สีเหลืองเป็นสีประจำกลุ่ม และยังมีคทาดอกไม้สีเหลืองเป็นสัญลักษณ์ประจำกลุ่มอีกด้วย ทั้งนี้สัมพันธ์เป็นแฟนคลับของศิลปินวงเกิลเจนเนอเรชัน กล่าวถึงลักษณะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มของแฟนคลับเกาหลีซึ่งผู้ที่แฟนคลับด้วยกันจะเข้าใจความหมายว่า

เราเป็นโซวอน (ชื่อกลุ่มแฟนคลับของศิลปินวงเกิลเจนเนอเรชัน (Girls' Generation)) ถ้ามีคอนเสิร์ตรวมศิลปินเกาหลีที่จัดประจำปีมาไทย เราก็จะใส่สีชมพู มีสัญลักษณ์รูปปีกนางฟ้าของวงอยู่ในชุดบ้าง หมวกบ้างเสื้อบ้าง แล้วก็ใส่แท็บสีชมพู มีท่อนร้องอังกฤษที่โซวอนเกาหลีคิดขึ้นมา มีป้ายเชียร์ทั้งไวไว ป้ายไฟ ป้ายชื่อ รูป พัด ซึ่งแคะมองกันก็รู้แล้วว่าใครเป็นติ่งใคร” (น้องแจม, สัมภาษณ์ วันที่ 21 พฤษภาคม 2560)

จากการศึกษาผู้เขียนขอสรุปอัตลักษณ์และข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มของศิลปินวงที่ได้พูดถึงในงานศึกษานี้ ไว้ในตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 2.2 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทย

| ชื่อศิลปิน | ชื่อแฟนคลับ | ชื่อแฟนคลับที่ใช้ในประเทศไทย | สีประจำกลุ่ม | สัญลักษณ์ (บางกลุ่ม) |
|---|-------------|------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|
| Super Junior ซูเปอร์จูเนียร์ | E.L.F. | เอลพี | สีน้ำเงิน (Pearl Sapphire Blue) | แท่งไฟสีน้ำเงิน |
| Big Bang บิ๊กแบง | V.I.P. | วีไอพี | สีเหลือง (สีที่ใช้บ่อย) | แท่งไฟมงกุฎสีเหลือง |
| Girls' Generation SNSD เกิลเจนเนอเรชั่น | Sone | โซวอน | สีชมพู (Peach Pink) | แท่งไฟมงกุฎรูป GG |
| EXO | EXO-L | เอ็กซ์แอล/โซแอล/อซอ/อซฟ | สีครีม Cosmic Latte (คอสมิก ลาเต้) | |
| Got 7 | IGOT7 | ไอก๊อตเซเวน/อกซ/อากาเซ่ | สีเขียว | |
| Ikon | iKONIC | ไอโคนิก | สีแดง | โลโก้สีเหลี่ยมด้านขนาน iKONIC |
| Blackpink | BLINK | บลิงค์ | สีชมพู-พื้สีดำ | |
| BTS | A.R.M.Y | อาร์มมี่ | สีขาว | |

จากการมีชื่อแฟนคลับ สีประจำกลุ่ม และสัญลักษณ์บางอย่างของกลุ่มนั้น ยิ่งถ้าหากเป็นคอนเสิร์ตรวมศิลปินแล้ว การเป็นกลุ่มแฟนคลับจะมีการแสดงอัตลักษณ์เชิงวัตถุของแต่ละกลุ่ม (ด้อม) ที่ค่อนข้างชัดเจน ซึ่งแฟนคลับในกลุ่มต่างๆก็จะพยายามทำอัตลักษณ์นั้นให้โดดเด่นขึ้น โดยการถือแท่งไฟ การแต่งสี ใส่เสื้อทิม จองที่นั่งกลุ่มแฟนคลับตามที่ได้นัดกันไว้เพื่อสามารถให้แปลอักษรหรือติดป้ายบอก เพื่อให้ศิลปิน หรือให้แฟนคลับเกาหลีที่ชื่นชอบศิลปินกลุ่มอื่นว่า “เราเป็นใคร” ปลายเป็นแฟนคลับของศิลปินกลุ่มไหน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามยังมีการใช้สัญลักษณ์บางอย่างที่แสดงให้เห็นว่าเป็นแฟนคลับเกาหลี ถ่ายทอดเป็นภาษาเฉพาะของแฟนคลับเกาหลี มักจะสื่อสารกันทางสื่อออนไลน์โดยการใช้คำศัพท์ที่เป็นภาษาพูดในการเขียน การตั้งแคปชั่น หรือการคอมเมนต์ ในอินเทอร์เน็ตอีกหลายคำ ซึ่งแฟนคลับเกาหลีเองก็มีลักษณะที่ “รู้กัน” เป็นรหัสโค้ดลับอย่างกว้างขวาง ซึ่งผู้ศึกษารวบรวมคำที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งได้แก่

1. *แฟนด้อม*¹ (fandom) หมายถึง ความเป็นแฟน ทั้งนี้แฟนคลับเกาหลีได้ใช้คำนี้ในบริบทของการเป็นแฟนอย่างกว้างขวาง ในความหมายที่ต่างออกไป ใช้เรียกแทนคำว่า “กลุ่ม” ของตัวเอง อธิบายมาจากคำว่า Fanclub + Kingdom หมายถึง กลุ่มแฟนคลับของศิลปินนั้นๆ ที่คล้ายกับอาณาจักร แฟนคลับผู้ยอดเยี่ยม ยิ่งใหญ่ ในบางครั้งเรียกแทนกลุ่มของตัวเอง เช่น ด้อมของ Got7 คือ อากาเซ่ หรือ ใช้ในการเข้าสู่ด้อม และเรียกกลับด้อม ซึ่งหมายถึงแฟนคลับอาจจะไปชอบศิลปินคนอื่น แต่เมื่อศิลปินที่ตนชื่นชอบมีผลงานก็ให้กลับมาติดตามศิลปินคนเดิม เป็นต้น

2. *คู่ชิป* มาจากคำว่า Relationship ที่แปลว่าความสัมพันธ์ หรือคู่จิ้น ที่มาจากคำว่า Imagine แฟนคลับจึงมีการเรียกศิลปินที่แฟนคลับเห็นว่ามี ความคู่กันว่า คู่ชิป แทนชื่อคู่จิ้น และ ชิปเปอร์ หมายถึง แฟนคลับของคู่ชิปหรือคู่จิ้น นั่นเอง อีกชื่อหนึ่งของเหล่าชิปเปอร์ คือเขาจะเรียกตัวเองว่า ชาวเรือ ซึ่งไปขโมยมาจากคำว่า Ship ในภาษาอังกฤษ ที่แปลว่า เรือ อย่างเช่น ผู้ที่ชอบคู่จิ้น มาร์คแบม (ชื่อศิลปิน 2 คน ผสมกัน ได้แก่ มาร์ค + แบมแบม) คือ มาร์คแบมชิปเปอร์

3. *แม่* หรือแฟนคลับเกาหลีตัวแม่ ใช้เรียก แฟนคลับผู้ติดตามศิลปินอย่างหนัก พุ่มเท ที่มีการทุ่มเงิน การเปย์ (pay) ชื่อของ เช่น ชื่อบัตรคอนเสิร์ตแบบ Vip หรือการโหวตแบบทุ่มโหวต เช่น แม่เกา ใช้เรียกผู้ที่มีอำนาจในการจ่ายสูงจากกลุ่มแฟนคลับประเทศเกาหลี หรือ แม่ไซน์ มีที่มาจาก การยอมทุ่มเงิน ยอมจ่ายเยอะกว่า เพื่อที่จะได้เข้าร่วมกิจกรรมการแจกจ่ายเซ็น มาพร้อมกับกล่องราคาหลักแสน สำหรับการถ่ายรูปเพื่อเผยแพร่

4. *แฟนแอค* (fanacc) หมายถึง แอคเคาต์ (account) ทางโซเชียลมีเดียของแฟนคลับ ส่วนใหญ่จะเป็นทวีตเตอร์ ที่จะคอยตามกด Follow Retweet และ Favorite เรื่องราวต่างๆ ของบ้านแฟนเบส² รวมถึงยังคอยรายงานสดกิจกรรมของศิลปินต่างๆ อย่างไรก็ตามคำว่าแอค (acc) สามารถใช้ย่อในคำอื่นๆได้ด้วย เช่น แอคหลุม หมายถึง Account ในโซเชียลต่างๆ โดยผู้ที่เป้นแฟนคลับคนอื่นก็อาจจะไม่รู้ ไม่ใช่ Account ที่ใช้ประจำ ซึ่งแอคหลุมนั้นมีไว้ในช่วงเฉพาะกิจ เพื่อสมัครเว็บไซต์รายการเพลงเกาหลี สำหรับโหวต ปันยอดวิว ใช้ส่ง ดึงเกาหลีบางคน มีแอคหลุมถึง 20 accounts

¹ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านดังนั้นผู้ศึกษาจะใช้คำว่าแฟนด้อมในความหมายของกลุ่มแฟนคลับเกาหลี ที่หมายถึง “กลุ่มของแฟนคลับ”.

² Fan base คือ แฟนคลับผู้ที่เป็นศูนย์กลาง หรือแฟนคลับที่รวมกันเป็นกลุ่มใหญ่คอยติดตามและเป็นผู้คอยอัปเดตผลงานที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ซึ่งต่างจาก Fanacc ซึ่งเป็นเพียงผู้ส่งสารให้เผยแพร่ต่อไปเท่านั้น.

5. *แฟนอาร์ต* มาจากคำว่า Fanclub + Art หมายถึง ผลงานภาพวาดไม่ว่าจะเป็น การ์ตูน ภาพตัดต่อ หรืองานกราฟฟิกต่างๆ ที่แฟนคลับเป็นผู้สร้างขึ้นมาให้มีคาแรคเตอร์เหมือนกับ ศิลปินที่ชอบ บางชิ้นงานมีการจดลิขสิทธิ์ ผลิออกมาเป็นสินค้าขายกันอย่างจริงจัง

6. *แฟนแคม* (fancam) ย่อมาจาก Fanclub + camera ซึ่งหมายถึง คลิปวิดีโอที่แฟน คลับหรือผู้ติดตามนั้น ตามถ่ายศิลปินตามสถานที่หรืองานอีเว้นท์ต่างๆ โดยผู้ถ่ายแฟนแคมนั้น อาจ เป็นแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินนั้น หรืออาจเป็นกลุ่มคนตามถ่ายแฟนแคมมืออาชีพทั่วไปได้ บางคนอาจ เป็นผู้อัปเดตเอง บางคนอาจส่งภาพไปให้กลุ่ม admin บ้านแฟนเบสเป็นผู้อัปเดตให้

7. *แฟนเมด* (fanmade) หมายถึง งานตัดต่อหรือการแก้ไขสิ่งต่างๆ เกี่ยวกับศิลปินที่ เกิดขึ้นโดยแฟนคลับ เช่น การเขียนนิยายฟิคชั่น การตัดต่อ VDO OPV¹

8. *แฟนไซต์* (fansite) เรียกอีกอย่างว่า แฟนเพจ (fanpage) หมายถึง เว็บไซต์ที่แฟน คลับจัดทำขึ้นเอง ดูแลเอง เพื่อสนับสนุนอย่างเป็นทางการ ส่วนใหญ่เป็นการอัปเดตตารางงานและ ผลงานของศิลปิน

9. *เมน* (Main) ตามพจนานุกรมไทย-อังกฤษแล้วจะแปลว่าสำคัญที่สุด, หลัก, ใหญ่ที่สุด และมากที่สุดแต่เมนในที่นี้หมายถึง ศิลปินที่เราชอบมากที่สุด หรือเรียกอีกอย่างว่า “เมนหลัก” ซึ่งใช้ ว่าจะเรามีเมนได้แค่คนเดียว เพราะว่ายังมีตำแหน่ง “เมนรอง” หมายถึง ศิลปินที่ชอบรองลงมาเป็น อันดับ 2 หรือ “เหนือเมน” หมายถึง ศิลปินคนที่เราชอบเผลอใจไปหลงรัก เป็นต้นว่าจะใช้คำว่า “เมน” (main) สำหรับการชื่นชอบศิลปินในลำดับที่ 1 เช่น สัมที่เป็นเมนยูริ แต่ก็ชอบวง เกิลเจนเนอ เรชั่น ทั้งวง แต่ชอบศิลปินที่ชื่อยูริเป็นลำดับที่ 1 และชอบวง เรดเวลเวต ซึ่งก็เรียกว่าเป็น เมน รอง

10. *อังกอร์* (encore) คำนี้มาจากภาษาฝรั่งเศสที่แปลว่า “อีกครั้ง” โดยเป็นเหมือน ธรรมเนียมที่เมื่อคอนเสิร์ตจบลงแล้วแฟนๆ ก็จะตะโกนพร้อมกัน ประมาณว่า เอาอีกๆ เพื่อเชียร์ให้ ศิลปินขึ้นมาแสดงอีกครั้ง แต่ในไทยก็มีคนนำไปใช้ในความหมายที่ผิดไป แทนคำว่า “แฟนชานท์” (fanchant) ซึ่งเป็นโค้ดเอาไว้อัปเดตเวลาศิลปินร้องเพลง เพื่อเป็นการแสดงพลังของแฟนคลับอีกอย่าง หนึ่ง

11. *อัปเดต* (update) ทำข้อมูลให้เป็นปัจจุบันที่สุด โดยการหาข้อมูลจากการติดตาม เอง หรือการนำเอาข่าวความเคลื่อนไหวต่างๆ ของศิลปินมาอัปเดตอีกครั้ง เพื่อเผยแพร่ให้ผู้ติดตาม

¹ OPV คือ Original Promotional Videos (หรือบางครั้งเรียกว่า Other People's Videos) ซึ่งเป็น unofficial music videos คือ มีลิขสิทธิ์วิดีโอที่ไม่ใช่ของทางต้นสังกัดของนักร้อง ดารา ผลิตหรือจัดทำ แต่เป็นแฟนคลับทำขึ้นมาเองอาจจะเป็นในช่วงโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิดของศิลปินดาราที่ชื่นชอบ โดยใช้เพลงของทางค่ายเพลงที่เป็น Official แต่ภาพที่แสดงเป็นการตัดต่อของแฟนคลับทำขึ้นประกอบ เพลง.

ศิลปินได้ทราบถึงเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งสามารถอัปเดตได้จากผู้ที่เป็นเจ้าของแอคเคาท์ (Account) เอง หรือเป็นผู้ที่เป็นแอดมิน (Admin) ของกลุ่มแฟนด้อมนั้นๆ

12. *โปรเจค* (project) มาจากแฟนโปรเจค คือ กิจกรรมที่แฟนคลับทำให้ศิลปิน มักจะจัดทำขึ้นเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญ เช่น การมาแสดงคอนเสิร์ตในประเทศไทย จะจัดเป็นโปรเจคแปรรอักษรป้าย หรือเปลี่ยนสีแท่งไฟ, เทศกาลวันสำคัญๆต่างๆของศิลปิน จะจัดเป็นโปรเจคเปลี่ยนดิสเพลในสื่อออนไลน์ หรือทำบุญในชื่อของศิลปิน เป็นต้น (<https://www.spokedark.tv/posts/10-slang-words-of-thai-k-pop-fans/> ออนไลน์ เข้าถึงเมื่อ 15 พฤษภาคม 2560; <https://teen.mthai.com/variety/114673.html> ออนไลน์ เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน 2561; <https://www.siamzone.com/board/view.php?sid=3906848> ออนไลน์ เข้าถึงเมื่อ 2 เมษายน 2561; <http://campus.sanook.com/1386667/> ออนไลน์ เข้าถึงเมื่อ 4 มีนาคม 2561)

ทั้งนี้ ก็ยังมีศัพท์ต่างๆที่แฟนคลับเกาหลีจะใช้สื่อสารกันแบบรู้กัน เช่น คำว่า กดบัตร คือการจองบัตรในระบบออนไลน์ เป็นต้น หรือคำบางคำที่ใช้สนทนากันเป็นคำภาษาต่างประเทศทั้งภาษาอังกฤษและภาษาเกาหลี เช่น การเปิดตัวของศิลปิน เรียกว่า เดบิวต์ ศิลปินที่อายุน้อยที่สุดในกลุ่มถูกเรียกว่า มังเน่ หรือ การออกเพลงใหม่จะเรียกว่าการคัมแบค (comeback) เป็นต้น หรือการมีคุณสมบัติอื่นๆ เช่น แฟนคลับเกาหลีแต่ละคนก็จะใช้รูปโปรไฟล์หรือแม้แต่การใช้ชื่อให้เหมือนกับการเป็นแฟนคลับศิลปิน ไอดอล ซึ่งการใช้สีก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่แฟนคลับมักนิยมใช้กันเป็นสีประจำวงของวงนั้น เช่น น่องโยซึนเป็นแฟนคลับ Girls' Generation ก็จะใช้รูป cover และรูป profile เป็นสีชมพู การใช้ชื่อทวิตเตอร์ก็จะใช้ว่า xolovetfn ซึ่ง tfn ก็ย่อมาจาก ทิฟฟานี่ ก็จะสามารถบ่งบอกได้ว่าเป็นแฟนคลับของศิลปินคนไหนวงอะไร หรือน้องเอง ที่ใช้ชื่อไลน์ว่า earngsic ซึ่งเป็นชื่อน้องเอง ผสมกับ เจสสิก้า เป็นต้น บางคนอาจจะตั้งเป็นชื่อบัญชีหรือชื่อแฟนคลับเพื่อแสดงถึงความเป็นตัวตนว่าเราเป็นแฟนคลับศิลปินวงไหนและเพื่อแสดงถึงความเป็นแฟนคลับของกลุ่มไหน

2.5 สนามของการศึกษาและการเข้าถึงข้อมูล

การศึกษาคั้งนี้มีขอบเขตในการศึกษาแบ่งออกเป็นกลุ่มกิจกรรมทั้งหมด 3 กลุ่ม ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มมีส่วนที่อยู่ใน Social Media ซึ่งมีจำนวนไม่แน่นอนกับส่วนที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมของแฟนคลับ มีการรวมกลุ่ม และติดตามเมื่อศิลปินมายังประเทศไทย เนื่องจากกลุ่มแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทย เป็นกลุ่มแฟนคลับที่มีขนาดใหญ่กระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆทั่วประเทศไทย และมีการกระทำกิจกรรมกลุ่มที่มีความหลากหลาย ศิลปินบางวงมีแฟนคลับคนไทยในกลุ่มเฟซบุ๊กไทยแลนด์แฟนคลับ ตั้งแต่หลักร้อยถึงหลักหมื่นไปจนถึงหลักแสนคน ซึ่งในแต่ละกลุ่มกิจกรรมก็มีจำนวนลดหลั่นกันตามแต่กิจกรรม โดยการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมทั้งหมดนั้นจะประกอบไปด้วยแฟนคลับที่มีลักษณะเป็นเพศ

หญิงมากกว่าแฟนคลับที่เป็นเพศชาย ทำให้ผู้ศึกษาเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงได้ง่ายกว่าเพศชาย อีกทั้งผู้ศึกษาพิจารณาเห็นว่าการแสดงออกถึงความชื่นชอบ คลั่งไคล้ของแฟนคลับเพศหญิงจะเห็นได้ชัดกว่าเพศชายจากลักษณะภายนอกหรือสิ่งของที่ใช้และสะสม ซึ่งก็จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ศึกษาสำหรับการเก็บข้อมูลในเชิงลึกต่อไป ทั้งนี้ ผู้ศึกษาสามารถเข้าสู่สนามอย่างไม่ยากมากนัก เนื่องจากการเข้าไปรู้จักกลุ่มตัวอย่างทาง twitter และเก็บข้อมูลโดยการเข้าไปทำความรู้จักและแนะนำตัวในเกือบทุกกิจกรรมเมื่อมีกิจกรรมงานคอนเสิร์ต หรือการรวมกลุ่มใหญ่ fan meeting หรืองานรวมตัวเพื่อต้อนรับศิลปินเพื่อมาเป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณาต่างๆ ควบคู่ไปกับการเข้าร่วมกิจกรรม โดยผู้ศึกษาจะใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมผ่านสายตาทั้งที่เป็นในลักษณะคนใน และการศึกษาข้อมูลจากข่าวสารในมุมมองของคนนอกไปด้วย ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาก็ไม่ได้ถูกแบ่งกลุ่มโดยกิจกรรมออกอย่างชัดเจน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างบางคนก็ทำทุกกิจกรรมเกี่ยวกับการเป็นแฟนคลับเกาหลี หรือกลุ่มตัวอย่างบางคนก็ทำเฉพาะกิจกรรมเท่านั้น

สำหรับชุมชนออนไลน์นั้นถือเป็นศูนย์กลางของการรวมกลุ่มแฟนคลับเกาหลี และเป็นกลไกหนึ่งที่ทำให้กลุ่มยังคงมีความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของแฟนคลับศิลปินเกาหลีจากทุกกลุ่ม ซึ่ง กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543) ได้กล่าวถึงเทคโนโลยีด้านสื่อใหม่ คือ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ที่เป็นแหล่งข้อมูลและสามารถเผยแพร่ความรู้ต่างๆ ได้ และเอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมากไปสู่คนจำนวนมาก (many-to-many basis) ผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง การเข้าสู่สนามของผู้ศึกษา ขั้นตอนแรกคือ พูดคุยกับกลุ่มที่เป็นแฟนคลับที่รู้จักว่าจะเริ่มต้นการติดตามได้จากช่องทางไหน ก็พบว่า กลุ่มแฟนคลับเกาหลีมีการรวมกลุ่มกันบนโปรแกรม twitter มากที่สุด ดังนั้นจึงมีการสมัคร account twitter และติดตาม (follow) และสังเกตการ tweet ข่าวสาร งาน หรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลีของกลุ่มที่เป็นแฟนคลับเกาหลี ซึ่งสังเกตได้จาก ชื่อผู้ใช้ รูปโปรไฟล์ซึ่งเกี่ยวกับศิลปินเกาหลี และการอัปเดต นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์หลักของแต่ละศิลปิน และเฟซบุ๊ก ซึ่งหากจะเข้าไปดูสังเกตการณ์แบบไม่แลกเปลี่ยนก็สามารถเข้าไปดูข้อมูลได้

อาจกล่าวได้ว่า Social Media กับกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี เป็นรูปแบบการติดต่อภายในกลุ่มที่อาจอยู่คู่กันมาตั้งแต่แรกก็ว่าได้ เนื่องจากเป็นศิลปินต่างประเทศ ดังนั้นจะมีลีหนึ่งที่เป็นแฟนคลับเกาหลีพูดกันบ่อยใน twitter หรือ Social Media อื่นๆ คือ “รอดังอยู่น้าคอม” การชื่นชอบนั้นก็จะต้องหาข้อมูลจาก Social Media ก่อนไม่ว่าจะเป็นทางช่องทาง www.google.com, www.pantip.com, www.dek-d.com หรือเว็บไซต์แฟนคลับเกาหลีของประเทศเกาหลีเพื่อติดตามผลงานของศิลปิน ดังนั้นการชื่นชอบศิลปินเกาหลี จะมีที่มาของกลุ่มแฟนคลับจากการริเริ่มจัดตั้งของกลุ่มแฟนคลับเอง รูปแบบของกลุ่มจะมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ ไม่มีการรวมศูนย์กลางแบบองค์กร แต่มักจะเป็นในรูปแบบของเครือข่าย (Network) ที่ประกอบไปด้วยสมาชิกย่อยๆ 5 – 10 คน แล้วกลุ่ม

ย่อยๆนี้ก็จะมารวมตัวกันเป็นตาข่ายใหญ่ๆ ตัวอย่างเช่น ถ้าเริ่มชอบจากละครละครชุดที่ออกอากาศที่ช่องฟรีทีวี ก็จะต้องตามหาผลงานศิลปินคนนั้นใน Social Media ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ละคร ละครชุดที่แปลเป็นภาษาไทยแล้ว หรือเว็บไซต์ของแต่ละศิลปิน จึงจะพบกลุ่มแฟนคลับที่มีความชื่นชอบแบบเดียวกัน จาก Social Media และได้มีการเริ่มพูดคุยเข้าใจความรู้สึกร่วมเดียวกันนั้นทำให้มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นมากขึ้น ทั้งนี้การรวมกลุ่มทาง Social Media ยังเป็นจุดเริ่มต้นของการรวมกลุ่มแฟนคลับบนพื้นที่กิจกรรมคอนเสิร์ตหรือแฟนมีตติ้งต่างๆ และจึงมีการขยายเครือข่ายไปตามรูปแบบกิจกรรมต่างๆของกลุ่มแฟนคนนั้นสนใจ เช่น การเข้าร่วมกลุ่มเพื่อเดินเลียนแบบศิลปิน เป็นต้น ซึ่งกลุ่มแฟนคลับสามารถแบ่งส่วนกิจกรรมที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ภายในกลุ่มที่ทำให้ความคลั่งไคล้ตัวยังคงอยู่ผ่านทาง Social Media ตามช่องทางต่างๆ

นอกจากนี้ยังต้องมีในส่วนของมารวมกลุ่มของแฟนคลับเพื่อจัดกิจกรรมให้สำเร็จลุล่วงไปได้ พื้นที่ที่รวบรวมแฟนคลับเกาหลีได้มากที่สุดก็จะเป็นพื้นที่ที่ศิลปินจัดงานต่างๆ งานที่มีศิลปินเป็นศูนย์กลาง หากว่าพวกเขามีโอกาสเดินทางมาเมืองไทย ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลอะไรก็ตาม การเริ่มต้นติดตามและเฝ้ารอก็เกิดขึ้นเพราะต้องไปรอที่สนามบินล่วงหน้าก่อนที่ศิลปินจะถึงที่หมายจนเครื่องลงจอดนานหลายชั่วโมง บางคนมารอจับจองพื้นที่ด้านหน้าสถานที่นั้นๆกันนานข้ามวัน เพื่อให้ได้พบหรือเข้าถึงศิลปินอย่างใกล้ชิดให้ได้มากที่สุด เมื่อศิลปินเดินทางไปถึงที่พักก็ไปต้องเฝ้ารอติดตามหน้าโรงแรม แฟนคลับบางคนถึงกับไปนอนรอที่โรงแรมหรือเช่าโรงแรมห้องข้างๆ เมื่อคอนเสิร์ตจบแล้วก็ต้องรอกลับไปส่งศิลปินที่สนามบิน จนเห็นเป็นภาพที่คุ้นเคยชินตา เช่น เมื่อมีงานแฟนมีตติ้งที่ลานพาร์ค พารากอน ผู้คนที่เป็แฟนคลับเกาหลีจะเยอะมากจนถึงลานน้ำพุ และลามไปจนถึงการซื้อบัตรรถไฟฟ้าเพื่อจองที่ขึ้นไปเพื่อดูแบบไม่ให้มีใครบัง ทั้งนี้ก็มีอุปกรณ์ที่ช่วยในการเฝ้ารอและติดตามของแฟนคลับเกาหลีคือ แก้วไวสำหรับจองที่ ป้ายเชียร์ไวสำหรับจองที่ ร่มไวสำหรับจองที่และเพื่อบังแดด ความร้อนหรือฝนที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ ซึ่งแฟนคลับเกาหลีก็จะมีการจัดระเบียบกันเองด้วย ถือเป็นมารยาทของกลุ่มที่จะ “รู้กัน” ว่า ป้ายนี้เป็นของใคร แก้วนี้เป็นของใคร ซึ่งคนที่เป็นเจ้าของก็ต้องอยู่แถวนั้น หรือจะต้องฝากแฟนคลับคนอื่นที่มีความคุ้นเคยกันมองว่ามีใครมาแย่งที่ไปไหม ซึ่งอาจจะมีการจับกลุ่มเฝ้าและสลับกันไปกินข้าว แล้วกลับมาเฝ้าที่ที่จองไว้ต่อ ซึ่งในงานที่ศิลปินต่างๆก็จองข้ามวันกันเลยทีเดียว แต่ต้องอยู่ในพื้นที่ที่ทางผู้จัดอนุญาตให้เข้าได้ถึงตรงไหน หรือนั่งเข้าแถวหน้าห่างในพื้นที่ที่กำหนด ทั้งนี้แม้กระทั่งการดูคอนเสิร์ตในบัตรยืนก็จะมีแฟนคลับทั้งในประเทศและต่างประเทศมาต่อคิวเข้าแถวก่อนเวลาแสดง

ในส่วนของพื้นที่การจัดคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีนั้นหากเป็นวงที่เป็นที่นิยมจะจัดคอนเสิร์ต 2 วัน ที่อิมแพค เมืองทองธานี ซึ่งถือเป็นที่ยจัดคอนเสิร์ตในร่มที่นิยมจัดคอนเสิร์ตที่ใหญ่ที่สุด การจัดคอนเสิร์ตในปี 2555 คอนเสิร์ตของ ศิลปินวง super junior มีการเพิ่มรอบ เป็น 3 รอบ ตั้งแต่วันที่ 16 – 18 มีนาคม 2555 ซึ่งมีผู้มาจองที่หน้าประตูเพื่อเข้าสู่ฮอลล์คอนเสิร์ตเป็นคนแรกตั้งแต่วันที่

13 มีนาคม ซึ่งเป็นแฟนคลับที่มาจากประเทศมาเลเซีย ทำให้มีแฟนคลับประเทศไทยตามไปต่อแถวเพื่อเข้าไปดูไปอยู่ในที่หน้าๆ จำนวนหนึ่ง อย่างไรก็ตาม แฟนคลับผู้ที่ไปติดตามรอที่หน้าคอนเสิร์ตนั้นก็จะได้ไปติดตามศิลปินตั้งแต่สนามบิน ซึ่งก็จะติดตามศิลปินเมื่อเข้ามาถึงประเทศไทยผ่านสื่อ social media อย่าง twitter แต่เมื่อศิลปินมาถึงก็ต้องมาซ้อมที่เวทีคอนเสิร์ต กลุ่มแฟนคลับที่เฝ้าอยู่ที่จัดงานคอนเสิร์ตก็จะเป็นผู้สร้างข่าวขึ้นมาอีกทอดหนึ่งเพื่อให้แฟนคลับคนอื่นๆ ติดตามต่อไป เมื่อถึงเวลาที่ศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบมาเยือน แฟนคลับจึงต้องมีการแบ่งหน้าที่กันไปจองคิวเพื่อยื่นเกาะขอบ แม้จะอยู่ชั้นสามชั้นสี่ แต่แค่ได้เห็นสามวินาทีก็ถือว่าคุ้มและถึงแม้บางคนตัวไม่ไป แต่ก็ติดตามจากไทม์ไลน์ จากกลุ่มคนที่ไปที่อพเตตสถานการณ์ให้เพื่อนในกลุ่มได้ทราบข่าวสารไปพร้อมๆ กัน หรือการมาประเทศไทยของพระเอกละครเกาหลี “จางกิ้นชอก” ปลายปี พ.ศ. 2556 แฟนคลับซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดเชียงใหม่ นั่งเครื่องบินและกลางานเพื่อมาจังหวัดกรุงเทพฯ เพื่อมารับติดตามดูคอนเสิร์ต สักครั้งในชีวิต (พี่อว, สัมภาษณ์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2557) จึงจะกลับไปทำงานตามปกติที่เชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มแฟนคลับจางกิ้นชอกเป็นกลุ่มแฟนคลับที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มกันทางอินเทอร์เน็ตมากกว่า เป็นต้น

แฟนคลับเกาหลีจะเป็นผู้ที่ติดตามศิลปินเมื่อมีงาน event ต่างๆ ที่ได้เข้ามาในประเทศไทย หรือมีแฟนคลับบางคนติดตามไปยังประเทศเกาหลีด้วย อย่างน้องโย หรือการติดตามศิลปินทางอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะศิลปินจะไปแสดงคอนเสิร์ต ไปถ่ายทำภาพยนตร์ ไปทำกิจกรรมถ่ายภาพยนตร์โฆษณาหรือภาพนิ่ง ถ่ายรายการวาไรตี้ หรือบางครั้งก็มีศิลปินที่มาพักผ่อนบ้าง การติดตามของแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยนั้นก็จะมีเริ่มการติดตามตั้งแต่เครื่องออกจากเกาหลีตรวจสอบว่าถึงสนามบินก็โหมง ตรวจสอบเครื่องบินว่าถึงที่ไหนแล้ว อยู่ตรงไหน ไปรอรับที่สนามบิน ขับรถ เช่ารถ รวมกลุ่มกันเหมารถตามไปทุกที่ เช่น ที่โรงแรม ที่เล่นคอนเสิร์ต จนกว่าศิลปินจะขึ้นเครื่อง กลับประเทศเกาหลี โดยมากศิลปินจะมาครั้งละ 2-3 วัน เป็นการสื่อสารเพื่อบอกศิลปิน และแสดงตนให้ศิลปินได้รู้ว่าเราเป็นแฟน และต้องมีความอดทนให้ศิลปินรู้ว่าเรามาเป็นกำลังใจให้เขาจริงๆ

อย่างไรก็ตาม ยังมีพื้นที่ที่เป็นกรรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมของชุมชนแฟนคลับเกาหลี ซึ่งผู้ศึกษาขอสรุปการเข้าร่วมกลุ่มแบ่งตามกิจกรรมเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.5.1 การรวมกลุ่มเพื่อจัดโปรเจก

นอกจากการพูดคุยในกลุ่มออนไลน์แล้ว ยังมีการพูดคุยเพื่อจัดกิจกรรมของแฟนคลับ เช่น การจัด project ในงาน concert หรือ กิจกรรมเกี่ยวกับ fan meeting หรือ กิจกรรมที่มีการรวมกลุ่มแฟนคลับกันเอง กลุ่มที่ทำโปรเจก จะมีตั้งแต่ไม่กี่สิบคนจนถึงสองหมื่นคนตามจำนวนที่นั่งในงานคอนเสิร์ต แล้วแต่ว่าจะเป็นโปรเจกสำหรับอะไร ซึ่งแฟนคลับก็จะเป็นผู้ผลิตอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อสนับสนุนศิลปินไปเป็นผู้ติดตาม ชมคอนเสิร์ต หรือรับ-ส่งศิลปิน เช่น การถือป้ายไปเชียร์ การขึ้นรูปศิลปิน การขึ้นข้อความ การแสดงลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มอย่างชัดเจน ทั้งนี้การผลิตนั้นไม่ได้

หมายถึงการผลิตอุปกรณ์เครื่องมือในแง่เดียว การผลิตยังหมายถึงการทำให้เกิดมีขึ้นตามที่ต้องการ ด้วยอาศัยแรงงาน (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554) ซึ่งเป็นความร่วมมือร่วมใจกันให้เกิดเป็นการผลิตขึ้น

โดยส่วนมากแล้วการจัดโปรเจกของแฟนคลับนั้นจะเป็นการจัดจากกลุ่มที่เป็น admin ของพจต่างๆ หรือเว็บไซต์ที่เป็น Thailand fanclub หรือผู้ที่เป็นผู้จัดงาน ในการศึกษานี้ผู้ศึกษาได้ติดต่อแอดมินเพจ soshi Thailand ซึ่งเป็นแฟนเพจของศิลปิน girl's generation เป็นศิลปินผู้หญิงที่มีแฟนคลับที่เป็นผู้หญิงมากวงหนึ่ง และได้เข้าไปขอพูดคุยเพื่อแนะนำตัว ในครั้งแรกที่ได้เข้าไปแนะนำตัว ผู้ศึกษาได้บอกว่าผู้ศึกษาเป็นนักศึกษาปริญญาโท ที่จะทำการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับแฟนคลับเกาหลี ในครั้งแรกที่ได้เข้าไปคุย เป็นช่วงที่ศิลปินวงนี้มีความเคลื่อนไหวมาประเทศไทยอยู่บ่อยครั้งทำให้มีโปรเจกอยู่เสมอตามสถานที่ต่างๆที่จัดงาน

2.5.2 กลุ่มนิยายแฟนฟิคชั่น

กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ภายใต้ศิลปินที่ชื่นชอบเหมือนกัน มีการจินตนาการร่วมกัน ในลักษณะคู่จิ้น ซึ่ง ส้ม บอกว่าน่าจะมาจากคำว่าจินตนาการและคำว่า imagine ซึ่งแต่ละศิลปินนั้นจะต้องมีลักษณะที่สนิทสนมกัน หรือเป็นศิลปินที่อยู่ด้วยกันแล้วแฟนคลับรู้สึกว่าคุณนี่มีเคมีเข้ากัน หรือเห็นแล้วรู้สึกน่ารัก ชื่นชอบความคู่กัน เมื่อศิลปินได้เดินด้วยกัน โอบกั้น หรือเล่นกัน นั้นก็สามารถจินตนาการออกมาได้เป็นเรื่องเป็นราว ไม่ว่าจะ เป็น คู่ ชาย-หญิง ชาย-ชาย หญิง-หญิง หรือแม้กระทั่งการจินตนาการ ศิลปินกับตนเอง โดยจะใช้ชื่อศิลปิน2คนนั้นมาทำการสมาส หรือสนิทกัน ด้วยกลุ่มแฟนคลับซึ่งแล้วแต่กลุ่มจะเรียก เช่น ยุนแจ ใช้เรียกคู่ ยุนโฮกับแจจุง หรือ ยูลซิก หมายถึงคู่ ยูริกับเจสสิกา ซึ่งผู้ศึกษาเชื่อว่าศิลปินก็รับรู้และก็แสดงให้เห็นถึงความสนิทสนมนั้นต่อไปเพื่อสร้างฐานและรักษาแฟนคลับกลุ่มนี้ไว้ กลุ่มแฟนฟิคชั่นประกอบไปด้วยผู้เขียน และผู้อ่าน ผู้เขียนจะมีจำนวน 1 คน แต่ไม่ถึง 5 คน ผู้อ่านจะไม่สามารถนับได้ว่ามีจำนวนเท่าไร แต่จะมีจำนวนครั้งที่เข้าชมเท่านั้น ซึ่ง 1 คนก็สามารถเข้าดูได้หลายครั้ง

แฟนคลับจะมีการจินตนาการแต่งเรื่องประหนึ่งนิยายสั้นๆ ตามเว็บไซต์ หรือช่องทางต่างๆในการรับสาร ได้แก่ www.dek-d.com www.tunwalai.com ในตัวเลือก “แฟนฟิคเกาหลี” ตามเว็บไซต์ของแต่ละบ้าน กลุ่มย่อยที่เป็นกลุ่มปิดในเฟสบุ๊ก ติดตามทาง twitter กลุ่มทาง Line เป็นต้น กลุ่มนี้จะมีกลุ่มย่อย เป็นกลุ่มคู่วาย คู่จิ้น และแต่งเรื่องตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่ติดต่อสื่อสารกันทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ได้แก่ www.dek-d.com twitter และตามบล็อกของผู้เขียน จะประกอบไปด้วยผู้เขียนและผู้อ่าน ซึ่งในแต่ละปีจะมีการรวมตัวกันเพื่อขายฟิคชั่นในงาน fiction market โดยมีการติดต่อสื่อสารกันในช่องทาง facebook fiction market และกระทู้ event fiction market ใน www.dek-d.com ซึ่งจัดขึ้นปีละประมาณ 2-3 ครั้งโดยหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่กันไปแต่ในครั้งปีถึง 2 ปีหลังได้จัดที่โรงพยาบาลเซนต์หลุยส์ ก่อนทำการศึกษาผู้ศึกษาได้เข้าไปทดลอง

อ่านนิยายพิคชั่นใน www.dek-d.com ซึ่งได้คัดเลือกผู้ที่เขียนพิคชั่นที่มีจำนวนผู้อ่านมากกว่า 10,000 ครั้ง จากนั้นก็ได้แสดงตัวว่าเป็นผู้ติดตามคนหนึ่งและได้ขอแลก line เพื่อสอบถามถึงข้อมูลเชิงลึกต่อไป ทั้งนี้ในเรื่องรายละเอียดที่เกี่ยวกับการขาย fiction หรือในเรื่องที่ผู้ศึกษารู้สึกว่าเป็นเรื่องละเอียดอ่อน เช่น มีผู้แต่งคนหนึ่งประกอบอาชีพเป็นครูซึ่งไม่สะดวกให้เปิดเผยข้อมูล ไม่ว่าจะกรณีใดได้ผู้ศึกษาก็ต้องหาผู้ที่ในกลุ่มตัวอย่างใหม่ เป็นต้น

2.5.3 กลุ่มโคฟเวอร์แดนซ์

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีพื้นที่ค่อนข้างหลากหลาย โดยมากจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มย่อยๆ เท่ากับจำนวนศิลปินที่ตนเองจะใช้ในการเดินเลียนแบบ ทั้งที่มีการรวมตัวกันทางสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างเช่น account twitter ของผู้ใช้ ที่เป็นหัวหน้าของวงที่รวมกลุ่ม และเป็นการรวมกลุ่มจากการเข้าร่วมของคนที่ยากจะรวมตัวตามสถานที่ซ้อมของแต่ละวง ซึ่งก่อนที่ผู้ศึกษาจะได้เข้าไปศึกษาการรวมกลุ่มของผู้ที่ cover dance นั้น ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลจากสมาชิกแฟนคลับคนอื่นๆ และทางอินเทอร์เน็ตว่าส่วนใหญ่แล้วมีพื้นที่ที่ไหนบ้างที่มีกลุ่มวงที่เต้น cover dance ซ้อมอยู่บ้าง ซึ่งพบว่าส่วนมากได้มีการซ้อมที่ห้างพาราเดียมประตูน้ำ ชั้น 5 และห้างแฟชั่นไอส์แลนด์ ชั้น 2 ด้านหลังร้านสยามสปอร์ต โดยผู้ศึกษาได้เข้าไปสังเกตการณ์ทั้งสองที่มาแล้วบ้างจากนั้นก็ทำตัวคลุกคลีไปกับ กลุ่มตัวอย่าง โดยการไปดูในหลายๆครั้งและสอบถามแสดงความสนใจ ซึ่งผู้ศึกษาก็ได้สังเกตว่าการเข้าร่วมเป็นสมาชิกส่วนใหญ่ นั้นมาจากการตามหาคาแรคเตอร์ของวงที่จะนำมา cover ทางทวิตเตอร์ และเฟซบุ๊ก ก่อนแล้วจึงนัดเจอกันเพื่อมาฝึกซ้อมแต่อย่างไรก็ตามผู้ที่ถูกตามหา ก็จะต้องมีความสามารถที่เล่นได้ในตำแหน่งของวงนั้นที่ว่างอยู่ กลุ่มเต้น cover dance เป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกที่ชัดเจนที่สุดซึ่งเป็นไปตามจำนวนศิลปินที่เรานำมาเป็นต้นแบบในการเดินตาม

ในส่วนของการเข้าถึงข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีสังเกตแบบมีส่วนร่วมซึ่งผู้ศึกษาได้เข้าไปร่วมกิจกรรมอยู่ในทั้ง 3 กิจกรรม ตามแต่วาระของการจัดงานซึ่งไม่ได้มีเวลาหรือตามรายการจัดงานอย่างแน่นอนเป็นประจำ ซึ่งการสัมภาษณ์ผู้ศึกษาจะสอบถามข้อมูลตามโอกาสต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้ถูกศึกษาไม่รู้สึกรู้ว่าเราจะไปล้วงความลับ หรือเกิดความไม่ไว้วางใจผู้ศึกษา ซึ่งก็ต้องใช้การเข้าร่วมกิจกรรมและพูดคุยมากกว่า 1 ครั้ง อย่างไรก็ตามในแต่ละบุคคลก็จะมีความลับของตัวเองและกลุ่มที่ไม่สามารถพูดกับผู้ศึกษาซึ่งเป็นคนนอกได้อย่างเต็มปาก เช่น การรวมกลุ่มโคฟเวอร์แดนซ์นั้น สมาชิกมีความรู้สึกอย่างไรในกลุ่ม และนอกกลุ่ม ซึ่งผู้ศึกษาจะใช้วิธีสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างแทนการสัมภาษณ์โดยใช้วิธีอธิบายเหตุการณ์ เป็นต้น ทั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างคนอื่นๆ ที่ผู้ศึกษาไม่ได้รับความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ และขอให้ผู้ศึกษาไม่เปิดเผยข้อมูลในบางประเด็นที่ค่อนข้างละเอียดอ่อนที่อาจจะเกิดผลกระทบต่อผู้ถูกศึกษาด้วย

การศึกษาในงานวิจัยเรื่องนี้ผู้ศึกษาต้องทำการลงสนามเบื้องต้นมาก่อนการลงมือเขียนวิจัย และได้เก็บข้อมูลในแหล่งอื่นๆ ทั้งข้อมูลทางด้านข่าวสาร ข้อมูลเอกสาร ภาพถ่ายและกิจกรรม

ตามในสังคมออนไลน์อย่าง twitter เว็บไซต์แฟนเพจไทยของศิลปิน เฟซบุ๊กหน้าหลักของแฟนเพจไทยในแต่ละศิลปินซึ่งจะสังเกตได้จากจำนวนคนที่ติดตาม ซึ่งกลุ่มแฟนคลับเกาหลีนั้นมีการรวมกลุ่มที่ไม่มีโครงสร้างแต่มีกลุ่มผู้นำ ไม่มีกฎระเบียบแต่มีธรรมเนียมปฏิบัติ รวมไปถึงการไม่ยอมรับกันเองของคนในกลุ่ม ดังนั้นแฟนคลับเกาหลีที่ผู้ศึกษาได้เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างก็ค่อนข้างจะเป็นบุคคลที่มีลักษณะเป็นมิตรเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งสามารถทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลได้อย่างละเอียดและสามารถสอบถามทำได้หลายครั้งในบางเรื่องที่คุณศึกษาอาจจะเข้าไม่ถึงหรือไม่ได้คุยไปในเรื่องเดียวกันกับกลุ่มแฟนคลับเกาหลีก็จะขอคำแนะนำจากกลุ่มตัวอย่างว่าตอนนี้เราควรจะคุยเรื่องอะไร ทั้งนี้ผู้ศึกษาก็ต้องพยายามอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอเกี่ยวกับกิจกรรมและผลงานของศิลปินเพื่อที่จะได้พูดคุยและเข้าร่วมกิจกรรมนั้นได้อย่างกลมกลืนและไม่ดูเหมือนเป็นคนนอก ซึ่งมีขั้นตอนเริ่มจากการเข้าร่วมกิจกรรมของผู้ศึกษาและเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นบ้าง การพูดคุยเพื่อสอบถามข้อมูลของแฟนคลับเบื้องต้นและเชิงลึกซึ่งในขั้นตอนนี้ผู้ศึกษาจะแนะนำตัวเองว่าเป็นแฟนคลับคนหนึ่ง เมื่อได้พูดคุยในระดับหนึ่งผู้ศึกษาก็ได้แนะนำตัวเองว่าเป็นนักศึกษาในระดับชั้นปริญญาโทและทำการศึกษาเรื่องแฟนคลับเกาหลีอยู่ ทั้งนี้การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาจะใช้การสังเกตว่าเป็นแฟนคลับเกาหลีที่จะเข้าไปทำการสนทนาในเบื้องต้นนั้นเป็นแฟนในระดับไหน หากเป็นในระดับขั้นที่เป็นแฟนคลับระดับสูงที่ไม่ต้องพึ่งพาสื่อมวลชนที่จะเข้าไปทำการสนทนาเก็บข้อมูลประกอบและมีการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นของความเป็แฟนที่มีต่อศิลปินเกาหลีและกระบวนการการดำเนินของกลุ่มแฟนคลับรวมถึงการเก็บข้อมูลในพื้นที่ชีวิตประจำวันปกติและกิจกรรมพิเศษของแฟนคลับ

พื้นที่ทางกายภาพของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีไม่มีความแน่นอนสม่าเสมอว่าจะได้พบปะติดตามศิลปินเมื่อใด ซึ่งหากมีโอกาสที่ศิลปินที่ชื่นชอบมาไทยก็จะมีกลุ่มแฟนคลับที่ติดตามศิลปินนั้นที่ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์และมีการรวมกลุ่มกันมาโดยตลอดจากการใช้ Social Media อยู่แล้ว ดังนั้นจึงถือว่าเป็นสื่อศูนย์กลางแทนตัวศิลปินและเป็นพื้นที่การแสดงออกทางความคิดหลักของกลุ่มแฟนคลับเกาหลี ซึ่ง Social Media ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันเป็นอย่างมากในการรวมกลุ่มของแฟนคลับนั้นๆ การรวมกลุ่มของกลุ่มแฟนคลับเป็นการแลกเปลี่ยนความชื่นชอบซึ่งถ้ามีจุดร่วมในความชอบเป็นหนึ่งเดียวกัน ก็จะมีมีการติดต่อเพื่อแลกเปลี่ยนเรื่องเดียวกันไปเรื่อยๆอย่างยาวนานมากขึ้นจนกระทั่งมีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและความคลั่งไคล้กันนั้นยังคงอยู่ แม้ว่าแฟนคลับบางคนในกลุ่มที่สนิทกันมากอาจไม่เคยพบเจอกันเลยก็ตาม

บทที่ 3

ชุมชนแฟนคลับเกาหลี

งานวิจัยเรื่อง “แฟนคลับเกาหลี: ชุมชนแฟนคลับและอัตลักษณ์เชิงวัตถุ” เป็นการศึกษาถึงกระบวนการสร้างชุมชนแฟนคลับเกาหลีและกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้น ผ่านศูนย์กลางที่ทำให้เกิดสายสัมพันธ์ของชุมชนแฟนคลับเกาหลีที่ยืดโยงและขับเคลื่อนความเป็นชุมชนแฟนคลับเกาหลี ในบทนี้จะกล่าวถึงชุมชนแฟนคลับเกาหลี ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มเป้าหมายที่ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ประกอบกับการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและเข้าไปร่วมกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มระหว่างแฟนคลับผู้เป็นปัจเจกเข้าไปสู่ชุมชนแฟนคลับ ซึ่งเป็นผู้ที่มีการทำกิจกรรมรวมกลุ่มเท่านั้น

จากการวิเคราะห์ชุมชนแฟนคลับเกาหลี พบว่า ชุมชนแฟนคลับเกาหลีประกอบไปด้วยการรวมตัวกันของแฟนคลับปัจเจกกลายเป็นกลุ่มแฟนคลับหรือที่แฟนคลับเรียกกันว่าแฟนด้อม โดยจะมีกิจกรรมที่ยืดโยงความเป็นกลุ่มไว้ ซึ่งผู้ศึกษาพบว่า กลุ่มกิจกรรมของแฟนคลับเกาหลีนั้นประกอบไปด้วยการสื่อสารกันทางสื่อออนไลน์และการรวมกลุ่มกันตามพื้นที่ต่างๆตามโอกาสอย่างหลากหลาย และมีความซับซ้อนของกลุ่มอยู่ในระดับหนึ่ง ผู้ศึกษาได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ประเด็น คือ

- 3.1 อัตลักษณ์ในการเข้าสู่ชุมชนของแฟนคลับเกาหลี
- 3.2 อัตลักษณ์ของกระบวนการร่วมกิจกรรมกลุ่ม

3.1 อัตลักษณ์ในการเข้าสู่ชุมชนของแฟนคลับเกาหลี

แฟนคลับเกาหลีมีคุณสมบัติเฉพาะตัว ที่มีทั้งระดับบุคคล และระดับการรวมกลุ่มทางสังคม เพื่อจะใช้แสดงตนว่าตนเองเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบใคร หรือแม้กระทั่งการระบุตัวตนไปถึงการชื่นชอบแต่ละศิลปินก็จะมีลักษณะของทั้งบุคคลและกลุ่มที่มีอัตลักษณ์ที่อาจจะเหมือนหรือต่างกัน ซึ่งผู้ศึกษาจะได้อธิบายพลวัตของอัตลักษณ์ในชุมชนของแฟนคลับเกาหลีตามหัวข้อต่อไป

3.1.1 ตั้งเกาหลีกับการเข้าสู่กลุ่มของแฟนคลับเกาหลี

ตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของตัวแฟนคลับทั้งในระดับปัจเจกและแฟนคลับที่เป็นกลุ่มชุมชนคือการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับผู้อื่น จากการพิจารณาแล้วผู้ศึกษาพบว่าแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยได้แบ่งออกเป็น 2 คุณลักษณะใหญ่ๆ คือ

1. แฟนคลับที่เป็นบุคคลที่ชื่นชอบอยู่เพียงลำพัง คือ บุคคลหนึ่งที่ชื่นชอบและติดตามศิลปินเกาหลีอยู่คนเดียว ไม่ได้มีการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรือกลุ่มอื่น ไม่ได้มีการเข้ากลุ่มเพื่อร่วมกิจกรรมใดใดกับผู้อื่น มีจำนวนไม่มากนัก ส่วนมากจะเป็นแฟนคลับซีรีย เป็นผู้ที่ติดตามผลงานและศิลปินทางอินเทอร์เน็ตหรือตามช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ มีระดับความคลั่งไคล้ล้นน้อยถึงปานกลาง ถึงแม้ว่าจะชื่นชอบหลงใหลอยู่เพียงลำพังนั้น ก็ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นแฟนคลับอยู่อย่างโดดเดี่ยว แต่ก็ต้องมีการพูดคุยหรือเล่าสู่กันฟังระหว่างผู้ที่ชื่นชอบด้วยกันบ้าง หรือเพื่อนสนิท เพื่อเป็นการบรรยายและระบายความชื่นชอบที่อัดอั้นไว้อยู่บ้าง ดังในกรณีของพี่อาท ซึ่งเป็นแฟนคลับของจางกิ้นชก ดาราเกาหลีชื่อดังที่เล่นละครซีรียเกาหลีหลายเรื่องที่มีความโด่งดังมากในประเทศไทย จนกระทั่งมีการนำซีรียหลายๆเรื่อง เช่น เรื่อง You are beautiful มาฉายเป็นละครพากย์ไทยในเช้าวันเสาร์ และอาทิตย์ ออกอากาศทางช่อง 7 ทำให้มีผู้จัดงานจัดงานแฟนมีตติ้งที่เมืองทองธานี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความโด่งดังและผลผลิตเป็นที่ต้องการของผู้ชมเป็นอย่างมาก ซึ่งพี่อาททำงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อมีงานแฟนมีตติ้งของจางกิ้นชก พี่อาทก็ชักชวนเพื่อนที่ชื่นชอบดูละครเหมือนกัน ลางานจากเชียงใหม่มางานแฟนมีตติ้ง 1 วัน และกลับไปงานต่อ พี่อาท กล่าวว่า มางานแฟนมีตติ้งก็เหมือนเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้เรามีกำลังใจทำงานต่อไป มาเจอแล้วก็จะกลับไปทำงานเก็บเงินมาใหม่ เพราะรู้สึกชื่นชอบศิลปินและผลงานมาก ติดตามมาโดยตลอด คิดว่าจะขอเจอซักครั้งในชีวิต และต่อไปนี่คิดว่าหากมีการจัดงานแฟนมีตติ้งอีกก็จะขอตามมาอีก (พี่อาท, สัมภาษณ์ วันที่ 20 เมษายน 2556)

หากจะกล่าวว่าการชื่นชอบของพี่อาทนั้นเป็นการชื่นชอบหลงใหลอยู่เพียงลำพัง ก็ไม่สามารถกล่าวได้อย่างสมบูรณ์หรือได้อย่างเต็มรูปแบบ เพราะการเข้าร่วมแฟนมีตติ้งของจางกิ้นชกนั้นมีขั้นตอนที่แสดงออกถึงการปฏิสัมพันธ์ต่อผู้อื่นอยู่บ้าง เริ่มต้นจากการติดตามผลงาน พูดคุยกับเพื่อน ชักจูงให้เพื่อนอยากมางานด้วย ช่วยกันวางแผนเพื่อจองบัตร ซึ่งพี่อาทก็ได้เสนอกับเพื่อนว่าขอให้เพื่อนลางานตั้งแต่วันพฤหัสบดีและศุกร์และไปนอนบ้านญาติของพี่อาท เพื่อบินมารับศิลปินที่สนามบิน เพราะว่าศิลปินไม่ได้มาบ่อยครั้งนัก และเมื่อเข้าร่วมงานแล้วก็ถือว่ามีกิจกรรมรวมกลุ่มกับแฟนคลับกลุ่มที่ทำกิจกรรมเกี่ยวกับการจัดโปรเจค แม้ว่าจะไม่เคยมีการสื่อสารกับแฟนคลับคนอื่นๆ แต่เมื่อเข้ามาในงานแฟนมีตติ้งแล้วก็ได้ร่วมกิจกรรมที่กลุ่มแฟนคลับหลักกลุ่มใหญ่จัดขึ้น คือ ให้ชูป้ายเพลงไหน ให้เปิดไฟสีช่วงไหน และพี่อาทก็ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ทั้งนี้พี่อาทก็ยังไม่ได้เป็นผู้ที่มีกิจกรรมการรวมกลุ่มชุมชนแฟนคลับที่ได้มีการเข้าร่วมกลุ่มทาง ทวิตเตอร์ (twitter) เพื่อวางแผนการผลิตโปรเจคมาตั้งแต่แรก ถึงแม้ว่าจะไม่ได้ร่วมวางแผนกันมาตั้งแต่แรก แต่การเข้าสู่พื้นที่การแสดงของศิลปินก็เข้าร่วมกิจกรรมกับกลุ่มแฟนคลับได้

อย่างไรก็ตามกลุ่มที่เป็นแฟนคลับเพียงลำพังนั้น ก็สามารถเป็นได้ทั้งแฟนที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมใดๆ และเป็นทั้งการเริ่มต้นเพื่อเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมของชุมชนแฟนคลับ ในบางครั้งก็เป็น

บันไดขั้นแรกที่น่าไปสู่การรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมในกลุ่มอื่นๆได้ เช่นเดียวกันกับที่ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์สัมภาษณ์ ที่เป็นแฟนคลับ girl's generation มาตั้งแต่ออกเพลงแรก แล้วก็ติดตามผลงานทางสื่อโทรทัศน์มาโดยตลอด จนกระทั่งได้มีการจัดคอนเสิร์ตในประเทศไทย สัมผัสได้เริ่มไปดู ซึ่งในการไปดูคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีครั้งแรกของสัมมนั้น ก็ได้เปิดหูเปิดตาว่าคนอื่นก็ชื่นชอบศิลปินวงเดียวกับเรา จึงไปติดตามกลุ่มแฟนคลับในอินเทอร์เน็ต แล้วก็จึงเริ่มเข้าไปอ่านนิยายฟิคชั่น เริ่มติดตามกระแสดังต่างๆของแฟนไซต์ จนกระทั่งเริ่มมีการนัดหมายกับคนอื่นในกลุ่มเพื่อเข้ามาพูดคุยกันเอง ซึ่งสัมเองก็ได้เพื่อนจากการเป็นแฟนคลับด้วย ซึ่งคือ น้องเองจากกลุ่มที่นัดกันกันเพื่อจะเข้าร่วมฝึกซ้อม cover dance และน้องโย จากการเข้าดูคอนเสิร์ตครั้งแรกด้วยกัน ซึ่งน้องโยเองก็ไปดูคนเดียวเช่นกัน เป็นต้น

2. แฟนคลับที่มีการรวมกลุ่มอยู่ก่อนแล้วจากการเรียน การทำงาน หรือรู้จักกันมาก่อน กลุ่มบุคคลที่อยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มและถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างลึกซึ้ง คือบุคคลที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี ซึ่งส่วนมากจะมีกลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มแฟนคลับที่คุยเรื่องเดียวกัน เพื่อบรรยายว่าสิ่งที่เราได้รับการอัปเดตข้อมูลมาทั่วถึงแล้วหรือยัง เป็นปกติของแฟนคลับเกาหลี และอาจจะเป็นปกติของแฟนคลับเกือบทุกอย่าง ที่เป็นผู้ที่ต้องการพูดคุยกับผู้ที่รู้เรื่องเดียวกัน และอยากพูดคุยกับกลุ่มบุคคลที่มีความชื่นชอบที่เหมือนกัน ทำกิจกรรมร่วมกันหรือไม่ร่วมกันก็ได้ มีตั้งแต่แฟนคลับในระดับน้อยปานกลาง และมาก ยิ่งบุคคลนั้นต้องการข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินมากเท่าไร ยิ่งต้องมีการปฏิสังสรรค์กับแฟนคลับบุคคลอื่นมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งการรวมกลุ่มนี้มีตั้งแต่ในระดับรวมกลุ่มจากเพื่อนที่โรงเรียน การรวมกลุ่มเพื่อนที่ทำงาน ไปจนกระทั่งการรวมกลุ่มที่มาจากการรวมกลุ่มของแฟนคลับโดยเฉพาะ

กลุ่มบุคคลที่อยู่ร่วมกันมักเป็นกลุ่มที่มาจากคนที่อยู่ร่วมกันอยู่แล้วในชีวิตประจำวัน ได้แก่ เพื่อนที่โรงเรียน เพื่อนที่ทำงาน คนรู้จัก ก็อาจจะคุยกันง่ายในขั้นแรกเริ่ม อย่างเช่น น้องแม็คก็มีเพื่อนในโรงเรียนที่อยู่ห้องเดียวกันและอยู่ในกลุ่มเดียวกันที่ต้องใช้ชีวิตประจำวัน รับประทานอาหารเที่ยง กลับบ้าน หรือไปใช้เวลาว่างร่วมกันอยู่แล้ว จึงคุยกันง่าย โดยเฉพาะคนในกลุ่มที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีวงเดียวกัน คือ วง EXO จึงทำให้มีข้อมูลมาอัปเดตกันได้ตลอดเพราะทุกคนในกลุ่มก็ติดตามข้อมูลกันอยู่ตลอดจาก ทวิตเตอร์ (twitter) และ weibo กันอยู่แล้วด้วย (น้องแม็ค, สัมภาษณ์ วันที่ 20 พฤษภาคม 2560) อย่างไรก็ตามเพื่อนในกลุ่มก็จะมีแค่ 3-4 คนเท่านั้นที่ชอบอย่างจริงจังตั้งแต่แรก และเมื่อคุยกันมากขึ้นเพื่อนคนอื่นๆก็จะเริ่มรู้จัก เริ่มติดตามศิลปินตาม ซึ่งศิลปินวงที่ชื่นชอบตอนแรกมีสมาชิก 12 คน ก็ชอบหลากหลายมาก อย่างน้องแม็คชื่นชอบสมาชิกที่ชื่อเซฮุน (main) เป็นอันดับที่ 1 ซึ่งเป็นศิลปินที่เป็นหลักด้านการร้องแร็ป เด่น และเป็นหน้าตาของวง และชอบลูฮานเป็นอันดับที่ 2 ซึ่งเป็นศิลปินที่เป็นหลักด้านการร้อง ซึ่งอาจจะสะท้อนให้เห็นถึงการเข้าร่วมกิจกรรมที่จะเข้าร่วมกลุ่มกับแฟนคลับต่อไปว่า เป็นกลุ่มที่เด่นเลียนแบบหรือเข้าโรงเรียนเรียนร้องเพลงสำหรับการประกวดร้องเพลงต่อไป อย่างไรก็ตามการชื่นชอบศิลปินอีก 1 คน ที่ชื่นชอบเป็นอันดับที่ 2 นั้น ก็สามารถทำนายได้ว่าเป็นแฟนคลับที่ชอบอ่านนิยาย fiction ซึ่งเป็นคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของแฟนคลับคือการ

ชื่นชอบศิลปินอีก 1 คนที่เป็นคู่จิ้นกับศิลปินคนที่ 1 ซึ่งน้องแม้มมีเพื่อนชอบคู่เดียวกันก็จะยิ่งคุยกัน เป็นเรื่องเดียวกันอ่านนิยายเรื่องเดียวกัน แต่บางครั้งนิยายที่สนุกส่วนใหญ่ก็จะมี การเขียนถึงคู่หลักๆ ครบทุกคู่ เพื่อเป็นการดึงดูดคนอ่านให้เข้ามาอ่านเยอะๆ โดยเฉพาะกับแฟนคลับศิลปินวงเดียวกัน

ทั้งนี้ ส้ม ที่เป็นแฟนคลับของศิลปินวงเกิลเจนเนอร์ชั่น ก็มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ตาม ความชื่นชอบ ศิลปินที่ชอบเป็นหลัก แต่ส้มไม่ได้อยู่ในกลุ่มแฟนคลับที่เป็นเพื่อนในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นเพียงแต่นำเอาศิลปินมาเป็นแรงบันดาลใจหนึ่ง และเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เริ่มเลือกเข้ากลุ่ม กิจกรรมและทำความรู้จักกับแฟนคลับคนอื่นๆ ซึ่งศิลปินวงนี้มีแฟนคลับคือกลุ่มคนที่มีชื่อเรียกว่า Sone (อ่านว่า โซออน) เป็นวงศิลปินหญิงที่มีสมาชิกทั้งหมด 9 คน ซึ่งส้มเป็นแฟนคลับหลัก (main) ของศิลปินที่ชื่อยูริ ซึ่งก็ไม่ได้หมายความว่าส้มไม่ชอบคนอื่นในวง เพียงแต่ชื่นชอบยูริมากที่สุดเป็น อันดับแรก อย่างไรก็ตามการชื่นชอบยูริของส้มก็สามารถบ่งบอกได้ว่า ลักษณะการชื่นชอบนั้นเป็นไปในแนวทางเดียวกับศิลปิน ที่เป็นผู้ที่รับผิดชอบร้องท่อนแร็ปและเต้นเป็นหลักของวง นอกจากนี้ยังมี ผลงานอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงละคร การเป็นพิธีเซเตอร์ หรือการเป็นแขกรับเชิญในรายการวาไรตี้โชว์ของเกาหลีซึ่งเป็นรายการที่สามารถนำเสนอตัวตนของตัวเองออกมาได้มากกว่าเป็นคน สนุกสนาน เฮฮา ทำให้แฟนคลับหลงรักมากขึ้น เรียกได้ว่ามีความสามารถหลากหลาย ซึ่งส้มก็มีแรงบันดาลใจมาจากยูริที่เป็นคนชอบเต้น ทำให้สนใจเรื่องการเต้นและเข้ากลุ่มกิจกรรมการเต้น cover ในที่สุด ในขณะเดียวกัน น้องโย ก็เป็นแฟนคลับศิลปินวงเกิลเจนเนอร์ชั่น แต่ศิลปินที่ชื่นชอบหลัก (main) คือทิวฟานี่ ซึ่งเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ร้องหลักของวง และก็ได้เป็นนักเต้นหลักของวง แต่ก็เป็นไปในแนวทางที่คล้ายกับส้มคือไม่ได้ชอบเพียงทิวฟานี่เท่านั้นแต่ยังชอบคนอื่นๆด้วย ซึ่งน้องโยก็สนใจเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการอัปเดตข้อมูลของศิลปิน การเต้นเลียนแบบ และกลุ่มแฟนฟิค ซึ่งก็อาจจะสามารถอธิบายได้ว่าน้องโยชื่นชอบศิลปินวงที่เน้นการร้องและเต้นเป็นหลักทำให้เกิดความสนใจเข้าร่วมกลุ่ม

การรวมกลุ่มของแฟนคลับโดยเฉพาะ เป็นกลุ่มคนที่ไม่ได้รู้จักกันมาเป็นการส่วนตัว ก่อนที่จะมาเป็นแฟนคลับ แต่เป็นกลุ่มคนที่รู้จักกันเพราะการเป็นแฟนคลับ น้องโย เป็นคนหนึ่งที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีมานาน เริ่มต้นจากการเป็นแฟนคลับของศิลปินญี่ปุ่น เมื่อครั้งอยู่โรงเรียนประจำซึ่งก็เป็นแกนนำในการอัดเพลงใส่เครื่องเล่น mp3 เข้าโรงเรียนเอาไปให้เพื่อนฟัง ซึ่งก็มีเพื่อนที่ชอบเหมือนกันบ้างและไม่ชอบบ้างก็ไม่ได้คุยกันถึงเรื่องการเป็นแฟนคลับเท่าใดนัก ต่อมาได้ชื่นชอบเกิลเจนเนอร์ชั่นจากการบังเอิญดูผ่านๆมาตั้งแต่อัลบั้มแรกที่ยังไม่ดังก็ติดตามคนเดียวมาโดยตลอด จะมีเพื่อนที่รู้จักมาพูดคุยด้วยบ้าง แต่คิดว่าการติดตามคนเดียวจะมีความคล่องตัวกว่าและได้โอกาสที่มากกว่า ทำให้ได้มีการเข้าร่วมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวกับแฟนคลับเรื่อยๆ และอย่างสม่ำเสมอมากขึ้น เช่น เข้าไปทำกิจกรรมเต้น cover หรือการอัปเดตข้อมูลทาง ทวิตเตอร์ (twitter) เป็นต้น น้องโยและส้ม ได้รู้จักกันเพราะได้ไปงานคอนเสิร์ต sm town 2012 ด้วยกันและยืนในที่นั่ง

แถวเดียวกันซึ่งเมื่อคุยกันถูกคอแล้วจึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ทั้งในช่องทางนี้และช่องทางอื่นๆ จนถึงปัจจุบัน

ลักษณะของแฟนคลับทั้ง 2 ลักษณะที่ได้กล่าวมาข้างต้น สำหรับแฟนคลับเกาหลีที่หลงใหลอยู่เพียงลำพังนั้น ก็ไม่อาจกล่าวได้ว่าจะไม่ได้เป็นแฟนคลับที่รวมกลุ่ม กล่าวคือลักษณะของแฟนคลับทั้ง 2 ลักษณะจะไม่สามารถแยกออกจากกันอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากความชื่นชอบอย่างใดอย่างหนึ่งก็ไม่ได้หมายถึงว่าจะชอบเหมือนกันหมด จึงต้องเริ่มมาจากความชื่นชอบในระดับปัจเจกบุคคลที่จะสามารถบ่งบอกได้ว่าลึกๆ แล้วนั้นบุคคลนั้นมีความชื่นชอบในระดับปัจเจกอย่างไร และส่งผลไปถึงความชื่นชอบในระดับกลุ่ม การตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่มอย่างไร และจะดำเนินกิจกรรมแบบไหน ซึ่งได้ให้เห็นว่าความชื่นชอบของแต่ละปัจเจกบุคคลสามารถสะท้อนและทำนายว่าบุคคลนั้นๆ จะต้องเข้าร่วมกลุ่มใดหรือกิจกรรมใด เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ศึกษาขอเรียกแฟนคลับที่ชื่นชอบเพียงลำพังว่าแฟนคลับในระดับปัจเจก และแฟนคลับที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มว่าแฟนคลับในระดับกลุ่ม/สังคมหรือแฟนด้อม เพื่อให้เข้าใจความหมายไปในทิศทางเดียวกัน

3.1.2 ตีงเกาหลีกับความเหมือนที่แตกต่าง

การเป็นแฟนคลับเกาหลีก็เป็นการแสวงหาสิ่งที่ตนเองชื่นชอบเหมือนการเป็นแฟนคลับกลุ่มอื่นๆ จะต้องเป็นผู้ติดตาม ดำเนินการ และมีการทำกิจกรรมของกลุ่ม มีความหลากหลายของการรวมกลุ่ม เป็นสายสัมพันธ์ทำให้กลุ่มยังดำเนินและขับเคลื่อนต่อไปได้ อย่างไรก็ตามการที่แฟนคลับในระดับปัจเจกเมื่อจะเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีที่มีความหลากหลายและมีมิติที่ซับซ้อนนั้น แฟนคลับในระดับปัจเจกนั้นก็จะเป็นคนเลือกก่อนว่าเราควรจะไปอยู่ในกลุ่มแฟนคลับที่ทำมีกิจกรรมใด ซึ่งแฟนคลับในระดับปัจเจกจะมีมิติความชื่นชอบที่หลากหลายที่อาจจะสามารถทำนายได้ว่าแฟนคลับในระดับปัจเจกนั้น มีความสนใจและมีแนวโน้มจะเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมใด และมีการปรับตัวเพื่อดำเนินไปตามอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับผ่านการดำเนินงานทางสังคมต่างๆ ของกลุ่ม แม้ว่าเราจะมีอัตลักษณ์ในระดับปัจเจกเป็นอย่างไร ก็อาจจะต้องมีลักษณะที่แยกกันออกไปจากกับอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับเพื่อให้มีการรวมกลุ่มที่มีจุดประสงค์ประเภทเดียวกัน กล่าวคือกลุ่มแฟนคลับเกาหลีเป็นกลุ่มที่รวมกันระหว่างบุคคลที่ชื่นชอบและสนใจศิลปินเกาหลี แต่ในรายละเอียดส่วนบุคคลนั้นอาจจะมีความชื่นชอบที่หลากหลายออกไปอีก อย่างเช่นที่น้องโยเล่าให้ฟังว่าแฟนคลับทุกคนจะมีคนที่ชื่นชอบหลัก 1 คน และชอบรองๆ ลงมา ในกรณีที่ชื่นชอบเป็นกลุ่มไอดอลซึ่งในแต่ละวงมีจำนวนมาก แต่ละคนก็จะมีคาแรคเตอร์ของตนเองที่โดดเด่นต่างกันออกไป แฟนคลับก็สามารถเลือกชอบได้ในแต่ละวง ซึ่งการชอบศิลปิน 1 สมาชิกในวงนี้ก็อาจกล่าวได้ว่า ชอบศิลปินวงนี้ซึ่งก็ไม่ได้หมายถึงว่าชอบทุกคนในวง หากศิลปินคนนั้นออกจากวงไปก็มีทั้งคนที่ยังเป็นแฟนคลับศิลปินวงนี้อยู่ หรือไม่ได้เป็นแฟนคลับศิลปินวงนี้ไปเลย เหมือนกับกลุ่มแฟนคลับเกิลเจนเนอเรชั่นที่เมื่อปี 2014 สมาชิกของวงคนหนึ่งชื่อ เจสสิก้าออกจากวงไป แฟนคลับเจสสิก้าส่วนหนึ่งก็เลิกติดตาม

วงทันทีและไปติดตามเจสสิก้าคนเดียว และมีแฟนคลับอีกส่วนหนึ่งยังคงติดตามทั้งเจสสิก้าและวงอยู่เหมือนเดิม ส่วนแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินคนอื่นก็ยังคงติดตามวงอยู่แต่อาจจะมีการติดตามเจสสิก้าบ้างหรือบางส่วนก็ไม่ติดตามเลย (น้องโย, สัมภาษณ์ 12 มีนาคม 2560) ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่าผู้ที่ชื่นชอบศิลปินในวงเดียวกัน ก็ไม่สามารถสรุปได้ว่ามีความชื่นชอบเหมือนกัน ซึ่งอาจจะชื่นชอบจากคนละสมาชิก ส่งผลไปถึงผู้ที่แฟนคลับศิลปินวงเดียวกันก็ไม่สามารถสรุปได้ว่าชื่นชอบกลุ่มกิจกรรมที่ทำเป็นกิจกรรมเดียวกันหรือไม่ หรือมีแนวทางปฏิบัติที่เหมือนกันทั้งกลุ่ม มีลักษณะเป็นพลวัตภายในกลุ่ม ซึ่งแต่ละแฟนคลับในระดับปัจเจกก็จะมีคามสนใจในแต่ละกิจกรรมแตกต่างกัน หรือกิจกรรมเดียวกันก็ได้ หรือไม่ได้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมใดเลยก็ได้ เป็นต้น

กลุ่มแฟนคลับเกาหลีเริ่มมาจากความชื่นชอบของผู้เป็นแฟน เหมือนกับแฟนคลับระดับปัจเจกที่ได้กล่าวถึงจุดเริ่มต้นของความแฟนคลับเกาหลีที่ได้เริ่มชื่นชอบมาจากลักษณะที่มองเห็นได้ด้วยตาหรือลักษณะภายนอกก่อน เช่น น้องโยที่บอกว่า “เริ่มจากชอบเกิลเจนจากหน้าตาน่ารักและบุคลิกดี พุดจาคล่อง โยเฉพาะสำเนียงภาษาอังกฤษ แล้วคิดว่าอยากติดตามผลงานของศิลปินและอยากติดตามไปด้วยทุกที่” (น้องโย, สัมภาษณ์ 12 มีนาคม 2560) หรือ น้องแอน กล่าวว่า “ชอบวง EXO ชอบที่หน้าตาก่อนแล้วก็มาชอบท่าเต้นเวลาเต้นเป็นวง มันรู้สึกพร้อมเพรียงกัน แล้วแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน” (น้องแอน, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2560) จะเห็นได้ว่าทั้งน้องโย และน้องแอน ต่างก็เป็นแฟนคลับเกาหลีในระดับปัจเจกที่เลือกกลุ่มที่ตนเองอยากจะเข้าไปอยู่หรืออยากจะเข้าไปทำกิจกรรมด้วยกัน แต่ก็ต้องมีพื้นฐานจากการที่ชอบอะไรคล้ายๆกัน คือเป็นวงดนตรีที่มีสมาชิกหลากหลายและเน้นเรื่องการร้องและเต้น เมื่อเข้าสู่กลุ่มกิจกรรมที่ทำร่วมกันกับชุมชนแฟนคลับเกาหลีก็แล้วแต่ว่าจะชอบกิจกรรมอะไรที่เกี่ยวกับร้องหรือเต้น หรือแม้แต่กิจกรรมที่เกี่ยวกับการชื่นชอบศิลปินเอง กลุ่มเขียนนิยาย อ่านนิยาย fiction ซึ่งทั้ง 2 คนก็ไม่ได้จะอยู่ในกลุ่มย่อยกลุ่มเดียว หรือทำกิจกรรมย่อยๆอย่างเดียว ยังมีแฟนคลับบางคนที่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมใดเลย เช่นเดียวกับพี่อาท แต่เมื่อถึงเวลาที่แฟนคลับต้องการความร่วมมือในการทำ project ก็ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เป็นต้น อาจจะมีกิจกรรมหนึ่งที่เข้าไปทำแล้วแต่บริบทของตนเองว่าจะทำอะไร ซึ่งการมีประสบการณ์ในการชื่นชอบที่ยาวนานมากกว่าก็อาจจะทำให้มีกิจกรรมหรือกลุ่มที่มีความหลากหลายมากกว่าผู้ที่เพิ่งเป็นแฟนคลับ และจะมองเห็นว่ามีความเปลี่ยนแปลงส่วนใดส่วนหนึ่งหรืออาจจะทั้งหมดในชุมชนแฟนคลับเกาหลีอย่างไร

3.1.3 ตังเกาหลีกับการก่อตั้งแฟนไซต์/แฟนเพจ Thailand Fanclub

การเกิดขึ้นของกลุ่มแฟนคลับมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางของการรวมตัว ผู้ที่มีความหลงใหล คลั่งไคล้ ศิลปินเกาหลีทั้งชายและหญิง โดยมีการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลภายในกลุ่มและนอกกลุ่ม รวมไปถึงกลุ่มย่อยที่เป็นกลุ่มกิจกรรมต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูลข่าวสารจนกระทั่งทัศนคติต่างๆ ที่มีต่อผลงานหรือศิลปินเกาหลี รวมถึงกระบวนการทำกิจกรรม

ร่วมกันเพื่อสร้างความสนิทสนมในกลุ่มมากขึ้น โดยปกติแล้วผู้ที่ชื่นชอบและจะเข้ามาทำความสนิทสนมรู้จักกันก็จะมีระยะเวลาความชื่นชอบมาเป็นเวลาหนึ่ง จึงจะไว้วางใจกันสามารถแลกเปลี่ยนกันได้ อย่างไม่หวาดระแวง ดังนั้นจึงมีการรวมกลุ่มระหว่างแฟนคลับโดยเฉพาะทางสื่อออนไลน์ ในเฟซบุ๊ค ทวิตเตอร์ หรือในเว็บไซต์ ซึ่งแฟนคลับมักจะเรียกว่า แฟนไซต์

ยกตัวอย่างเช่น การรวมตัวของเพจ soshi Thailand fanclub นั้นกว่าจะทำให้กลุ่มมีความลงตัวได้มีการเปิดตัวมายาวนานมากกว่า 12 ปี และมีผู้ก่อตั้งคือพีเบบี้ และได้มีทีมงานคนอื่นๆ ตามมา เช่น พีพอลลี่ และจากนั้นมาก็ได้ชักชวนผู้ที่ชื่นชอบต่อจากนั้นมาเข้าร่วมการอัปเดตข้อมูลและเป็นศูนย์รวมข้อมูลที่มีความชื่นชอบศิลปินวง Girls Generation ให้มาอยู่รวมกัน การเกิดและรวมตัวของกลุ่ม soshi Thailand Fanclub จึงเกิดขึ้นมาจากความต้องการของคนกลุ่มหนึ่งซึ่งเป็นผู้นำกลุ่ม ตอนนี้อย่างคงเป็นแอดมินเพจอยู่ ต่อมาก็มีการเพิ่มสมาชิกขึ้นโดยผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเข้ามาคุยกันมีปฏิสัมพันธ์กันซึ่งถือได้ว่าเป็นธรรมชาติหนึ่งของสังคมที่มีการต้องการสื่อสารในเรื่องเดียวกันอยู่ตลอดเวลา

คุณลักษณะหนึ่งของการเข้าสู่การเป็นแฟนคลับเกาหลี คือเป็นผู้คลั่งไคล้ ติดตามศิลปิน กลุ่มผู้ก่อตั้งเพจ soshi Thailand Fanclub ถือว่าเป็นแฟนคลับกลุ่มแรกๆ ของแฟนคลับศิลปินเกาหลี ซึ่งในช่วงแรกจะถูกมองในแง่ลบ ไม่เป็นที่ยอมรับ ยิ่งพอรู้ว่าเป็นแฟนคลับศิลปินต่างชาติแล้วก็จะมีความหมั่นไส้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเป็นแฟนคลับเกาหลีในอดีตนั้นจะไม่ได้ยอมรับมากนักจากหมู่คนทั่วไป ในสังคม อีกทั้งยังมีมุมมองว่า คนที่เป็นแฟนคลับเกาหลีไร้สาระ เป็นพวกบ้าคลั่งวัฒนธรรมต่างชาติ มากเกินไป ไม่รักชาติ ทำให้พวกแฟนคลับบางส่วนต้องปิดบังตนเองบ้าง แต่ก็เป็แรงผลักดันที่ทำให้อยากสร้างเพจขึ้นเพื่อรวมตัวคนที่ชื่นชอบเหมือนเรา

เช่นเดียวกับน้องแอน ผู้ที่สร้างเพจ ตีแผ่ K-pop นั้นเพื่อติดตามศิลปิน และอยากอัปเดตข้อมูลของศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบ ซึ่งในแรกเริ่มในการก่อตั้งเพจเนื่องจากเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS EXO WANNAONE จึงตั้งเป็นเพจขึ้นมาเพื่ออัปเดตศิลปินในหลายๆวง ซึ่งมีผู้ติดตามจำนวนมากว่า 50,000 คน ซึ่งมีการสนทนาโต้ตอบบนเพจ และในข้อความ โดยหากมีข้อความที่แสดงความเห็นในแง่ลบ หรือต่อว่าก็จะไม่สนใจข้อความนั้น บางครั้งก็ลบข้อความนั้นไป

แฟนคลับเกาหลีก็มีการขยายกลุ่มเพิ่มมากขึ้น ไม่จำกัดวัย และได้รับการยอมรับมากขึ้น สมาชิกในกลุ่มแฟนคลับเกาหลีก็สามารถบอกต่อคนอื่นได้ว่า ฉันเป็นติ่งเกาหลีได้มากขึ้น บ๊วยซึ่งเป็นคนหนึ่งที่เป็นแฟนคลับเกาหลีที่ติดตามผลงานศิลปินมาหลายรูปแบบ กล่าวว่าแฟนคลับเกาหลีปัจจุบันที่มีเยอะมากขึ้น เพราะว่าเข้าถึงง่าย เมื่อก่อนกว่าจะได้ดูอะไรก็ต้องรอแพลนนานกว่าจะเข้ามาในประเทศไทยบางอย่างก็ต้องรอเป็นปี แต่ตอนนี้ละครฉายเมื่อวาน วันนี้ได้ดูแบบแปลมีซับไตเติ้ลแล้ว ในขณะที่เดียวกันก็เป็นกลุ่มที่หากไม่ได้มีเหตุการณ์ที่เป็นเรื่องเสียหาย สร้างความเดือดร้อนต่อสังคม ดังเช่นที่เป็นข่าว ผู้ที่ไม่ใช่แฟนคลับก็ไม่ได้มองกลุ่มที่เป็นแฟนคลับในแง่ลบ ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเนื่องมาจาก

ธุรกิจเพลงเกาหลี สื่อบันเทิง ละครชุด รายการโทรทัศน์ มีการเจริญเติบโตมากขึ้นในประเทศไทย รวมไปถึงการเข้ามาของวัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นจำนวนมากเป็นวัฒนธรรมบริโภค เช่น เครื่องสำอาง อาหาร การไปท่องเที่ยว การศัลยกรรม เป็นต้น จะเห็นได้จากการเป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณาของศิลปินเกาหลีในประเทศไทยที่มีมาอย่างต่อเนื่องและยาวนานมากกว่า 10 ปีแล้ว (ปุ้ย, สัมภาษณ์ วันที่ 20 พฤษภาคม 2560) อาจกล่าวได้ว่าปัจจุบันนี้ผู้ที่เป็นคนนอก หรือคนอื่นก็ไม่ได้สนใจความเป็นแฟนคลับเกาหลีมากเท่าใดนัก หากไม่ได้มีเหตุการณ์ที่สร้างความเสียหายและเดือดร้อน ส่วนสำคัญที่ทำให้แฟนคลับมีการขยายเพิ่มจำนวนมากขึ้นมาจากการติดต่อสื่อสารกันทางอินเทอร์เน็ต ทำให้แฟนคลับมีความเป็นกลุ่มที่ไม่จำกัดขนาด แต่สามารถสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วและอย่างทันที

ในขณะที่แฟนคลับในกลุ่มที่ชื่นชอบศิลปินต่างๆ ได้จัดตั้งกลุ่มแฟนไซต์ของแฟนคลับขึ้นมาเป็นบ้านหรือแฟนด้อมต่างๆนั้น จะเห็นได้ว่าในกรณีน้องแอนนั้น ชื่นชอบศิลปินหลายวง จึงตั้งเพจตีแผ่ K-pop ขึ้นมา ซึ่งก็ไม่ได้จำกัดว่า ผู้ที่เข้ามาติดตามนั้นจะชื่นชอบศิลปินใดโดยเฉพาะ แต่ก็มิจตุร่วมที่เป็นศิลปินกลุ่มเดียวกันอย่างน้อย 1 กลุ่มสมาชิกแฟนคลับคนอื่นๆก็มาติดตามได้เนื่องจากเป็นเพจสาธารณะคนทั่วไปสามารถติดตามได้เลย

จากผลการศึกษาในส่วนของพลวัตรของอัตลักษณ์ในชุมชนแฟนคลับเกาหลีนั้น ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ 3 ประเด็น คือ

1) อาจกล่าวได้ว่า แฟนคลับได้มีการเปลี่ยนแปลงจากแฟนที่หลงใหลอยู่เพียงลำพังสู่การกลายเป็นแฟนด้อมได้ในบางกรณี ผู้ศึกษาขอแบ่งแฟนคลับเป็น 3 ระดับ คือ แฟนคลับที่ยังเป็นปัจเจกอยู่ ซึ่งหากไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมใดเลยนอกจากการติดตามผลงานของศิลปินก็ยังคงเป็นแฟนคลับผู้ติดตามศิลปินในระดับที่ยังไม่ถึงกับเข้าสู่แฟนด้อม จะเห็นได้ชัดจาก ผู้ที่เป็นแฟนคลับละครหรือซีรีส์ต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น พี่อาท เป็นต้น ต่อมาคือแฟนคลับที่เป็นปัจเจกที่มีการติดตามศิลปินตามสื่อออนไลน์และตามพื้นที่จัดงานของศิลปิน ตัวอย่างเช่น ปุ้ย ซึ่งเป็นแฟนคลับผู้ติดตามศิลปินทางสื่อออนไลน์ต่างๆ และพื้นที่จัดงาน เท่านั้น แต่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมอื่นๆ ยกเว้นการร่วมทำโปรเจกต์เมื่อไปจัดงานเดียวกันเท่านั้น สุดท้ายคือระดับที่เป็นแฟนคลับที่มีการเข้ากิจกรรมอย่างน้อย 1 กิจกรรม และมีความกระตือรือร้นต่อกิจกรรมนั้นๆ

อย่างไรก็ตามการเป็นแฟนคลับที่ชื่นชอบอย่างลำพังนั้นไม่ได้หมายถึงจะกลายเป็นแฟนคลับในระดับติดตามและเข้าร่วมกิจกรรมได้ แต่ไม่ได้จะเป็นแฟนที่กลายเป็นแฟนคลับในระดับชุมชนทุกกรณีเสมอไป

2) ความชื่นชอบของแฟนคลับผู้ก่อตั้งแฟนเพจ หรือแฟนไซต์นั้น ก็อาจจะสามารถกำหนดโครงสร้างกลุ่มหรือสามารถกำหนดสมาชิกในกลุ่มในกลุ่มออนไลน์ และกลุ่มที่เป็นแบบเปิด

หรือสาธารณะได้ เช่น ในกรณีน้องแอน ชื่นชอบ ศิลปินหลายกลุ่ม จึงชักชวนเพื่อนเปิดแฟนเพจของศิลปินหลายกลุ่ม ทำให้มีสมาชิกได้หลากหลายกลุ่ม

3) การรวมกลุ่มของแฟนคลับเมื่อกลายเป็นแฟนด้อมแล้วนั้น ไม่ได้หมายถึงว่าจะอยู่ในแฟนด้อมนั้นไปตลอด ทั้งนี้แฟนคลับในระดับปัจเจกนั้นสามารถชื่นชอบคนอื่นต่อไป และเข้าไปอยู่ในกลุ่มแฟนด้อมอื่นๆก็ได้ และสามารถเพิ่มขึ้นได้เรื่อยๆ แต่ไม่ได้หมายถึงจะออกจากแฟนด้อมกลุ่มแรก ดังนั้นความเป็นแฟนด้อมจึงค่อนข้างมีความเสถียรว่า หากได้ชื่นชอบศิลปินกลุ่มใดแล้วก็จะชื่นชอบและอยู่กลุ่มแฟนคลับของศิลปินนั้นๆ แม้ว่าจะเปลี่ยนใจไปชอบคนอื่นแล้วไปเป็นแฟนคลับของคนอื่นก็ตาม ก็ไม่ได้หมายความว่า จะย้ายความเป็นแฟนด้อมออกจากศิลปินแรก แต่จะเป็นการเพิ่มแฟนด้อมของศิลปินคนอื่นให้กับตัวเอง

3.2 อัตลักษณ์ของกระบวนการร่วมกิจกรรมกลุ่ม

แฟนคลับเกาหลีมีอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นปัจเจกของตัวเอง และบ่งบอกถึงกลุ่มรวมกันอยู่บ้าง ซึ่งก็อาจไม่ได้มีความสอดคล้องกันเสมอไป กล่าวคือ อัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงตัวเองและสังคมจะเหมือนหรือต่างกันได้ โดยแฟนคลับเกาหลีเมื่อแยกออกมาเป็นปัจเจกอาจจะมีอัตลักษณ์อย่างหนึ่ง หรือแฟนคลับเกาหลีเมื่ออยู่ในชุมชนแฟนคลับหรือแฟนด้อมก็อาจจะมีอัตลักษณ์อีกอย่างหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาก็ได้อธิบายอัตลักษณ์แบบปัจเจกและสังคมตามหัวข้อต่อไป

3.2.1 ดึงเกาหลีกับ “รหัส” และ “สัญลักษณ์”

การเข้าสู่ชุมชนของแฟนคลับเกาหลีนั้น คุณสมบัติแรกที่เป็นคุณสมบัติหลักที่แฟนคลับส่วนหนึ่งและเป็นส่วนใหญ่จะต้องมี คือพฤติกรรมต่างๆที่ทำให้รู้ว่า ฉันเป็นแฟนคลับที่กระตือรือร้น ไม่ได้นั่งเฉยๆแค่ติดตามดูในอินเทอร์เน็ตเท่านั้น แต่เป็นผู้ที่กระทำการใดต่อเติมในคำว่าแฟนคลับ มีอัตตะและลักษณะทั่วไปที่ไม่เหมือนกับคนอื่น และมีความรู้สึกนึกคิดต่อตนเองว่า ฉันคือแฟนคลับเกาหลี ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตัวเองและคนอื่นมองเราในขณะนั้น อัตลักษณ์จึงเป็นพลวัตสามารถเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอ ความแตกต่างของแฟนคลับเกาหลี กับแฟนคลับอื่นๆ คือการกำหนดอัตลักษณ์ลักษณะของแฟนคลับเกาหลีในแต่ละกลุ่มศิลปินที่ค่อนข้างชัดเจนและมีจุดเด่น เป็นลักษณะเฉพาะของแฟนคลับเกาหลี กล่าวคือ การเป็นแฟนคลับเกาหลีจะต้องประกอบไปด้วยการแสดงออกที่มีลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะภายนอกที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่า เช่น การแต่งตัว ลายของเสื้อยืด หรือแม้กระทั่งสวดลายของหมวกที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ที่คล้ายกับศิลปินของตน ไปจนถึงการใช้ “ชื่อ” ในสื่อโซเชียลมีเดีย และการใช้ “สี” ในรูปโปรไฟล์ ซึ่งกลุ่มแฟนคลับเกาหลีจะมีชื่อเรียกกลุ่มและสีประจำกลุ่มที่ เกิดขึ้นจากการตกลงกันเอง

ระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน เช่น กลุ่มแฟนคลับของศิลปินวงsuper juniorชื่อว่าเอลฟ์ ใช้สีน้ำเงินเป็นสีประจำกลุ่ม กลุ่มแฟนคลับของศิลปินวงเกิลเจนเนอเรชั่นชื่อว่าโซวอน ใช้สีชมพูเป็นสีประจำกลุ่ม หรือกลุ่มแฟนคลับของศิลปินวงบีกแบงชื่อว่าไอพี ใช้สีเหลืองเป็นสีประจำกลุ่ม และยังมีคชาดอกไม้สีเหลืองเป็นสัญลักษณ์ประจำกลุ่มอีกด้วย

ทั้งนี้สัมที่แฟนคลับของศิลปินวงเกิลเจนเนอเรชั่น กล่าวถึงลักษณะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มของแฟนคลับเกาหลีซึ่งผู้ที่เป็นแฟนคลับด้วยกันจะเข้าใจความหมายว่า เวลาไปดูคอนเสิร์ตใหญ่ๆร่วมกันหลายๆ เราเป็นโซวอนเราก็จะใส่เสื้อสีชมพู มีสัญลักษณ์รูปปีกนางฟ้าของวงอยู่ในชุดบ้าง หมวกบ้างเสื้อบ้าง แล้วก็แท่งดาบสีชมพู มีท่อนร้องอังกฤษที่โซวอนเกาหลีคิดขึ้นมา มีป้ายเชียร์ทั้งไวน์ว ป้ายไฟ ป้ายชื่อ รูป พัด ถ้าเดินข้างนอกก่อนเข้างานคอนเสิร์ตแฟนคลับเกาหลีกลุ่มอื่นก็สามารถรู้ได้ทันทีว่านี่เป็นแฟนคลับเกาหลีและเป็นแฟนคลับศิลปินวงไหน (สัมภาษณ์, สัมภาษณ์ วันที่ 26 พฤษภาคม 2560) จะเห็นได้ว่าการแสดงตัวตนของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีนี้ จะเห็นได้อย่างชัดเจนจากรูปลักษณะภายนอก โดยเฉพาะการแยกออกเป็นแฟนของศิลปินแต่ละกลุ่ม จะสามารถรู้กันได้ มีความเป็นกลุ่มและมีการรวมบทบาทที่แสดงถึง “รหัส” ของการเป็นแฟนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่น เมื่อหากเป็นคอนเสิร์ตรวมศิลปินแล้ว กลุ่มแฟนคลับจะมีการแสดงอัตลักษณ์กลุ่มที่ค่อนข้างชัดเจน ซึ่งแฟนคลับในกลุ่มต่างๆก็จะพยายามทำอัตลักษณ์นั้นให้โดดเด่นขึ้น โดยการถือแท่งไฟ การแต่งกายสีประจำวง ใส่เสื้อที่มี สัญลักษณ์ของวง จอที่นั่งแฟนคลับตามที่ได้นัดกันไว้เป็นกลุ่มใหญ่ๆเพื่อให้ศิลปินหรือให้แฟนคลับเกาหลีที่ชื่นชอบศิลปินกลุ่มอื่นว่า “เราเป็นใคร” นอกจากนี้แต่ละคนก็จะใช้รูปโปรไฟล์หรือแม้แต่การใช้ชื่อให้เหมือนกับการเป็นแฟนคลับศิลปิน ไอดอล ซึ่งการใช้สีก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่แฟนคลับมักนิยมใช้กันเป็นสีประจำวงของวงนั้น เช่นน้องโยขึ้นเป็นแฟนคลับ Girls’ Generation ก็จะใช้รูป cover และรูป profile เป็นสีชมพู การใช้ชื่อทวิตเตอร์ก็จะใช้ว่า xolovetfn ซึ่ง tfn ก็ย่อมาจาก ทิฟฟานี หรือน้องเอิง ที่ใช้ชื่อไลน์ว่า earnsgic ซึ่งเป็นชื่อน้องเอิง ผสมกับ เจสสิก้า เป็นต้น บางคนอาจจะตั้งเป็นชื่อวงหรือชื่อแฟนคลับเพื่อแสดงถึงความเป็นตัวตนว่าเราเป็นแฟนคลับศิลปินวงไหนและเพื่อแสดงถึงความเป็นแฟนคลับของกลุ่มไหน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความชื่นชอบและการปรับตัวของแฟนคลับในระดับปัจเจกที่มีต่อชุมชนแฟนคลับในแต่ละกลุ่ม

นอกจากนี้แล้วคุณสมบัติอื่นที่ตามมาของแฟนคลับเกาหลีที่ต้องมีคือ มีผ้าเชียร์ ป้ายไฟ ป้ายโปรเจกต์ พร็อพ แก้วปั๊พ กล้องเลนส์ซูม แอคเค้าท์ทวิตเตอร์ Fanchant โค้ดเชียร์ (น้องแอน, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2560) สะท้อนให้เห็นว่าการเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีจะต้องเป็นผู้อยู่ในระดับของการมีเศรษฐกิจดี อยู่ในระดับชนชั้นกลาง เนื่องจากต้องใช้งบประมาณในการลงทุนถึงจะสามารถเป็นแฟนคลับผู้ติดตามศิลปินได้ในหลายกิจกรรม หรือเป็นผู้ที่สามารถหาวิธีเพื่อให้ได้มาซึ่งบัตรการจัดงาน หรือสามารถอยู่ใกล้ชิดกับศิลปินให้ได้มากที่สุด โดยได้สิ่งตอบแทนคือความสุข ความบันเทิง และต้องใช้ความทุ่มเท ความพยายามศึกษาข้อมูลเบื้องต้นในการเข้าสู่กลุ่มแฟนคลับของวงนั้น

เช่น การจำเนื้อเพลงให้ได้และร้องตามได้ทั้งท่อนของศิลปินและท่อนของแฟนเพลง การอัปเดตดูถ่ายทอดสดคอนเสิร์ตของศิลปินแบบ real time เพื่อนำไปพูดคุยกับคนอื่นในกลุ่มได้ ความพยายามในการเก็บสะสมเงิน เช่นเดียวกับน้องแพงที่เป็นแฟนคลับ super junior ในแต่ละปีจะมีการแสดงคอนเสิร์ตครั้งละ 2 วัน ต้องคำนวณว่าจะเก็บเงินเท่าไรถึงจะเพียงพอต่อการดูทั้ง 2 วัน หรือการบริหารจัดการว่าหากเงินไม่พอก็จะยอมคุบบัตรที่ถูกลงเพื่อให้ได้เข้าไปดู 2 รอบในราคาบัตรที่ไม่เท่ากัน เพื่อได้เก็บความทรงจำของศิลปินเมื่อมาไทยได้ทุกโมเมนต์

การศึกษาพบว่า คุณสมบัติพิเศษที่แฟนคลับเฉพาะบางคนที่จะมี คือ ผู้ที่เป็นแฟนคลับเกาหลีในระดับปัจเจกนั้นมีอัตลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นแฟนคลับเกาหลีในเรื่องอื่นๆที่ประกอบการเป็นแฟนคลับไปด้วย เป็นต้นว่า น้องโย บอกว่า ชอบอะไรที่เกี่ยวกับเกาหลี จึงไปเรียนภาษาเกาหลี เพื่อให้สามารถอ่านภาษาเกาหลีออกได้บ้างบางตัวและการอ่านออกเสียงที่ถูกต้อง เช่น ชื่อศิลปิน ชื่อวง ชื่อรายการ โดยเฉพาะชื่อศิลปินนั้นแต่ละคนมักจะมีปัญหาเวลาเจอชื่อในภาษาอังกฤษ ซึ่งอาจจะมีเสียงที่ผิดเพี้ยนไป แต่ถ้าอ่านจากภาษาเกาหลีก็มั่นใจได้ว่าเสียงไม่ผิดแน่นอน นอกจากนี้ยังสามารถแปลความหมายของแฟนแอค (สำหรับต่างประเทศ) แบบเล็กๆน้อยๆได้บ้างซึ่งแฟนคลับเกาหลีที่มีลักษณะที่ติดตามมากเป็นพิเศษก็จะสามารถอ่านภาษาเกาหลีได้บ้าง ซึ่งในปัจจุบันน้องโยก็ได้เรียนภาษาเกาหลีต่อที่ประเทศเกาหลีอย่างจริงจังเพื่อที่จะสามารถแปลได้ จนกระทั่งได้ทุนศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่ประเทศเกาหลี และสามารถติดตามศิลปินได้อย่างใกล้ชิด อีกทั้งยังมีกลุ่มแฟนคลับที่ใช้ของเกาหลี เช่น ตัวอักษรเกาหลีติดกระเป๋าไว้ การอยากไปประเทศเกาหลีเพื่อไปซื้อของใช้แล้วยังได้สัมผัสบรรยากาศของความเป็นเกาหลี ปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งของการเป็นแฟนคลับเกาหลี คือ เงิน ยิ่งหากถ้าเป็นแฟนพันธุ์แท้ที่ติดตามอย่างจริงจังก็จะมีค่าใช้จ่ายมากมาย เช่น ค่าเดินทาง ค่าสินค้าออฟฟิศเซี่ยล (สินค้าที่ต้นสังกัดผลิตออกมาจากศิลปินเพื่อขายแฟนคลับโดยเฉพาะ) และค่าบัตรคอนเสิร์ตที่มีราคาแพงแล้ว ค่าเดินทางตามรอยศิลปินที่เกาหลีก็แพงในระดับหนึ่งเช่นกัน อีกทั้งการได้ไปเยือนดินแดนบ้านเกิดศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ ได้เห็นบ้านเมือง ได้สัมผัสวิถีชีวิตแบบเกาหลีที่เป็นต้นตำรับ และการได้ไปยืนอยู่หน้าบริษัทที่ศิลปินเหล่านั้นสังกัดก็เป็นอีกหนึ่งความต้องการที่ดั่งเกาหลีใฝ่ฝันอยากไปให้ได้สักครั้ง เพราะถ้าหากโชคดีแฟนคลับกลุ่มนี้ก็จะได้เห็นศิลปินเดินออกมาจากบริษัทกันในระยะประชิด และจะได้มีคลิปเหตุการณ์นั้นออกสู่ชุมชนออนไลน์ให้แฟนคลับคนอื่นรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นแฟนคลับที่ติดตามศิลปินอยู่บ่อยครั้ง ต้องความจำดี ต้องจำได้แม้กระทั่งทะเบียนรถพอได้เห็นทะเบียนรถสามารถบอกได้เลยว่าเป็นของค่ายไหนวงอะไร

แฟนคลับที่เป็นปัจเจกนั้นจะมีคุณลักษณะที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็น ความเป็นหญิง เป็นนักศึกษา เป็นพนักงาน ก็ตาม เมื่อได้เข้ามาเป็นแฟนด้อม ก็ทำให้ตัวเองเข้าอยู่ในกลุ่มได้อย่างกลมกลืนก็จะต้องมีอัตลักษณ์ทางสังคมที่ใช้แสดงตน โดยใช้ “รหัส” และ “สัญลักษณ์” ต่างๆตามที่กลุ่มได้กำหนดเอาไว้ ซึ่งการกำหนดรหัสของกลุ่มนั้นก็แล้วแต่ว่ากลุ่มนั้นจะตกลงกันไว้ว่า

อย่างไร เช่น ชื่อแฟนด้อมของศิลปิน Girl's Generation นั้น ตั้งโดยศิลปินที่เป็นสมาชิกในวง ว่าโซวอน หรือการใช้สี การใช้ป้ายเชียร์ แม้กระทั่งท่อนฮุคที่เป็นเนื้อร้องของแฟนคลับ ก็ถูกตกลงมาเพื่อให้เป็นรหัสของกลุ่ม ถึงแม้ว่าในชุมชนแฟนคลับศิลปินเกาหลีนั้นจะมีอัตลักษณ์ที่แยกแตกต่างออกไปตามอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มและศิลปิน แต่ก็มีอัตลักษณ์ร่วมของการเป็นแฟนคลับเกาหลีที่มีความคล้ายคลึงกัน อย่างน้อยต้องมีชื่อกลุ่ม มีสีที่ใช้ประจำวง มีป้ายเชียร์ แม้แต่อุปกรณ์การเชียร์ เช่น ป้ายไฟ แท่งไฟ แก้วน้ำ เป็นต้น

3.2.2 ตั้งเกาหลีกับการปรับตัวสู่ (แฟน) ด้อม

อัตลักษณ์เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวตนกับสังคม เช่นเดียวกับกลุ่ม สมาชิกแต่ละคนนั้นจะมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปแต่เมื่อทุกคนได้เข้ามามีความเป็นสมาชิกก็ต้องปรับตัวให้ไปไปตามอัตลักษณ์ของกลุ่มทำให้ได้ยอมรับจากกลุ่ม อัตลักษณ์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลี จึงคือ ผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี มีบทบาทเป็นสมาชิกคนหนึ่งในแฟนด้อม มีหน้าที่ตามที่ได้รับผิดชอบการปฏิบัติตัวตามสัญลักษณ์ของแฟนด้อมนั้นๆ เช่น แท่งไฟ สีประจำวง ผ้าพันคอของวง ภาษา เสื้อผ้าที่ใส่ สัญลักษณ์ หรือชื่อแอดแคท เป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นแนวทางหรือที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและการแยกแยะตัวเราด้วยการสร้างความต่างจากคนอื่น และยังเป็นผลผลิตของสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่นเป็นการเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับกลุ่มแฟนด้อม

การเป็นแฟนคลับเกาหลีก็เป็นการแสวงหาสิ่งที่ตนเองชื่นชอบเหมือนการเป็นแฟนคลับกลุ่มอื่นๆ จะต้องเป็นผู้ติดตาม และมีการทำกิจกรรมของกลุ่ม มีความหลากหลายของการรวมกลุ่ม ซึ่งเป็นสายสัมพันธ์ทำให้กลุ่มยังดำเนินต่อไปได้ อย่างไรก็ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีก็จะเริ่มมาจากความชื่นชอบของผู้เป็นแฟน การที่แฟนคลับในระดับปัจเจกเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมต่างๆของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีที่มีความหลากหลายนั้น แฟนคลับในระดับปัจเจกนั้นก็จะเป็นคนเลือกก่อนว่าเราควรจะไปอยู่ในกลุ่มแฟนคลับกลุ่มใด และเป็นกลุ่มที่ทำกิจกรรมใด เช่น ในกรณีของน็องโย ซึ่งชื่นชอบทิฟฟานี่มาก จนได้เข้าไปรวมกลุ่มกับกลุ่มเต้นซึ่งจะเต้นในตำแหน่งเดียวกับที่ทิฟฟานี่เต้น หรือในบางครั้งก็สามารถเต้นเป็นคนอื่นได้หากตำแหน่งเต็มหรือขาดไป หรือได้เข้าไปอ่านนิยายฟิคชั่นในคู่ที่มีทิฟฟานี่เป็นตัวหลัก ทั้งนี้เพื่อดำเนินไปตามอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับผ่านการดำเนินงานทางสังคมต่างๆของกลุ่ม ผู้ศึกษาแบ่งการอัตลักษณ์ของแฟนคลับเกาหลีออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่

1) ตั้งเกาหลีกับการเข้าร่วมกิจกรรม

การเป็นแฟนคลับเกาหลีในระดับที่เป็นผู้ที่ตามศิลปินนั้นจะต้องมีการต่อสู้เพื่อให้ได้ไปติดตาม ชื่อบัตรคอนเสิร์ตได้ ตามไปในที่ต่างๆหาเมื่อมีศิลปินมาที่ประเทศไทย สิ่งสำคัญที่สุดสิ่งหนึ่งของการเป็นแฟนคลับเกาหลี ซึ่งได้มีคำนิยามจากความเห็นหนึ่งว่าสิ่งที่ตั้งเกาหลีปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากคือจะต้องมี “เงิน” เนื่องจากการจะเป็นแฟนคลับที่ติดตามอย่างใกล้ชิดได้นั้นก็ต้องใช้เงินอยู่

จำนวนหนึ่ง (<http://www.thairath.co.th/content/455731> เข้าถึงเมื่อ 18 พฤษภาคม 2560) การติดตามทางออนไลน์ก็ต้องเสียเงินจำนวนหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นค่าอินเทอร์เน็ต การโทรหาศิลปิน การ โดเนท (Donate) บริจาคให้กลับทีมทำโปรเจค หรือการสนับสนุนผลงาน การซื้อผลงานของศิลปิน ของที่ระลึก ของสะสม ผ้าเชียร์ ป้ายไฟ ตลอดจนการติดตามเมื่อศิลปินมาก็ต้องเสียค่าเดินทาง เสียค่าบัตร หรือค่าเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษอื่นๆ หรือแม้ว่าหากเป็นกิจกรรมฟรี ก็ต้องเสียเงินซื้อผลิตภัณฑ์กว่าจะได้เข้าร่วมกิจกรรม หรือการติดตามศิลปินไปยังประเทศเกาหลีก็ต้องใช้เงินอีกจำนวนหนึ่ง หรือว่าจะไปงานคอนเสิร์ตหรือเข้าร่วมกิจกรรมก็ต้องมีค่าใช้จ่าย ทั้งทางตรงและทางอ้อม เรียกได้ว่าแทบจะต้องใช้เงินแทบทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามหากจะต้องแจกแจงการใช้เงินของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีนั้น ถือเป็นกลุ่มที่ใช้เงินเป็นสำคัญในการเข้าสู่กลุ่ม ดังนั้นแฟนคลับเกาหลีจะต้องมีวิธีการและการวางแผนต่อการกระทำใดใดที่เกี่ยวข้องกับการติดตามศิลปิน

ทั้งนี้แฟนคลับเกาหลีมีวิธีการให้ได้ไปดูคอนเสิร์ตและติดตามศิลปินอย่างหลากหลาย เช่น การขายของที่เกี่ยวข้องกับศิลปินตามพื้นที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตามตลาดหน้า คอนเสิร์ต หรือตามสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ใน ไลน์ (line) ทวิตเตอร์ (twitter) เฟซบุ๊ก (facebook) กลุ่มในแต่ละศิลปิน ก็เป็นวิธีหนึ่ง ก็จะมีการโพสต์เพื่อขายของที่ระลึกเกี่ยวกับศิลปิน เช่น ผ้าพันคอลายและสีประจำตัวหรือสัญลักษณ์ประจำศิลปิน เสื้อหรือหมวกที่มีลายสัญลักษณ์ประจำศิลปิน แก้วน้ำ ที่ขึ้นหนังสือ ซึ่งจะมีของที่เป็น official ที่นำมาจากต้นสังกัดซึ่งเป็นของที่ระลึกของแท้ ถูกนำเข้ามาโดยแฟนคลับเพื่อแบ่งหารค่าส่งกัน หรือขายต่อและคิดกำไรทั้งหมด ที่กล่าวมานี้จะสามารถบ่งบอกได้ว่าผู้ที่เข้ามาชื่นชอบศิลปินคนใด ทั้งนี้ผู้ที่ทำขายก็จะเกิดสร้างเป็นรายได้เล็กน้อยให้กับแฟนคลับเพื่อช่วยให้มีเงินสำหรับซื้อตัวคอนเสิร์ตหรือการซื้อของต่างๆของศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบต่อไป

โยเรียนที่เกาหลีโยก็เลยทำพรีออเดอร์บ้าง ตามน้ำหนักกระเป๋าที่เหลือจริงๆทำเล่นๆ แต่บางทีก็ได้เงินมาจริงๆคะ ขายของที่เจ้าอื่นไม่ขาย เราจะ monopoly เพียงผู้เดียวคะ เราหาพวกการ์ดลายเซ็นวันเกิด แพ้ม อัลบั้มเก่าๆ ของแฟนเมด พวกตุ๊กตาแฟนเมด กระบอกน้ำ โปสการ์ด ของหน้าคอน ของที่ผลิตมาเป็นพิเศษช่วงวันเกิดที่หายากๆ จะไม่ค่อยมี เพราะมันต้องไปต่อแถว สมมติวันเกิดทยอยแจกการ์ดพร้อมลายเซ็นเมื่อซื้อของครบ 10,000 วอน คนละ 1 ใบ ร้าน มี 4 ร้านก็ไปต่อคิว 4 รอบ ได้ 4 ใบขาย 3 เก็บ 1 ของแบบนี้มันมีคนเสนอราคาเลย บอกเลยว่าคุ้ม ตอนวันเกิดทยอยปีนี้ไม่ได้ขาย ได้มาใบเดียวจริงๆ จึงเก็บเอาไว้เอง เพราะหายากมาก มีคนเสนอ 800-1000 บาท แล้วก็มีพวกของตามงานประมูล สมมติ ชูของเปิดงานประมูลของตัวเองใช้ตัวเองทุกปี มันก็แอบมีของเมมเบอร์คนอื่นมาขายบ้าง นี่ก็ไปซื้อมาแล้วขายต่อ ปีที่แล้วได้กระเป๋ากับเสื้อหนาวชูของ ขายเสื้อหนาวไปแล้ว เก็บแต่กระเป๋า (น้องโย, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2560)

อย่างไรก็ตามการขายของของกลุ่มแฟนคลับนั้นมีทั้งเพื่อเป็นการหารายได้ให้กับตนเอง ซึ่งเป็นอีกวิธีหนึ่งที่แฟนคลับคนนั้นๆจะหารายได้จากความเป็นแฟนคลับเพื่อทำกิจกรรมต่างๆของตนเอง แต่กลุ่มแฟนคลับเกาหลีเองก็ยังมีการผลิตสิ่งของขึ้นมาขายเพื่อสนับสนุนการทำกิจกรรมกลุ่ม การผลิตเสื้อผ้าเป็นลายศิลปินเพื่อขายโดยหักรายได้เข้าสู่เงินโตนเทของแต่ละกลุ่มแฟนคลับของศิลปิน หรือการขายแก้วน้ำที่แขวนขั้วผลิตกันขึ้นมาเองเพื่อสมทบทุนเงินโตนเทในการทำโปรเจกต์ของศิลปิน ซึ่งสัมเลาะห์ให้ฟังว่า ในการทำโปรเจกต์เพื่อศิลปินแต่ละครั้งของกลุ่มแฟนคลับแต่ละกลุ่มก็ต้องมีการ โตนเท เพื่อหารายได้ให้กับกลุ่มในการทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งก็ต้องใช้เงินจำนวนหนึ่ง อย่างเช่น การทำ โปรเจกต์ Food support ของกลุ่ม Red Velvet support Thailand ก็จะทำให้ผู้ที่สนใจโตนเทซื้อ พวง กุญแจที่เป็นรูปการ์ตูนของสมาชิกวง red velvet ในราคา 250 บาทโดยหักรายได้จากค่าใช้จ่ายเข้า บัญชีเพื่อทำกิจกรรม สอดคล้องกับที่ น้องโย เคยเล่าว่าน้องโยเป็นผู้ที่ติดตามถ่ายรูปศิลปินวง red velvet เพื่อให้เพจ Red Velvet ได้นำให้ผู้ดูแลเป็นที่ระลึก

น้องโย ซึ่งเป็นแฟนคลับของเกิลเจนนอร์เรชั่น ติดตามศิลปินทั้ง 9 คนในวง และวงอื่นๆ บ้าง เช่น Blackpink และ Mamamoo น้องโยกล่าวว่า ได้ติดตามไปดูคอนเสิร์ตมาตั้งแต่ครั้งแรกที่เป็นคอนเสิร์ตรวมศิลปินจากค่าย SM ที่มาแสดงในประเทศไทย ตอนนั้นยังเรียนมัธยม ได้ค่าขนมเป็น อาทิตย์จากผู้ปกครองก็เก็บเป็นค่าบัตร เก็บเงินซื้อกล้อง ไม่เคยขอเพิ่ม ทำแบบนี้เพื่อให้ได้ดูคอนเสิร์ต มาเป็นเวลา 8 ปี พอเรียนใกล้จบปริญญาตรี จึงขอผู้ปกครองไปเรียนภาษาเกาหลีที่ประเทศเกาหลีเพื่อ ติดตามศิลปินง่ายขึ้น อีกทั้งการแสดงของศิลปินเกาหลีในประเทศเกาหลี ส่วนมากจะเป็นงานที่เข้าฟรี ไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายมากนัก นอกจากเก็บเงินจากเงินเดือนที่ผู้ปกครองให้มาแล้วแล้ว ยังทำงานเขียนรีวิว ให้เพจอาหารของประเทศสิงคโปร์เก็บเงินเพิ่มเติมเพื่อมีค่าใช้จ่ายในส่วนอื่นๆอีกด้วย ซึ่งตอนนี้ก็มีแผนว่าจะไปเรียนปริญญาโทที่ประเทศเกาหลีเพื่อให้ได้ติดตามศิลปินที่ตนชอบได้อย่างใกล้ชิด (น้องโย, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2560)

แฟนคลับเกาหลีส่วนหนึ่งอยู่ในวัยเรียน วิธีการให้ได้ไปดูคอนเสิร์ตหรือซื้อบัตรของกลุ่ม นี้ก็เป็นอีกลักษณะหนึ่ง น้องแม็ค เล่าให้ฟังว่า ปกติแล้วเวลาจะไปดูคอนเสิร์ตขอจะขอจากแม่และ พี่สาวว่าถ้าได้เกรดมากกว่า 3.00 ต้องให้ไปดูคอนเสิร์ตในราคาบัตร 4,500 หรือ 6,000 บาท สำหรับ น้องแม็คจะไปดูเพียง 1 รอบจากการแสดง 2 รอบเท่านั้น เพราะคิดว่าถ้าดู 2 รอบก็สิ้นเปลืองเกินไป เก็บไว้ขอพี่และแม่ในดูในงานต่อไปดีกว่า (น้องแม็ค, สัมภาษณ์ วันที่ 2560) น้องแพงซึ่งเป็นแฟนคลับ อีกคนหนึ่งที่อยู่ในวัยศึกษา ซึ่งเป็นแฟนคลับศิลปินวงsuper juniorมาประมาณ 10 ปีแล้ว แต่ว่าการจัดคอนเสิร์ตแต่ละครั้ง น้องแพงจะต้องดูทุกรอบเพราะแต่ละรอบก็จะมีไฮไลท์ของศิลปินที่ไม่ เหมือนกัน ก็จะไป 2 รอบ แต่จะซื้อบัตรราคาต่างกัน โดยรอบแรกจะยืนในหลุมราคา 4,500 บาท และอีกรอบจะขึ้นไปอยู่บนดอย ราคา 1,200 – 1,500 บาท อย่างไรก็ตาม ก็ไม่ได้ขอเงินจากผู้ปกครอง เพิ่ม จะเก็บจากค่าขนม และขายของเกี่ยวกับศิลปินทางออนไลน์เท่านั้น ซึ่งน้องแพงจะหาจากในเว็บ

เกาหลี แล้วส่งมาขาย หรือไปดูจากร้านขายของที่ระลึกศิลปิน แล้วก็นำไปขายในทวีเตอร์บ้าง ส่วนใหญ่เป็นของที่ระลึกเล็กๆน้อยๆ เช่น ซีดีแผ่นแท้จากเกาหลี ผ้าพันคอ หมวกลายที่ศิลปินใส่ พัด กระเป๋า เข็มกลัด เป็นต้น ก็พอที่จะนำไปซื้อบัตรได้ 2 รอบ นอกจากนี้กำไรที่ไต่ยังสามารถทำให้ซื้อของสะสมที่เกี่ยวกับศิลปินได้ไปในตัว เพราะจะสั่งมาแต่ของที่อยากได้ (น้องแพง, สัมภาษณ์ วันที่ 14 มีนาคม 2560)

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มแฟนคลับที่อยู่ในช่วงของการทำงานแล้ว ซึ่งมีการติดตามศิลปินอย่างต่อเนื่อง โดยมีการวางแผนการใช้เงินของตัวเองจากการทำงาน หรือมีการหาวิธีการอื่นๆเพื่อบริหารการเงิน เช่น น้องแจม ซึ่งเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลี โดยเฉพาะนายแบบ แต่เมื่อมีศิลปินจากเกาหลีมาเล่นคอนเสิร์ตก็จะใช้วิธีตามหาบัตรฟรีจากคนรู้จัก เนื่องจากทำงานอยู่ในบริษัทที่จัดอีเวนต์ต่างๆ จึงมีคนรู้จักที่ทำงานเกี่ยวกับการจัดงานหลายคน อย่างไรก็ตามหากงานคอนเสิร์ตใดที่อยากดูมากแต่หาบัตรไม่ได้ ก็จะไปซื้อบัตรลดราคาตามหน้างานตอนที่คอนเสิร์ตเริ่มเล่นไปแล้ว จะได้บัตรในราคาที่ถูกลง (น้องแจม, สัมภาษณ์วันที่ 26 พฤษภาคม 2560) สำหรับส้ม ซึ่งเป็นผู้ที่ติดตามศิลปินอย่างต่อเนื่อง ในช่วงเริ่มต้น ส้มได้สั่งของที่เกี่ยวกับศิลปินจากเกาหลีมาขาย เช่น แท่งไฟ หรือซีดีแผ่นแท้ ของที่ระลึกของวง ดาบที่เป็นสัญลักษณ์ของวง ซึ่งถือเป็นรายได้หลักของการนำไปใช้สำหรับซื้อบัตร ซื้อตัว หรือติดตามศิลปินอย่างใกล้ชิด และยังได้เรียนรู้วิธีการขายของทางช่องทางออนไลน์นำไปประยุกต์ใช้กับการขายอย่างอื่นที่ไม่เกี่ยวกับของที่ระลึกของศิลปิน ซึ่งปัจจุบันรายได้หลักของส้มก็มาจากการขายของทางช่องทางออนไลน์ทั้งที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลีและไม่เกี่ยวข้อง

จะเห็นได้ว่า วิธีของการติดตามศิลปินของแฟนคลับนั้นมีที่มาจากที่ต่างกันซึ่งก็ต้องใช้วิธีการต่างๆ ทั้งต่อรองกับครอบครัว ต่อสู้กับตนเอง บังคับตัวเองให้สามารถดำเนินชีวิตให้เป็นไปตามเป้าหมายได้ ทั้งนี้การเข้าสู่การเป็นแฟนคลับในเบื้องต้นก็ต้องมีการศึกษาข้อมูล การสืบค้น การวางแผนเข้าสู่กลุ่มในลำดับต่อไป

2) ตั้งเกาหลีกับการจัดการเวลา

การศึกษาข้อมูล สืบค้นข้อมูล และจัดสรรใช้เวลาว่างหรือในชีวิตประจำวัน ซึ่งการตัดสินใจเข้าสู่กลุ่มแฟนคลับเกาหลีจะต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจก่อนว่าจะเข้าเป็นแฟนคลับของใคร และเข้าร่วมกิจกรรมใด อย่างส้มเริ่มต้นจากการเห็นศิลปินในทีวีเคบีเอ็ม แล้วจึงค้นหา สืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับวงเกิลเจนนอร์เช่น ฝ้าติดตามรายการต่างๆที่สมาชิกไปออก ในตอนแรกยังไม่ค่อยมีรายการที่เป็นซับไทยมากเท่าไร ก็จะต้องดูๆกันไป ต่อมาจึงต้องสืบค้น ค้นหารายการต่างๆ ทั้งที่เป็นซับไทย และซับอังกฤษ มีอยู่ช่วงหนึ่งไม่มีรายการใหม่ที่มีซับไทยเลย ก็เลยอยากทำซับไทยบ้าง เลยเริ่มจากแปลบทจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย แล้วค่อยใส่บทตามเวลาของประโยคนั้นๆ เก็บไว้ดูเองบ้าง แบ่งให้แฟนคลับคนอื่นๆบ้าง แต่ทำได้ 2-3 ตอนก็ไม่ได้ทำต่อเพราะไม่มีเวลาทำต่อ จึงต้องใช้

ช่วงเวลาที่ว่างจริงๆ เพื่อทำข้อมูลในการผลิตซิปไตเติ้ล ดังนั้นการติดตามผลงานของศิลปินนั้นจึงจำเป็นต้องใช้เวลาช่วงหนึ่งในชีวิตประจำวันเพื่อติดตามผลงานได้มากที่สุด

สำหรับกลุ่มที่อยู่ในระหว่างการศึกษาก็ได้ใช้ช่วงเวลาที่กลับมาจากการเรียนหนังสือ อย่างน้อยก็เรียนโรงเรียนมัธยมแห่งหนึ่ง ซึ่งคุณครูไม่ให้ใช้โทรศัพท์ขณะเรียนจึงต้องกลับมารับชมผลงานของศิลปินที่บ้านในเวลาก่อนนอนและติดตามได้มากในช่วงปิดเทอม เรียกได้ว่าไปตามงานอีเว้นต์ที่ศิลปินมาทุกงาน ที่จริงแล้วเป็นคนที่ชอบร้องเพลงอยู่แล้ว พอมาดูผลงานของศิลปินเกาหลีก็ชอบเพราะมีทั้งร้องทั้งเต้นผสมกันไป เมื่อมีโอกาสได้ทราบข่าวเกี่ยวกับการร้องเพลง การประกวดร้องเพลง ที่เป็นจากทางค่ายเกาหลีมาเปิด ก็สนใจ ก็เลยเริ่มใช้เวลาวันเสาร์ไปเรียนร้องเพลง เพื่อจะมาใช้ในการประกวดร้องเพลง หรือน้องแอน กับเพื่อนก็ใช้เวลาว่างจากการเรียน สืบค้นข่าว สืบค้นข้อมูล เพื่อนำมาอัพเดทบนเพจ ทั้งนี้้องแอนที่ถือว่าเป็นแฟนคลับตัวยงของศิลปินเกาหลี แต่มีการจัดการกับความต้องการและความชอบของตนเอง โดยให้เวลากับการติดตามทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น แต่เมื่อศิลปินมาแสดงคอนเสิร์ตเคยไปทั้งหมด 1 ครั้ง เหตุผลที่ไม่ได้ไปติดตามอยู่บ่อยๆ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตที่บ้านไม่ค่อยดี ซึ่งบ้านอยู่จังหวัดนครนายก เวลาจองตั๋วหากไม่จองทางออนไลน์ก็ต้องไปจองที่ไทยทิคเก็ตเมเจอร์ ซึ่งก็ไปลำบากจึงคิดว่าตั้งใจทำเพจ ทำโปรเจกต์อยู่ในเพจและติดตามการถ่ายทอดสดในเพจ น่าจะเป็นทางออกที่ดีที่สุด

การใช้เวลาในการเป็นผู้ชมของแฟนคลับเกาหลีนั้น เป็นผู้ใช้เวลาว่างในการติดตาม เสพสื่อ หรือเป็นเวลาช่วงพักในการทำงาน เพื่อสร้างความบันเทิง และทำในสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งเมื่อมีเวลาก็จะไปกับการเสพสื่อ การดูผลงานจนจำทำเต็นของวงได้ จำเนื้อร้องได้ สามารถแปลเนื้อเพลงได้ หรือสามารถร้องตามในท่อน Fanchant ได้ ทั้งนี้เพื่อความสุขและให้เป็นแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิตต่อไป

3) ดึงเกาหลีกับสมาชิกใน (แฟน) ด้อม

สิ่งที่ต้องมีควบคู่ไปกับการสืบค้นข้อมูลและศึกษาข้อมูลเข้าสู่กลุ่มแฟนคลับเกาหลีคือการวางแผนและจัดการการเข้าสู่การเป็นแฟนคลับเกาหลี เริ่มตั้งแต่การวางแผนในการติดตามศิลปิน การจองตั๋ว การโหวต การบริจาค เป็นต้น น้องโย เป็นคนหนึ่งที่ติดตามศิลปินไปทุกที่ที่มีการเก็บเงิน การวางแผนการเงิน ต้องทำงานพิเศษ เพื่อให้ได้เข้างานได้อย่างใกล้ชิด เมื่อมีงานคอนเสิร์ต วันจองบัตรจะต้องกดบัตรทางเว็บไทยทิคเก็ตเมเจอร์ ตั้งแต่ 9.50 น. ซึ่งโดยปกติแล้วทางเว็บจะให้จองตั้งแต่ 10.00 น. เป็นต้นไป หากจองไม่ทันก็จะรอบัตรหลุดเวลาประมาณเที่ยงสำหรับคนที่จ่ายเงินไม่ทันบัตรก็จะหลุด หรือหากจองไม่ทันจริงๆ ก็ไปซื้อบัตรหน้างานคอนเสิร์ตจะมีผู้ที่ไม่ได้ไปฝากขายบัตรอยู่หน้างานคอนเสิร์ต แต่ว่าตั้งแต่ได้ไปงานคอนเสิร์ตมาเคยซื้อไม่ทัน 1 ครั้ง นอกนั้นก็ได้บัตรในที่นั่งที่ต้องการ คือตอนกดบัตรก็ไม่ใช่ว่ากดช่องไหนก็ได้ต้องจองที่นั่งที่เราได้ทบทวนจากคอนเสิร์ตเดียวกันในประเทศอื่นๆ ที่แสดงก่อนว่า ทิฟฟานีสมาชิกที่น้องโยชอบจะเดินไปทางไหนมากกว่ากัน เพราะ

สคริปต์ในแต่ละคอนเสิร์ตจะเหมือนกัน จังหวะการเดินการพูดก็คล้ายกัน เราก็เลือกจุดที่เราจะใกล้ชิดกับศิลปินที่เราชอบมากที่สุด เหมือนกันกับน้องแพง และน้องแม็ค ที่เลือกซื้อบัตรเฉพาะที่นั่งที่ตนเองเลือกมาแล้วว่าใกล้กับสมาชิกที่ชอบมากที่สุด หากเพื่อนอยากไปดูที่นั่งในแถวอื่นก็สามารถดูที่นั่งที่ตนเองเลือกไว้คนเดียวได้ แล้วเมื่อเสร็จจากคอนเสิร์ตแล้วค่อยนัดเจอเพื่อนเพื่อคุยกัน และกลับด้วยกันอีกทีหนึ่ง น้องแม็คได้กล่าวอีกว่า หากเป็นคอนเสิร์ตใหญ่ก็จะชวนเพื่อนๆ ที่เรียนห้องเดียวกัน หรือรู้จักกันกระจายตัวไปจองตั๋ว เพื่อให้ซื้อได้ทัน เนื่องจากบัตรมีจำนวนจำกัดและค่อนข้างหมดในระยะเวลาอันรวดเร็ว และจำกัดจำนวนการซื้อ 1 คนไม่เกิน 4 ใบ สำหรับกลุ่มของน้องแม็คได้กระจายตัวกันไปจองที่ไทยทิคเก็ตสาขาเซ็นทรัลลาดพร้าว เช่นทรัลแจ้งวัฒนะ โดยไปจองคิวหน้าประตูตอนประมาณ ติ 4-5 และมีเพื่อนอีกกลุ่มหนึ่งจองที่หน้าเว็บไซต์ ในกรณีที่ศิลปินที่ตนเองชอบนั้น มีผลงานออกใหม่ จะมีโชว์ไลฟ์แบบไหน มี Goodbye stage (การโชว์สุดท้ายของเพลง) หรือ comeback stage (การโชว์ครั้งแรกของเพลง) หรือไปออกรายการวาไรตี้ ต้องติดตามดูและอัปเดตให้เร็วที่สุด เพื่อให้สามารถรู้เรื่องเท่าทันคนอื่น และหากถึงเวลาทำกิจกรรมเพื่อโหวตเพื่อให้ชนะรางวัลในรายการต่างๆ การช่วยกันแฮชแท็ก ให้ติดเทรนด์ในทวิตเตอร์โดยการใส่ hashtag (#) ให้ศิลปินของชนะก็สามารถใช้เวลาว่างทำได้ทันที

จากที่กล่าวเนื้อหาของบทนี้มาทั้งหมด จะเห็นได้ว่าการอธิบายการเข้าสู่ชุมชนของแฟนคลับเกาหลีในระดับปัจเจกเมื่อเข้าสู่กลุ่ม จะต้องมียุทธศาสตร์ต่างๆ ที่ทำให้รู้ว่า ฉันเป็นแฟนคลับที่กระตือรือร้นไม่ได้นิ่งเฉยเพียงแค่อัปเดตตามดูในอินเทอร์เน็ตเท่านั้น แต่เป็นผู้ที่กระทำการใดต่อเติมในคำว่าแฟนคลับ อีกทั้งการเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีจะต้องเป็นผู้ที่อยู่ในระดับของการมีเศรษฐกิจดี อยู่ในระดับชนชั้นกลาง หรือสามารถวางแผน เพื่อจะสามารถเป็นแฟนคลับผู้ติดตามศิลปินได้ในหลายกิจกรรม และเข้าร่วมอยู่ในกิจกรรมต่างๆ ได้

เมื่อพิจารณาถึงสถานะของแฟนคลับเกาหลีในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันระหว่าง การเป็นปัจเจกบุคคล เข้าไปอยู่ในกลุ่มกิจกรรม กล่าวคือ แฟนคลับเกาหลีที่หลงใหลเพียงลำพังนั้น สามารถจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของแฟนด้อมได้ จึงเป็นที่น่าสนใจว่าการปรับตัวของแฟนคลับในระดับปัจเจกเข้าสู่ชุมชนแฟนคลับเกาหลีที่มีความเป็นพลวัตนั้น ได้มีการปรับตัว เพื่อเข้าสู่กลุ่มเพื่อให้ตัวเองสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชุมชนได้อย่างกลมกลืนไม่แปลกแยก และคิดว่าเป็นที่ถูกรับให้ได้เข้าเป็นสมาชิกหนึ่งในชุมชนแฟนคลับเกาหลีนี้ จะเห็นได้จากอัตลักษณ์ของปัจเจกจะเป็นอย่างไร แต่การเข้าสู่แฟนด้อมของศิลปินจะมีอัตลักษณ์อีกแบบซึ่งสื่อถึงอัตลักษณ์ความสัมพันธ์ที่สามารถจะดำรงไว้ซึ่งกลุ่มให้ดำเนินต่อไปได้ เช่น การปรับตัวเขากลุ่ม cover dance ของน้องเอง แม้ว่าสมาชิกที่ตัวเองชื่นชอบจะออกจากวงไป เมื่อไม่มีตำแหน่งที่ตนเองถนัด ก็สามารถเรียนรู้ในตำแหน่งอื่น เพื่อให้อยู่ในวง cover dance นั้นต่อไปได้

อย่างไรก็ตามอัตลักษณ์ของแฟนคลับมีมิติที่ทับซ้อนระหว่างโครงสร้างสังคมที่กำหนดปัจเจก ซึ่งอัตลักษณ์ส่วนบุคคลก็ต้องปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป กลุ่มแฟนคลับเกาหลีแต่ละคนก็อาจมีอัตลักษณ์ของความเป็นคนที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีที่แตกต่างกัน เมื่อมีการรวมกลุ่มกันขึ้นมาก็จะก่อให้เกิดอัตลักษณ์ร่วมกันของกลุ่มซึ่งก็อาจก่อให้เกิดรูปแบบของการดำเนินชีวิตที่แตกต่างออกไป และเมื่อมีสถานที่เพื่อให้พบปะกันก็จะเกิดเป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มที่แตกต่างออกไปจากกลุ่มแฟนคลับกลุ่มอื่นๆที่เคยมีการศึกษามา เช่น การเข้าไปรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมของกลุ่ม cover dance หรือ กลุ่ม fan fiction เป็นต้น

ทั้งนี้อัตลักษณ์ของแฟนคลับเกาหลีมีระดับในการวิเคราะห์ ได้ทั้งปัจเจก และอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม ซึ่งในระดับปัจเจกบุคคลหนึ่งจะมีหลายอัตลักษณ์อยู่ในตนเอง เช่น สัม มีอัตลักษณ์ปัจเจก เป็นเพศหญิง ที่มีความชื่นชอบวง Girl's Generation เป็นเมนยูริ ส่วนอัตลักษณ์ของกลุ่มโซวอนจะถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานความเหมือนกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม เช่น การเข้าร่วมกันในเว็บไซต์ เฟจเฟซบุ๊กของกลุ่ม การเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรม เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มนั้น จะต้องดำเนินไปตามอัตลักษณ์ของกลุ่ม คือการแสดงออกบนความภาคภูมิใจของความสำเร็จผ่านการดำเนินงานทางสังคม โดยกระทำผ่านกิจกรรมของกลุ่ม ที่สมาชิกต้องปฏิบัติตามเพื่อเข้าร่วมกลุ่มและทำให้รู้สึกถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เช่น บทเพลง การเชียร์ศิลปิน การรวมตัว โดยอาศัยสื่อใหม่และพบปะกัน นอกจากนี้สัญลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ คือ สัญลักษณ์ของวงที่ตัวเองชื่นชอบ สีของวง หรือมีการนำชื่อศิลปินที่ชื่นชอบมาเปลี่ยนเป็นโปรไฟล์หรือชื่อเล่นในสื่อออนไลน์ จะเห็นได้ว่าแฟนคลับเกาหลีก็มีลักษณะที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่ม ที่มีสัญลักษณ์ของกลุ่ม และมีการปรับตัวเข้าหากกลุ่ม

อย่างไรก็ตามการปรับตัวของแฟนคลับในระดับปัจเจกเมื่อปรับเข้าหากลุ่มนั้นย่อมมีความเป็นพลวัตไปตามอัตลักษณ์ของกลุ่มเสมอ การศึกษาแฟนคลับเกาหลีก็เป็นการศึกษาแฟนคลับอีกปรากฏการณ์หนึ่งซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามอัตลักษณ์ในระดับปัจเจกและระดับกลุ่มไปด้วยเช่นกัน แม้ว่าอัตลักษณ์จะเป็นการนิยามความเป็นตัวตน ที่แสดงให้ทราบและระบุถึงบุคคลนั้นๆ แต่เมื่อทบทวนพิจารณาดูแล้ว อัตลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบทของโลกโลกาภิวัตน์ที่เน้นการปฏิสัมพันธ์โดยเฉพาะในโลกปัจจุบันในมิติเวลาที่รวดเร็ว มิติของพื้นที่ที่ไร้ขอบเขต และการเคลื่อนไหวในระดับขบวนการทางสังคม จึงก่อให้เกิดอัตลักษณ์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทิศทางใหม่และปัจจัยอื่นๆมากขึ้น และสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามทิศทางต่างๆในสังคม ไม่ใช่เป็นเพียงสิ่งที่กำหนดจากปัจเจกบุคคลเสมอไป

การปรับตัวเข้าสู่กลุ่มแฟนคลับของแฟนคลับเกาหลีในระดับปัจเจกนั้นก็มีการปรับตัวไปตามความนิยม ชื่นชอบ สนใจส่วนตัวของแฟนคลับนั้นๆ เปลี่ยนแปลงไปตามศิลปินที่ตัวเองชอบ น้องเอ็ง เป็นแฟนคลับของศิลปินวงเกิลเจเนอเรชั่น นอกจากจะใช้ชื่อโปรไฟล์ในแอปพลิเคชันไลน์ว่า

earningsic ที่ผสมระหว่างชื่อตัวเองกับชื่อศิลปินหนึ่งในวงแล้ว ยังใช้ชื่อนี้เป็นชื่อแอคเคาท์ในทวิตเตอร์ โดยใช้รูปโปรไฟล์เป็นรูปตัวเองสลับกันกับศิลปินในวง และได้กล่าวถึงเรื่องการออกจากวงของของเจสสิก้า สมาชิกคนหนึ่งในวง ความเป็นแฟนคลับของวงก็ไม่ได้ยุติไปตามนั้นด้วย น้องเองยังคงชื่นชอบทั้งวงเกิลเจนนีและสมาชิกคนอื่นๆ พร้อมทั้งยังติดตามเจสสิก้าที่ออกไปทำธุรกิจและออกงานเดี่ยวมากขึ้น ถึงอย่างไรก็ตาม น้องเองก็เป็นแฟนคลับผู้ที่สนใจร่วมกลุ่มการเต้นโคฟเวอร์ ซึ่งเป็นการเต้นเรียนแบบศิลปิน เมื่อวงมี 9 คน หรือมีเพลงที่มีสมาชิกครบทั้ง 9 คน น้องเองก็จะเต้นเป็นเจสสิก้า แต่ถ้าเป็นเพลงที่มี 8 คน ก็เองก็สามารถเปลี่ยนไปเต้นเป็นทิฟฟานีหรือสมาชิกคนอื่นๆได้ หรือน้องแอน ที่เล่าให้ฟังว่าการทำเพลงดีแม่ K-pop นั้น จริงๆแล้วนั้นตอนแรกเริ่มคิดจะทำกับเพื่อนที่ชอบวง EXO ด้วยกัน 3 คน คิดว่าจะหาข่าวมาแชร์ แต่ก็ชอบวงอื่นๆด้วยหลายวง เลยอยากรวบรวมข่าวต่างๆไว้แชร์ในเพจเดียวกันด้วย จึงใช้ชื่อนี้ และรวมข่าวศิลปินเกาหลี โดยเฉพาะวงที่ชื่นชอบ และวงอื่นๆด้วย เป็นต้น

อัตลักษณ์ของแฟนคลับนั้นจึงมีลักษณะเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา อัตลักษณ์ในระดับปัจเจกบุคคลนั้นมีการเคลื่อนไหวไม่คงที่ มีการปรับเปลี่ยนไปมา ซึ่งเมื่ออัตลักษณ์อยู่ในโลกโลกาภิวัตน์ทั้งทางเทคโนโลยี การสื่อสาร วัฒนธรรม ก็จะทำให้มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์หลายๆด้าน ดังนั้นอัตลักษณ์จะเปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางสังคมต่างๆ เช่น การใช้รูปโปรไฟล์เป็นรูปศิลปินบางครั้งก็เป็นรูปคู่กับศิลปิน การใช้สีประจำตัวซึ่งเป็นสีของวงที่อาจจะไม่ได้มาจากความชื่นชอบของแฟนคลับแต่มาจากการเป็นสีประจำวงจึงชื่นชอบ ภาษาในการสื่อสารที่เป็นภาษาเฉพาะกลุ่มที่แฟนคลับด้วยกันเท่านั้นจึงจะเข้าใจ เป็นต้น แฟนคลับเกาหลีจึงเป็นกลุ่มอัตลักษณ์หนึ่งที่จะไม่เหมือนกันกับกลุ่มแฟนคลับอื่นๆ เช่นแฟนคลับฟุตบอลหรือแฟนคลับศิลปินไทย และอัตลักษณ์ของแฟนคลับเกาหลีในระดับปัจเจกก็จะเป็นอัตลักษณ์หนึ่งซึ่งอาจจะไม่เหมือนกับอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ ด้วยบริบททั้งทางด้านพื้นที่ เวลา และกระบวนการสร้างของกลุ่มนั้น จะมีการปรับตัวอัตลักษณ์ของตนเองอย่างไร เพื่อให้สามารถเข้าร่วมอยู่ในชุมชนแฟนคลับเกาหลีได้

3.2.3 ตั้งเกาหลีกับกิจกรรมของตั้ง (เกาหลี)

เนื่องจากชุมชนแฟนคลับเกาหลี เป็นกลุ่มที่รวมแฟนคลับเกาหลีผู้ชื่นชอบศิลปินร่วมกัน จึงจะต้องมีกิจกรรมร่วมกันในกลุ่มเพื่อคอยสนับสนุนศิลปินให้ยังคงมีกระแสและมีชื่อเสียงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันการรวมกลุ่มของแฟนคลับแทบจะทุกกลุ่มต้องใช้พื้นที่ Social Media เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรวมตัวของชุมชนแฟนคลับเกาหลีเป็นการรวมตัว และรวมกลุ่ม ซึ่งใน ทวิตเตอร์ (twitter) ถือเป็น “บ้าน” ของแฟนคลับทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นตั้งดาราไทย ตั้งดาราต่างประเทศ ตั้งรายการทีวีทั้งไทยและต่างประเทศ ตั้งกีฬา สังเกตได้จากเมื่อมีเรื่องใดที่น่าสนใจก็จะถูกพูดถึงอย่างรวดเร็วในวงกว้าง จากแฮชแทค (#) ของประเทศไทย โดยเฉพาะแฟนคลับเกาหลี ซึ่งศิลปินจะใช้ช่องทาง ทวิตเตอร์ (twitter) เป็นช่องทางหลักในการ

สื่อสารกับแฟนคลับในต่างประเทศ (ยกเว้นประเทศจีน) แต่ถึงอย่างนั้นก็ยังมียูทูปเตอร์แฟนเพจอื่นๆ ที่แฟนคลับเกาหลีแต่ละกลุ่มสามารถใช้ติดต่อสื่อสารกันทั้งที่เป็นกลุ่มใหญ่และกลุ่มย่อย เช่น www.dek-d.com หรือ หน้าเพจและกลุ่มปิดของ เฟซบุ๊ก (facebook) ซึ่งแฟนคลับเกาหลีไม่เพียงแต่จะสื่อสารกันทางสื่อออนไลน์เพียงอย่างเดียว แต่มีการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกิจกรรมกันอีกด้วย โดยผู้ศึกษาจึงขอแบ่งกลุ่มกิจกรรมของแฟนคลับไว้ 3 กลุ่ม ตามลักษณะการรวมกลุ่มและการพบปะแบบออนไลน์และออฟไลน์ ดังนี้

1) กลุ่มจัดโปรเจก แฟนคลับต้องมีการติดตามงานของศิลปินอยู่เสมอผ่านทางสื่อสารมวลชน สื่อบุคคล สื่อใหม่ และช่องทางอื่นๆ เพื่อหาข้อมูลของศิลปินอย่างรวดเร็วและเป็นปัจจุบันที่สุด นอกจากนี้จะทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินที่ตนเองชอบ ยังทราบข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินคู่แข่งเพื่อเป็นการต่อสู้ระหว่างกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลี เช่น เมื่อศิลปินออกเพลงใหม่นอกจากจะช่วยทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดทางจิตใจกับศิลปินแล้ว กลุ่มแฟนคลับก็ยังเป็นตัวสร้างกำลังใจให้กับศิลปินโดยการโหวต หรือดาวโหลดซึ่งเป็นลักษณะการตรวจสอบความนิยมและจำนวนแฟนคลับของสื่อบันเทิงเกาหลี ซึ่งกลุ่มแฟนคลับจะต้องมีการวางแผนกันว่าจะต้องโหวตกันเท่าไรถึงจะชนะคู่แข่ง แต่ลักษณะการโหวตของแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยจะเป็นการ “ปั่นยอดวิว” คือการกดเข้าชมมิวสิกวิดีโอและการกดโหวตในเว็บไซต์มากกว่าจะเป็นการทุ่มซื้ออัลบั้ม

การเข้าไปสู่ความเป็นชุมชนของแฟนคลับเกาหลีนั้น จะต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ที่อยู่ภายในกลุ่ม การเข้าไปใน social media เป็นสิ่งแรกของการเป็นแฟนคลับเกาหลีที่จะเข้าไปสู่ชุมชนแฟนคลับเกาหลีได้ ซึ่งจะต้องมีลักษณะที่เรียกว่า “สิงอยู่ในTimeไลน์ (line)” เพื่อเป็นการอัปเดตข้อมูลให้ได้เร็วที่สุด เช่น น้องแจมที่ได้เล่าให้ฟังว่าฉันนี่เราตื่นมาต้องอัปเดตก่อนว่าขานยอลขึ้นเครื่องหรือยัง และยิ่งเล่าต่อไปอีกว่า ถ้าอัปเดตอยู่ตลอดก็รู้ตารางงานเขาอยู่แล้วเพียงแต่ต้องจำให้ได้ว่าวันนี้เขาทำอะไรบ้าง อย่างไรก็ตามก็ดีการจะเป็นแฟนคลับเกาหลีต้องมีความรวดเร็วในการรับข่าวสารของศิลปินอยู่เสมอ เพราะฉะนั้นแฟนคลับส่วนมากมักจะเล่นทวิตเตอร์ มีการอัปเดตข่าวไว้มากกว่านักข่าว สำนักพิมพ์ หรือแม้กระทั่งรวดเร็วกว่าชาวออนไลน์ การติดตามข่าวในทวิตเตอร์จะเป็นไปอย่างรวดเร็วมากกว่าในเฟซบุ๊ก เพียงแค่เห็นข่าวแล้วก็กดปุ่ม tweet ทุกคนที่ติดตามเราก็จะเห็นข่าวจากการกระจายข่าวของเรา นอกจากการใช้ ทวิตเตอร์ (twitter) แล้ว แฟนคลับยังใช้ทุกช่องทางสื่อสารในโลกออนไลน์ทั้ง เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม และ Weibo ที่ศิลปินเหล่านั้นเข้ามาอัปเดตพูดคุยกับแฟนคลับด้วยตนเองแบบเรียลไทม์ ทำให้แฟนคลับต้องติดตามหรือ ฟอลโลว์ แทบจะทุกคนที่เป็นศิลปินเกาหลีเลยทีเดียว

นอกจากจะอัปเดตข่าวสารได้รวดเร็วแล้วการเป็นแฟนคลับเกาหลีนั้น ก็ต้องดูไลฟ์คอนเสิร์ตแบบไม่ต้องพึ่งพาสื่อมวลชนอีกต่อไป ยิ่งได้ดูเร็วมากเท่าไรก็ยิ่งจะเอาไปคุยกับคนอื่นให้รู้เรื่องเร็วขึ้นมากเท่านั้น เมื่อรู้ว่าศิลปินที่ตนเองชื่นชอบนั้นกำลังจะขึ้นเวทีสำคัญๆ มีรายการที่ต้องไป

ออกอากาศสด เช่น รายการวิทยุ รายการวาไรตี้ พวกตั้งเหล่านี้จะต้องดูแบบสดๆเท่านั้นแม้ว่า อินเทอร์เน็ตจะช้า หรืออาจจะรอแฟนคลับคนอื่นๆ ตัดช่วงเวลาที่สำคัญ ทำเป็นไฟล์ gif เพราะถ้ารอดู ทางต้นสังกัดเอามาจาก Youtube ก็ถือว่าช้าไปแล้วไม่อัปเดต เพราะไม่อย่างนั้นจะคุยกับเพื่อนๆใน ไลน์ไม่รู้เรื่อง

นอกจากนี้แล้ว แฟนคลับเกาหลีเป็นผู้ผลิตอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อคอยเป็นผู้สนับสนุนศิลปิน ไปเป็นผู้ติดตาม ชมคอนเสิร์ต หรือรับ-ส่งศิลปิน เช่น การถือป้ายไฟไปเชียร์ การขึ้นรูปศิลปิน การขึ้น ชื่อความ การแสดงลักษณะของกลุ่มอย่างชัดเจน การทำโปรเจกในกิจกรรมต่างๆที่กลุ่มแฟนคลับกลุ่ม ใหญ่สร้างขึ้น ซึ่งการผลิตนั้นก็ไม่ได้หมายถึงการผลิตอุปกรณ์เครื่องมือในแง่เดียว การผลิตยังหมายถึง ทำให้เกิดมีขึ้นตามที่ต้องการด้วยอาศัยแรงงาน (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554) ซึ่ง เป็นการร่วมมือร่วมใจกันเพื่อให้เกิดโปรเจกต่างๆขึ้น เพื่อเป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์กลุ่ม เพื่อ แสดงออกให้คนอื่นได้รู้ว่าเราเป็นใคร และเป็นกำลังใจให้ศิลปินเพื่อเป็นจำนวนตอบรับสนับสนุนให้ ศิลปินมีกำลังใจ กระทั่งถึงการเป็นกระแสนิยมสนับสนุนให้มีผู้จัดจ้างศิลปินมาจัดงานที่ประเทศไทยอีก ครั้งหนึ่งและต่อไปอีกเรื่อยๆ

การเป็นแฟนคลับเกาหลีนอกจากจะติดตามศิลปินไปยังที่ต่างๆและตามคอนเสิร์ตแล้ว นั้น ก็มีแฟนคลับบางคนก็ตามดูทุกคอนเสิร์ตของศิลปินที่ชื่นชอบมา การได้รู้ว่าศิลปินที่ตนชื่นชอบ ไม่ว่าจะกึ่งก็ตามมาเปิดการแสดงที่เมืองไทย ถ้าเป็นแฟนคลับของศิลปินวงนั้นในลำดับที่ 1 จะต้อง เข้าไปดูคอนเสิร์ตศิลปินวงนั้นให้ได้ ถึงจะมีการบอกว่าบัตรแพงมากขนาดไหนก็เห็นบัตร sold out ขาย หมดทันทีที่เปิดขายทุกรอบและทุกคอนเสิร์ต ความเร็วของการจองบัตรให้ทันหรือไม่ทันขึ้นอยู่กับ ความสามารถของแต่ละคน บางคนก็ไม่สามารถสู้รบกับแฟนคลับด้วยกันนำบัตรมาครอบครองได้ ซึ่ง หากเป็นกลุ่มแฟนคลับที่ไม่มีกำลังซื้อก็จะพยายามหาช่องทางที่ให้บัตรฟรีมาที่ไหนแจกตามไปเล่น เกมชิงบัตรเพื่อให้ได้รับสิทธิ์เหล่านั้นทันที หรือการชมจากไลฟ์ซึ่งแม้ว่าจะมีผู้ควบคุมความปลอดภัย ของลิขสิทธิ์คอยห้ามไม่ให้ถ่ายภาพหรือไม่ให้การนำกล้องที่มีขนาดใหญ่กว่าโทรศัพท์ ก็จะมีผู้ที่สามารถ ถ่ายทอดออกมา ไม่ว่าจะป็นรูปภาพ ไฟล์เสียง คลิปวิดีโอ การตั้งcaptionภาพที่เข้ากับสถานการณ์ นั้น จากฮอลล์จัดงานคอนเสิร์ต อีกด้วย

2) กลุ่มนิยายแฟนฟิคชั่น รูปแบบของกลุ่มคือแฟนคลับจะมีการจินตนาการแต่งเรื่อง ประหนึ่งนิยายสั้นๆ ตามเว็บไซต์ หรือช่องทางต่างๆในการรับสาร ได้แก่ www.dek-d.com www.tunwalai.com ในตัวเลือก “แฟนฟิคเกาหลี” ตามเว็บไซต์ของแต่ละบ้าน กลุ่มย่อยที่เป็นกลุ่ม ปิดในเฟซบุ๊ก ติดตามทาง ทวิตเตอร์ (twitter) กลุ่มทาง ไลน์ (line) เป็นต้น กลุ่มนี้จะมีกลุ่มย่อย เป็น กลุ่มคู่ขวัญ คู่จิ้น และแต่งเรื่องตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น ชอบศิลปินคู่นี้ เมื่อศิลปินได้มาอยู่ใกล้กัน ก็จะมีจินตนาการแต่งเรื่องและเผยแพร่ให้คนอื่นๆอ่านตามช่องทางต่างๆ หรือจนกระทั่งการตีพิมพ์เป็น หนังสือออกจำหน่ายเป็นการหารายได้เล็กน้อยสะสมไม่ได้แสวงหากำไร เพื่อตอบสนองความต้องการ

ของผู้เขียน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ติดต่อสื่อสารกันทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ได้แก่ www.dek-d.com ทวิตเตอร์ (twitter) และตามบล็อกของผู้เขียน จะประกอบไปด้วยผู้เขียนและผู้อ่าน ซึ่งในแต่ละปีจะมีการรวมตัวกันเพื่อขายพิกซ์ในงาน fiction market โดยมีการติดต่อสื่อสารกันในช่องทาง เฟซบุ๊ก (facebook) fiction market และกระทู้ event fiction market ใน www.dek-d.com ซึ่งจัดขึ้นปีละประมาณ 2-3 ครั้งโดยหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่กันไปแต่ในครั้งปีถึง 2 ปีหลังได้จัดที่โรงพยาบาล เซนต์หลุยส์ ก่อนทำการศึกษาผู้ศึกษาได้เข้าไปทดลองอ่านนิยายพิกซ์ใน www.dek-d.com ซึ่งได้คัดเลือกผู้เขียนพิกซ์ที่มีจำนวนผู้อ่านมากกว่า 10,000 ครั้ง จากนั้นก็ได้แสดงตัวว่าเป็นผู้ติดตามคนหนึ่งและได้ขอแกลกไลน์ (line) เพื่อสอบถามถึงข้อมูลเชิงลึกต่อไป ทั้งนี้ในเรื่องรายละเอียดที่เกี่ยวกับการขาย fiction หรือในเรื่องที่ผู้ศึกษารู้สึกว่าเป็นเรื่องละเอียดอ่อน เช่น มีผู้แต่งคนหนึ่งประกอบอาชีพเป็นครูซึ่งไม่สะดวกให้เปิดเผยข้อมูล ไม่ว่าจะกรณีใดผู้ศึกษาก็ต้องหาผู้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใหม่เป็นต้น

การรวมกลุ่มเพื่อการแตงนิยายนั้นมีการรวมกลุ่มกันมากที่สุดในเว็บไซต์ Dek-d.com เป็นกลุ่มขนาดใหญ่สำหรับผู้เขียนและผู้อ่าน โดยผู้เขียนนั้นจะต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ และผู้อ่านไม่จำเป็นต้องเป็นสมาชิกก็ได้แต่ถ้าหากต้องการจะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่ตนเองอ่านจะต้องเข้าไปลงทะเบียนในเว็บไซต์ ซึ่งผู้เขียนจะคิดเรื่องและโครงเรื่องเพื่อโฆษณาชักชวนให้ผู้ที่ เป็นแฟนคลับมาติดตามอ่าน โดยจะระบุชื่อพระเอก-นางเอกไว้เพื่อให้ค้นหา ผู้เขียนหลายคนเป็นคนมีชื่อเสียงอย่างมากในวงการพิกซ์ซึ่งผู้อ่านก็จะเป็นแฟนคลับของศิลปินนั้นๆ โดยศิลปิน k-pop แต่ละกลุ่มก็จะมีคู่จิ้นที่แฟนคลับเรียกว่า คู่ที่เป็น royal ก็จะเป็นคู่ที่แฟนคลับคิดว่าเหมาะสมที่สุดแล้วและมีแฟนคลับจำนวนมากที่เห็นด้วย หรือแล้วแต่ว่าใครจะชอบคู่อื่นๆที่แตกต่างออกไปจากนี้จำนวนผู้อ่านก็จะลดหลั่นกันลงไป ซึ่งผู้เขียนก็จะขึ้นเป็น banner (ป้ายแถบเชียร์ซึ่งปัจจุบันจะทำเป็นดิจิทัลมากกว่าจะผลิตออกมาเป็นผ้าพันคอ) ของคู่ที่เขียนขึ้นมาและมีแฮชแทค (#) เพื่อให้ผู้อ่านหาได้ง่าย เนื้อหาจะเป็นนิยายที่แต่งกันเองหรืออาจติดตามโครงเรื่องมาจากละครเพื่อแต่งเป็นเรื่องใหม่โดยมีพระเอกนางเอกตามที่ผู้แต่งเรื่องอยากให้เป็น ทั้งนี้พระเอกและนางเอกสามารถเป็นไปได้ทุกเพศตามจินตนาการไม่จำกัดว่าจะต้องเป็น ชาย-หญิงเท่านั้น หรือผู้ชายสามารถท้องได้ หรือเป็นเรื่องระหว่างคนกันสัตว์ชนิดอื่นๆ เป็นต้น นอกจากการที่ผู้เขียนจะได้เขียนเรื่องในคู่ที่ชื่นชอบและตอบสนองความต้องการของตนเองแล้ว นักเขียนบางคนมีชื่อเสียงและมีแฟนคลับติดตามอ่านเรื่องมากกว่าแสนครั้ง และขอให้มีการรวมเล่มเพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึกให้ได้อ่านในครั้งต่อไป และในบางฉากที่มีการล้อแหลมต่อการโดนเว็บกีดกันไม่ให้ลงเนื้อหาก็นำมาลงเป็นรวมเล่มเพื่อขายต่อไป

3) กลุ่มโคฟเวอร์แดนซ์ การเต้นโคฟเวอร์เพลง k-pop นั้น เนื่องจากแนวเพลงของศิลปินเกาหลีส่วนใหญ่เป็น แนว Pop Dance ซึ่งจะมีเนื้อเพลงและจังหวะค่อนข้างเร็วและมีท่าเต้นประกอบเพลงตลอดทั้งเพลงและเป็นทีม ดังนั้นผู้ที่มีความสนใจการเต้นให้เหมือนศิลปินนอกจากจะรับ

สมัครจากการรู้จักกันเป็นการส่วนตัว เพื่อนแนะนำมา แล้วยังมีการรับสมัครกลุ่มทางอินเทอร์เน็ต (internet) โดยที่ไม่รู้จักกันมาก่อน ซึ่งจะรับสมัครจากการชื่นชอบศิลปิน ใครชอบคนไหนก็จะเด่นเป็นคนนั้น นอกจากการใช้พื้นที่รวมกลุ่มติดต่อกันทางอินเทอร์เน็ตแล้ว แฟนคลับในกลุ่มกิจกรรมนี้จะมีการนัดรวมตัวกันในพื้นที่ต่างๆ เพื่อซ้อมเต้นให้คล้ายกับศิลปินมากที่สุด ตามห้างสรรพสินค้า เช่น มาบุญครอง, ประตูนํ้า, แฟชั่นไอซ์แลนด์ หรือบางกลุ่มที่ติดต่อกันมานานเข้าบ้านอยู่ด้วยกัน เมื่อมีโอกาสที่จะขึ้นโชว์หรือประกวดเต้นก็จะประกวดเพื่อชิงรางวัลต่อไป ซึ่งบางกลุ่มโตงตั้งจนมีแฟนคลับเป็นของตนเองและได้เคยได้ไปโชว์ในประเทศเกาหลีด้วย

Cover Dance หรือ การเต้นโคฟเวอร์ คือการนำเพลงและการเต้นของศิลปิน ที่เราชื่นชอบมาเต้น COVER ใหม่ หรือจะพูดแบบง่ายก็คือ “การเต้นเลียนแบบศิลปินที่เราชื่นชอบ” ซึ่งถือเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งของการเต้น โดยลักษณะการเต้นจะเน้นให้เหมือนกับศิลปินต้นฉบับให้มากที่สุด พยายามเต้นออกมาให้ใกล้เคียงที่สุดเท่าที่จะทำได้ มีทั้งการเต้นในวงผู้หญิงและผู้ชาย และสามารถให้ผู้ชายเต้นในวงผู้หญิงและผู้หญิงเต้นในวงผู้ชายได้ ซึ่งจะนิยมเต้นกันเป็นกลุ่มหรือเป็นวงตามตำแหน่งใครตำแหน่งมัน ตามที่ได้ตกลงกันไว้ ซึ่งโดยส่วนมากแล้วนักเต้นโคฟเวอร์ จะมีความสนใจ ความชื่นชอบ ในตัวของศิลปินที่ตนเองเลียนแบบเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว หรือศิลปินที่ตนชื่นชอบอาจจะอยู่ในวงซึ่งอาจจะชอบมากกว่า 1 คน ทั้งนี้ก็ยังมีแฟนคลับเกาหลีบางคนสามารถเต้นโคฟเวอร์ได้มากกว่า 1 วง โดยมีผู้กล่าวถึงต้นกำเนิดของ วงการ Cover Dance ในประเทศไทย ว่า

...ลองนึกถึงคนที่ชื่นชอบศิลปินญี่ปุ่น ที่ติดตามข่าวสาร และติดตามผลงานของศิลปินคนนั้นอย่างใกล้ชิด แต่เขาไม่สามารถจะแชร์ จะพูดถึงเรื่องของตัวเองชอบนี้ให้ใครฟังได้ เพราะไม่มีใครอื่นรู้จัก ไม่มีใครอื่นสนใจแบบเดียวกัน แต่อยู่มาวันหนึ่ง คนที่รู้จักศิลปินญี่ปุ่นก็มีเพิ่มมากขึ้นเป็นกลุ่มเล็กๆ ที่กระจัดกระจายตามมุมต่างๆ พอเริ่มมีการรู้จักกันจากคนหนึ่ง เป็นสองคน จากสองคนก็กลายเป็นมากมาย เพราะความชื่นชอบศิลปินที่มาจากประเทศเดียวกัน ทำให้พูดคุยแลกเปลี่ยนมีอรรถรส มีความสุขอย่างมาก นอกจากได้พูดคุยกันแล้ว ก็มีเต้นตาม คือ ดูวิดีโอ ดูคอนเสิร์ต แล้วแกะท่าเต้นมาเต้นกัน เมื่อรวมกลุ่มกันได้จึงมีการซ้อมเต้นร่วมกัน และนำมาเต้นโชว์กัน...วงการ COVER DANCE ในประเทศไทย จึงถือกำเนิดขึ้น... (<http://www.v-cov.com/2014/01/what-is-cover-dance.html> ออนไลน์ เข้าถึงเมื่อ 23 ธันวาคม 2559)

ปัจจุบันการเต้น Cover Dance ในประเทศไทยเริ่มจะเป็นกลุ่มใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ จากผู้ที่มีใจรักในการเต้น และมีความชื่นชอบศิลปินไอดอล (รวมไปถึงศิลปิน J-pop) ที่ร่วมกันสานความฝัน และขยายกลุ่มให้ใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ในปัจจุบันการเต้น Cover Dance เป็นที่รู้จักแพร่หลายกันมากขึ้นในหมู่วัยรุ่นไทย ทั้งที่เป็นนักเต้นรวมถึงผู้ที่ชื่นชอบในตัวศิลปินและเพลงทั้ง เกาหลี ญี่ปุ่น หรือแม้แต่ศิลปินไทยเอง ทำให้เกิดการจัดการแข่งขัน กิจกรรมการประกวด การโชว์ตัว และอีเวนต์ มีงาน

เต้น Cover ต่างๆ ขึ้นมากมายในประเทศไทย เช่น ในเดือนพฤษภาคม 2560 มีการจัดงาน cover dance ทั้งหมด 3 ที่ คือ งาน pantip summer cover dance contest 2017 งาน street dance contest 2017 และ The Palladium Cover Dance 2017 โดยเหล่าบรรดากลุ่มธุรกิจและสื่อต่างๆ ก็เริ่มที่จะให้ความสนใจ ในการเต้น Cover มากขึ้น โดยจะเห็นได้จากการจัดกิจกรรม จัดงาน Event หรือ โฆษณาต่างๆ เพื่อช่วยในการโปรโมทสินค้า โปรโมทศูนย์การค้าใหม่ ผลิตภัณฑ์ของตน และมีการมอบรางวัลให้กับผู้ชนะอยู่ในระหว่าง 20,000 – 50,000 บาท เป็นต้น

การปรับตัวเพื่อเข้าสู่กลุ่มของแฟนคลับที่เป็นปัจเจกนั้น อาจจะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้เป็นไปตามอัตลักษณ์ของกลุ่มได้ การรวมกลุ่มกิจกรรมของชุมชนแฟนคลับเกาหลีก็เช่นกัน การเข้าร่วมกลุ่มของแฟนคลับบางครั้งขึ้นอยู่กับความชอบ ความสมัครใจ และต้องการจะเข้าร่วมกิจกรรมนั้นๆ จริงๆ แต่ในการเข้าร่วมกิจกรรมบางอย่าง เช่น การรวมกลุ่มโคฟเวอร์แดนซ์ ในที่แรกอาจจะเกิดจากความสมัครใจก็จริง แต่ในบางคนอาจจะต้องยังคงอยู่ในกลุ่มเพื่อรักษาเครือข่ายนี้ไว้ อย่างเช่น น้องเอ็ง ที่ในบางวงถึงแม้ว่าจะไม่มีเมนตัวเองอยู่ในเพลงแล้วก็ต้องปรับตัวไปเต้นเป็นคนอื่น ที่ตัวเองชื่นชอบน้อยกว่า โดยมีการฝึกซ้อมเพื่อให้เต้นเป็นคนอื่นได้ด้วย และเพื่อรักษาตนให้ตัวเองยังคงอยู่ในกลุ่มนี้ต่อไป ทั้งนี้แฟนคลับบางคนอาจจะไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างเต็มตัวและเต็มรูปแบบก็ได้ แต่การเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมเป็นประจำของการเป็นแฟนคลับเกาหลีก็คือ การอัปเดตข้อมูลใน ทวิตเตอร์ (twitter) และการเข้าร่วมโปรเจกต์ต่างๆ ในคอนเสิร์ตศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบอย่างเลี่ยงไม่ได้

บทที่ 4

บทบาทหน้าที่และอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมกับการดำรงอยู่ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลี

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงบทบาทหน้าที่และอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของชุมชนแฟนคลับเกาหลี ผ่านกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้น ที่ยึดโยงความสัมพันธ์ของชุมชนแฟนคลับเกาหลี ในบทนี้จะกล่าวถึงวัฒนธรรมย่อยของชุมชนแฟนคลับเกาหลี ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มเป้าหมายที่ดำเนินกิจกรรมต่างๆตามที่ได้กำหนดไว้ และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและเข้าไปร่วมกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม การรวมตัวกันของกลุ่มระหว่างแฟนคลับผู้เป็นปัจเจก ทั้งที่มีการรวมกลุ่มและไม่มีการรวมกลุ่ม ตลอดจนการแบ่งและใช้พื้นที่ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลี ซึ่งผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้ประกอบกับข้อมูลจากเอกสารและการสื่อสารบางส่วนใน Social Media เรียบเรียงอธิบายผ่านกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับ ผู้ที่กำหนดอัตลักษณ์ของกลุ่มบทบาทของแฟนคลับเกาหลีและอัตลักษณ์ของกลุ่มและสัญญาของกลุ่มแฟนคลับ โดยมีศิลปินเกาหลีเป็นจุดศูนย์กลางของชุมชน ซึ่งผู้ศึกษาขอแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

4.1 บทบาทของแฟนคลับเกาหลีในกลุ่มแฟนคลับ

4.2 อัตลักษณ์และสัญญาของกลุ่ม

4.1 บทบาทของแฟนคลับเกาหลีในกลุ่มแฟนคลับ

ชุมชนแฟนคลับเกาหลีคือการรวมกลุ่มของคนที่มีความคลั่งไคล้จนเกิดปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับแฟนเพลง นักร้อง ศิลปิน นักแสดง จนสามารถสร้างกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมร่วมกันและมีกระบวนการกลุ่มที่สามารถทำให้กลุ่มอยู่ต่อไป ได้โดยมีกิจกรรมและกระบวนการกลุ่มที่เป็นสายสัมพันธ์ที่ยึดโยงความเป็นกลุ่มให้ยังคงอยู่ภายใน การรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ทำให้เกิดความรู้อิสระถึงความเป็นพวกเดียวกัน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และรู้สึกว่าเราเป็นกลุ่มเดียวกันก็จริง แต่ชุมชนแฟนคลับก็ได้มีบทบาทหน้าที่ของตนเองในแต่ละกลุ่มกิจกรรมซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรวมกันเป็นชุมชนของแฟนคลับนั้น จะต้องมีการปฏิสังสรรค์ระหว่างสมาชิกและสมาชิกคนอื่น ทำให้ผู้ที่เป็นศูนย์กลาง หรือผู้ที่มาก่อน เป็นคนกำหนดแนวทางในการดำเนินของกลุ่มได้มากที่สุด ไปจนถึงการได้รับความเชื่อถือจนกระทั่งมีกลุ่มผู้ติดตาม หรือเป็นแฟนคลับอีกทอดหนึ่ง เป็นต้น

ในปัจจุบันโดยมากการติดต่อสื่อสารของชุมชนแฟนคลับเกาหลีจะใช้ช่องทางสื่อออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งเป็นรูปแบบการติดต่อภายในกลุ่มที่อาศัยอยู่คู่กันมาตั้งแต่แรกก็ว่าได้ เนื่องจากเป็นศิลปินต่างประเทศ ดังนั้นจะมีวิธีหนึ่งที่แฟนคลับเกาหลีพูดกันบ่อยใน ทวิตเตอร์ (twitter) หรือ

Social Media อื่นๆ คือ “รอดังอยู่หน้าคอม” “ดูคอนเสิร์ตโซนหน้าจอ(คอม)” เป็นต้น อย่างไรก็ตามกว่าจะมาขึ้นชอปปิลิปินเกาหลีนั้น แฟนคลับทุกคนก็ต้องหาข้อมูลจาก Social Media ก่อนไม่ว่าจะเป็นทางช่องทางเว็บไซต์ www.google.com, www.pantip.com, www.dek-d.com แอปพลิเคชัน จอยลดา เฟซบุ๊กกลุ่ม หรือเว็บไซต์แฟนคลับเกาหลีของประเทศเกาหลีเพื่อติดตามผลงานของศิลปิน ดังนั้นการรวมกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี จะมีที่มาของกลุ่มแฟนคลับจากการริเริ่มจัดตั้งของกลุ่มแฟนคลับเอง รูปแบบของกลุ่มจะมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ ไม่มีการรวมศูนย์กลางแบบองค์กร แต่มักจะเป็นในรูปของเครือข่าย (Network) ที่ประกอบไปด้วยสมาชิกย่อยๆ 5 – 10 คน แล้วกลุ่มย่อยๆ นี้ก็จะมารวมตัวกันเป็นตาข่ายใหญ่ๆ ตัวอย่างเช่น ถ้าเริ่มชอบจากละครละครชุดที่ออกอากาศที่ช่องฟรีทีวี ก็จะต้องตามหาผลงานศิลปินคนนั้นในสื่อออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ละครละครชุดที่แปลเป็นภาษาไทยแล้ว หรือเว็บไซต์ของแต่ละศิลปิน จึงจะพบกลุ่มแฟนคลับที่มีความชื่นชอบแบบเดียวกัน จากสื่อออนไลน์และได้มีการเริ่มพูดคุยเข้าใจความรู้สึกร่วมกันนั้นทำให้มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นมากขึ้น ทั้งนี้การรวมกลุ่มทางสื่อออนไลน์ยังเป็นจุดเริ่มต้นของการรวมกลุ่มแฟนคลับบนพื้นที่ที่เป็นเครือข่ายทางสังคมเพื่อทำกิจกรรมคอนเสิร์ตหรือแฟนมีตติ้งต่างๆ และจึงมีการขยายเครือข่ายไปตามรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มแฟนคลับนั้นสนใจ เช่น การเข้าร่วมกลุ่มเพื่อเดินเลียบแบบศิลปิน การเขียนและอ่านแฟนฟิคชั่น เป็นต้น ซึ่งกลุ่มแฟนคลับสามารถแบ่งส่วนกิจกรรมที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ภายในกลุ่มที่ทำให้ความคลั่งไคล้กันยังคงอยู่ผ่านทางสื่อออนไลน์ตามช่องทางต่างๆ

จะเห็นได้ว่า แฟนคลับเกาหลีมีการแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยๆ หลายกลุ่ม มีการจัดการภายในกลุ่มขึ้นอยู่กับบทบาทหน้าที่ของแฟนคลับในระดับปัจเจกต่อกลุ่มนั้นๆ ซึ่งบทบาทของกลุ่มก็มีผลต่อการกำหนดอัตลักษณ์เชิงวัตถุของกลุ่มแฟนคลับเกาหลี โดยหนึ่งคนอาจจะมียุทธศาสตร์ได้หรือหลายกลุ่มก็ได้ ในแต่ละกลุ่มย่อยมีเองก็มีการทำกิจกรรมต่างๆ ที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป ซึ่งในแต่ละกลุ่มนั้นจะประกอบไปด้วยอย่างน้อยที่สุด 3 ประเภทได้แก่ 1) กลุ่มแฟนคลับที่เป็น admin ซึ่งมักจะเป็นผู้นำเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นต่อการทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งและไม่ได้เป็นผู้ที่นิ่งเฉยต่อการกระทำกิจกรรมนั้น และเป็นผู้ที่กระทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เป็นศูนย์กลางของกลุ่มหรือผู้นำกลุ่ม อยู่ศูนย์กลาง เป็นแกนนำในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม กลุ่มที่ 2) กลุ่มแฟนคลับที่เป็นผู้ update ข้อมูล เป็นกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นเช่นเดียวกับ กลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นผู้ที่คอยอัปเดตข้อมูลแต่ก็ยังไม่ถึงกับการเป็นผู้นำกลุ่มแม้ว่าจะมีความชื่นชอบมานานก็ตาม และกลุ่มที่ 3) คือกลุ่มสมาชิกแฟนคลับเกาหลี ที่เป็นผู้ติดตามทั้งที่มีลักษณะเป็นแฟนคลับในระดับปัจเจกและแฟนคลับไประดับกลุ่ม ซึ่งแฟนคลับส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งเว็บไซต์สื่อออนไลน์และ Social Network ได้รับความสนใจและยอมรับ ซึ่งถือว่าการสื่อสารด้วยวิธีการใช้สื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารหลักของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีกลุ่มใหญ่ ทำให้แฟนคลับเกาหลีจะต้องมีการปรับตัวเพื่อเข้าหากระแสของเครือข่ายทางสังคม

มากขึ้นรวมถึง การใช้วิจารณ์งานในการสื่อสารการใช้มารยาทในการตอบโต้ซึ่งเป็นที่รู้กันว่า จะมีข้อปฏิบัติอย่างไรในกลุ่มนั้นๆ อย่างไรก็ตามการใช้สื่อออนไลน์ของแฟนคลับเกาหลีทุกกลุ่มย่อยก็จะใช้ทวิตเตอร์ (twitter) เป็นหลักแต่หากได้เข้าไปใกล้ชิดสนิทสนมกับใครแล้วก็อาจจะมีไลน์กลุ่มมีเพจเฟซบุ๊ก (facebook) มีเวปบอร์ด (webboard) ที่ลงลึกถึงกลุ่มย่อยต่อไปผู้ศึกษาจะอธิบายบทบาทหน้าที่ของสมาชิกมีวิธีการรวมกลุ่มอย่างไรที่จะทำให้ชุมชนแฟนคลับสามารถดำเนินต่อไปได้ และเพื่อยืดโยงกลุ่มให้คงอยู่ต่อไป

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นแล้ว ว่าแฟนคลับเกาหลีมีการแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยๆ หลายกลุ่ม มีการจัดการภายในกลุ่มและการกำหนดอัตลักษณ์เชิงวัตถุขึ้นอยู่กับแต่ละบทบาทหน้าที่ของแฟนคลับในระดับปัจเจกต่อกลุ่มนั้นๆ ซึ่งหนึ่งคนอาจจะมีหลายบทบาทก็ได้ ในแต่ละกลุ่มนั้นจะประกอบไปด้วยอย่างน้อยที่สุด 3 ประเภทได้แก่ 1) กลุ่มแฟนคลับที่เป็นแอดมิน (admin) 2) กลุ่มแฟนคลับที่เป็นผู้อัปเดต (update) และ 3) กลุ่มที่เป็นสมาชิก ผู้ติดตามทั้งที่มีลักษณะเป็นแฟนคลับในระดับปัจเจก และแฟนคลับไประดับกลุ่ม (member) ซึ่งผู้ศึกษาจะอธิบายแบ่งตามประเภทของสมาชิกของแฟนคลับดังนี้

4.1.1 บทบาทของแฟนคลับที่เป็นแอดมิน (admin)

แอดมิน คือ การเป็นแฟนคลับที่เป็นกลุ่มผู้นำกลุ่มนั้น อันดับแรกต้องเป็นผู้ที่ติดตามศิลปินมาอย่างยาวนาน เป็นมาก่อน และเป็นผู้ริเริ่มคิดค้นการตั้งกลุ่มแฟนคลับเกาหลีของศิลปินต่างๆ ในประเทศไทย เป็นผู้ริเริ่มกิจกรรม เป็นผู้คิดค้น หรือเป็นผู้ที่อยู่จุดศูนย์กลางของกลุ่ม เป็นผู้จัดการดูแลกลุ่ม การเป็นผู้นำเพจ เจ้าของ website หรือเจ้าของ fansite ที่มีผู้ติดตามเป็นคนกลุ่มใหญ่ เช่น เพจแฟนคลับทาง เฟซบุ๊ก (facebook) ที่มีผู้ติดตามมากกว่า 10,000 คน กลุ่มย่อย หรือ ทวิตเตอร์ (twitter) ที่มีผู้ติดตามมากกว่า 1,000 คน รวมไปถึง webboard ที่มีความกระตือรือร้นจากกลุ่มแฟนคลับตลอดเวลา ทั้งนี้รวมถึงผู้ที่เป็นแกนนำในการทำกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ผู้ก่อตั้งกลุ่มกิจกรรมย่อยๆ และผู้ที่คิดโปรเจคต่างๆ เป็นต้น กลุ่มนี้จะจัดอยู่ในกลุ่มผู้ที่มีส่วนในการกำหนดอัตลักษณ์เชิงวัตถุของกลุ่มได้มากกว่าแฟนคลับที่อยู่ในบทบาทอื่นๆ

กลุ่มแฟนคลับเกาหลีที่เป็นแอดมินจะอยู่ในพื้นที่ที่เป็นสื่อออนไลน์ นำไปสู่การรวมกลุ่มหรือนัดกันเพื่อทำกิจกรรมตามทีต่างๆ ซึ่งจากการสังเกตของผู้ศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตของแฟนคลับเกาหลีนั้น มีการใช้เยอะที่สุดคือ www.twitter.com ซึ่งเป็นเว็บที่สามารถติดตามข่าวสารของศิลปินได้ง่ายมากที่สุด โดยการ ฟอลโลว์ (follow) คนที่เราอยากติดตาม หรือสำนักข่าว ผู้ถ่ายทอดเรื่องราวของศิลปิน การใช้เว็บไซต์นี้ของแฟนคลับผู้ศึกษาสันนิษฐานว่าอาจจะเป็นศิลปินเกาหลีที่เล่นโปรแกรมนี้มากเป็นพิเศษ แฟนคลับเกาหลีจึงเล่นตามๆกันมา เป็นการติดตามแบบอิสระ และไม่มีพื้นที่จำกัด หากไม่มีพฤติกรรมที่เป็นที่รู้กันว่า ไร้มารยาท เช่น การนำรูปไปลงต่อโดนที่ตัดเครดิตของผู้ถ่ายออกไป

ก็สามารถเล่นโต้ตอบกันได้โดยปกติ รองลงมาคือ www.facebook.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่กลุ่มแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยจัดตั้งและรวบรวมแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินคนเดียวกันมาอยู่เป็นกลุ่มที่สามารถนับจำนวนได้ และสามารถควบคุม กำหนด ออกหลักเกณฑ์ต่างๆภายในกลุ่ม หากใครไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกลุ่มซึ่งกลุ่มผู้ก่อตั้งกลุ่มจะเป็นผู้ดูแลและห้ามไม่ให้มีเหตุการณ์ที่ไม่ดีเกิดขึ้น เช่น การต่อว่ากันเองระหว่างแฟนคลับก็จะทำให้ผู้ดูแลและกลุ่มบล็อกผู้ใช้แอคเคาท์นั้นออกไปได้ และ www.dek-d.com เป็นพื้นที่ของแฟนคลับเกาหลีที่ชื่นชอบการเขียน-อ่านแฟนฟิคซึ่งผู้เขียนแฟนฟิคก็จะมีผู้อ่านเป็นแฟนคลับของการเขียนนิยายอีกทีหนึ่ง มีการตั้งกระทู้ถามตอบ การตั้งกระทู้ขึ้นเพื่อสนับสนุนศิลปินของเราและการคอมเมนต์ของผู้ที่มาจากกลุ่มแฟนคลับศิลปินวงเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ www.pantip.com สำหรับตั้งกระทู้ถามตอบอย่างอิสระในห้องเฉลิมกรุง www.tunwalai.com สำหรับผู้ที่เขียน-อ่าน fan fiction ซึ่งอาจจะมีบางตอนที่สามารถมีบท NC (บทเลิฟซีนไปจนถึงบทเกี่ยวกับ18+) ที่อิสระกว่าเว็บเด็กดี

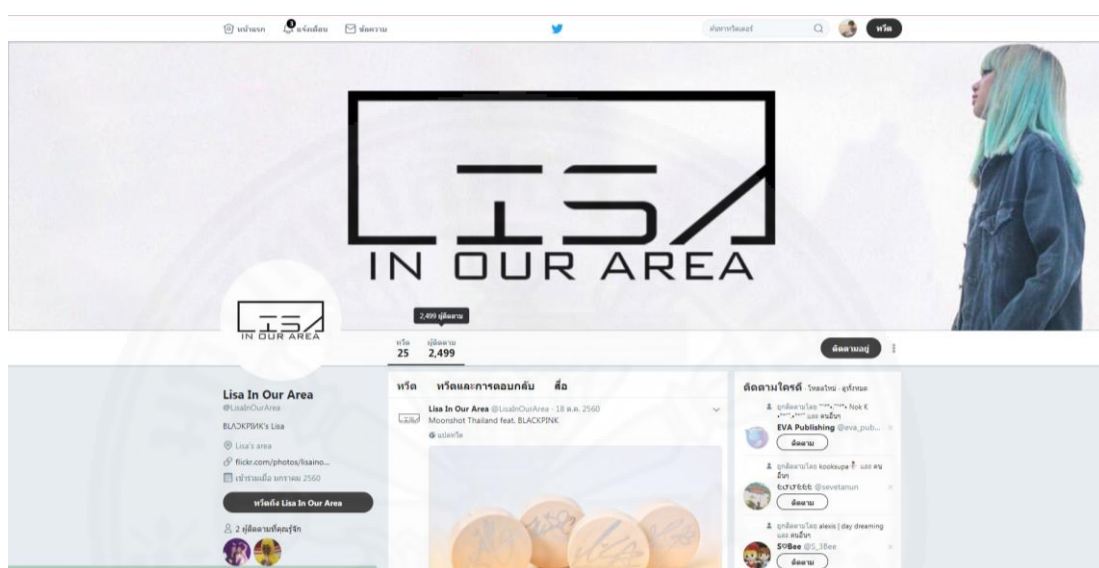
การสื่อสารบนพื้นที่ออนไลน์นั้นในปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความทันสมัยมากขึ้น ก็สามารถทำให้มีการสื่อสารการสะดวกรวดเร็วและเป็น Real Time กันมากขึ้น ซึ่งกลุ่มแฟนคลับเกาหลีก็มีบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารทางออนไลน์กันแตกต่างออกไป บางคนเป็นผู้รับสารอย่างเดียว บางคนเป็นผู้แลกเปลี่ยนข้อมูลนำเสนอข่าวเกี่ยวกับศิลปินเกาหลี บางคนติดตามถ่ายภาพซึ่งในปัจจุบันกลุ่มแฟนคลับก็ได้มีการถ่ายภาพที่มีความละเอียดสูงโดยใช้กล้องราคาแพงในการถ่ายภาพเพื่อนำเสนอ ตลอดจนการเขียนข่าวต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปินเกาหลี ตารางงาน เวลาเดินทางมาถึง การคัมแบ็ค เป็นต้น อย่างไรก็ตาม น้องโย จัดอยู่ในกลุ่มแฟนคลับที่มีหน้าที่เป็นแอดมินเพจ เป็นทั้งผู้ติดตามศิลปินและผู้เผยแพร่ลงสื่อ และเผยแพร่รูปออกมาในรูปแบบโปสการ์ด กล่าวถึงหน้าที่ในกลุ่มแฟนคลับว่า

โยเป็นแอดมินบ้านลิซ่า blackpink ค่ะ ชื่อวิทก็ Lisa in our area จริงๆคือแฟนไซต์เลยแล้วก็อยู่เบื้องหลัง มามามู ช่วยแปลนิดหน่อย กับหาลิงค์ตารางงาน แต่มันคือกลุ่มไลน์มามามูไทยแลนด์ ช่วยบ้าน red velvet TH project นิดหน่อย red velvet คือถ่ายรูปให้พี่เค้า (ผู้ที่เป็นแอดมิน) ไปแจกของโดนเนทอีกที เช่น พวกรูปงานไซน์¹ เหมือนกับว่าแล้วต้องการเงินโดนเนท?เราก้เหมือนจะต้องแจกของให้คนโดนเนทเล็กๆน้อยๆ แต่ที่นี้พี่เค้ายังไม่มีรูป red velvet เยอะขนาดนั้นเพราะมันก๊อป (Copy)

¹ ย่อมาจากงานแฟนไซน์ (fan sign) เป็นงานแจกลายเซ็นของศิลปินเกาหลี ออกงานตั้งโต๊ะเพื่อแจกลายเซ็นโดยเฉพาะ.

² โดนเนท คือการรับบริจาคเพื่อการทำโปรเจกต์ของบ้านแฟนคลับในแต่ละบ้าน ให้กลุ่มแฟนคลับช่วยกันบริจาคเงินเพื่อทำโปรเจกต์ให้ศิลปิน.

แฟนไซต์ไม่ได้ แล้วแฟนๆส่วนใหญ่ก็ไม่ให้ แต่โยให้เพราะสนิทกับพี่แอดมินมาจากตอนตามเทยอน แล้วก็เพราะชอบไอรินก็อยู่แบบช่วยๆกัน แต่เพจโซเชียลไม่ได้ช่วยค่ะ ส่วนใหญ่จะเป็นแนวขนของไปส่ง เพราะเพจโซเชียลเค้าลงตัวกันมานานแล้ว เวลาโยตาม โยก็ตามไปถ่ายรูปพวกคอนเสิร์ต เข้า sketch book¹ เข้าคอนฟรึตามมหาวิทยาลัย พวก mubank² inkigayo ค่ะ (น้องโย, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2560)



ภาพที่ 4.1 twitter บ้านแฟนไซต์ บ้านลิซ่า blackpink

จะเห็นได้ว่า น้องโย เป็นผู้มีบทบาทในการสื่อสารบนพื้นที่ออนไลน์ หลายกลุ่ม และหลายหน้าที่ในการสื่อสาร มีทั้งที่เป็นหน้าที่ผู้รับสารอย่างเดียว รอเสฟข่าวจากผู้สื่อสารคนอื่น หน้าที่ผู้ติดตามถ่ายรูปถ่าย วิดีโอเขียนข้อมูลว่าใครทำอะไรอยู่ที่ไหน ส่งให้กลุ่มแอดมินเพจหลัก และหน้าที่ของผู้ที่เป็นแอดมินเองคือการหาข่าวสารข้อมูล เขียน ถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ ลงลายเซ็น และอัปเดตเอง กระบวนการการอัปเดตนี้น้องโย ได้เล่าให้ฟังว่า การเป็นเพจบ้านใหญ่นั้นจะมีการให้แฟนแอดเป็นผู้ติดตาม และรวบรวมข้อมูล ซึ่งในส่วนของข้อมูลก็อาจจะมีการบอกกันไม่หมด เนื่องจากกลัวว่าอาจจะมีคนมาตามเยอะขึ้นทำให้ไม่ได้รับสิทธิพิเศษเหมือนเคยตามที่ควรจะได้รับ เช่น การเข้าไปในสถานีถ่ายทอดสด การเข้าไปในห้องส่ง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ถ้าหากว่าแฟนแอดให้ข้อมูลไม่หมดหรืออัปเดตข้อมูลก่อนที่จะส่งให้เพจหลักเป็นผู้อัปเดต ก็อาจจะโดนเพจหลักแบนหรือบอยคอตได้ แล้วแต่ว่าจะตกลงกันอย่างไร

¹ งานคอนเสิร์ตที่เล่นสด และเล่นให้ฟรึ ตามสถานที่ต่างๆในประเทศเกาหลีใต้.

² Mubank inkigayo เป็นรายการเพลงประจำสัปดาห์ ของประเทศเกาหลีใต้.

เช่นเดียวกันกับ พีแบบี ผู้ที่ก่อตั้งเว็บบอร์ดโซชิแฟนคลับ ซึ่งก็จะมียุคแฟนคลับในระยะเริ่มต้นที่เข้ามารวมกลุ่มและพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องของศิลปินวง girls' Generation อยู่ใน Webboard ซึ่งผู้ที่มีความสนิทสนมมาก คุณก็ถูกคอก และเมื่อมีแฟนคลับมากขึ้นก็ต้องการหาผู้ช่วย หรือเป็นผู้ที่ถูกคัดเลือกให้มาอยู่ในกลุ่ม Admin Page ก็จะถือว่าเป็นกลุ่มที่สามารถกำหนดระเบียบของการดำเนินการต่างๆในกลุ่มได้ เช่น กฎ-กติกาในการใช้เพื่อตั้งกระทู้พูดคุยเกี่ยวกับศิลปิน เรื่องการมาเล่นคอนเสิร์ตในประเทศไทย และเพื่อมีการซื้อ-ขาย-แลกเปลี่ยนบัตรกัน ทางเว็บบอร์ดก็จะประกาศกฎไว้ว่า “ทาง SoShi Fanclub ไม่สนับสนุนให้แสวงหากำไรกับโซวอน จึงไม่อนุญาตให้ซื้อ-ขายบัตรเกินราคา /หากตั้งกระทู้แบบไม่แจ้งราคา หรือขายเพื่อเอากำไร หากพบจะลบกระทู้ทันที /ควรระมัดระวังในการซื้อ-ขาย บัตรคอนเสิร์ต ทาง SoShi Fanclub ไม่รับผิดชอบในทุกกรณี” หากใครฝ่าฝืนหรือทำผิดกฎของกลุ่มก็จะถูกล็อกออกไปจากเว็บเพจทันทีทั้งนี้ สมาชิกคนอื่นๆของเพจก็ช่วยดูแลหรือแจ้งผู้ดูแลให้มีการตักเตือนหรือให้ออกจากกลุ่มได้ (<http://forums.soshifanclub.com/index.php?Showforum=124> เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2560) ในรายละเอียดของเว็บบอร์ดโซชิแฟนคลับนั้น สัมเล้าให้ฟังเพิ่มเติมว่า

ได้เล่นเว็บบอร์ดมานานมากแล้วประมาณ 10 ปีที่แล้ว เวลาคุยกันกับคนในเว็บ มันเหมือนพูดคุยกันรู้เรื่องพูดเป็นภาษาเดียวกัน แต่บางทีก็มีตีกันบ้าง ทะเลาะกันบ้าง เวลาความเห็นไม่ตรงกัน เหมือนชอบคนละคนกัน เราก็ปกป้องเมนเรา เขาก็ปกป้องเมนเขา Admin ก็ต้องเข้ามามีบทบาทห้ามไม่ให้ตีกันบ้างทะเลาะ (สัม, สัมภาษณ์ 26 เมษายน 2560)



ภาพที่ 4.2 website SoShi Fanclub

จะเห็นได้ว่า การเป็นแฟนคลับที่อยู่ในกลุ่มผู้นำกลุ่มจะเป็นผู้ที่อยู่จุดศูนย์กลางของกลุ่ม และเป็นผู้ที่มีสมาชิกภายใน ส่วนใหญ่จะอยู่ในสื่อออนไลน์คือเป็นผู้ก่อตั้ง หรือเป็นผู้ริเริ่มทำ อย่างไรก็ตาม

ตามการเป็นผู้นำของกลุ่มก็ไม่ได้หมายถึงการเป็นผู้มีอำนาจมากที่สุดในกลุ่มนั้น หากแต่เป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ การออกกฎเกณฑ์ของกลุ่ม ไปจนกระทั่งการกำหนดอัตลักษณ์ของกลุ่ม การอัปเดตอะไร การผลิตอะไรมาเป็นของที่ระลึก การเพิ่มหรือลดสมาชิก หรือการไม่ให้อยู่ในกลุ่ม

4.1.2 บทบาทของแฟนคลับที่อยู่ในกลุ่มผู้อัปเดต (update)

แฟนคลับในกลุ่มที่ 2 ก็เป็นแฟนคลับที่มีความกระตือรือร้นต่อการรวมกลุ่ม เพียงแต่ไม่ได้เป็นผู้นำผู้คิดริเริ่มของกลุ่ม ผู้ศึกษาขอเรียกว่าเป็นผู้อัปเดต คือมีการทำข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน (อัปเดต) ข้อมูลข่าวสารของศิลปินซึ่งกลุ่มแฟนจะมีทีมเพื่อติดตามแฟนคลับเกาหลีที่ประเทศเกาหลีซึ่งเป็นผู้ที่ติดตามศิลปินว่าตั้งแต่ออกจากหอพักแล้วไปไหน ทำอะไร ที่ไหน ซึ่งจะติดตามจาก ทวิตเตอร์ (twitter) ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีที่ประเทศเกาหลี ทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ น้องโยซึ่งเป็นคนหนึ่งที่เป็นผู้ผลิตข่าวมาจากต้นฉบับ หากตามข่าวจากแฟนชาวต่างประเทศก็อาจจะต้องแปลข่าวก่อน หรือส่งต่อให้ผู้รู้ภาษาเกาหลี หรือแปลจากทาง www.google.com แต่ส่วนมากแฟนคลับของกลุ่มศิลปินที่อยู่ในเกาหลีจะ tweet หรือ แจ้ง (post) ข้อความเป็นภาษาอังกฤษเพื่อให้แฟนคลับในประเทศอื่นๆ เข้าใจได้ร่วมกันอยู่แล้ว จากนั้นก็จะอัปเดตให้กลุ่มแฟนคลับในไทยได้รับรู้ความคืบหน้าของศิลปินต่อไป แต่หากศิลปินที่ชื่นชอบได้มาไทย แฟนคลับจะนัดกันทางช่องทาง ต่างๆ ซึ่งส่วนมากจะเป็น ทวิตเตอร์ (twitter) เพื่อนัดกันติดตามตั้งแต่ การเช่ารถตู้ ไปรับที่สนามบิน ตามไปโปรยที่หน้าโรงแรม ตามไปเวทีต่างๆ จนกระทั่งกลับ เพื่อส่งข้อมูลกลับไปให้แฟนทางต่างประเทศเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มนำข้อมูลขึ้นเว็บต่างๆ (upload file) ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลรายการข้อมูลคอนเสิร์ตแบบสดๆ (Live concert) Fancam (Fan Camera) ข้อมูลรูปภาพ ทีมติดตามการนำข้อมูลขึ้นเว็บไซต์ (Upload) จะค่อนข้างมีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การดาวน์โหลด File VDO จากต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นเครือข่ายใหญ่ระดับข้ามประเทศ ในไทยก็มีทีมนำข้อมูลขึ้นเว็บไซต์ (Upload) เช่นกัน แต่ส่วนมากจะเป็น Fancam มากกว่า เนื่องจากติดปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ ซึ่งก็จะมีแฟนคลับกลุ่มหนึ่งที่สามารถแอบเอากล้องเข้ามาเพื่อจะถ่าย VDO ให้เครือข่ายแฟนคลับที่ไม่ได้ไปร่วมงานและอยู่ต่างประเทศ และจะมีผู้หาเว็บไซต์ให้ดาวโหลด แม้ว่าทุกการแสดงจะมีการตรวจสอบการพกกล้องอย่างเข้มงวด แต่ผู้ที่เป็นแกนนำกลุ่มก็สามารถหามาให้กลุ่มแฟนได้ติดตาม ซึ่งการกระทำดังกล่าวนี้ทำให้กลุ่มแฟนคลับรู้สึกร่วมไปกับทุกการแสดงของศิลปินนั้นๆ และยังทำให้มีความเป็นหนึ่งเดียวกันของกลุ่มได้มากขึ้นอีกด้วย ซึ่งอยู่ในกรณีเดียวกับน้องโย ได้เล่าให้ฟังเพิ่มเติมถึงบทบาทของการอยู่ในกลุ่มอัปเดตว่า

โยตามมาสิบปีแล้ว คนที่ตามด้วยกันถึงจะเป็นพวกเดียวกันแต่บางคนก็ไม่สนิทใจกับทุกคน เพราะบางคนคุยกันเพราะผลประโยชน์ บางคนก็จริงจัง มีพี่บางคน รู้ว่าโยมี

หอที้เกาหลี่ ก็ขอยืมที่อยู่หอเพื่อส่งของหรือมีเอเลี่ยนการ์ด¹ ขอยืมไปนุ่งนี้ได้มัย หรือมีเบอร์เกาหลี่หรือ ช่วยส่งนุ่งนี้ให้หน่อย แต่โยก็พยายามไม่ทำให้ทุกคนนะ ทำให้แค่คนที่สนิทจริงๆ เตี่ยวเอาเอเลี่ยนการ์ดโยไปเสียชื่อ แต่บางทีก็อาจจะเลี้ยงไม่ได้ ก็ต้องยอม แต่ก็ไม่บ่อยหรือกคะ โยก็พยายามจะประณีประนอมกับทุกคน กลัวโดนคิล² (น้องโย, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2560)

จะเห็นได้ว่า น้องโยและส้มได้พูดถึงการรวมกลุ่มของโซชิ แฟนคลับ Girls' Generation ในประเทศไทยมีผู้ที่เป็นกลุ่มแอดมินค่อนข้างลงตัวอยู่แล้ว ซึ่งก็ได้มีการคัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาอยู่ด้วยกัน ต้องยอมรับข้อกำหนดของกลุ่ม และสามารถยอมรับข้อต่อรองของสมาชิกคนอื่นๆได้ แต่กลุ่ม Admin เป็นเพียงผู้อัปเดตข้อมูลลงในเว็บไซต์ต่างๆ เว็บไซต์ วิดีโอ รูปภาพ ในขณะที่มีแฟนแอดเคาท์ต่างๆที่เป็นผู้ติดตามศิลปินเพื่อให้ได้ข้อมูลมาอัปเดต ทั้งนี้หากจะเป็นผู้อัปเดตก่อนก็ไม่มีคำแนะนำกับสถานะของตนเองในกลุ่ม และอาจจะทำให้ตัวเองไม่มีเครือข่ายของกลุ่มแฟนคลับอีกต่อไป ทั้งนี้ ยังรวมไปถึงแฟนคลับในกลุ่มกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งก็เป็นผู้เข้าร่วมทำกิจกรรมเหมือนกัน เช่น กลุ่มผู้อ่านนิยายแฟนฟิคแม้ว่าจะไม่ได้เป็นผู้เขียนนิยาย Fan Fiction เอง แต่ก็เป็นผู้ที่ติดตามที่ได้มีการมีส่วนร่วมโดยการ Comment ให้กำลังใจผู้เขียนเพื่อให้ผู้เขียนได้เขียนตอนต่อไปเพื่อนำมาให้อ่านเร็วๆ เช่นเดียวกันกับกลุ่ม Cover Dance สมาชิกในแต่ละวงก็ต้องมีพรสวรรค์ในการเต้น มีการฝึกซ้อมเต้น มีความอดทน มีความพยายาม เช่นเดียวกับผู้นำของกลุ่ม แต่อย่างไรก็ตามผู้นำของกลุ่มโคฟเวอร์แดนซ์อาจหมายถึง คนที่เต้นเป็นตำแหน่งของหัวหน้าวง หรือผู้ที่เป็นคนเริ่มต้นตามหาสมาชิกในวง หรือผู้นำในกลุ่มการเต้นโคฟเวอร์ทั้งหมดก็คือคนที่ชนะการประกวดในระดับใหญ่ๆ ก็จะเป็นที่รู้จักกับวงอื่นๆซึ่งจากการสังเกตของผู้ศึกษาแล้วในการประกวด Cover Dance นั้นวงที่มีชื่อเสียง ก็จะถูกวางไว้เป็นมีอวางอันดับ 1 หรืออันดับต้นๆ เมื่อมาทำการแข่งขันก็จะมีแฟนคลับของวง cover นั้นตามมาเชียร์ ซึ่งอาจจะแฟนคลับของ Cover Dance เพื่อนเพื่อนในโรงเรียนและผู้เต้นในวงอื่นมีทั้งเสียงกรี๊ดและถูกให้ความสนใจด้วยการขอถ่ายรูปเป็นที่ระลึกด้วย

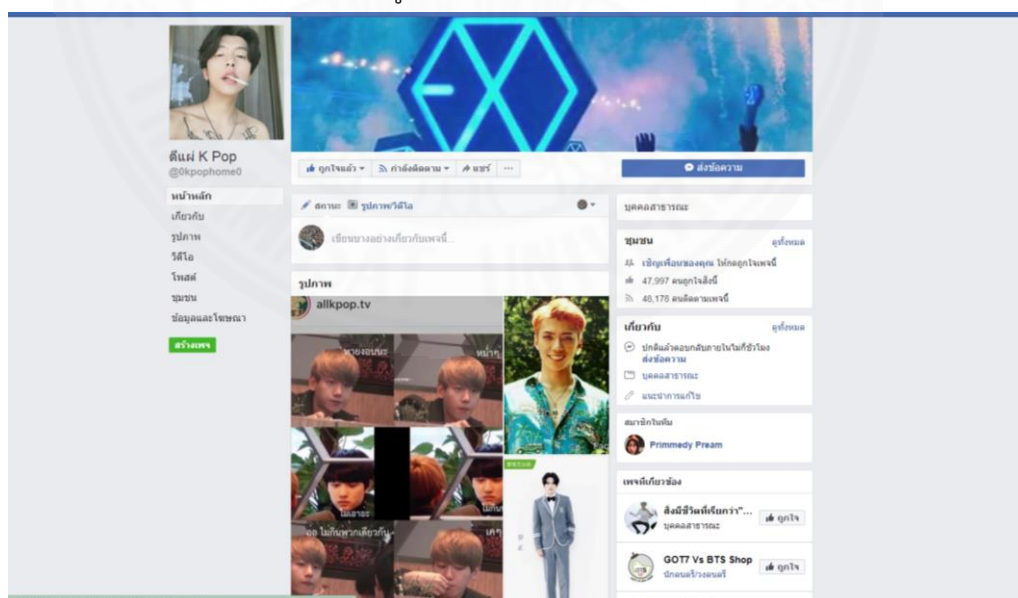
4.1.3 บทบาทของแฟนคลับที่เป็นสมาชิก (member)

แฟนคลับในกลุ่มที่ 3 จะเป็นผู้ที่เป็นสมาชิกของกลุ่มต่างๆที่เป็นผู้กระตือรือร้นในการติดตามเท่านั้น แต่ไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์สร้างกฎระเบียบกับผู้อื่นในกลุ่ม ซึ่งอาจจะแฟนคลับในระดับปัจเจก หรือเป็นกลุ่มแฟนคลับที่รู้จักกันเป็นการส่วนตัว อาจจะเป็นเพื่อนที่โรงเรียน หรือเป็นเพื่อนที่รู้จักกันในอินเทอร์เน็ต ทวิตเตอร์ (twitter) หรือตามเว็บบอร์ด ในกรณีนี้หมายถึงผู้ที่เป็นแฟนคลับ

¹ เป็นบัตรที่สามารถเข้าชมคอนเสิร์ตฟรีต่างๆได้ เช่น บางคอนเสิร์ตจัดในมหาวิทยาลัย ต้องมีบัตรนักศึกษาที่มีรหัสเท่านั้นถึงจะเข้าชมได้ เป็นต้น.

² การถูกแบนออกจากกลุ่มแฟนคลับเกาหลี่.

ทั่วไปที่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมอะไรในกลุ่มแฟนคลับ แต่เป็นผู้ติดตามศิลปินอยู่เพียงอย่างเดียว ไม่ว่าจะ เป็นกลุ่มแฟนคลับที่ไปดูคอนเสิร์ต ซึ่งหากมีการจัด project ขอบคุณแฟนคลับนั้นๆแล้ว แฟนคลับนี้ก็จะให้ความร่วมมือในการปฏิบัติ แต่ไม่ได้ออกความคิดเห็นใดๆใน Project นั้นๆ หรือเป็นผู้ที่ติดตามข่าวสารของศิลปินโดยการส่องทวิตเตอร์เพียงอย่างเดียว หรือในกรณีของน้องแอนที่ผู้ศึกษาจัดอยู่ในแฟนคลับกลุ่มนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ชวนเพื่อนที่รู้จักกันอยู่แล้วและเพื่อนอีกคนที่รู้จักกันผ่านอินเทอร์เน็ต เปิดเพจเฟซบุคอัปเดตผลงานให้กับศิลปินเกาหลีที่ตัวเองชอบจาก ทวิตเตอร์ (twitter) ซึ่งเพจเฟซบุค ดีแ่ม K-pop นี้ก็ไม่ได้ระบุเจาะจงว่าชอบศิลปินวงใดเป็นพิเศษ แม้ว่าจะมีผู้กดไลค์เพจมากกว่า 5 หมื่นคน แต่ก็ไม่ได้เอาเพจไปร่วมดำเนินการกิจกรรมใดๆกับเพจอื่นๆ ไม่ได้ไปเข้าร่วมคอนเสิร์ตกับศิลปินใด ไม่มีเพจใดหรือโฆษณาใดมาติดต่อขอทำกิจกรรมร่วมด้วย ซึ่งผู้ศึกษาก็สงสัยว่าทำไมเพจที่มีคนกดไลค์จำนวนมากจึงไม่เข้าร่วมทำกิจกรรมใดๆเกี่ยวกับแฟนคลับเกาหลีเลย ซึ่งก็ได้คำตอบที่ผู้ศึกษาคาดว่าเป็นเพราะน้องแอนเป็นเด็กอายุ 12 ปีเพิ่งเข้าเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และอาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานีซึ่งไม่สะดวกต่อการทำกิจกรรมใดใดที่จะต้องมีการดำเนินการอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ ซึ่งผู้ศึกษาก็ถามว่าทำไมถึงไม่ไปดูคอนเสิร์ตบ้างเลย น้องแอนก็ตอบกลับมาว่าอยากไปดูหลายคอนเสิร์ตเลยแต่ไม่เคยซื้อตั๋วทัน และกล่าวเพิ่มเติมอีกว่าซึ่งอาจจะเป็นข้อจำกัดของการอาศัยอยู่ในต่างจังหวัดทำให้ไม่สามารถมาจองตั๋วที่ thaiticketmajor หรือ ระดับความเร็วของอินเทอร์เน็ตอาจจะยังไม่มากพอเท่ากับศูนย์กลางของ 3G หรือ 4G เป็นต้น



ภาพที่ 4.3 เพจดีแ่ม K Pop

แฟนคลับเกาหลีนั้นก็อาจมีลักษณะบางประการที่แตกต่างออกไปจากแฟนบอลและแฟนเพลงศิลปินไทย ประการหนึ่งคือ แฟนคลับเกาหลีไม่มีขอบข่ายของความชื่นชอบที่แน่นอน อาจจะมีผู้ที่ชอบไอดอล ชอบทำนองเพลง หรือชอบดูซีรีส์ ซึ่งถึงแม้ว่าจะเป็นแฟนคลับของศิลปินนี้ ก็

สามารถเป็นแฟนคลับของอีกศิลปินหนึ่งได้ แต่ก็ยังเป็นแฟนคลับกลุ่มเดิมด้วย กล่าวคือ แฟนคลับเกาหลีอาจจะเป็นสมาชิกกลุ่มได้มากกว่า 1 กลุ่ม ที่ยิ่งไปกว่านั้นคือ แฟนคลับที่เป็นผู้ติดตามศิลปินอย่างจริงจัง ซึ่งหมายถึงการทำบทบาทหน้าที่ของตนเองให้สามารถเชื่อมโยงกับความเป็นแฟนคลับเกาหลีได้ อีกประการหนึ่งคือ การมีกิจกรรมของกลุ่มที่มีความแตกต่างและหลากหลายกัน ทำให้มีการสร้างชุมชนของแฟนคลับขึ้นมาที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า ในชุมชนแฟนคลับเกาหลีก็ยังมีกระบวนการเข้าร่วมภายในกลุ่มอย่างซับซ้อน ซึ่งก็จะมีกลุ่มที่เป็นผู้นำที่มีความสามารถในการกำหนดกฎเกณฑ์ทิศทางได้มากกว่าจากกระบวนการภายในกลุ่ม เช่น กลุ่มแฟนคลับของศิลปิน Super Junior ในคอนเสิร์ตวันที่หัวหน้าวง คือ ลีทีก จะต้องไปเกณฑ์ทหารกลุ่มผู้นำกลุ่มแฟนคลับและการทำโปรเจค เป็นผู้คิดค้น และ กำหนด ก็คิดว่าอาจจะต้องมีการทำโปรเจคให้โดยการเปลี่ยนแพ่งไฟจากสีน้ำเงินเป็นสีขาว (ซึ่งเป็นสีที่ลีทีกชอบ) ซึ่งก็ต้องพึ่งพากกลุ่มสมาชิกแฟนคลับคนอื่นๆที่อยู่ในคอนเสิร์ตให้มีความร่วมมือด้วยการทำตาม หรือมีการกำหนดว่าหากมีข้อมูลอะไรต้องมาอัพเดทที่เพจของฉฉฉ หรือการเอารูปของฉฉฉไป อัพเดทก็ห้ามตัดชื่อของฉฉฉออก โดยที่ไม่ใส่เครดิตให้ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดเหตุการณ์บล็อกทวิตเตอร์ไม่ให้เข้า account ของผู้ที่ผลิตต้นฉบับได้อีก และอาจจะส่งผลถึงการที่ผู้ใช้ทวิตเตอร์ในกลุ่มบล็อกด้วย

4.2 อัตลักษณ์เชิงวัตถุและสัญลักษณ์ของกลุ่ม

การเกิดขึ้นของกลุ่มแฟนคลับในแต่ละกลุ่มมีจุดเริ่มต้นและองค์ประกอบที่แตกต่างกันออกไป เพราะฉะนั้นเพื่อทำความเข้าใจกลุ่มแฟนคลับเกาหลี จึงต้องพิจารณาลักษณะของกลุ่มจากกิจกรรมด้วย เช่น กลุ่มเดินโคฟเวอร์ กลุ่มแฟนฟิคชั่น และกลุ่มการอัพเดทข่าวสาร เป็นต้น การเกิดขึ้นของกลุ่มที่มีจิตสำนึกร่วมกันนั้นจะเกิดปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มสมาชิกจนนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกกลุ่ม ซึ่งถือเป็นการที่แฟนคลับในระดับปัจเจกรู้สึกว่าจะตัวเองพร้อมที่จะเข้าไปเป็นสมาชิกในกลุ่มนั้น เพื่อให้กลุ่มที่ตนเองเข้าไปนั้นสามารถบรรลุผลอย่างใดอย่างหนึ่งในเป้าหมายของกลุ่มของตนด้วย

อัตลักษณ์เชิงวัตถุและสัญลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีนั้น มีอยู่ในหลายส่วน ตั้งแต่การพูดคุยในกลุ่มของแฟนคลับเกาหลีทั้งในกลุ่มพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์ มักจะมีการใช้ภาษาสนทนาของกลุ่มแฟนคลับที่รู้จักกันในกลุ่มภาษาหนึ่งที่เข้าใจกันเอง โดยไม่ต้องอธิบายซึ่งสามารถเข้าใจได้โดยคนในแบบรู้จักกัน เช่น การเรียกเว็บไซต์แฟนคลับศิลปินกลุ่มหนึ่งว่า บ้าน หรือด้อม ที่มาจกคำว่า แฟนด้อม หมายถึงเพจหลักของแฟนคลับศิลปินเกาหลีในประเทศไทย การเรียกเว็บไซต์แฟนคลับศิลปินคนหนึ่งคนในกลุ่มนั้นว่า บ้านย่อย การเรียกแฟนผู้ติดตามข้อมูลว่า fanact การเรียกศิลปินที่ตัวเองชอบว่า เมน (Main) การเรียกชื่อแฟนคลับของศิลปินทุกกลุ่มซึ่งจะมีชื่อเรียกแฟนคลับเฉพาะของตัวเอง คำบางคำที่ใช้สนทนากันเป็นคำภาษาต่างประเทศทั้งภาษาอังกฤษและภาษาเกาหลี เช่น

การเปิดตัวของศิลปิน เรียกว่า เดบิวต์ ศิลปินที่อายุน้อยที่สุดในกลุ่มถูกเรียกว่า มัคเน่ หรือ การออกเพลงใหม่จะเรียกว่าการคัมแบค (comeback) เป็นต้น

เมื่อพิจารณาแฟนคลับเกาหลีแล้ว การรวมกลุ่มของแฟนคลับเกาหลีนั้น เป็นการรวมกลุ่มที่มีลักษณะเป็นกลุ่มที่ประกอบไปด้วยกลุ่มการทำกิจกรรมต่างๆรวมเข้ามาเป็นชุมชนกลุ่มใหญ่ ซึ่งการเข้ามาเป็นกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลีแต่ละกลุ่มศิลปินมีความเหมือนและคล้ายกันมากตรงที่มีความชื่นชอบศิลปินเกาหลีเหมือนกัน แต่เมื่อเข้ามาเป็นแฟนคลับกลุ่มศิลปินเกาหลีแล้ว ในแต่ละกลุ่มก็จะมีลักษณะแตกต่างกันไปบางประการ มีลักษณะเฉพาะกลุ่มโดยมีการแสดงออกบนพื้นที่ที่เป็นของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ส่วนตัวในการใช้ชีวิตประจำวัน พื้นที่การรวมตัวกันเมื่อมีงานคอนเสิร์ตหรือแฟน มีตติ้งต่างๆ หรือพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งใช้ทวีตเตอร์เป็นหลัก และมีลักษณะที่แสดงออกในรูปแบบเป็นพิธีกรรมหรือกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำของกลุ่มแฟนคลับ เพื่อเป็นการสร้างพื้นที่ให้กับกลุ่มตนเอง

ผู้ศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ของแฟนคลับเกาหลี มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Abercrombie and Longhurst (1998) ที่ได้เสนอถึงสิ่งสำคัญของกลุ่มแฟนคลับไว้ 3 อย่าง คือ

1) การจัดกิจกรรมของแฟนคลับจะถูกจัดขึ้นรอบๆ ตัวดารารหรือเนื้อหาของสื่อ (stars or media images) และภาพตัวแทน (representations) แม้ว่าแฟนจะมีกิจกรรมอื่น เช่น การสร้างวิดีโอเอง การเดินโคฟเวอร์ การแต่งแฟนฟิคชั่น การทำโปรเจคเพื่อศิลปิน หรือกิจกรรมอื่นๆก็ยังมี ความเกี่ยวข้องกับตัวศิลปินและเนื้อหาของสื่ออยู่นั่นเอง

2) แฟนคลับจะเป็นกลุ่มที่ใช้สื่ออย่างมาก (heavy users) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแสดงหรือศิลปินที่เขาชื่นชอบ และใช้สื่อในการสื่อสารระหว่างกลุ่มแฟนคลับ จะใช้สื่อเป็นตัวกลางสำคัญที่เชื่อมต่อกับศิลปินและกลุ่ม มีกลุ่มแฟนคลับในหลายบทบาท

และ 3) แฟนคลับมีการเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆของกลุ่มที่แตกต่างหลากหลาย มีการติดต่อสัมพันธ์กับแฟนคนอื่นๆซึ่งมักอาศัยผ่านการไหลเวียนของตัวบทในรูปแบบที่แตกต่างกัน แต่มีความสนใจร่วมในสิ่งเดียวกัน และพยายามหาพื้นที่ที่เป็นของตนเองเพื่อให้เข้าถึงศิลปินหรือข่าวสารของศิลปินให้ได้เร็วที่สุด ซึ่งมีการศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติบุคคลกับความสัมพันธ์ที่มีต่อศิลปิน แฟนคลับอาจมีความพยายามที่จะแสวงหาพื้นที่บางอย่างภายใต้บริบทของบ้านที่แออัด ซึ่งชี้ให้เห็นถึงผลผลิตจากตัวบทและการสร้างใหม่ของเนื้อหาสื่อของกลุ่มแฟนที่ต้องการสร้างพื้นที่ให้กับตัวเอง

การเป็นผู้ผลิตของชุมชนแฟนคลับเกาหลี ส่วนหนึ่งจะออกมาในรูปแบบของการผลิตสื่อ เช่น สื่อวิดีโอ การตัดต่อเติมแต่งเนื้อหาของซีรีส์ ผลิตโค้ดลับ ผลิตกิจกรรม ซึ่งมีผลผลิตออกมาหลากหลายชนิด ตั้งแต่รูปถ่าย การตัดวิดีโอเป็น gif วิดีโอข่าวเนื้อหาข่าว การนำเนื้อหาไปเขียนต่อเป็นนิยายโดยมีพระเอกนางเอกเป็นศิลปินที่ผู้แต่งอยากให้เป็น การทำท่าเต้นไปคัดลอกและดัดแปลง หรือการทำโปรเจคซึ่งมาจากคำquoteในเพลง รวมไปถึงอุปกรณ์การเชียร์ต่างๆ ที่ไม่ได้เป็นของที่ผลิตมา

จากบริษัท อย่างไรก็ตามการเป็นผู้ผลิตของแฟนคลับจะมีการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต และการสร้างเป็นกิจกรรมต่างๆระหว่างกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งส่วนหนึ่งถือเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีในระหว่างกลุ่มกันเองและคนภายนอก

ในกิจกรรมหนึ่งซึ่งเป็นกิจกรรมที่สำคัญของแฟนคลับเกาหลี คือ การติดตามศิลปินเกาหลีจากการบรรยายและรูปถ่ายที่สามารถเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็วในโปรแกรมทวิตเตอร์ (twitter) นั้นเป็นเหมือนกิจกรรมหนึ่งของกลุ่มแฟนคลับเกาหลี อย่างเช่นที่น้องโยเล่าว่าน้องโยเป็นผู้ชื่นชอบศิลปินเกาหลีที่เป็นวงเกิร์ลกรุ๊ปเป็นอย่างมาก จะตามถ่ายรูปศิลปินในหลายๆวง จึงได้มีพีทีที่เป็นแอดมินเพจศิลปินวง red velvet มาขอให้ช่วยตามศิลปินไปถ่ายรูป หรือถ่ายรูปที่น้องโยถ่ายมาแล้ว เพื่อที่จะนำมาทำเป็นโปสการ์ดหรือพวงกุญแจสำหรับให้เป็นที่ระลึกในการโดนเนทเพื่อทำกิจกรรมต่างๆของแฟนคลับ เป็นต้น (น้องโย, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2560) แสดงให้เห็นว่าแฟนคลับเป็นผู้ที่ใช้สื่อเป็นอย่างมาก และมีการสร้างหรือผลิตในลักษณะที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน ในที่นี้คือการทำของที่ระลึกในการทำกิจกรรมหนึ่งของกลุ่ม จากการติดตามถ่ายรูปภาพเพื่อนำมาเป็นการอัปเดต หรือนำรูปนั้นมาผลิตเป็นโปสการ์ดเป็นของที่ระลึกสำหรับแฟนคลับผู้ที่มาโดนเนทให้กับบ้านที่รับผิดชอบทำโปรเจกต์เมื่อศิลปินมายังประเทศไทยต่อไป

ทั้งนี้ยังมีการผลิตอื่นๆ เช่น การเขียนเนื้อข่าวว่าศิลปินคนนี้ไปทำอะไรมาบ้างในวันนี้ และเขียนบรรยายว่าเดินมามีสีหน้าอย่างไร อารมณ์ดีหรืออารมณ์ไม่ดี เดินมากับใคร ใส่ชุดสีอะไร แล้วจะไปไหนต่อเมื่อเสร็จงานนี้ โดยมีผู้ที่เป็นแอดมินและทีมงานแฟนแอกเป็นผู้หาข่าวสารข้อมูล เขียนถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ ลงลายเซ็น และอัปเดตเอง (น้องโย, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2560) การทำข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน (อัปเดต) ข้อมูลข่าวสารของศิลปินซึ่งกลุ่มแฟนจะมีทีมเพื่อติดตามแฟนคลับเกาหลีที่ประเทศเกาหลีซึ่งเป็นผู้ที่ติดตามศิลปินว่าตั้งแต่ออกจากห้องพักแล้วไปไหน ทำอะไร ที่ไหน ซึ่งจะติดตามจาก ทวิตเตอร์ (twitter) ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีที่ประเทศเกาหลี ทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ น้องโยซึ่งเป็นคนหนึ่งที่เป็นผู้ผลิตข่าวมาจากต้นฉบับ หากตามข่าวจากแฟนชาวต่างประเทศก็อาจจะต้องแปลข่าวก่อน ส่งต่อให้ผู้รู้ภาษาเกาหลี หรือแปลจากทาง www.google.com แต่ส่วนมากแฟนคลับของกลุ่มศิลปินที่อยู่เกาหลีจะ tweet หรือ แจ้ง (post) ข้อความเป็นภาษาอังกฤษเพื่อให้แฟนคลับในประเทศอื่นๆเข้าใจได้ร่วมกัน จากนั้นก็จะอัปเดตให้กลุ่มแฟนคลับในไทยได้รับรู้ความคืบหน้าของศิลปินต่อไป แต่หากศิลปินที่ชื่นชอบได้มาไทย แฟนคลับจะนัดกันทางช่องทางต่างๆ ซึ่งส่วนมากจะเป็น ทวิตเตอร์ (twitter) เพื่อนัดกันติดตามตั้งแต่ การเช่ารถตู้ไปรับที่สนามบิน ตามไปรอที่หน้าโรงแรม ตามไปเวทีต่างๆ จนกระทั่งกลับ เพื่อส่งข้อมูลกลับไปให้แฟนทางต่างประเทศเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มนำข้อมูลขึ้นเวปต่างๆ (upload file) ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลรายการข้อมูลคอนเสิร์ตแบบสดๆ (Live concert) Fancam (Fan Camera) ข้อมูลรูปภาพ ทีมติดตามการนำ

ข้อมูลขึ้นเว็บไซต์ (Upload) จะค่อนข้างมีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การดาวน์โหลด File VDO จากต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นเครือข่ายใหญ่ระดับข้ามประเทศ ในไทยก็มีทีมนำข้อมูลขึ้นเว็บไซต์ (Upload) เช่นกัน แต่ส่วนมากจะเป็น Fancam มากกว่า เนื่องจากติดปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ ซึ่งก็จะมีแฟนคลับกลุ่มหนึ่งที่สามารถแอบเอากล้องเข้างานเพื่อจะถ่าย VDO ให้เครือข่ายแฟนคลับที่ไม่ได้ไปร่วมงานและอยู่ต่างประเทศ และจะมีผู้หาเว็บไซต์ให้ดาวโหลด แม้ว่าทุกการแสดงจะมีการตรวจสอบการพกกล้องอย่างเข้มงวด แต่ผู้ที่เป็นแกนนำกลุ่มก็สามารถหามาให้กลุ่มแฟนได้ติดตาม ซึ่งการกระทำดังกล่าวนี้ทำให้กลุ่มแฟนคลับรู้สึกร่วมไปกับทุกการแสดงของศิลปินนั้นๆ และยังทำให้มีความเป็นหนึ่งเดียวกันของกลุ่มได้มากขึ้นอีกด้วย

แต่ก็ไม่ได้มีการผลิตเพียงเท่านั้น แฟนคลับเกาหลียังมีการผลิตอื่น ที่เป็นวัตถุ และรูปแบบที่ผ่านในรูปแบบอินเทอร์เน็ตหรือการตัดแปลงตัวสื่อ ให้อยู่ในรูปแบบของตนเองเพื่อให้รู้สึกถึงว่ากลุ่มแฟนคลับเองเป็นเจ้าของเรื่องนั้นๆ เช่น การนำศิลปินที่ชอบเดินด้วยกัน สนธิสนมกัน มาแต่งเรื่องเป็นนิยายแฟนฟิคชั่น ผลิตเป็นรูปเล่ม หรือการนำท่าเต้นต่างๆของศิลปินมาดัดแปลงเต้นในแบบฉบับของตนเอง ซึ่งก็ได้ล้อเลียนท่ามาจากศิลปินแต่ในบางท่าก็อาจมีสไตล์การเต้นที่แตกต่างออกไป แต่โดยรวมแล้วก็ถือว่าใช้แนวคิดการเต้นของศิลปินนั้นแหละมาผลิตใหม่อีกครั้งหนึ่งนั่นเอง

แฟนคลับเกาหลี มีการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมที่มีมิติที่หลากหลาย แฟนคลับแต่ละคนอาจจะทำหรือไม่ได้ทำกิจกรรมเพียงอย่างเดียว แต่ละกิจกรรมมีการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินและดำรงกลุ่มให้ยังคงอยู่ต่อไป โดยมีการผลิตวัตถุหรือเรื่องราวที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาผู้ศึกษาแบ่งการอธิบายผ่านกิจกรรม 3 กลุ่ม ดังกิจกรรมที่จะพูดถึงต่อไปนี้

4.2.1 การรวมกลุ่มเพื่อจัดโปรเจกต์ (Project)

เหตุการณ์สำคัญอย่างหนึ่งของแฟนคลับเกาหลี คือการได้พบกับศิลปินที่ชื่นชอบ โดยการเข้าชมคอนเสิร์ต ได้พบกันในงานแฟนมีตติ้ง หรือในโอกาสวันสำคัญๆต่างๆของศิลปิน เช่น วันเกิด วันที่ได้รางวัล วันที่ออกเพลงใหม่ เป็นต้น ซึ่งแฟนคลับเกาหลีนั้นจะมีการรวมกลุ่มเพื่อจัดทำกิจกรรมโปรเจกต์เพื่อสนับสนุนศิลปินนั้นๆให้เกิดความประทับใจและจดจำเราได้ ในเหตุการณ์สำคัญตามที่ได้กล่าวมา เช่น โปรเจกต์แปรภาพ แปรอักษร เปลี่ยนสีแห่งไฟ หรือแม้กระทั่งการขึ้นโปสเตอร์ไว้นิลและป้ายสนับสนุนตามทีต่างๆ

ในปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความทันสมัยมากขึ้นแฟนคลับแทบจะทุกคนใช้การสื่อสารบนพื้นที่ออนไลน์นั้น ก็สามารถทำให้มีการสื่อสารอย่างสะดวกรวดเร็วและเป็นแบบ Real Time กันมากขึ้น ซึ่งแฟนคลับก็จะใช้สื่อออนไลน์นี้เป็นกลุ่มดำเนินการ เพื่อนัดแนะ วางแผน จัดการกับโปรเจกต์ช่วยกันคิด ช่วยกันปรึกษา และวางแผนลงมือทำ ทำให้แต่ละกิจกรรมมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันสามารถบ่งบอกได้ว่ากิจกรรมนี้เป็นแฟนคลับของใคร

กลุ่มแฟนคลับเกาหลีก็มีบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารทางออนไลน์กันแตกต่างกันออกไป บางคนเป็นผู้รับสารอย่างเดียว บางคนเป็นผู้แลกเปลี่ยนข้อมูลนำเสนอข่าวเกี่ยวกับศิลปินเกาหลี บางคนเป็นผู้ติดตามถ่ายภาพซึ่งในปัจจุบันกลุ่มแฟนคลับก็ได้มีการถ่ายภาพที่มีความละเอียดสูงโดยใช้ กล้องราคาแพงในการถ่ายภาพเพื่อนำเสนอ ตลอดจนการเขียนข่าวต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปินเกาหลี ตารางงาน เวลาเดินทางมาถึง การคัมแบ็ค เป็นต้น โดยจะมีการนัดแนะเป็นกลุ่มย่อยๆด้วย ทั้งนี้ผู้ที่เป็น admin กลุ่มหรือผู้ update ก็จะต้องแจ้งข้อมูลมาว่าจะถึงวันสำคัญนี้แล้วเราควรจะทำโปรเจกอะไร หรือมีการนัดแนะเพื่อช่วยกันคิดโปรเจก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม น้องโย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษารั้งนี้ เป็นทั้งผู้ติดตามศิลปิน เป็นผู้เผยแพร่ลงสื่อ คอยแจ้งว่าอาจจะมีโปรเจก นัดแนะ และติดตามถ่ายรูปเพื่อเผยแพร่รูปออกมาเป็นที่ระลึกสำหรับคนที่บริจาคเงินในโปรเจกในรูปแบบ โปสการ์ด ซึ่งการอัปเดตเพจต่างๆน้องโยมีหน้าที่อะไรบ้าง ตามที่ผู้ศึกษาได้กล่าวไปแล้วในหน้า 86

ทั้งนี้ยังรวมถึง การรวมกลุ่มเพื่อจัดทำซับไตเติ้ล (Subtitle) การรวมกลุ่มเพื่อจัดทำซับไตเติ้ลหรือเรียกว่า ทีมซับไตเติ้ล ในช่วงแรก สัมเลาะห์ให้ฟังว่า เมื่อก่อนไม่ค่อยมีใครชอบมากนัก ก็มีแต่สื่อพวก channel V Thailand ที่จะคอยเอาศิลปินเกาหลีมาแล้วมีซับไตเติ้ล โดยกลุ่มผู้ที่ชอบ บางครั้งก็รอไม่ไหวก็เลยช่วยกันแปลแล้วก็ทำซับไตเติ้ลออกมาให้คนอื่นๆที่ติดตามได้ดูไปด้วย แฟนคลับเกาหลีในกลุ่มที่ทำซับไตเติ้ล จะประกอบไปด้วย ผู้ที่ทำหน้าที่แปลภาษาเกาหลีเป็นภาษาไทย ซึ่งแฟนบางคนเรียนภาษาเกาหลีมาอยู่แล้วก็จะเป็นผู้แปลให้ แต่หากแปลไม่ได้ก็ต้องรอให้มีซับอิง (ซับอังกฤษ) ออกมาก่อนแล้วถึงค่อยแปล หรือแฟนบางส่วนที่เรียนภาษาเกาหลีเพื่อมาแปลเนื้อหาของรายการ การพูดคุยต่างๆของศิลปินที่ตนชื่นชอบ ผู้ที่เอาคำแปลของผู้แปล มาพิมพ์ และตกแต่ง จับคำให้ภาษาไทยอยู่ในประโยคที่ศิลปินพูดพร้อมจับเวลาในโปรแกรมที่เราจะใช้สำหรับทำซับไตเติ้ล และผู้ตรวจความเรียบร้อยของงานและ Upload ลง Website แฟนคลับแต่ละศิลปิน อย่างไรก็ตาม สัมเลาะห์ให้ฟังว่าปัจจุบันในกลุ่มทำ subtitle เป็นกลุ่มทางการค้าขายมากกว่าซึ่งเป็นกลุ่มที่เป็นเพจโดยผู้ที่แปลก็ได้ค่าแปลตอนนี้แทบจะไม่มีแฟนคลับเป็นผู้ทำกันเองแล้ว เนื่องจากเวลาไม่ว่างที่จะทำ และมีกลุ่มผู้จัดทำมากมายหลายเพจ เมื่อมีรายการใหม่ออนแอร์วันนี้ในวันรุ่งขึ้นก็สามารถดูรายการแบบมี subtitle ภาษาไทยให้ดูหลายเพจแล้ว

1) การวางแผนจัดทำโปรเจก

ในปัจจุบันนี้เว็บไซต์สื่อออนไลน์ได้รับความสนใจและยอมรับจากผู้คนที่ใช้อินเตอร์เน็ตจำนวนมากซึ่งแฟนคลับเกาหลีก็เป็นหนึ่งในนั้นซึ่งถือว่าการสื่อสารด้วยวิธีการใช้สื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารหลักของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีกลุ่มใหญ่ ทำให้แฟนคลับเกาหลีจะต้องมีการปรับตัวเพื่อเข้าหากระแสของเครือข่ายทางสังคมมากขึ้นรวมถึง การใช้วิจารณ์ญาณในการสื่อสาร การใช้มารยาทในการตอบโต้ซึ่งเป็นที่รู้กันว่า จะมีข้อปฏิบัติอย่างไรในกลุ่มนั้นๆ โดยเฉพาะกลุ่มแฟนคลับของศิลปินคนใดคนหนึ่งก็ไม่อาจจะพูดถึงศิลปินที่เป็นคู่แข่งได้ เป็นต้น อย่างไรก็ตามการใช้สื่อ

ออนไลน์ของแฟนคลับเกาหลีทุกกลุ่มย่อยก็จะใช้ ทวิตเตอร์ (twitter) เป็นหลักแต่หากได้เข้าไปใกล้ชิดสนิทสนมกับใครแล้วก็อาจจะมี ไลน์กลุ่ม มีเพจเฟซบุ๊ก (facebook) มี เว็บบอร์ด (webboard) ที่ลงลึกถึงกลุ่มย่อยต่อไป

การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตหรือ Social Network ของแฟนคลับนั้นก็สามารถหารันตีได้ว่าศิลปินอะไรที่เป็นที่นิยม เป็นกระแสนิยม หรือเป็นที่พูดถึงกันอย่างกว้างขวางในกลุ่มแฟนคลับประเทศไทย เช่น จำนวนยอดวิวในยูทูป การถูกพูดถึงบ่อยในทวิตเตอร์โดยดูจากการใช้แฮชแท็ก (#) การกด ไลค์ เฟซบุ๊ก (facebook) Thailand Fanpage ซึ่งอาจจะทำให้ศิลปินของเราได้รับความสนใจจากผู้จัดงาน Fan Meeting คอนเสิร์ตหรือการนำเอาเข้ามาเป็นพรีเซ็นเตอร์ เป็นต้น

การรวมกลุ่มเพื่อทำโปรเจค มีการดำเนินการนัดหมาย การบริจาค การวางแผนกลุ่มในสื่อออนไลน์ เพื่อที่จะเตรียมดำเนินกิจกรรมและเตรียมความพร้อมในวันที่จัดกิจกรรม การรวมกลุ่มนี้มักจัดโดยบ้านใหญ่หรือเพจหลักของแต่ละศิลปิน เมื่อมีการจัดคอนเสิร์ตและงานในวันสำคัญต่างๆของกลุ่ม ซึ่งในแต่ละโปรเจค (Project) ที่ทำก็จะมีการรับบริจาคเงิน เพื่อทำกิจกรรมนั้นๆ เช่น เมื่อศิลปินมาเล่นคอนเสิร์ตในไทยก็จะมีโปรเจค (Project) เพื่อให้แฟนคลับในประเทศเราเป็นที่จดจำของศิลปิน โดยมีการลงขันโดนเทกันเพื่อทำป้ายไฟขนาดใหญ่ การทำไวเนล การซื้อแท่งไฟ ลูกโป่ง การทำ food support สำหรับจุดประสงค์หลักนั้น คืออยากสื่อสารกับศิลปิน ให้เขามีความประทับใจต่อแฟนคลับชาวไทย หรือแม้แต่การจูงตัวให้หมดทุกรอบภายในเวลาไม่กี่นาที ซึ่งสัมได้ถึงการทำโปรเจคว่า

เพื่อให้เค้ารับรู้ในสิ่งที่พวกเราสื่อออกมา มันไม่ใช่แค่ความประทับใจแต่มันเป็นความผูกพัน ไม่ใช่แค่โปรเจคที่เราแสดง แต่มันคือการที่เรายังแสดงให้เค้าเห็นว่าเรายังคงสนับสนุนเค้ามากกว่าที่ทำให้เค้าตื่นตื้นใจ และทำให้เค้าจำได้ (สัม, สัมภาษณ์ วันที่ 20 พฤษภาคม 2560)

ขั้นตอนต่างๆในการทำกิจกรรมในวันคอนเสิร์ตเริ่มจะมีการประชุมงานเพื่อหารือข้อตกลงตั้งแต่วันที่ศิลปินเริ่มเล่นคอนเสิร์ตที่เกาหลีรอบแรก ซึ่งเราจะรู้ทันทีที่เราต้องทำอะไรบ้างตอนไหน แต่ก็ต้องปรึกษากันว่าจะทำโปรเจคโดยมีประโยชน์อะไรและต้องทำในเพลงท่อนไหน น้อยโย และน้องแพงได้เล่าให้ผู้ศึกษาฟังว่า

เวลาจะทำโปรเจคในคอนเสิร์ตเกิลเจน ทางเพจ SoShi Fanclub ก็ต้องไปขออนุญาตจาก sm true ก่อน แล้วก็จะมีข้อตกลง เช่น ห้ามโยนของ แล้วค่อยมานัดแอดมินเพจอื่น หรือชวนคนไหนที่สนใจ นัดคุยจริงจังเลยนะ แล้วก็มีความเห็นในอินเทอร์เน็ตอีกเยอะ คนสรุปก็คงต้องเครียดบ้างเพราะมีหลายความคิดเห็นเลยอยากให้ทำโปรเจคในเพลงนั้น เพลงนี้ แต่ก็คงทำทุกเพลงไม่ไหว ต้องอยู่ที่การโดน

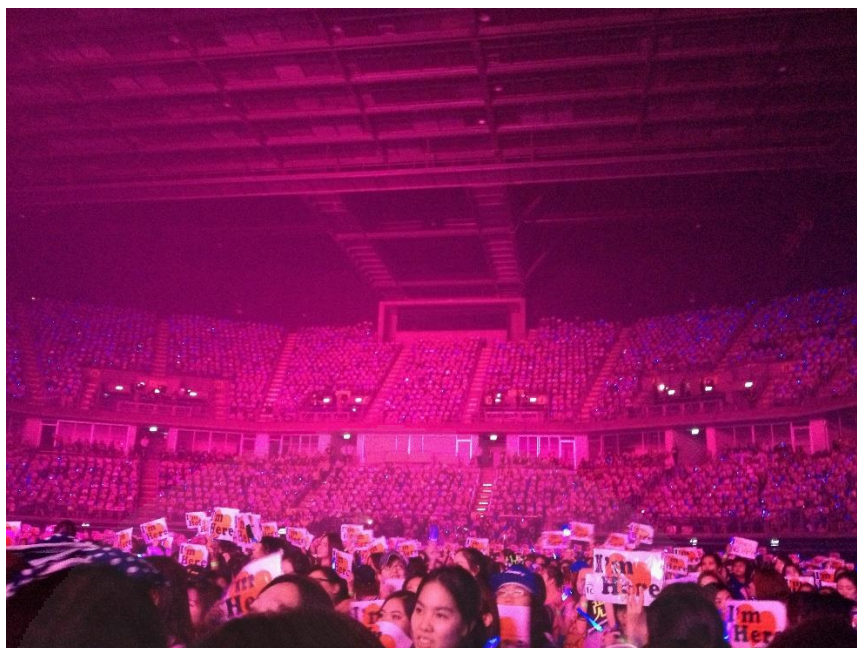
ทด้วย เพราะทุกคนก็มาดูคอนเสิร์ตเอาสนุก เอาฟินด้วยเหมือนกัน (น้องโย, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2560)

กลุ่มพีๆที่เป็นเจ้าของบ้านหลักเขารวมตัวกัน จากการจัดคอนเสิร์ตของ Super Junior มันก็มีเพลงอยู่หลายเพลง อยู่หลายบ้าน แต่ละคนก็มีบ้านเป็นของตัวเองเลยไป พอมาคอนเสิร์ตก็มีการกำหนดวันจาก SM True แล้วแหละว่าจะจัดวันไหน แต่จริงๆพวกพีๆ เขาก็วางแผนกันมาตั้งนานแล้ว ตั้งแต่ตอนมีคอนเสิร์ตที่เกาหลีออกมา ทุกคนก็รู้แล้วว่ามิเพลงอะไรบ้างในคอนเสิร์ตนั้น เพราะว่าเราก็จะติดตามจับพวกแฟนแอค หรือ YouTube ที่เป็นแฟนแคมถ่ายออกมาอีกที แล้วก็พวกคิวคอนเสิร์ตว่าใครเดินไปตรงไหน ใครเป็นเมนใครจะต้องอยู่ตรงไหนนั่งตรงไหนก็จะไปจองบัตรตรงนั้นด้วย พอรู้ว่ามีเพลงอะไรแล้วเขาก็จะปรึกษากันว่าเราจะมีโปรเจกอะไรบ้างแต่เราก็ไม่มั่นใจนะว่าเพลงทั้งหมดที่เล่นคอนเสิร์ตที่เกาหลีจะเปลี่ยนอีกไหม แต่ส่วนใหญ่ก็ไม่ค่อยเปลี่ยนอย่าง เช่น คอนซูปเปอร์โรว์นี่ ก็จะมี Concert Event หลายเพลง แต่ก็ต้องเตรียมการก่อน พวกหาซื้อป้าย ทำป้าย แปรอักษร แต่ก็ต้องดูด้วยว่าเวลาแปลอักษรก็ต้องไม่ซ้ำกับประเทศอื่น ซึ่งมันก็เครียดตรงที่ว่าในระหว่างการเตรียมการเราคิดคำมาแล้ว แล้วถ้าคำมันไปซ้ำกับประเทศอื่นก็ต้องเปลี่ยนแผน เพราะส่วนใหญ่คำก็ไม่ได้คิดมาใหม่มันก็เป็นคำที่อยู่ในเพลง หรือเป็นคำที่เขาชอบพูดกันนั้นแหละแล้วเขาก็ต้องวางแผนจากที่นั่นเราต้องคำนวณว่าใช้ไฟสีอะไรคำนวณเงินแล้วก็การทำว่าจะต้องทำวันไหน ต้องมีผู้ช่วยมากน้อยขนาดไหน แพงก็ไม่เคยไปทำเลย จะไปแต่ไปช่วยแจกของให้กับบัตรหลุมหน้างานแค่นั้น...

...ขั้นตอนพวกนี้แฟนคลับคนอื่นๆที่มาคอนเสิร์ตก็ไม่ค่อยรู้หรอกพีๆที่เขาเป็นสตาร์ฟเขาก็จะเอา Project ไปวางไว้ที่ที่นั่งของแต่ละคนก่อนวันแสดงเพราะเค้าก็ไม่รู้ว่าใครจะได้ที่นั่งตรงไหน แต่สำหรับผู้ที่ไปบัตรหลุมจะมีพีๆคอยแจกอยู่ที่ประตูทางเข้า ทุกปีแพงก็ไปดู 2 รอบ ดูบัตรหลุมครึ่งนั่ง บนดอยครึ่งนั่ง เพราะว่ามันแพงจะดูบัตรหลุม 2 รอบก็ไม่ไหว ...เราก้ยังมีพวก Food support ที่ sj แต่ชอบอีกด้วย ก็มีรับสมัครเอลฟ์ที่ อยากรช่วยตั้งแต่เงินโดนเน็ต แพค Project ขน Project แจกโปรเจก แล้วก็ เป็น staff ที่ช่วยดูแลคอนเสิร์ต คนที่อาสาช่วยเข้าไปวาง Project ในคอน หรือแจกของตามหน้าคอน (น้องแพง, สัมภาษณ์ 10 มกราคม 2558)

จากการที่ผู้ศึกษาเข้าไปสังเกตการณ์ ในงานคอนเสิร์ต Super Show ในครั้งนั้นพบว่าเมื่อผู้ศึกษาไปถึงที่อิมแพคอารีน่าเมืองทองธานี ทุกคนที่มาดูคอนเสิร์ตจะใส่เสื้อไปในโทนสีน้ำเงิน และมีกลุ่มแฟนคลับกลุ่มย่อยๆ นั่งอยู่บริเวณพื้นที่ด้านล่างเต็มไปหมด โดยมีกลุ่มแฟนคลับจำนวน

หนึ่งที่จะเป็นผู้แจกโปสเตอร์ให้กับผู้ที่กำลังจะเข้าไปในบัตรยืนบริเวณหน้าทางเข้าทั้ง 4 ด้าน ในส่วนของผู้ที่นั่งบนสแตนด์หรือมีที่นั่งนั้นกลุ่มผู้จัด Project ได้เอาไปวางไว้ให้บนที่นั่งแล้ว ในถุง Project ประกอบไปด้วยแท่งไฟป้ายหลายป้าย ซึ่งจะมีสตีฟบรรยายว่าป้ายสีเหลืองโชว์ขึ้นเมื่อเพลงอะไรขึ้นมา ป้ายสีขาวโชว์ขึ้นเมื่อมีเพลงอะไร หรือหากเห็นทุกคนชูป้ายก็ชูขึ้นมาทันที ซึ่งผู้ศึกษาสังเกตว่าแฟนคลับเกาหลีที่มารวมกันที่นี่ คือกลุ่มที่ชื่นชอบและติดตามศิลปินเหมือนกัน การทำโปสเตอร์ก็เหมือนเป็นการบ่งบอกว่าเราสนับสนุนศิลปิน เป็นการแสดงออกอย่างหนึ่งที่เป็นรูปธรรมมากกว่าการซื้อบัตรมาดูคอนเสิร์ต เหมือนมีการสื่อสารระหว่างกลุ่มแฟนคลับ และกลุ่มศิลปินให้ได้รับรู้ และรู้สึกที่เราสนับสนุนเขาอยู่ซึ่งศิลปินก็จะตอบกลับมาในคอนเสิร์ตหรือขอบคุณทางโซเชียลมีเดียให้แฟนคลับได้รู้สึกดี ซึ่งแฟนคลับทุกคนก็พร้อมที่จะทำตามการนัดหมายที่ได้มีการนัดหมายกับผู้จัดทำโปสเตอร์ไว้อย่างไม่มีข้อขัดข้องใดๆ ผู้ศึกษาได้ตามสังเกต น้องแพงที่ผู้ศึกษาติดตามไปรวมไปถึงแฟนคลับคนอื่นๆ น้องแพงเป็นเมนดงเฮ ก็ซื้อบัตรหลุมฝั่งซ้าย 1 วัน อีก 1 วันจะดูเป็นบัตรสูงที่สุดซึ่งมีราคาถูกที่สุด เนื่องจากดูตามคอนเสิร์ตของเกาหลี และญี่ปุ่นว่าคิวของดงเฮจะเดินไปทางไหนมากกว่า จึงพบว่าต้องอยู่ด้านซ้าย จะทำให้เห็นชัด เมื่ออยู่ในคอนเสิร์ต ไม่ว่าจะศิลปินจะทำอะไรก็จะมีเสียงสนับสนุนตามกรี๊ดตามเชียร์เสมอ และสามารถจำเนื้อเพลงได้ ทั้งท่อนที่เป็นเพลงจริงๆ การร้องเพลง fanchant การเดินตามจังหวะ ซึ่งหากศิลปินพูดอะไรก็จะมีล่ามแปลให้ฟัง หากเป็นการสื่อสารว่าศิลปินอยากจะทำอะไร แฟนคลับชาว เอลฟ์ก็จะให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี รวมไปถึงการทำโปสเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งเมื่อทำโปสเตอร์เสร็จแล้วศิลปินได้เห็นโปสเตอร์ของแฟนคลับ และพูดประโยคซึ่งๆเป็นประโยคภาษาไทยซึ่งน่าจะเตรียมมา เช่น “ขอบคุณมากครับ” “พวกเรารักแฟนคลับชาวไทยมาก” “อย่าทิ้งกันไปไหน” “แล้วเราจะกลับมาอีกครั้งหนึ่ง” ซึ่งศิลปินก็ร้องให้ น้องแพงก็ร้องให้ และแฟนคลับคนอื่นๆก็ร้องให้



ภาพที่ 4.4 โปรเจค I'm HERE ของแฟนคลับศิลปินวงsuper juniorที่แฟนคลับทำให้สำหรับสมาชิก
ในวงที่จะเข้ากรมเกณฑ์ทหาร



ภาพที่ 4.5 โปรเจค I DO ของแฟนคลับศิลปินวงsuper junior ที่ใช้ในเพลง Marry you

วางแผนและคิดค้นการทำโปรเจกต์โดยกลุ่มผู้ที่เป็นแอดมิน โดยประชาสัมพันธ์ทาง
อินเทอร์เน็ตให้สมาชิกโอนเงินเพื่อจัดทำอุปกรณ์แปรอักษร และรับสมัครอาสาสมัครผู้ช่วย
ดำเนินการขั้นตอนปริ้น ทำแผ่นป้าย จัดเป็นชุด และแจกให้แก่ทุกคนที่มาดูคอนเสิร์ต

จากการศึกษาพบว่า การไปดูคอนเสิร์ตของแฟนคลับนั้น เปรียบเสมือนเป็นการส่ง การบ้านของทั้งศิลปินและตัวแฟนคลับเอง ซึ่งศิลปินก็ต้องเตรียมตัวฝึกซ้อมฝึกฝนเพื่อที่จะมาได้ออก คอนเสิร์ตในแต่ละครั้ง แต่เป็นการฝึกซ้อมอยู่เป็นประจำของตัวศิลปินแล้ว ในขณะที่แฟนคลับเองก็ ต้องฝึกซ้อมฝึกฝนทำการบ้านเกี่ยวกับเพลงที่จะต้องร้อง การร้องfanchant คิวที่ต้องยืน เพลงแบ่งช่วง เต็มช่วงพักการทำโปรเจค การส่งเสียงเชียร์ แต่ละคนซึ่งแฟนคลับก็ต้องศึกษามาเป็นอย่างดี เพื่อที่จะ เข้าไปร่วมคอนเสิร์ตแล้วมีความรู้สึกร่วมที่เป็นไปตามที่นัดกันไว้กับกลุ่มแฟนคลับที่ชอบศิลปินเดียวกัน ทั้งหมด ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มที่มีจุดร่วมจุดเดียวกัน ดังนั้นการทำกิจกรรมในกลุ่มจะสามารถสำเร็จได้ ใหม่ก็ต้องขึ้นอยู่กับสมาชิกในกลุ่มด้วยว่ามีความช่วยเหลือในการโดนเนท มีความสามัคคีในการทำโปร เจคให้ไม่ล้มซึ่งก็จะต้องมีผู้นำกลุ่มซึ่งเป็นผู้ที่จัดกิจกรรมทั้งหมด หรือเป็นผู้ริเริ่มคิดขึ้นมา โดยมีศิลปิน เป็นตัวประกันว่าจะต้องทำให้สำเร็จตามที่นัดกันไว้ เพื่อให้เขาได้ภูมิใจว่ามีคนคอยสนับสนุนอยู่ อย่่างไรก็ตามการรวมกลุ่มในการทำโปรเจคต่างๆก็ยังมีอีกหลายโปรเจคเช่นการทำบุญวันเกิดให้ สมาชิกในวงแต่ละคนการทำ Food support ส่งทั้งที่ศิลปินมาประเทศไทยและส่งไปที่เกาหลี เป็นต้น

2) การจัดกิจกรรม

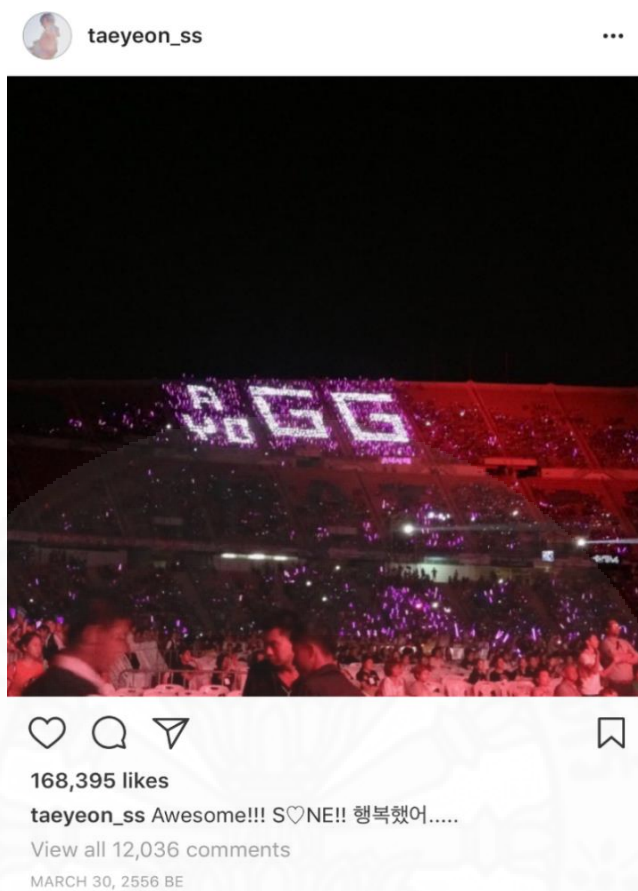
แฟนคลับเกาหลีเป็นผู้ผลิตอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อคอยเป็นผู้สนับสนุนศิลปิน ไปเป็น ผู้ติดตาม ชมคอนเสิร์ต หรือรับ-ส่งศิลปิน เช่น การถือป้ายไฟไปเชียร์ การขึ้นรูปศิลปิน การขึ้นข้อความ การแสดงลักษณะของกลุ่มอย่างชัดเจน การทำโปรเจคในกิจกรรมต่างๆที่กลุ่มแฟนคลับกลุ่มใหญ่สร้าง ขึ้น ซึ่งการผลิตนั้นก็ไม่ได้หมายถึงการผลิตอุปกรณ์เครื่องมือในแง่เดียว การผลิตยังหมายถึงทำให้เกิดมี ขึ้นตามที่ต้องการด้วยอาศัยแรงงาน (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554) ซึ่งเป็นการ ร่วมมือร่วมใจกันเพื่อให้เกิด project ต่างๆขึ้น เพื่อเป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์กลุ่ม เพื่อแสดงออกให้ คนอื่นได้รู้ว่าเราเป็นใคร และเป็นกำลังใจให้ศิลปินเพื่อเป็นจำนวนตอบรับสนับสนุนให้ศิลปินมีกำลังใจ กระทั่งถึงการเป็นกระแสนิยมสนับสนุนให้มีผู้จัดจ้างศิลปินมาจัดงานที่ประเทศไทยอีกครั้ง

การเป็นแฟนคลับเกาหลีนอกจากจะติดตามศิลปินไปยังที่ต่างๆและตามดู คอนเสิร์ตแล้วนั้น ก็มีแฟนคลับบางคนก็ตามดูทุกคอนเสิร์ตของศิลปินที่ชื่นชอบมา การได้รู้ข่าวว่า ศิลปินที่ตนชื่นชอบไม่ว่าจะกึ่งก็ตามมาเปิดการแสดงที่เมืองไทย ถ้าเป็นแฟนคลับของศิลปินวงนั้นใน ลำดับที่ 1 จะต้องเข้าไปดูคอนเสิร์ตศิลปินวงนั้นให้ได้ ถึงจะมีการบ่นว่าบัตรแพงมากขนาดไหนก็เห็น บัตร sold out ขายหมดทันทีที่เปิดขายทุกรอบและทุกคอนเสิร์ต ความเร็วของการจองบัตรให้ทัน หรือไม่ทันขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละคน บางคนก็ไม่สามารถสู้รบกับแฟนคลับด้วยกันนำบัตร มาครอบครองได้ ซึ่งหากเป็นกลุ่มแฟนคลับที่ไม่มีกำลังซื้อก็จะพยายามหาช่องทางที่ให้ได้บัตรฟรีมาที่ ไหนแจกตามไปเล่นเกมชิงบัตรเพื่อให้ได้รับสิทธิ์เหล่านั้นทันที หรือการชมจากไลฟ์ซึ่งแม้ว่าจะมีผู้ ควบคุมความปลอดภัยของลิขสิทธิ์ก็คอยห้ามไม่ให้ถ่ายภาพหรือไม่ให้การนำกล้องที่มีขนาดใหญ่กว่า โทรศัพท์ ก็จะมีผู้ที่สามารถถ่ายทอดออกมา ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ ไฟล์เสียง คลิปวิดีโอ การตั้ง caption

ภาพที่เข้ากับสถานการณ์นั้น จากฮอลล์จัดงานคอนเสิร์ต อีกด้วย ทั้งนี้การทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับแฟนคลับนั้น สีและสัญลักษณ์ประจำของกลุ่มเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้รู้ว่าเราเป็นแฟนคลับของใคร ซึ่งน้องโยผู้เป็นโหวอน กล่าวว่า

ขอบทิฟฟานี่จริงจังมากตั้งแต่อยู่ ม.1 จนถึงตอนนี้ก็ดูคอนเสิร์ตไปแล้วคร่าวๆ ประมาณเกือบ 20 รอบค่ะ มีที่เคยไปดูนับแล้วคือ 1. Sm town bkk 2. Tvqx mirotic bkk 3. M net show king bkk 4. Kmw 3 รอบ 5. Smtown อีกปีนึง 6. Snsd bkk 2 รอบ จริงๆควรจะมี 3 แต่โดนปิดสนามบิน 7. Tiffany weekend 5 รอบ 8. Taeyeon butterfly kiss 9. Taeyeon persona กำลังจะไป อันนี้ไม่รวมเข้าไปดูไลฟ์นะคะ เวลาไปดูคอนเสิร์ตก็จะมีกลุ่มแฟนคลับที่เป็นบ้านของศิลปิน ผู้ที่เป็นแอดมินเพจหลัก ก็จะคิดโปรเจกขึ้นมาว่าจะมีโปรเจกอะไรบ้าง บางทีก็เป็นพวกการร้องเพลง fanchant แต่ก็ต้องนัดกันว่าเป็นเพลงอะไรนัดคิวกันว่า จะต้องทำตรงไหน ร้องท่อนไหน เพลงอะไร (น้องโย, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2560)

ผู้ศึกษาเคยลองเข้าไปสังเกตการณ์ในพื้นที่การแสดงคอนเสิร์ตเกาหลีหลายครั้งพบว่า การทำโปรเจกให้กับศิลปินของบ้านหลักๆ ของกลุ่มศิลปินนั้น จะมีการนัดนัดพบเจอกันทางทวิตเตอร์ก่อน การทำโปรเจกในคอนเสิร์ต MBC ที่จัดที่ราชวังคลากีพาสถานซึ่งเป็นคอนเสิร์ตที่รวมศิลปินเกาหลีหลายสิบวงนั้น ได้มีการวางแผนมาตั้งแต่ก่อนซื้อบัตรเป็นการนัดแนะกันว่าผู้ที่เป็นแฟนคลับ Girls' Generation จะซื้อที่นั่งชั้น 3 ของอัฒจันทร์ ในล๊อคที่ 2-3 จากทางขวามือเมื่อหันหน้าเข้าหาเวทีเท่านั้น ซึ่งแฟนคลับวงอื่นก็ใช้วิธีรู้กันว่าล๊อคนี้ ที่นั่งนี้เป็นของแฟนคลับวงอะไรหากมีการจองที่ซ้อนทับกันก็จะขอแลกหรือขอขายต่อซื้อต่อ เมื่อสามารถกำหนดได้ว่าล๊อคที่นั่งนี้เป็นพื้นที่ของแฟนคลับ Girls' Generation แล้วกลุ่มผู้ที่เป็นแอดมิน ซึ่งมีกำลังซื้อบัตรด้านหน้าที่อยู่บนหน้าเวที ก็จะออกแบบการแปรอักษร ซึ่งก็มีการเตรียมอุปกรณ์ของกลุ่มโดยมีการนัดหมายกันมาทำ โดยให้สมาชิกคนอื่นๆ โยนเงินมาเพื่อจะทำเป็น Project และเกณฑ์ผู้ที่เป็นสมาชิกในกลุ่มให้ขึ้นไปนั่งบนอัฒจันทร์ ในคอนเสิร์ตครั้งนั้นการแปรอักษรเขียนว่า A-YO-GG ซึ่งเป็นประโยคเริ่มต้นของเพลง I got a boy ซึ่งเป็นเพลงที่ใช้โปรโมทในอัลบั้มนั้น โดยใช้แท่งไฟสีชมพูซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของวง ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าวง Girls' Generation เป็นวงชื่อดังจะทำการแสดงในช่วงค่ำอยู่แล้วเมื่อถึงเวลาคอนเสิร์ตก็จะมีแท่งไฟหลักสีดำสัญลักษณ์ของวงนั้นๆ แต่เมื่อมองไปอัฒจันทร์แล้วจะเห็น 2 ล๊อคที่มีดสนิทและมีการแปรอักษรสีชมพูที่โดดเด่นมาก การแปรอักษรครั้งนี้แทยอนหัวหน้าวง Girls' Generation ก็ได้ถ่ายรูปลง Instagram ขอบคุนแฟนคลับชาวไทยถือเป็นความภูมิใจ ดีใจ และความรู้สึกฟิน ให้กับกลุ่มโหวอน (ชื่อกลุ่มแฟนคลับของศิลปิน Girls' Generation) ของไทยอีกด้วย



ภาพที่ 4.6 ศิลปินวงเกิลเจเนอเรชั่นอัปเดตโปรเจกต์จากแฟนคลับชาวไทยลงใน Instagram



ภาพที่ 4.7 แฟนไฟสีชมพูในรายการ Music Bang ของเกาหลีใต้ แสดงให้เห็นว่าเป็นแฟนคลับของศิลปินวง Girl's Generation

การทำโปรเจกต์ในแต่ละอย่างนั้นจะมีการนัดแนะกันก่อนทางโซเชียลมีเดีย บางทีเป็น project การเปลี่ยนรูปโปรไฟล์เพื่อสนับสนุนเหตุการณ์บางอย่าง หรือการใช้ hashtag # เพื่อสนับสนุนศิลปินนั้นๆซึ่งจะเห็นได้ว่าการใช้แฮชแท็กของแฟนคลับเกาหลีในไทยนั้นจะติดเทรนประเทศไทยในทวิตเตอร์ทุกวันและตลอดเวลาไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นซึ่งเป็นเครื่องการันตีว่ากลุ่มคนที่เล่นทวิตเตอร์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มแฟนคลับเกาหลี อีกทั้งการรับบริจาคต่างๆการทำโดเนทของบ้านใหญ่ของกลุ่มศิลปินนั้นๆในการทำโปรเจกต์ต่างๆ การรวมกลุ่มเพื่อทำการกุศลให้ศิลปินเกาหลีก็เช่นกัน อย่างเช่น การรวมกลุ่มของแฟนคลับศิลปินวงsuper junior ที่รวมกลุ่มกันทำกิจกรรมให้ศิลปินในวันเกิด ซึ่งจะมีกิจกรรมต่างๆ ที่ทางบ้านเป็นคนคิดขึ้นมา เช่น การทำบุญร่วมสมทบทุนวันเกิดทงเฮ สมาชิกในวงsuper junior ในโครงการเปลี่ยนลิ้นหัวใจ เอออดิก โดยไม่ต้องผ่าตัด ศูนย์โรคหัวใจ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ในนาม Lee Donghae Super Junior ซึ่งมีแอดมินเพจหลักของทงเฮ 4 เพจ เป็นแม่งาน และหากใครร่วมสมทบทุนก็สามารถโอนเงินหรือนำมาให้เองก็ได้ในวันที่ไปบริจาคพร้อมกัน ซึ่งหากใครไม่ได้ไป ก็อาจจะยังไม่ใช่สมาชิกกลุ่มผู้นำเพจ

ความคิดริเริ่มอีกหนึ่งลักษณะที่เป็นจุดเด่นของแฟนคลับเกาหลี คือสามารถร้องเพลงภาษาเกาหลีและร้องเพลงในท่อน fanchant ซึ่งคือการร้องเพลงท่อนหนึ่งๆที่ไม่ได้ร้องตามเนื้อร้องของศิลปิน แต่เป็นการต้องตามท่อนที่แฟนคลับแต่งขึ้นมาเองได้ ซึ่งเป็นการร้องเพื่อสนับสนุนให้คนรู้ว่าศิลปินวงนี้มีแฟนคลับเยอะ แล้วมีคนสนับสนุนเยอะ หรือการมาเพื่อเชียร์วงนี้ตามท่อนที่นอกเหนือจากท่อนร้องในช่วงของดนตรี ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นชื่อเพลง ชื่อวง หรือชื่อสมาชิกในวง หรือเป็นท่อนหนึ่งของเพลง ให้ร้องซ้ำ เช่น ในท่อนแรกของเพลง run devil run ของเกิลเจนนอเรชั่น กลุ่มโซวอนก็จะตะโกนตามจังหวะว่า (โซนยอซีแด Run Devil Run) ซึ่งเป็นชื่อวงในภาษาเกาหลี และเป็นชื่อเพลงที่ร้อง (<https://www.siamzone.com/board/view.php?sid=1466165> ออนไลน์ เข้าถึงเมื่อ 15 เมษายน 2560) หรือในเพลง wolf ที่ EXO-L จะร้องในช่วงต้นเพลง และกลางเพลงเป็นชื่อของสมาชิกในวง 12 คน “หลังจากวินาทีที่14 (ตอนที่เสียงดนตรีเปลี่ยน)[ซูโฮ.แบคยอน.ชานยอล.ดีโอ.คาอี.เซฮุน.We're EXO]” และท่อนตรงกลางที่เปลี่ยนกลุ่มเต้น “[คือ-รี-ลี.ซี-อู-มิน.ลู-ฮัน.เล-อี.ฉิน.ทา-โอ.Were EXO]” ซึ่งเป็นชื่อสมาชิกในวง ([https://www.เฟซบุ๊ก\(facebook\).com/notes/EXO-EXOtic-thailand/](https://www.เฟซบุ๊ก(facebook).com/notes/EXO-EXOtic-thailand/) ออนไลน์ 15 เมษายน 2560) ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับแฟนคลับของแต่ละประเทศว่าจะนัดกันร้องท่อนไหน แต่แฟนคลับทุกประเทศก็จะรู้กันว่ามีท่อนร้องแบบนี้ก็จะท่องก่อนไปคอนเสิร์ต การร้องเพลงท่อนอังกอร์มีที่มาดังนี้

สมัยแรกๆ (น่าจะทั่วโลก ไม่เฉพาะเอเชีย ญี่ปุ่น เกาหลี) คงตะโกนเพื่อให้กำลังใจนักร้องเฉยๆ แบบกรี๊ดธรรมดา ก็มักจะตะโกนเรียกชื่อนักร้องกันอยู่แล้ว หากวงไหนแฟนคลับเริ่มมากขึ้น การกรี๊ดหรือการออกเสียงเริ่มไม่ค่อยเป็นระเบียบ

จนบางที่แย่งกันตะโกนเสียงดังมากโดยไม่ดูจังหวะ จนกลบเสียงร้องเพลงเกือบหมดเลย กลายเป็นอดฟังกันหมด บางทีตะโกนกันคนละชื่อ นักร้องเลยไม่ได้ยินก็เลยมีการจัดระเบียบกันขึ้น ร้องเป็นจังหวะๆ ให้พร้อมเพรียงกัน ผสมกับวัฒนธรรมในการร้องเพลงเชียร์กีฬา ค่อยๆกลายเป็นวัฒนธรรมเชียร์ด้วยโค้ดที่ซุ่มหรือนัดแนะกันมาก่อน จนต่อมานิยมทำแบบนี้กันทั่วไป ไม่รู้ที่ไหนเริ่มก่อน แต่อย่างที่ญี่ปุ่นก็จะมีกัณฑ์แนะนำกันบางที่ สำหรับบางเพลงของนักร้องบางคน มันเริ่มจากมีคนตะโกนแค่กลุ่มเล็กๆ กลุ่มเดียวในคอนเสิร์ต แต่แฟนๆ คนอื่นได้ยินแล้วรู้สึกว่ามันเข้าท่าดี เลยตะโกนเหมือนกันบ้างในการแสดงคอนเสิร์ตรอบต่อไป (ที่ญี่ปุ่นนิยมจัดทัวร์คอนเสิร์ต แสดงหลายรอบ) นานเข้ากลุ่มคนที่ไปดูคอนเสิร์ตของนักร้องคนนั้นบ่อยๆ ก็ "รู้กัน" ว่าจะยกมือตอนไหน กระโดดตอนไหน เรียกชื่อตอนไหน ร้องยั่วว่าอะไรตอนไหน เกิดความพร้อมเพรียง เท่ไปเลยคะ(ในสายตาแฟนคลับด้วยกัน) โค้ดเชียร์บางเพลงที่มีวรรคที่ตะโกนตอบ / กระโดดพร้อมกัน / ยกมือพร้อมกัน / ทำท่าบางท่าพร้อมกัน นี่บางครั้งก็เริ่มจากที่นักร้องวงนั้น "ขอเสียง" หรือทำท่าบอกใบ้หรืออาจพูดบอกให้กระโดด บอกให้ยกมือ บอกให้เต้นตาม หลังจากนั้นนักร้องบอกแบบนี้สักครั้งสองครั้งในการโชว์เพลงเดิม แฟนๆ ก็จัดให้ชุดใหญ่เลย คือทำแบบนี้มันทุกครั้งที่เขาขึ้นแสดง จนกลายเป็นโค้ดเชียร์ไป แบบนี้ก็มีเหมือนกันคะ นอกจากนี้ก็ตะโกนเพื่อความสนุกสนาน ให้มีการโต้ตอบกันระหว่างนักร้องกับแฟนๆ ที่ไปเชียร์ ได้แสดงพลังแฟนคลับ และการแสดงสดก็สนุกขึ้นด้วยเพราะแฟนๆ ได้มีส่วนร่วม (รู้จักวิถีตั้งถ้าบ้าเกาหลีจริงต้องแบบนี้! สืบค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2560 จาก <http://www.manager.co.th/Entertainment/viewnews.aspx?NewsID=9570000122764>)

สำหรับการเป็นผู้ผลิตในกลุ่มอัปเดตข้อมูลและแลกเปลี่ยนข่าวสารกันภายในกลุ่ม จะมีกลุ่มคนที่เป็นผู้ดูแลเว็บไซต์ของเพจแฟนคลับเป็นแกนนำของกลุ่มเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้รับรู้ประสบการณ์ของตรงนั้นมาเล่าให้แฟนคลับคนอื่นๆที่ไม่มีโอกาสได้ไปร่วมงานสามารถติดตามฟังผ่านเว็บไซต์ของแฟนคลับ ทั้งนี้ผู้ดูแลเว็บไซต์ของแต่ละกลุ่มแฟนคลับจะมีการอัปเดตกิจกรรมของศิลปินไม่ว่าจะทำอะไรอยู่ที่ไหนก็ตามเป็นการรวบรวมกลุ่มและเป็นการทำให้กลุ่มดำรงคงอยู่อย่างเป็นรูปธรรมมากที่สุด เสมือนเป็นจุดศูนย์กลางของกลุ่มทำให้กลุ่มรู้ว่ายังมีตัวตนอยู่ อยากรู้อะไรก็ตามผู้ที่เป็นแฟนคลับทุกคนก็ต้องคอยหาข้อมูลเอง เพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้อะไรเห็นของตนเอง ว่าศิลปินที่ชื่นชอบทำอะไร ที่ไหน วันนี้อยู่ที่ไหน ไปกับใคร ถ่ายรายการอะไร ใส่ชุดสีอะไร เดินมากับใครบ้างจากการติดตามสื่อ หรือเรียกว่า แฟนคลับนี่ก็เป็นสื่อหนึ่ง ที่มีความไวพอกันหรือไวกว่าการนำเสนอข่าวของสำนักพิมพ์เสียอีก ดังนั้นผู้ที่เป็นแฟนคลับจะต้องเป็นผู้ผลิตข่าวใหม่ การผลิตข่าวที่

ง่ายที่สุดของแฟนคลับเกาหลีคือการ Retweet (รีทวีต) เพื่อกระจายข่าวของศิลปินให้ผู้ที่ติดตามเราสามารถรับรู้ข่าวสารได้ หรือการใช้แฮชแทค (#) เพื่อง่ายต่อการค้นหาข้อมูล โดยนำสื่อที่เป็นรูปภาพข่าวจากต้นทางมาแปล และใส่ความคิดเห็นลงไปเพิ่มเติม หรือการตัดต่อเป็นวิดีโอ การรับรู้ตารางงานหรืออื่นๆ เป็นต้น

4.2.2 การรวมกลุ่มของนิยายแฟนฟิคชั่น (Fiction)

กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ภายใต้ศิลปินที่ชื่นชอบเหมือนกัน มีการจินตนาการร่วมกัน ในลักษณะคู่จิ้น ซึ่งสื่อบอกว่าน่าจะมาจากคำว่าจินตนาการและคำว่า imagine ซึ่งแต่ละศิลปินนั้นจะต้องมีลักษณะที่สนิทสนมกัน หรือเป็นศิลปินที่อยู่ด้วยกันแล้วแฟนคลับรู้สึกว่าคุณนี่มีเคมีเข้ากัน หรือเห็นแล้วรู้สึกน่ารัก ขึ้นชอบความคู่กัน เมื่อศิลปินได้เดินด้วยกัน โอบกั้น หรือเล่นกันนั้นก็สามารถจินตนาการออกมาได้เป็นเรื่องเป็นราว ไม่ว่าจะ เป็น คู่ ชาย-หญิง ชาย-ชาย หญิง-หญิง หรือแม้กระทั่งการจินตนาการ ศิลปินกับตนเอง โดยจะใช้ชื่อศิลปิน 2 คนนั้นมาทำการสมรส หรือสนิทกันด้วยกลุ่มแฟนคลับซึ่งแล้วแต่กลุ่มจะเรียก เช่น ยุนแจ ใช้เรียกคู่ ยุนโฮกับแจจุง หรือ ยูลซิก หมายถึงคู่ยูริกับเจสสิก้า ซึ่งผู้ศึกษาเชื่อว่าศิลปินก็รับรู้และก็แสดงให้เห็นถึงความสนิทสนมนั้นต่อไปเพื่อสร้างฐานและรักษาแฟนคลับกลุ่มนี้ไว้

ผลผลิตของแฟนคลับในกลุ่มกิจกรรมนี้ คือการแต่งนิยาย การทำหน้าปก ออกแบบ ทำรูปเล่ม หรือการอัปเดตนิยายฟิคชั่นในรูปแบบออนไลน์ แฟนคลับจะมีการจินตนาการแต่งเรื่องประหนึ่งนิยายสั้นๆ ตามเว็บไซต์ หรือช่องทางต่างๆ ในการรับสาร ได้แก่ www.dek-d.com www.tunwalai.com ในตัวเลือก “แฟนฟิคเกาหลี” ตามเว็บไซต์ของแต่ละบ้าน กลุ่มย่อยที่เป็นกลุ่มปิดในเฟซบุ๊ก ติดตามทาง ทวิตเตอร์ (twitter) กลุ่มทาง ไลน์ เป็นต้น กลุ่มนี้จะมีกลุ่มย่อย เป็นกลุ่มคู่ วาย คู่จิ้น และแต่งเรื่องตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น ชอบศิลปินคู่นี้ เมื่อศิลปินได้มาอยู่ใกล้กัน ก็จะจินตนาการแต่งเรื่องและเผยแพร่ให้คนอื่น ๆ อ่านตามช่องทางต่างๆ หรือจนกระทั่งการตีพิมพ์เป็นหนังสือออกจำหน่ายเป็นการหารายได้เล็กน้อยสะสมไม่ได้แสงหากำไร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เขียน เช่น การหาเงินเพื่อซื้อบัตรคอนเสิร์ต สัมซึ่งเป็นคนหนึ่งเขียนฟิคชั่น กล่าวถึงขั้นตอนการเข้าไปสู่การเขียนฟิคว่า

ตอนแรกๆเลยเมื่อ 10 ปีที่แล้วก็ยังไม่มีคนเกาหลีเท่านั้นนะ แล้วยิ่งเกิลเจนคนก็ไม่ค่อยรู้จัก บางทีดั่งบางคนยังไม่ชอบเลย เพราะเป็นวงผู้หญิงล้วน ตอนแรกไม่ดังเลยนะ ก็หาอ่านจากไหนไม่ได้ ที่มีอยู่ก็อ่านจนหมดแล้ว ก็เลยต้องนั่งเขียนเอง ส่วนใหญ่ก็เป็นคู่ royal นี่แหละ (คู่หลักของวงมี 4 คู่ คือ แทนี่ ยูลซิก ยุนซอ ซูซัน) แต่ที่ชอบที่สุดก็ยูลซิกกับแทนี่ เพราะเป็นเมนยูริ ที่เขียนไปก็ไม่ได้คิดอะไร ตอนนั้นสนิทกับคนในบอร์ด (เว็บบอร์ด soshifanclub.com) แล้วก็เหมือนแลกกันอ่าน ตอนแรกๆก็ไม่ค่อยมีคนเขียน มี

ให้อ่านไม่เยอะหรือก แต่ลงในเด็กดีนี้แหละ คนก็อ่านไม่เยอะนะ แต่นานๆไปก็เป็นหลักหมื่นวิวเหมือนกัน (สัมภาษณ์, สัมภาษณ์ วันที่ 30 พฤษภาคม 2560)

จะเห็นได้ว่า สัมหนึ่งในกลุ่มผู้เขียนแฟนฟิคชั่น มีการเข้าสู่กลุ่มแบบการแลกเปลี่ยน คือเมื่ออ่านฟิคโดยเฉพาะคู่ที่เราชอบหมดแล้ว ก็เกิดการพูดคุยกัน การแลกเปลี่ยนเขียน-อ่านระหว่างคนในกลุ่มก่อน จึงได้เริ่มเขียนอย่างจริงจัง การอัปเดตในแต่ละตอนหาเป็นตอนยาวๆก็จะแล้วแต่ผู้เขียนเป็นคนกำหนดว่าจะลงเผยแพร่ตอนต่อไปเมื่อไหร่ อย่างไรก็ตามหากเป็นนิยายเรื่องที่สนุก เป็นเรื่องดังของศิลปินดังที่มีผู้ชื่นชอบเยอะ ก็จะมีกลุ่มแฟนคลับด้วยการกดปุ่ม Favorite กับผู้เขียนและนิยายเรื่องนั้น และจำนวนผู้เข้าชมก็จะถูกนำไปเก็บไว้ในสถิติของเว็บไซต์ในแต่ละวันว่านิยายในแต่ละเรื่องมีผู้อ่านเท่าไร และลำดับสูงสุดในจำนวนผู้อ่าน 10 ลำดับคืออะไร ทั้งนี้เอง แฟนคลับศิลปินวง BTS ได้พูดถึงการเข้าสู่วงการอ่านแฟนฟิคของศิลปินที่ตนชื่นชอบว่า

ชอบอ่านฟิคของวง BTS ค่ะ อ่านคู่ของ vga hopega kookmin vmin kookv vkook เรียกว่าทุกคู่เลยดีกว่าค่ะ อ่านเพราะสนุกค่ะ ก็มีแลกเปลี่ยนฟิคเรื่องทีอ่านกันบ้าง เวลาเจอเรื่องทีอ่านเรื่องเดียวกันก็จะคุยกัน วิเคราะห์เนื้อหากันบ้างค่ะแบบว่าตอนหน้าพอจะตายไหม แล้วก็พูดถึงตอนสนุกๆกัน เวลาที่เรื่องไหนสนุกมากๆ ก็จะไปติดตามไรต์เตอร์ในทวิตแล้วติดตามจากแท็กเรื่องค่ะ มีเม้นให้บ้างค่ะ เวลาชอบเรื่องไหนแล้วอยากให้คนเขียน เขียนเรื่องต่อก็เม้นให้กำลังใจบ้าง ตอนนี้หนูเพิ่งเรียนจบค่ะ ถ้าตอนเรียนอยู่ก็เวลาถึงบ้านก็กลับมาอ่าน ส่วนมากจะอ่านช่วง4-5ทุ่มค่ะ เพราะคนเขียนมักอัปเดตตอนช่วงเวลาประมาณนี้ ใช้คำว่าติดได้เลย พอเรียนจบก็ว่าง เข้าไปอ่านฟิคถี่เลย ค่ะ (น้องเอ็ง, สัมภาษณ์ วันที่ 15 เมษายน 2560)

สำหรับการเป็นผู้ผลิตของแฟนคลับเกาหลีนั้น หากเป็นสื่อเนื้อหาเขียนก็จะมีความคิดว่าตนเป็นเจ้าของเรื่องนั้น และมีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็น หากเป็นสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงก็จะคิดว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องและสามารถออกความคิดเห็น จัดกลุ่ม จัดกระบวนท่าได้ กลุ่มแฟนเหล่านี้จะปฏิเสธลำดับชั้นทางวัฒนธรรมที่อยู่เหนือความเรียบง่ายและเหมาะสม และพยายามที่จะตัดชั้นตอนที่เห็นเหตุเป็นผลที่ซับซ้อนโดยปรับให้เป็นไปตามความรู้สึกของตนเพื่อให้เข้ากับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของพวกเขาเหล่านั้น ซึ่งสอดคล้องกันกับแนวคิด Textual Poachers ว่าเป็นกลุ่มแฟนที่รวบรวมเอาความต้นฉบับที่พวกเขาโปรดปรานเอาไว้ด้วยความพยายามที่จะโยงเอาตัวของพวกเขาสู่ตัวแทนของสื่อและนำไปสู่ประสบการณ์ทางสังคมของพวกเขา อย่างไรก็ตามการรวมกลุ่มกระทำกิจกรรมเด่นโคฟเวอร์ แต่งแฟนฟิคชั่น การทำโปรเจกต์ต่างๆ และการอัปเดตข่าวสารของแฟนคลับเกาหลี

แฟนคลับเกาหลีจะยึดเอาเนื้อหาที่พวกเขาชื่นชอบมาตีความ และผลิตสร้างสื่อใหม่ อย่างเช่น การเป็นผู้ผลิตแต่งนิยายแฟนฟิคชั่น ผู้เขียนจะเป็นผู้คิดเรื่องและโครงเรื่องจากเหตุการณ์

สำคัญ ในขณะหนึ่ง (moment) ที่ศิลปินได้แสดงออก หรือจากการที่ศิลปิน 2 คน มีความสนิทสนมกัน จนทำให้มีฐานกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบอยู่จำนวนหนึ่ง จนสามารถบอกได้ว่าคู่นี้เป็นคู่หลักๆของวง ดังนั้นจึงเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของแฟนคลับอย่างหนึ่ง โดยผู้เขียนจะเรียบเรียงเนื้อหาตามเนื้อเรื่องที่ตนเองชื่นชอบ หรือจะเป็นนิยายที่แต่งใหม่ หรืออาจติดตามโครงเรื่องมาจากละครเพื่อแต่งเป็นเรื่องใหม่ โดยมีพระเอกนางเอกตามที่ผู้แต่งเรื่องอยากให้เป็น ซึ่งส่วนมากก็จะเป็นคู่จิ้นที่ผู้เขียนชื่นชอบ มาเป็นพระเอกและนางเอกสามารถเป็นไปได้ทุกเพศตามจินตนาการไม่จำกัดว่าจะต้องเป็น ชาย-หญิงเท่านั้น หรือผู้ชายที่สามารถท้องได้ หรือเป็นเรื่องราวของคนกับสัตว์ชนิดอื่นๆ หรือเป็นเรื่องราวระหว่างศิลปินที่ชื่นชอบกับตนเอง โดยมีการชักชวน โฆษณาให้ผู้ที่เป็นแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินวงเดียวกันมาติดตามอ่าน โดยวิธีการระบุชื่อพระเอก-นางเอกไว้เพื่อให้ค้นหา และมีแฮชแทค (#) เพื่อให้ผู้อ่านหาได้ง่ายมากขึ้น จนทำให้ผู้เขียนหลายคนเป็นคนมีชื่อเสียงอย่างมากในวงการแฟนฟิคชั่นเกาหลี และผู้อ่านก็จะเป็นกลุ่มแฟนคลับของศิลปินนั้นๆด้วย โดยศิลปิน k-pop แต่ละกลุ่มก็จะมีคู่จิ้นที่ดังมาก และดังรองลงมา แล้วแต่ว่าใครจะชอบ อย่างไรก็ตามการแต่งนิยายนี้ก็จะสามารถหารันตีได้ว่าศิลปินวงนี้มีชื่อเสียงโด่งดังจริงๆหรือไม่นั้นจากยอดวิว (view) ของผู้ชมที่ได้เข้ามาอ่าน โดยระบบของเว็บไซต์จะนับเป็นจำนวนครั้งที่อ่าน หรือจำนวนเล่มที่ขายอีกด้วย

นับเป็นคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของแฟนคลับเกาหลีคือ เป็นผู้มีความคิด และจินตนาการในการจับคู่ของคนในวงให้สามารถกลายเป็นคู่รัก ซึ่งสำหรับแฟนคลับเกาหลีเรียกว่าคู่จิ้น (หรือคู่ shipper) จะมีการจินตนาการคิดไปตามที่แฟนคลับเกาหลีอยากให้เป็น เช่น การเดินใกล้กัน การเดินกอดคอกัน หรือแม้แต่การร้องเพลงท่อนต่อกันก็ยังสามารถจินตนาการเป็นเรื่องราวได้ โดยที่แฟนคลับเกาหลีนั้นจะจินตนาการให้เมน (main) ของตัวเองจับคู่กับอีกคนหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นคนในวงหรือนอกวง ซึ่งเป็นได้ทั้ง ชาย-ชาย หญิง-หญิง หรือชาย-หญิง แล้วแต่ว่าเราจะมีจินตนาการได้มากขนาดไหน และมีกระบวนการเล่าเรื่องราวโดยกลุ่มแฟนคลับถ่ายทอดกันออกมาอีกที ซึ่งหากมีโมเมนต์ (การแสดงออกของศิลปินเกาหลีในขณะหนึ่ง) ที่ถูกใจแฟนคลับ ซึ่งผู้ศึกษาคาดว่าเป็นการ service แฟนคลับอีกช่องทางหนึ่งของศิลปินเกาหลี แฟนคลับเกาหลีก็จะดีใจ ฟิน สร้างเป็น hashtag # ในทวิตเตอร์อัปเดตและสามารถแต่งเรื่องต่างๆได้เป็นเรื่องเป็นราวหรือเป็นบทละคร ซึ่งแฟนบางคนก็นำเหตุการณ์นั้นหรือเอาคู่นั้นมาแต่งนิยายแฟนฟิค (fan-fiction) ซึ่งผู้เขียนจะอธิบายโดยละเอียดในตอนต่อไป ทั้งนี้ผู้ศึกษาสังเกตว่าคู่จิ้นที่มีกระแสของแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยที่ดังที่สุด คือคู่จิ้นในวง EXO ซึ่งผู้เขียนแฟนฟิคในเว็บเด็กดีก็จะมียอดผู้อ่านและผู้คอมเมนต์เป็นลำดับต้นๆของทุกวัน กลุ่มผู้ทำหน้าที่อัปเดตข่าวสารที่เป็นบ้านหลักของศิลปินจึงได้ร่วมกันจัดกิจกรรมแฟนมิตติ้งของคู่จิ้นคือจะมีเฉพาะแฟนคลับของคู่จิ้นนี้มาในงาน ซึ่งจะมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปินคู่นี้เท่านั้น เช่น # มิตชานแบค เป็นคู่จิ้นของวง EXO ชื่อชานยอลกับแบคยอล ซึ่งแฟนคลับก็จะเอาชื่อมาผสมกัน การจัดงานแฟนมิตติ้งนี้จะมีเฉพาะผู้ที่เป็แฟนคลับของศิลปินคู่นี้มาเท่านั้น จากการประชาสัมพันธ์ของ

แฟนเพจหลัก ซึ่งผู้ที่จะสามารถเข้าไปงานกลุ่มแฟนมีตติ้งได้คือผู้ที่รู้ข่าวก่อนและกดบัตรทัน อย่างไรก็ตามก็จะมีเครือข่ายที่ทำให้รู้ว่าต้องจองบัตรวันไหนและก็จะสามารถกดซื้อบัตรได้ทัน หรือเป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มแอดมินเพจจึงได้เข้าร่วมงาน เป็นต้น

การรวมกลุ่มเพื่อการแตงนียายนั้นมีการรวมกลุ่มกันมากที่สุดในเว็บไซต์ Dek-d.com เป็นกลุ่มขนาดใหญ่สำหรับผู้เขียนและผู้อ่าน โดยผู้เขียนนั้นจะต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ และผู้อ่านไม่จำเป็นต้องเป็นสมาชิกก็ได้แต่ถ้าหากต้องการจะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่ตนเองอ่านจะต้องเข้าไปลงทะเบียนในเว็บไซต์ ซึ่งผู้เขียนจะคิดเรื่องและโครงเรื่องเพื่อโฆษณาชักชวนให้ผู้ที่ เป็นแฟนคลับมาติดตามอ่าน โดยจะระบุชื่อพระเอก-นางเอกไว้เพื่อให้ค้นหา ผู้เขียนหลายคนเป็นคนมีชื่อเสียงอย่างมากในวงการฟิคชั่นซึ่งผู้อ่านก็จะเป็นแฟนคลับของศิลปินนั้นๆ โดยศิลปิน k-pop แต่ละกลุ่มก็จะมีคู่จิ้นที่แฟนคลับเรียกว่า คู่ที่เป็น royal ก็จะเป็นคู่ที่แฟนคลับคิดว่าเหมาะสมที่สุดแล้วและมี แฟนคลับจำนวนมากที่เห็นด้วย หรือแล้วแต่ว่าใครจะชอบคู่อื่นๆที่แตกต่างออกไปจากนี้จำนวนผู้อ่าน ก็จะลดหลั่นกันลงไป ซึ่งผู้เขียนก็จะขึ้นเป็น branner ของคู่ที่เขียนขึ้นมาและมีแฮชแทค (#) เพื่อให้ ผู้อ่านหาได้ง่าย เนื้อหาจะเป็นนิยายที่แตงกันเองหรืออาจติดตามโครงเรื่องมาจากละครเพื่อแตงเป็น เรื่องใหม่โดยมีพระเอกนางเอกตามที่ผู้แตงเรื่องอยากให้เป็น ทั้งนี้พระเอกและนางเอกสามารถเป็นไป ได้ทุกเพศตามจินตนาการไม่จำกัดว่าจะต้องเป็น ชาย-หญิงเท่านั้น หรือผู้ชายสามารถท้องได้ หรือเป็น เรื่องระหว่างคนกันสัตว์ชนิดอื่นๆ เป็นต้น นอกจากการที่ผู้เขียนจะได้เขียนเรื่องในคู่ที่ชื่นชอบและ ตอบสนองความต้องการของตนเองแล้ว นักเขียนบางคนมีชื่อเสียงและมีแฟนคลับติดตามอ่านเรื่อง มากกว่าแสนครั้ง และขอให้มีการรวมเล่มเพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึกให้ได้อ่านในครั้งต่อไป และในบางฉาก ที่มีการล่อแหลมต่อการโดนเว็บกีดกันไม่ให้ลงเนื้อหาที่จะนำมาลงเป็นรวมเล่มเพื่อขายต่อไป

การรวมเล่มเพื่อขายของผู้เขียนแฟนฟิคชั่นนั้น สัมบอกว่า “ถ้าจะเย็บเล่มขายก็ต้องมี ทุน แต่เราไม่มีทุนก็ไม่เย็บ อ่านฟรีกันไปเถอะ” (สัม, สัมภาษณ์ วันที่ 30 พฤษภาคม 2560) ซึ่งสำหรับ ผู้เขียนบางคนมีแฟนคลับเยอะก็จะมีมาให้ทุนสำหรับการตีพิมพ์ของผู้เขียน หรือที่เห็นหลักๆเลยคือ การให้ผู้อ่านมา pre-order นิยายของตัวเอง แล้วค่อยไปสั่งร้านปรินท์หรือร้านพิมพ์ว่าจะเอาทั้งหมดกี่ เล่ม ซึ่งผู้เขียนจะได้กำไรมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้อ่านที่สั่งพิมพ์ อย่างไรก็ตามนอกจากวิธีการ สั่งปรินท์แล้วนั้นก็ยังมีปิดกั้นช่องทางในตอนสำคัญเพื่อไม่ให้อ่าน แต่ว่าเป็นการขายตอนในรูปแบบ e-book อีกด้วย

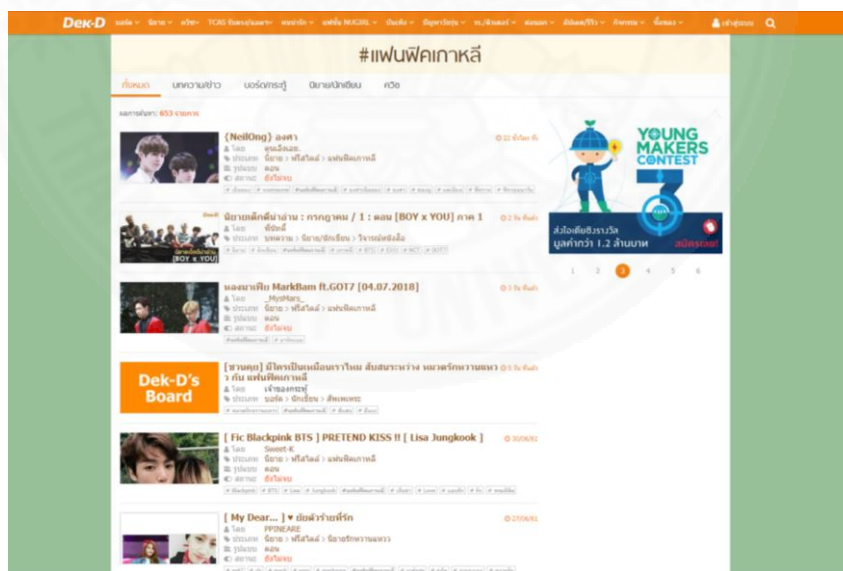
อย่างไรก็ตามการเขียนแฟนฟิคชั่นนอกจากการมีผู้อ่านที่ติดตามอ่านอยู่เป็นประจำแล้ว หากใครอยากสะสมผู้เขียนบางคนก็เป็นผู้ขายแบบ print out ออกมาเย็บเล่มให้กับกลุ่มแฟนผู้อ่าน ฟิคชั่นได้สะสมอีกเช่นกัน โดยการสั่งเป็นแบบพรีออเดอร์ในเว็บไซต์ การสั่งกับผู้เขียนโดยตรงใน ไลน์ หรือการซื้อฟิคชั่นในงานตลาดฟิค ซึ่งจากประสบการณ์ที่ผู้ศึกษาได้ศึกษาการจัดงาน Fiction Market ในปีที่ผ่านมาพบว่า การจองบูธสำหรับการขาย Fiction ในงานจะเต็มตั้งแต่ 15 นาทีทันทีที่

เปิดจองซึ่งก็จะเป็นการกระตุ้นได้ว่ามีผู้สนใจในการถ่ายฟิคชั่นและอาจจะเป็นตลาดเดียวที่จะสามารถรวมกลุ่มผู้ขายฟิคชั่นได้มากที่สุดจากประสบการณ์ของงานครั้งก่อนก็จะมีผู้อ่าน-ชื่อ Fiction มาในงานค่อนข้างมากจนกระทั่งบัตรเต็ม ถือเป็นงานแฟนฟิคชั่นมีตติ้งเล็กๆ ที่ให้ผู้อ่านและผู้ขายได้พบปะกัน ซึ่งผู้จัดจะขายบัตรหน้างานให้ผู้สนใจเข้าร่วมงานมางานในราคา 70 บาท ซึ่งบัตรก็เปลี่ยนเป็นลายต่างๆ ที่เป็นศิลปินที่เป็นคู่จิ้น ซึ่งในการจัดงานครั้งปัจจุบันไม่ได้ให้ผู้อ่านเลือกลายบัตรเองตามใจชอบได้แล้ว เนื่องจากก็จะมีปัญหาเรื่องบัตรลายไหนหมดก่อนอีก อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนฟิคชั่นในเรื่องดัง และมีผู้ติดตามเยอะๆ ก็จะมีผู้อ่านมาซื้อ และขอลายเซ็น ผู้เขียนบางคนจะนัดหรือเดออร์ก่อนแล้วค่อยมานั่งรับในงานก็ได้

จากการศึกษาการรวมกลุ่มเพื่อแตงนิยายและการอ่านนิยายนั้น โดยเฉพาะแฟนคลับเกาหลีสเป็นกลุ่มที่มีจำนวนหนึ่งซึ่งไม่ได้มากกว่ากลุ่มที่อ่านนิยายประเภทอื่นๆ ในเว็บเด็กดี ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างผู้เขียนกับผู้อ่านอย่างพี่น้องเองบอกว่าหากอยากอ่านต่อเร็วๆ ก็จะต้องมี comment ถึงผู้เขียนซึ่งจะมี comment ไปด้านบวกหรือด้านลบก็ได้ หรือจะมีคอมเม้นท์ถึงผู้เขียนหรือเนื้อเรื่องก็ได้ หรือแม้กระทั่งการคอมเม้นท์ถึงศิลปินและข่าวต่างๆ ก็ได้ อย่างไรก็ตามผู้ศึกษาได้เข้าไปศึกษาความสัมพันธ์ของผู้เขียนกับผู้อ่านนั้นพบว่าหากเป็นนักเขียนชื่อดังที่มีแฟนคลับเยอะก็อาจจะไม่ได้สนใจคอมเม้นท์มากนักกว่าผู้อ่านจะมาเม้นใหม่ จะสนใจแต่ยอดวิวของผู้อ่านว่ามีจำนวนเยอะไหมสามารถติด top 10 ของเว็บประเภทแฟนฟิคเกาหลีสได้หรือไม่ แต่หากผู้เขียนบางคนที่ต้องการกำลังใจก็จะตั้งข้อความไว้ในตัวเกริ่นนำของเรื่องว่า “ช่วยเม้นเพื่อเป็นกำลังใจให้ผู้เขียนด้วยนะคะ” หรือ “ไม่รู้ว่าคุณหรือเปล่าไม่มีคอมเม้นท์เลยอาจจะไม่ได้แตงต่อแล้วนะ” หรืออีกหลายข้อความที่พูดถึงในทำนองว่าหากมีผู้คอมเม้นท์เยอะๆ ก็จะได้แตงตอนต่อไปเรื่อยๆ เหมือนที่สื่อบอกว่าผู้เขียนสมัยนี้จะทำการสอบถามเสียงหรือมีการพรีออเดออร์เพื่อทำการผลิตเย็บเล่มส่งขายต่อไป ทั้งนี้ก็จะมีกลุ่มผู้จัดงานเพื่อขาย fiction โดยเฉพาะของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีส จัดงาน ปีละ 1-2 ครั้ง ให้ผู้แตงและผู้เขียนได้พบกันเหมือนเป็นงานแฟนมีตติ้งเล็กๆ ระหว่างกัน



ภาพที่ 4.8 การขายหนังสือนิยาย ในงาน fiction market



ภาพที่ 4.9 นิยายแฟนฟิคเกาหลี ใน www.dek-d.com

4.2.3 การรวมกลุ่มโคฟเวอร์แดนซ์ (Cover dance)

การเต้น Cover dance ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีนั้น จะมีการรวมกลุ่มกันในเฟสบุคหรือค้นหาผู้ที่เหมาะสมที่จะเข้าร่วมกลุ่มกันในทวิตเตอร์ก่อน โดยหากเป็นเฟสบุคจะมีเพจ dekcover สำหรับการติดตามกิจกรรมงานต่างๆ กลุ่มปิด “รวมตัวเด็กโคฟ” และ “เด็กโคฟไร้สังกัด” ที่จะคอยหาสมาชิกของผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อจะเข้าร่วมวง การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มนั้นก็สามารถหาสมัครเข้ากลุ่มได้ด้วยตนเองทางช่องทางหรือพื้นที่ที่ตนเองต้องการ การรวมกลุ่มนั้นจะมีทั้งการรวมกลุ่มจากเพื่อนที่โรงเรียน หรือการเปิดหาสมาชิกทั่วไปจากการบอกต่อของเพื่อนหรือคอนั้จัก การประกาศหาทางทวิตเตอร์ การประกาศหาทางช่องทางบอร์ดแฟนเพจ โดยจะระบุว่าจะรับสมัครผู้ที่เข้าร่วมกลุ่มเป็นใคร วะอะไร มีสมาชิกที่จะเดินเลียนแบบใคร รวมไปถึงการระบุคุณสมบัติต่างๆของผู้ที่จะเข้าร่วมกลุ่มได้ เช่น ลักษณะ เพศ อายุ สถานที่ที่สะดวกฝึกซ้อม ส่วนสูง น้ำหนัก เป็นต้น ซึ่งจะเริ่มต้นมาจากการชื่นชอบศิลปินวงเดียวกันก่อน เมื่อพูดคุยอื่นๆก็จะทำให้รู้สึกเข้ากันได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ก็ยังมีกรรับสมัครโดยเป็นการบอกต่อกันหรือการบอกในเวปแฟนเพจของศิลปินกลุ่มนั้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วผู้ที่อยู่ในกลุ่ม Cover dance นั้นก็จะมีอายุไม่เกิน 25 ปี เนื่องจากมีเวลาซ้อมอย่างสม่ำเสมอ เป็นผู้หญิงและผู้ชายเท่าๆกัน ซึ่งผู้ที่เข้าร่วมกลุ่มนั้นก็เลือกจากการเดินเป็นสมาชิกเป็นศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบเป็นหลัก และจากสาเหตุอื่นๆ เช่น สถานที่ฝึกซ้อมใกล้ หรืออยู่โรงเรียนเดียวกัน เป็นต้น

ในระยะเวลาที่ผ่านมาการเต้นโคฟเวอร์น่าจะรู้จักกันอย่างกว้างขวางก็จริง แต่ว่าก็ยังคงเป็นเพียงการรู้จักของสมาชิกในวัยเด็ก หรือในวัยกลาง เท่านั้น การฝึกซ้อมการเต้นก็จะเลือกที่สะดวกหรืออยู่กึ่งกลางของสมาชิก หรือเกิดจากความสมัครใจ ในแต่ละวง ซึ่งในบางกลุ่มก็จะจัดลักษณะหรือตำแหน่งตามศิลปิน เช่น ตำแหน่งหัวหน้าวงและรองหัวหน้าวง หรือบางครั้งคนที่เป็หัวหน้าวงก็อาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามคนที่เต้นเก่งที่สุดในกลุ่ม หรือผู้ที่เป็หัวหน้ากลุ่มก็ได้ การคัดเลือกสมาชิกนั้นก็ไม่ได้มีขั้นตอนในการคัดเลือกที่ยากลำบาก แต่ก็คัดเลือกจากความชื่นชอบ ความรับผิดชอบ และความตั้งใจ โดยให้สมาชิกคนที่เข้ามาก่อนแล้วเป็นผู้ตัดสินใจ โดยทำเดินในแต่ละวงก็จะมีหัวหน้าทีม หรือหัวหน้ากลุ่มเป็นผู้แกะท่า หรือคัดลอกท่าบางส่วน หรือไม่ก็หาจากการสอนเดินใน youtube ซึ่งมีคนสอนเดินเป็นคนในกลุ่ม เลียนแบบท่าเดินที่เหมือนต้นฉบับที่สุด และการออกแบบชุดที่มีความคล้ายและมีความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด โดยน้องแฉี่ให้ความคิดเห็นว่

การเต้นโคฟเวอร์มันไม่น่ากลัวอย่างที่คิด ทั้งแบบเต้นแค่ในคณะรวมถึงเต้นแข่งในงานต่างๆด้วย แต่ตอนนี้เลิกแล้วเพราะเริ่มเขาสู่วัยทำงาน

1. ส่วนมากรซ้อมเต้นก็หนักช่วงที่เริ่มหัดเพลงนั้นใหม่ๆ กับแค่ช่วงก่อนไปแข่งแค่นั้นแหละคะ ก็จะต้องซ้อมเกือบทุกวัน หากไม่มีการแข่งขันก็อาจจะมึนตึ๊งบ้างวัน

เสาร์อาทิตย์ แต่ไม่น่าจะกระทบกับการเรียนแน่นอนเพราะถ้าช่วงสอบก็ต่างคนต่างแยกย้ายไปอ่านหนังสือ จะไม่มีการนัดซ้อมหุ่อกคะ

2. ที่มีผู้บอกว่า หากไม่ไปซ้อมตามนัด คนในวงก็จะประจาน อันนั้นคือจะบอกก่อนว่า มีหลายครั้งมากที่มีคนมาสมัครเข้าร่วมกลุ่ม แต่ไม่มีความรับผิดชอบ ชอบโดดซ้อมไม่สนใจ ไม่จริงจังจนเดินไม่ทันเพื่อน จนทำให้เสียเวลา (สมัยนี้วงโคฟเวอร์จะจริงจังกับการเต้นมาก เพราะต้องเอาไปแข่ง การแข่งขันค่อนข้างสูง ต้องการความพร้อมเพียงและความรับผิดชอบของลูกทีม) เพราะฉะนั้นใครจะมาสมัครเล่นๆไม่ได้ เหมือนว่าเป็นทีมเดียวกันแล้วควรรักษากฎอะไรประมาณนี้

3. เข้าร่วมกลุ่มแล้วไม่เสียค่าใช้จ่ายใดเลย เพราะมันไม่เหมือนกับการไปสมัครเรียนเต้นเป็นคอร์ส วงโคฟเวอร์ส่วนใหญ่จะมาจากการรวมกลุ่มกันของคนที่มีใจรักในการเต้น จึงไม่มีค่าสอนเต้นหรืออะไร จะเสียก็แค่เวลา และค่าชุดในการลงแข่ง บางครั้งอาจจะต้องเช่าห้องซ้อมเต้นอันนี้ก็อีกเรื่องนึง

4. การนัดซ้อมเต้นที่วอเตอร์เกต เป็นที่ซ้อมเต้นของพวกโคฟเวอร์อยู่แล้วคะ คือจะฟรี มีแอร์ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ง่ายต่อการนัดซ้อมเพราะอยู่ในกทม.

ถ้าหากเข้าไปเป็นสมาชิกใหม่ก็จะต้องมีการปรับตัว เพราะต้องคุ้นชินกับเพื่อนในวง ต้องเดินตามให้ทัน โลင်းเต้นต้องเหมือนกันกับเพื่อนๆในกลุ่ม แรกๆอาจจะกดดัน แต่หลังๆอาจจะมีความสุข เพราะคนเต้นโคฟเวอร์ส่วนใหญ่นิสัยดี มีน้ำใจ แต่ต้องให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ค่อยๆห่างๆ เวลาออกนอกกลุ่มนอกรทางจะได้เข้าไปให้คำปรึกษาทัน (น้องแอ้, สัมภาษณ์ 23 พฤษภาคม 2560)

จากมุมมองที่หลายๆคนมองว่า การเต้น Cover Dance เป็นเพียงแค่การเต้นเลียนแบบศิลปิน แต่ในความเป็นจริงแล้ว มันคือการแสดงออกถึงตัวตนของผู้เต้นในรูปแบบหนึ่ง ในการประกวดเต้น Cover Dance ไม่เพียงแต่ท่าเต้นที่ต้องเต้นให้เหมือนศิลปินเท่านั้น แต่ไม่ว่าจะเป็น “การแต่งกาย” “สีหน้า” “อารมณ์” และ “คาแรกเตอร์” ก็ต้องให้เหมือนด้วย ซึ่งแน่นอนว่ามันไม่ใช่เรื่องที่จะทำได้ง่ายๆ หากไม่มีความมุ่งมั่น ความทุ่มเท ความตั้งใจจริงๆ และอยากจะสนับสนุนศิลปินที่รักจริงๆ ซึ่งต้องเกิดขึ้นมาจากความชอบและความรัก อย่างเช่น น้องเอ็ง ที่ชื่นชอบเจสสิกา จึงโคฟเวอร์เป็นเจสสิกา ได้กล่าวถึงวงที่ตัวเองอยู่ว่า

แต่นวงเกิลเจนคะ อยู่วง Girls9 เต้นเป็นเจสสิกา เต้นมา 6 ปีแล้ว ตอนนี้อยู่วงเดียวคะ ก็เป็นวงที่ชอบศิลปินเกิลเจนเหมือนกัน บางคนชอบที่ตัวศิลปินเลย บางคนก็ชอบเพราะเพลง รู้จักกันทางเพจรวมตัวเด็กโคฟในเฟสก็จะโพสต์หาคนเข้าวงกันคะ มีซ้อมที่วอเตอร์เกตตรงประตูน้ำ แล้วก็เข้าห้องซ้อมมีเต้นประกวดหลายงานคะ แต่งานพาราเดียมนงานนี้ไม่ได้ลงแข่งคะ แต่เพื่อนๆก็ลงกันเยอะ...

...ในวงมี 9 คนค่ะ ในวงไม่ได้เรียนด้วยกัน มาจากตจว.บ้าง มหาลัยอื่นๆบ้าง อายุคละกันค่ะ ซ้อมไม่บ่อยเลยคะ แทบจะไม่มีเวลาซ้อมกันด้วย เพราะส่วนมากก็เรียนจบกันหมดแล้ว ปีนี้ก็เด่นผลงาน 2-3 งาน ก็ประกวดเอาประสบการณ์คะ มีไปโชว์บ้างนิดหน่อย ส่วนมากวงการโคฟจะซ้อมใครซ้อมมันไม่ได้คะ เพราะไลน์เด่นจะไม่เหมือนกัน ยิ่งคนเยอะยิ่งมีปัญหาคะ โดยเฉพาะเวลาซ้อมเด่น การปรับไลน์ ก็จะมีทะเลาะหรือไม่โอเคกันบ้าง ถ้าเป็นวงหนูคือจะไม่ไปเด่นวงอื่นคะ แต่ถ้าจะเด่นวงอื่นก็จะมาบอกกันก่อน จะได้ไม่มีปัญหากัน เพราะกลัวเวลาซ้อมเด่นหรือผลงานมันจะชนกัน (น้องเอ็ง, สัมภาษณ์ วันที่ 15 เมษายน 2560)

การเต้น Cover Dance นั้น มีส่วนช่วยสนับสนุนให้บรรดาเยาวชน ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมความสามัคคีที่จะเกิดในทีม มิตรภาพ ที่เกิดขึ้นจากความตั้งใจ ความทุ่มเท ในการฝึกซ้อม ตลอดจนผลงานต่างๆ เป็นสิ่งที่จะได้รับ นอกจากนี้การเต้น Cover ยังเป็นเสมือนจุดเริ่มต้น สำหรับเด็กๆบางคน ผู้มีความฝันที่อยากจะเป็นนักเต้นอาชีพประสบการณ์ต่างๆ จากการเต้น Cover จะเป็นพื้นฐานที่จะช่วยต่อเติมความฝันต่อไปในอนาคต

อย่างไรก็ตามทางเข้าร่วมกลุ่มการเต้นโคฟเวอร์แดนซ์นั้นก็อาจจะไม่ได้เป็นเพียงความสมัครใจและความชื่นชอบของแฟนคลับที่มีต่อกลุ่มอย่างเดียวน แต่เป็นการรักษาให้กลุ่มดำรงอยู่เหมือนดังเช่นน้องโยและน้องแพม ที่บอกว่า

โยเคยเด่นคะเมื่อประมาณ 5 ปีที่แล้ว ร่วมกันกับเพื่อนที่โรงเรียน แล้วก็เด่นจนเอาเพื่อนที่โรงเรียนเลิกเต้น ก็มีหาเพื่อนสมาชิกใหม่จากอินเทอร์เน็ตบ้างให้มาแทนในตำแหน่งนั้น โยก็ย้ายไปหลายวงด้วย ไปวงอื่นบ้าง ไปวงไหนก็ได้ที่เป็นเกิร์ลเจน ถ้าตำแหน่งทีฟฟานี่ไม่ว่างก็เป็น Taeyeon ก็ได้ไม่ซีเรียส (น้องโย, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2560)

ที่วงเป็นเด็กชลบุรีกันทั้งหมด รู้จักกันเพราะว่าอยู่โรงเรียนเดียวกันด้วย แล้วก็รู้จักกันผ่านทางอินเทอร์เน็ตชวนกันมาเต้นเป็นวงเดียวกัน ก็ซ้อมที่ชลบุรีถ้ามีงานประกวดอย่างวันนี้ ก็จะมาเต้นที่ประกวดตอนนี้ Cover เป็น A Pink แต่บางทีก็มีย้ายวงบ้าง เพราะว่าชอบวงผู้หญิงหลายวงมีวงเกิลเจน แล้วก็เอฟเอ็กซ์ (น้องแพม สัมภาษณ์ 20 พฤษภาคม 2560)



ภาพที่ 4.10 วง cover dance ที่แสดงในงาน fiction market ซึ่งนอกจากท่าเต้นและการแต่งกาย จะต้องเหมือนศิลปินแล้ว ตำแหน่ง ท่าทาง หรือแม้กระทั่งทรงผม ก็ยังต้องเหมือนด้วย



ภาพที่ 4.11 การประกวด Cover dance ที่จัดแทบจะทุกเดือน ที่ห้องสรรพสินค้า พาราเดียม ประตูน้ำ

จากการศึกษาพบว่า การรวมกลุ่มของผู้ที่เดินโคฟเวอร์นั้นจะเป็นการรวมกลุ่มของคนที่ชอบใน ศิลปนิพนธ์เดียวกันก่อน จากนั้นจะมีการพูดคุยกันผ่านทางเฟสบุ๊ค รวมตัวคนเดิน หรือ เด็กโคฟไว้สังกัด เพื่อหาสมาชิกของวงให้ครบ จากนั้นจึงนัดรวมตัวกันเพื่อไปฝึกซ้อมในสถานที่ที่แล้วแต่วงนั้นจะตกลง กันไว้ว่าจะเป็นที่ไหน ผู้ศึกษาได้ไปสังเกตการฝึกซ้อมของกลุ่มที่เดินโคฟเวอร์ ทั้งที่วอเตอร์เกจ พาวิล เลียม และแพชั่นไอส์แลนด์ พบว่า ผู้ที่มาฝึกซ้อมจะมาฝึกซ้อมจะฝึกซ้อมในเวลาเลิกเรียน คือในช่วง เย็นของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ หากเป็นวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ก็จะมาตั้งแต่ห้าโมงเปิด ประมาณ 11 โมง จนกระทั่งถึงประมาณ 2 ทุ่ม หรือเวลาที่ห้างใกล้จะปิด ผู้ที่มาซ้อมนั้นจะรวมทีมกันมาเป็นวง มีจำนวน สมาชิกที่แตกต่างกัน รวมไปถึงมีผู้ติดตามของแต่ละคน เช่น เพื่อนที่โรงเรียนหรือแฟนมาด้วยการ ฝึกซ้อมนั้นก็จะเริ่มจากการแกะท่า (ถอดท่าเดินแต่ละท่าในเพลง) หากเราไม่มีคนที่แกะท่าเดินอยู่ก็ให้ แต่ละคนแกะท่าเดินมาจากที่บ้าน หรือมีคนมาฝึกซ้อมให้ ซึ่งเป็นคนที่มีความสามารถในการเดินอยู่ แล้ว อย่างไรก็ตามก็ยังมีผู้ที่ฝึกเดินกับสถาบันการสอนเดินอื่นๆ ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้สังเกตเห็นว่าวงที่ไป ซ้อมในห้างก็จะเป็นวงเดิม อยู่ในมุมเดิมไม่ได้เปลี่ยนมุมไปไหน หรือหากเปลี่ยนมุมก็จะมีการขยับ ออกไปนิดหน่อยไม่ไกลจากที่เดิมของตนเองมากนัก ท่าที่ดีที่สุดของผู้ที่จงที่สำหรับการสอนเดิน ของตัวเองก็คือท่าที่มีกระจกและปลั๊กไฟ ซึ่งที่ห้างแพชั่นไอส์แลนด์นั้นเป็นช่องสำหรับซ้อมเดินอยู่ ด้านหลังร้าน Super sport ซึ่งจะมีกระจกอยู่รอบๆ อยู่แล้วในส่วนของห้างพาวิลเลียมนั้นกลุ่มที่ ฝึกซ้อมจะต้องคอยหาร้านที่มีกระจก (เป็นกระจกประตูหน้าร้านไม่ใช่กระจกเงา) ต้องรู้หลักในการเดิน และการซ้อมเดินเพื่อให้เห็นว่าตัวเองเข้าที่ใหม่ มีการสลับที่ และสามารถเปลี่ยนที่ได้หรือไม่ สื่อการ เดินเป็นไปอย่างพร้อมเพียงกันใหม่ ต้องเดินกันเป็นทีม ไม่สามารถฝึกซ้อมเดินอยู่บ้านคนเดียวได้ ซึ่ง แม้ว่าจะไม่ได้มีกำหนดตายตัวว่าวงนี้จะต้องเดินอยู่ตรงไหนแต่ในกลุ่มผู้ฝึกซ้อมเดิน Cover ในหลายๆ วงก็ทราบว่ตรงนี้เป็นที่ของวงอะไรที่จะต้องมาฝึกซ้อม ก็จะเว้นที่ไว้ให้ หรือหากมีผู้ที่เข้ามาซ้อม ที่ตรงนี้ก็จะต้องถามวงข้างๆก่อนว่า ที่ตรงนี้มีคนฝึกซ้อมไหม หรือว่ายังมีที่ตรงไหนว่างอยู่

ผู้ศึกษาลองเข้าไปพูดคุยกับผู้ที่เดินโคฟเวอร์หลายคนที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างซึ่งไม่ได้ บอกว่าเป็นการสัมภาษณ์เพื่อจะเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาพบว่าผู้ที่เดิน Cover บางส่วนยังมีที่ท่า ระวังว่าผู้ศึกษาอยู่วงไหนมาถามข้อมูลทำไมแล้วอยากจะเดินโคฟเวอร์หรือจะไปแข่งงานนั้นไหม อย่างไรก็ตามเมื่อผู้ศึกษาสังเกตการรวมกลุ่มของผู้เล่นเดิน Cover นั้นผู้เดินก็จะแบ่งเป็นกลุ่มกลุ่มและ อยู่กันเป็นกลุ่มซึ่งบางกลุ่มก็รู้จักกันเป็นการส่วนตัวเช่นการเป็นเพื่อนที่มาจากโรงเรียนเดียวกันหรือ เคยอยู่วงเดียวกันเล่นด้วยกันมาก่อนแต่ก็ยังมีบางส่วนที่ไม่ได้รู้จักกันเลยแต่ก็ยังซ้อมเดินอยู่ด้วยกัน ทั้งนี้ผู้ที่เดินโคฟเวอร์ก็ยังมีระดับขั้นที่ไม่เท่ากันผู้ที่เคยประกวดชนะเลิศจะเป็นวงที่โด่งดังมีชื่อเสียง มากกว่า ทำให้วงโคฟเวอร์อยากเข้าไปทำความรู้จักเพราะรู้สึกว่วงนั้นเป็นรุ่นพี่หรือเป็นครูที่จะมา ช่วยสอนท่าหรือให้คำปรึกษากับวงเราได้หรือวงที่มีผู้ที่หน้าตาดีและมีชื่อเสียงในองค์การอินเตอร์เน็ต เรียกว่าเน็ตไอดอลผู้เดินก็จะรู้จักและมาขอถ่ายรูไปด้วยอยู่บ่อยครั้ง

ในส่วนของการรวมกลุ่มกิจกรรมอื่น ๆ นั้น เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีการผลิตที่ชัดเจน กล่าวคือ ในกลุ่มกิจกรรมอื่นนั้นแฟนคลับจะสามารถผลิตสร้างออกมาโดยมีลักษณะที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่า จากการนำเอาตัวเนื้อหา การแสดง เนื้อเพลง หรือจากศิลปินนั้น มาดัดแปลงซึ่งเกือบจะเป็น การ กิ่งคัดลอกกิ่งตีความใหม่ หรือ กิ่งผลิตใหม่กิ่งผลิตซ้ำ ซึ่งแน่นอนว่าอาจจะมียุบบแบบคล้ายๆกับของเดิม แต่ก็อาจไม่เหมือนกันหมดเลยซะทีเดียว การเป็นผู้ผลิตในกลุ่มเด็คนโคฟเวอร์นั้นจากมุมมองที่หลายๆคนมองว่า การเด็คนโคฟเวอร์ เป็นเพียงแค่การเด็คนคัดลอกเลียนแบบศิลปิน แต่ในความเป็นจริงแล้ว มันคือการแสดงออกถึงตัวตนของผู้เด็คนในรูปแบบหนึ่ง ในการประกวดเด็คนโคฟเวอร์ ไม่เพียงแต่ทำเด็คนที่ต้องเด็คนให้เหมือนศิลปินเท่านั้น แต่ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย สีหน้า อารมณ์และคาแรกเตอร์ ตำแหน่ง ก็ต้องให้เหมือนด้วย ซึ่งแน่นอนว่ามันไม่ใช่เรื่องที่จะทำได้ง่าย ๆ ดังนั้นจึงต้องมีการดัดแปลงทำเด็คนบางทำเพื่อให้เข้ากันกับกลุ่ม การแต่งกายซึ่งอาจจะดูคล้ายกับศิลปินแต่ก็ไม่เหมือนเลยทีเดียวน (น้องเอ็ง, สัมภาษณ์ วันที่ 15 เมษายน 2560)

บรรดาสมาชิกของกลุ่มแฟนเหล่านี้จะแสดงสิทธิ์ของพวกเขาที่จะยึดเอาตัวบทความหรือเนื้อหาที่พวกเขาชอบเท่านั้น นำมาตีความ ประเมินผล สร้าง และผลิต สื่อที่กลายเป็นวัฒนธรรมหลักให้ตนเอง กล่าวคือ ผู้ผลิตที่เป็นแฟนคลับนั้นจะนำตัวเนื้อหาของสื่อที่ได้รับมาตีความและผลิตในลักษณะตามใจฉัน ซึ่งสามารถแยกลักษณะของสมาชิกที่มีความกระตือรือร้นหรือผู้ผลิตในกลุ่มว่าเป็น Poaching หรือการฉกฉวย ความสัมพันธ์ของสมาชิกและผู้ผลิตเป็นการต่อสู้อย่างต่อเนื่องในการที่จะเป็นเจ้าของสื่อเพื่อจะได้อยู่เหนือการตีความหมายของมัน ซึ่งมีลักษณะชั่วครวและฉาบฉวยเนื่องจากเป็นผู้รับสารที่เป็นบุคคลที่มีความโดดเด่นจะเป็นผู้ต่อรองได้เพียงเล็กน้อย ซึ่งในกรณีของแฟนคลับเกาหลีมีกรวมกันเป็นกลุ่มชุมชน จึงมีการกำหนดอัตลักษณ์ของกลุ่มได้มากกว่า

เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้เขียนตัวบทความของสื่อกับผู้อ่านนั้น ผู้เขียนไม่สามารถคุมลักษณะ ความหมายในการอ่านของผู้อ่านได้ทั้งหมด หรือแม้กระทั่งเนื้อหาของสื่อก็ไม่ได้เป็นแบบแผนหรือแบบเดียวกันตามที่ผู้ผลิตกำหนดทิศทางของสื่อทั้งหมด แต่มีการตีความและการทำความเข้าใจต่อบทนั้น หรือต่อสื่อเอง ซึ่งก็ได้ให้อำนาจกับผู้อ่าน หรือผู้ชม อาจจะมามากกว่า de Certeau เพราะอำนาจในการตีความของผู้อ่านและผู้เขียนพิกซัน ผู้ถอดทำเด็คนและใส่อารมณ์เข้าไปในเพลง รวมไปถึงผู้ผลิตสื่อทั้งหลาย ตีความกันคนละแบบกับกลุ่มแฟนซึ่งก็มีอิสระทางการเป็นผู้บริโภคจนกระทั่งกลายเป็นผู้ผลิตเอง และไม่ได้ส่งผลอะไรไปยังตัวบทหรือมีปฏิบัติการทางสังคมอย่างชัดเจน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ากลุ่มแฟนคลับที่เป็นสมาชิกเฉยๆไม่ได้อยู่ใกล้ชิดกับผู้ดูแลกลุ่มแฟนคลับต้องทำตามระเบียบของกลุ่ม เมื่อมีกิจกรรมเกิดขึ้นกลุ่มแฟนคลับก็ต้องทำตามเพื่อให้ได้เข้าร่วมกับกลุ่ม โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงว่าตนเองผู้เป็นแฟนคลับศิลปินวงนี้อาจทำกิจกรรมต่างๆที่ทางเพจจัดให้หรือไม่ ซึ่งบางคนก็ได้เข้าไปช่วยเตรียมอุปกรณ์บ้างเผื่อจะได้เข้าไปในกลุ่มแอดมินเพจ เพื่อมี

สิทธิพิเศษในเรื่องอื่นๆ เช่น การรู้ข่าวสารของศิลปินก่อนตนก็จะได้ทราบด้วย อย่างไรก็ตามยังมีสิทธิพิเศษอื่นๆ เมื่อได้ทำกิจกรรมร่วมกันการให้ความรู้สึกถึงความเป็นพวกเดียวกันแล้วนั้น ยังสามารถเข้าสู่กลุ่มได้อย่างง่าย เหมือนมีตัวเข้าสู่กลุ่ม และรับรู้ที่เราอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

กลุ่มคนที่มาอยู่รวมกันในเขตหรือบริเวณเดียวกันที่แน่นอน มีวิถีการดำเนินชีวิตคล้ายกัน มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันอยู่ภายใต้กฎระเบียบกฎเกณฑ์เดียวกัน มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน พวกเดียวกัน และมีการกระทำบางอย่างที่เชื่อมโยงร่วมกัน ซึ่งชุมชนแฟนคลับเกาหลีหมายถึงการรวมตัวของกลุ่มคนที่นิยมชมชอบศิลปินเกาหลี ที่มีความคลั่งไคล้เหมือนกันทำให้มีความเข้าอกเข้าใจกัน จนสามารถสร้างกลุ่มเพื่อกระทำกิจกรรมร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน และมีการติดต่อสื่อสารกันเพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินต่อไปได้ การรวมกลุ่มของแฟนคลับเกาหลี จึงเป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีเหมือนกัน และมีการทำกิจกรรมที่เป็นสายสัมพันธ์และทำให้ชุมชนแฟนคลับเกาหลีสามารถขับเคลื่อนไปได้ แต่ภายใต้ความความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รู้สึกถึงความเป็นพวกเดียวกัน และมีการกระทำหลายกิจกรรมที่เชื่อมโยงกันนั้น ภายในกลุ่มมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกและสมาชิกอย่างไร และใครเป็นผู้กำหนดอัตลักษณ์ของแฟนคลับด้วยตนเอง

จากผลการศึกษาที่ได้กล่าวมา ในแฟนด้อมหนึ่งๆจะมีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ผู้ศึกษาได้แบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม ได้แก่ การรวมกลุ่มเพื่อทำโปรเจค การรวมกลุ่มแฟนฟิคชั่น และการรวมกลุ่มเพื่อเดินโคฟเวอร์เดินซ์ ในกลุ่มการทำกิจกรรมนี้จะมีศูนย์กลางเป็นศิลปิน แม้ว่าจะไม่ได้พบกับศิลปินตลอดเวลาหรือบ่อยครั้งตามต้องการได้ กล่าวคือเป็นการรวมกลุ่มจากการชื่นชอบศิลปินหนึ่งแล้วได้เข้าร่วมกิจกรรมโดยใช้ศิลปินนั้นเป็นแรงบันดาลใจ เช่น การเข้าร่วมทำโปรเจคของน้องโย ซึ่งมีความชื่นชอบศิลปินหลายวง ก็จะมีบทบาทหน้าที่ต่างๆกันในแต่ละแฟนด้อม โดยจะกำหนดบทบาทจากการเอาศิลปินเป็นหลัก หากเป็นแฟนด้อมของลิซ่า วงแบล็คพิงค์ น้องโยจะเป็นแอดมินของกลุ่ม แต่หากเป็นแฟนด้อมของ red velvet น้องโยจะมีบทบาทเป็นผู้อัปเดตข้อมูล เช่นเดียวกับการรวมกลุ่มในกลุ่มอื่นๆ ซึ่งในแต่ละกลุ่มสมาชิกก็จะมีบทบาทที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของกลุ่มนั้น

อย่างไรก็ตาม การแสดงตัวให้รู้ว่าเราคือแฟนคลับของใครผ่านกิจกรรมของกลุ่มนั้นจะมีอัตลักษณ์ที่สำคัญของศิลปินที่เป็นศูนย์กลางยึดโยงให้มีสัญลักษณ์ร่วมกัน กล่าวคือ ลักษณะประจำวง สีประจำวง สัญลักษณ์ การทำโปรเจคที่อ้างอิงถึงศิลปินนั้น การใช้ชื่อศิลปินเพื่อการแต่งนิยาย การออกแบบชุด การเลียนแบบท่าเต้น นั้น ล้วนเป็นอัตลักษณ์เชิงวัตถุทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ที่แสดงให้เห็นว่า เป็นแฟนคลับของศิลปินคนไหน เป็นต้น

จากที่ได้กล่าวมาแสดงให้เห็นว่า การรวมกลุ่มกิจกรรมในแต่ละกลุ่มกิจกรรมอาจมีลักษณะที่ต่างกันอยู่บ้าง คือ ลักษณะของกิจกรรมสามารถกำหนดโครงสร้างของกลุ่มได้ เช่น การกำหนดปริมาณหรือจำนวนคน และบทบาทหน้าที่ในแต่ละกิจกรรมได้ ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่ทำให้กลุ่มยังคงดำรงและดำเนินอยู่ต่อไปได้ ซึ่งผู้ศึกษาจะสรุปเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1) การเข้าสู่การเป็นสมาชิกของทั้ง 3 กลุ่มกิจกรรม จะต้องมีพื้นฐานมาจากการชื่นชอบศิลปินคนเดียวหรือกลุ่มเดียวกัน ดังเช่น สัมที่เล่าให้ฟังว่า “ถ้าเราอยู่แฟนด้อมไหนเราก็จะอยู่แฟนด้อมนั้นไปตลอด ถ้าชอบคนอื่นอีกเราก็เพิ่มด้อม ในแต่ละด้อมมันก็จะมียูนิตย่อยๆ เป็นแฟนคลับของสมาชิกในวง 1 คน 2 คน 3 คน หรือมีละเอียดยกกว่านั้นแยกกันไป” ซึ่งจะเห็นได้ว่า จำนวนแฟนด้อมของแต่ละคนมีไม่เท่ากัน ทั้งนี้ สมาชิกในแฟนด้อม 1 คนสามารถอยู่ได้หลายแฟนด้อมอย่างไม่เฉพาะเจาะจงและอยู่ได้หลายกิจกรรมตามความสนใจ ซึ่งถ้าหากอยากจะทำกิจกรรมแล้วอาจจะต้องการต่อรองอัตลักษณ์บางอย่างกับกลุ่ม เช่นเดียวกับน้องเอิง ในกลุ่มเต้นโคฟเวอร์ ซึ่งน้องเอิงจะเต้นเจสสิก้าเป็นหลัก ในเพลงช่วงหลังที่ไม่ได้มีเจสสิก้าเต้นเนื่องจากออกจากวงแล้ว น้องเอิงก็อาจจะไม่ได้เต้นเพลงนั้น หรือเปลี่ยนไปเต้นเป็นคนอื่น ซึ่งก็ต้องมีการฝึกซ้อมวางแผนในการรวมทีมใหม่อีกครั้งหนึ่ง ในขณะที่กลุ่มแฟนพิกซ์นั้น จะประกอบไปด้วยผู้เขียนและสมาชิกผู้อ่านเท่านั้น ซึ่งก็ต้องเป็นผู้ที่ชื่นชอบศิลปินคนเดียวหรือคู่เดียวกันไม่สามารถจะเปลี่ยนคู่ของตัวหลักได้หรืออาจจะเปลี่ยนได้ก็ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากทั้งผู้อ่านและผู้เขียน ซึ่งหากผู้เขียนไม่ได้เขียนเรื่องศิลปินที่ผู้อ่านสนใจอยู่นั้น ผู้อ่านก็จะไปหาคู่ที่ชื่นชอบอ่านต่อไป

2) บทบาทของสมาชิกในกลุ่มกิจกรรมที่มีความแตกต่างกัน เป็นส่วนหนึ่งในการทำให้กลุ่มกิจกรรมแต่ละกิจกรรมดำเนินอยู่ต่อไปได้ โดยกลุ่มการจัดโปรเจกต์จะต้องมีแอดมิน ผู้อัพเดท และสมาชิก จะขาดสมาชิกใดไปไม่ได้ เนื่องจากจะทำให้องค์ประกอบของการทำกิจกรรมไม่ครบหรือไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่อไปตามเป้าหมายได้ ถึงแม้ว่าบทบาทของสมาชิกที่เป็นผู้นำกลุ่มจะดูเหมือนว่าเป็นผู้ที่สามารถต่อรองกลุ่มมากที่สุดในกลุ่มมากที่สุด แต่บางครั้งการทำกิจกรรมก็จะต้องประกอบไปด้วยสมาชิกอื่นๆเช่นกัน เปรียบเสมือนการมีกระบวนการง้อ หรือคล้อยตามกันไป ดังเช่นกลุ่มการจัดทำโปรเจกต์จะประกอบไปด้วยผู้ที่เป็นแอดมินกลุ่ม ผู้คิด ริเริ่มโปรเจกต์ว่าจะทำอะไร ซึ่งโปรเจกต์บางอย่างจำเป็นต้องใช้คนจำนวนมาก จึงต้องขอความร่วมมือจากสมาชิกทุกคนทั้งที่ได้ทราบข่าวจากการอัพเดททางสื่อออนไลน์ หรือการประกาศตามหน้างาน เพื่อให้โปรเจกต์นั้นผ่านไปอย่างสำเร็จและมีความสุขด้วยกันทุกฝ่าย เป็นต้น

3) การวางแผน การจัดการของกลุ่ม ซึ่งมีทั้งการติดต่อสื่อสารกันทางพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์ โดยจะมีการนัดแนะ การลงมือทำ การระดมทุน ต่างๆ ซึ่งขั้นตอนต่างๆนี้จะถูกวางแผนโดยแฟนคลับผู้มีบทบาทในกลุ่มที่ 1 ที่เป็นแอดมินหรือผู้นำกลุ่ม และอาจจะสำเร็จไม่ได้หากไม่มีการลงมือทำ หรือไม่ได้รับการสนับสนุนจากแฟนคลับในบทบาทอื่นๆด้วย ดังเช่น น้องโย ที่เป็นผู้อัพเดทแฟนเพจของศิลปิน red velvet ซึ่งเมื่อจัดโปรเจกต์ในงานคอนเสิร์ตก็จะต้องมีการระดมทุนด้วยการบริจาคของแฟนคลับ น้องโยก็จะเป็นผู้ถ่ายรูปศิลปิน เพื่อส่งให้กลุ่มแอดมินเอาไปทำเป็นของที่ระลึกอีกที ซึ่งจะมีการวางแผนมาจากกลุ่มแอดมินว่าโปรเจกต์ในแต่ละครั้งจะต้องใช้เงินจำนวนเท่าไร หากเมื่อมีเงินเหลือแล้วก็จะนำไปใช้ในโปรเจกต์ครั้งต่อไปหรือนำไปบริจาคทำบุญต่อไป

บทที่ 5

บทสรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงอัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับเกาหลี อธิบายผ่านกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้น และความเป็นชุมชนแฟนคลับเกาหลี จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ชุมชนแฟนคลับเกาหลี เป็นชุมชนที่มีความชื่นชอบศิลปินเกาหลีร่วมกัน มีโครงสร้างของกลุ่มที่หลากหลาย มีกิจกรรมตามความสนใจที่แตกต่างกันออกไป และมีการรวมกลุ่มกันบนพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์ ในขณะที่เดียวกันการเป็นสมาชิกในกลุ่มเดียวกันก็มีอัตลักษณ์ต่างๆที่เป็นลักษณะภายนอกของตนเองและอัตลักษณ์เชิงวัตถุที่เป็นอุปกรณ์ต่างๆที่แสดงให้เห็นว่าเป็นแฟนคลับของใคร สมาชิกคนอื่นๆในชุมชน มีการรวมกลุ่มแตกต่างกันออกไปในแต่ละกิจกรรม และมีลักษณะรูปแบบของการแสดงออกที่แตกต่างกันออกไป อีกทั้งการรวมกลุ่มชุมชนยังกลายเป็นชุมชนผู้ผลิตอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีได้อีกด้วย ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บข้อมูล คือการสัมภาษณ์และการสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ซึ่งสามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

แฟนคลับเกาหลี คือ ปัจเจกบุคคลที่มีความชื่นชอบศิลปินเกาหลี จึงเกิดการสืบค้นค้นหา ติดตามผลงานของศิลปินจากสื่อต่างๆ จนกระทั่งการคัดเลือกศิลปินที่ชื่นชอบเป็นเมน (Main) ทำการรู้จัก ค้นคว้า หาตัวตนของศิลปินคนนั้น จึงเกิดแรงผลักดันให้อยากเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปินนั้นจากการติดตาม เริ่มจากการติดตามศิลปินเมื่อเข้ามายังประเทศไทย หรือการไปงานคอนเสิร์ตหรือแฟนมีตติ้ง และได้เริ่มมีการรวมกลุ่มพูดคุยในเรื่องที่ชื่นชอบเหมือนกัน หรือชอบศิลปินคนเดียวกัน กับกลุ่มเพื่อนที่รู้จักกันอยู่ก่อนแล้ว หรือกลุ่มใหม่ที่รู้จักจากการเข้าไปพูดคุยกันจนกลายเป็นรู้จักกันในกลุ่มแฟนคลับ อย่างเช่น บ๊วย สัม และน้องโย ที่ได้ไปพบเจอและรู้จักกันในงานคอนเสิร์ต SMTOWN ในปี 2012 ซึ่งอยู่ในโซนเดียวกัน จากนั้นก็ได้ทำความรู้จัก แลกไลน์และทวิตเตอร์เพื่อติดต่อกันเพื่อพูดคุยในเรื่องแฟนคลับของศิลปิน กิจกรรมที่เข้าร่วม และได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน จนกระทั่งแฟนคลับที่เป็นปัจเจกบุคคลได้ค้นหาถึงกิจกรรมที่ตนชื่นชอบ และได้เลือกหรือไม่เลือกที่จะเข้าร่วมตามความสนใจ

ชุมชนแฟนคลับเกาหลี คือ การรวมกลุ่มของคนที่มีความคลั่งไคล้ศิลปินเกาหลี จนเกิดปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับแฟนเพลง นักร้อง ศิลปิน นักแสดง จนสามารถสร้างกลุ่มเพื่อทำกิจกรรม

ร่วมกันและมีกระบวนการกลุ่มที่สามารถทำให้กลุ่มดำรงอยู่ต่อไป ได้โดยมีกิจกรรมและกระบวนการกลุ่มที่ภายในสายสัมพันธ์ที่ยืดหยุ่นความเป็นกลุ่มให้ยังคงอยู่ การรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็น “คนพวกเดียวกัน” “เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน” การรวมกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีนั้น มีที่มาของกลุ่มแฟนคลับจากการริเริ่มจัดตั้งของกลุ่มแฟนคลับเองเป็นลักษณะเครือข่ายแบบใยแมงมุมรู้จักกันต่อๆทอดกันไปเรื่อยๆมีทั้งที่เป็นกลุ่มเล็กๆหรืออาจจะมีการรวมกันเป็นกลุ่มใหญ่ๆ รูปแบบของกลุ่มจะมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ ไม่มีการรวมศูนย์กลางแบบองค์กร แต่มักจะเป็นในรูปของเครือข่าย (Network) ที่ประกอบไปด้วยสมาชิกย่อยๆที่สนิทกันอยู่ประมาณ 5 – 10 คน แล้วกลุ่มย่อยๆนี้ก็จะมารวมตัวกันเป็นตาข่ายใหญ่ๆ รวมกันเป็นแฟนด้อม ซึ่งแต่ละแฟนด้อมก็รวมกันกลายเป็นชุมชน

การติดต่อสื่อสารของชุมชนแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยจะใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ นั่นคือ twitter เป็นหลัก เนื่องจากการกระจายข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และศิลปินเกาหลีเองใช้ช่องทางนี้กับแฟนคลับต่างประเทศด้วย (ยกเว้นประเทศจีนที่จะใช้ Weibo สื่อสาร) นอกจากนี้เมื่อมีการติดต่อสื่อสารกันทางสื่อออนไลน์แล้ว ก็ยังมีการวางแผน การจัดการเพื่อดำเนินกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีมีการแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยๆหลายกลุ่ม ในการศึกษาครั้งนี้จะพูดถึง 3 กลุ่มกิจกรรมตามการสื่อสารทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ คือ กลุ่มการจัดโปรเจกต์ กลุ่มนิยายแฟนฟิคชั่น และกลุ่มเต้นโคฟเวอร์ อย่างไรก็ตาม ชุมชนแฟนคลับเกาหลีก็ได้มีบทบาทหน้าที่ของตนเองในแต่ละกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกันไปตามความชื่นชอบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรวมกันเป็นชุมชนของแฟนคลับนั้น จะต้องมีการจัดการการอยู่ร่วมกันระหว่างสมาชิกและสมาชิกคนอื่น ทำให้ผู้ที่มีอำนาจมากที่สุดจะเป็นคนกำหนดแนวทางในการดำเนินของกลุ่มได้มากที่สุดแต่ก็ไม่ได้ทั้งแนวทางของคนกลุ่มมาก ไปจนถึงการได้รับความเชื่อถือจนกระทั่งมีกลุ่มผู้ติดตาม หรือเป็นแฟนคลับอีกทอดหนึ่ง เป็นต้น

การจัดการภายในกลุ่มขึ้นอยู่กับบทบาทหน้าที่ของแฟนคลับในระดับปัจเจกต่อกลุ่มนั้นๆ ซึ่งหนึ่งคนอาจจะมีหลายบทบาทก็ได้ ในแต่ละกลุ่มนั้นจะประกอบไปด้วยอย่างน้อยที่สุด 3 ประเภทได้แก่ 1) กลุ่มแฟนคลับที่เป็นแอดมิน (admin) 2) กลุ่มแฟนคลับที่เป็นผู้อัปเดต (update) และ 3) กลุ่มที่เป็นสมาชิก (member) ผู้ติดตามทั้งที่มีลักษณะเป็นแฟนคลับในระดับปัจเจกและแฟนคลับไประดับกลุ่ม ซึ่งแฟนคลับส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มนี้ ใช้เว็บไซต์สื่อออนไลน์และ Social Network ได้รับความสนใจและยอมรับ ซึ่งถือว่าการสื่อสารด้วยวิธีการใช้สื่อออนไลน์เป็นการสื่อสารหลักของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีกลุ่มใหญ่ ทำให้แฟนคลับเกาหลีจะต้องมีการปรับตัวเพื่อเข้าหากระแสของเครือข่ายทางสังคมมากขึ้น และมีการติดตามศิลปินได้อย่างรวดเร็วทันที

อัตลักษณ์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลี ในผลการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลี มีบทบาทเป็นสมาชิกคนหนึ่งในแฟนด้อม ทำหน้าที่ตามที่ได้รับผิดชอบและถูกไว้วางใจจากคนในชุมชน การปฏิบัติตัวตามสัญลักษณ์ของแฟนด้อมนั้นๆ เช่น การมีแท่งไฟ ชนิดของแท่งไฟ สีของแท่งไฟ สี

ประจำวง ผ้าพันคอของวงที่มีชื่อศิลปินและมีสีประจำตัว การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในกลุ่มออนไลน์ และออฟไลน์ เสื้อผ้าที่ใส่ที่มีความคล้ายกับศิลปิน สัญลักษณ์ต่างๆที่รวมไปถึงชื่อหรือโลโก้ชื่อศิลปิน และวง หรือชื่อแอดเค๊าท์ของแฟนคลับ ก็สามารถบ่งบอกได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นแนวทางหรือที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและการแยกแยะตัวเราด้วยการสร้างความต่างจากคนอื่น และยังเป็นผลผลิตของสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่นเป็นการเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับกลุ่มแฟนด้อม

นอกจากแฟนจะเป็นผู้บริโภคแล้วยังมีบทบาทอื่นคือการแสดงบทบาทในการผลิต ดังที่ได้กล่าวไปในผลการศึกษาแล้ว ยกตัวอย่างเช่น clip vdo การนำชื่อศิลปินมาแต่งเรื่องและผลิตเป็นแฟนพิกทั้งในรูปแบบออนไลน์และรูปเล่ม การนำเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับศิลปินมาตัดต่อทำเป็นแฟนมิวสิควีดีโอหรือเรียกว่า fan made หรือ OPV รูปที่ถ่ายโดยแฟนคลับหรือว่า fan cam ไปจนถึงการรวมตัวเรียกร้องให้แฟนที่เป็นผู้ผลิตสามารถตอบสนองต่อความต้องการของแฟนคลับกลุ่มใหญ่ได้ ผลผลิตของแฟนพลิกบทบาทจากผู้บริโภคไปเป็นผู้ผลิตโดยมีชุมชนแฟนเป็นส่วนสำคัญ การรวมตัวกันเป็นชุมชนแฟนจึงเป็นทุนให้กับการผลิตได้ด้วย

จะเห็นได้ว่าชุมชนแฟนคลับเกาหลีเป็นการรวมกลุ่มระหว่างแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่มีลักษณะเป็นปัจเจก ที่ผ่านการทบทวนมาเป็นอย่างดีแล้วว่าจะชื่นชอบศิลปินคนไทย จะเข้าร่วมกิจกรรมอะไร และจะเข้ามาสู่การเป็นใครในชุมชนนี้ สิ่งหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยยึดโยงความเป็นชุมชนแฟนคลับให้ยังสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ นอกจากศิลปินเกาหลีที่เป็นศูนย์กลางของชุมชนแล้ว นั่นคืออัตลักษณ์เชิงวัตถุต่างๆที่บ่งบอกถึงความเป็นกลุ่ม จากการผลิตขึ้นมาของศิลปิน หรือจากกลุ่มแฟนคลับที่ผลิตขึ้นเอง ทำให้แสดงให้เห็นว่า เราเป็นใคร และมีความชื่นชอบศิลปินคนไหนอยู่

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาชุมชนแฟนคลับเกาหลีนั้น ผู้ศึกษาอภิปรายออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การเข้าสู่ชุมชนและกระบวนการร่วมกิจกรรมในชุมชนแฟนคลับเกาหลี

จากผลการศึกษาที่ได้กล่าวมานั้น สามารถสรุปได้ว่าอัตลักษณ์ของแฟนคลับก็มีความคาบเกี่ยวกันระหว่างปัจเจกและสังคม ผู้ศึกษาจึงได้แบ่งแฟนคลับเป็น 3 ระดับ คือ 1) คือแฟนคลับที่ยังเป็นปัจเจกอยู่ ซึ่งหากไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมใดเลยนอกจากการติดตามผลงานของศิลปินก็ยังคงเป็นแฟนคลับผู้ติดตามศิลปินในระดับที่ยังไม่ถึงกับเข้าสู่แฟนด้อม จะเห็นได้ชัดจาก ผู้ที่เป็นแฟนคลับละคร หรือซีรี่ส์ต่างๆ 2) คือแฟนคลับที่เป็นปัจเจกที่มีการติดตามศิลปินตามสื่อออนไลน์และตามพื้นที่จัดงานของศิลปิน และ 3) คือระดับที่เป็นแฟนคลับที่มีการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมอย่างน้อย 1 กิจกรรม และมีความกระตือรือร้นต่อกิจกรรมนั้นๆ อย่างไรก็ตามการเป็นแฟนคลับที่ชื่นชอบอย่างลำพียงนั้น

ไม่ได้หมายถึงจะสามารถกลายเป็นแฟนคลับในระดับติดตามและเข้าร่วมกิจกรรมได้ และไม่ได้จะเป็นแฟนที่กลายเป็นแฟนคลับในระดับชุมชนทุกกรณีเสมอไป

อย่างไรก็ตาม เมื่อแฟนคลับที่เป็นปัจเจกได้เข้าสู่แฟนด้อมแล้ว จะไม่เปลี่ยนด้อมไปชอบศิลปินคนอื่นแล้วออกจากแฟนด้อมนี้ แต่อาจเป็นเพียงความชื่นชอบที่ลดลง และไม่ได้หมายถึงว่าจะอยู่ในแฟนด้อมนั้นแค่แฟนด้อมเดียวไปตลอด ทั้งนี้แฟนคลับในระดับปัจเจกนั้นสามารถชื่นชอบคนอื่นต่อไปได้อีก หรือศิลปินที่มีความโด่งดังที่เข้ากับยุคสมัย ด้วยการเข้าถึงข่าวสารในปัจจุบันที่มีความรวดเร็วมากขึ้น ก็อาจจะสามารถทำให้แฟนคลับเข้าไปอยู่ในกลุ่มแฟนด้อมอื่นๆก็ได้ง่ายขึ้น และสามารถเพิ่มขึ้นได้เรื่อยๆ แต่ไม่ได้หมายถึงจะออกจากแฟนด้อมกลุ่มแรก ดังนั้นความเป็นแฟนด้อมจึงค่อนข้างมีความเสถียรว่า หากได้ชื่นชอบศิลปินกลุ่มใดแล้วก็จะชื่นชอบและอยู่กลุ่มแฟนคลับของศิลปินนั้นๆ แม้ว่าจะเปลี่ยนใจไปชอบคนอื่นแล้วไปเป็นแฟนคลับของคนอื่นก็ตาม ก็ไม่ได้หมายความว่า จะย้ายความเป็นแฟนด้อมออกจากศิลปินแรก แต่จะเป็นการเพิ่มแฟนด้อมของศิลปินคนอื่นให้กับตัวเอง ดังเช่น สัมที่เล่าให้ฟังว่า “ถ้าเราอยู่แฟนด้อมไหนเราก็จะอยู่แฟนด้อมนั้นไปตลอด ถ้าชอบคนอื่นอีกเราก็เพิ่มด้อม ในแต่ละด้อมมันก็จะมียุติดย่อยๆ เป็นแฟนคลับของสมาชิกในวง 1 คน 2 คน 3 คน หรือมีละเอียดยกกว่านั้นแยกกันไป” ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างกับแฟนคลับกีฬา คือ ผู้ที่เข้าเป็นสมาชิกแฟนคลับกีฬามักมีจุดเริ่มต้นร่วมกันว่าเพราะเหตุใดทำไมถึงต้องเชียร์ทีมนี้ ซึ่งมีความรักและจงรักภักดีต่อทีมนั้นๆ ซึ่งไม่สามารถเปลี่ยนทีมที่เชียร์ได้

ทั้งนี้ สมาชิกในแฟนด้อม 1 คนสามารถอยู่ได้หลายแฟนด้อมอย่างไม่เฉพาะเจาะจงและอยู่ได้หลายกิจกรรมตามความสนใจ ซึ่งถ้าหากอยากจะเข้ากลุ่มแล้วอาจจะต้องมีการจัดการและการเข้าอยู่ร่วมกันบางอย่างกับกลุ่ม เช่นเดียวกับนั่นเอง ในกลุ่มเต้นโคฟเวอร์ ซึ่งนั่นเองจะเด่นเจสสิก้าเป็นหลัก ในเพลงช่วงหลังที่ไม่ได้มีเจสสิก้าเด่นเนื่องจากออกจากวงแล้ว นั่นเองก็อาจจะไม่ได้เด่นเพลงนั้น หรือเปลี่ยนไปเด่นเป็นคนอื่น ซึ่งก็ต้องมีการฝึกซ้อมวางแผนในการรวมทีมใหม่อีกครั้งหนึ่งในขณะที่กลุ่มแฟนฟิคชันนั้น จะประกอบไปด้วยผู้เขียนและสมาชิกผู้อ่านเท่านั้น ซึ่งก็ต้องเป็นผู้ที่ชื่นชอบศิลปินคนเดียวกันหรือคู่เดียวกันไม่สามารถจะเปลี่ยนคู่ของตัวหลักได้หรืออาจจะเปลี่ยนได้ก็ตามแต่รสนิยมของทั้งผู้อ่านและผู้เขียน ซึ่งหากผู้เขียนไม่ได้เขียนเรื่องศิลปินที่ผู้อ่านสนใจอยู่นั้น ผู้อ่านก็จะไปหาคู่ที่ชื่นชอบอ่านต่อไป เป็นต้น

สำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมของแฟนคลับนั้น ในแฟนด้อมหนึ่งๆจะมีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ซึ่งผู้ศึกษาได้แบ่งออกเป็น 3 กิจกรรม ได้แก่ การรวมกลุ่มเพื่อทำโปรเจกต์ การรวมกลุ่มแฟนฟิคชัน และการรวมกลุ่มเพื่อเต้นโคฟเวอร์ โดยในกลุ่มการทำกิจกรรมนี้จะมีศูนย์กลางเป็นศิลปิน แม้ว่าจะไม่ได้พบกับศิลปินตลอดเวลาหรือบ่อยครั้งตามต้องการได้ กล่าวคือเป็นการรวมกลุ่มจากการชื่นชอบศิลปินหนึ่งแล้วได้เข้าร่วมกิจกรรมโดยใช้ศิลปินนั้นเป็นแรงบันดาลใจ โดยได้รับสิ่งตอบแทนคือความสุขและความฟิน ตัวอย่างเช่น การเข้าร่วมทำโปรเจกต์ของน้องโย ซึ่งมีความชื่นชอบศิลปินหลาย

วง ก็จะมีบทบาทหน้าที่ต่างๆกันในแต่ละแฟนด้อม โดยจะกำหนดบทบาทจากการเอาศิลปินเป็นหลัก หากเป็นแฟนด้อมของลิซ่า วงแบล็คพิงค์ น็องโยจะเป็นแอดมินของกลุ่ม แต่หากเป็นแฟนด้อมของ red velvet น็องโยจะมีบทบาทเป็นผู้อัปเดตข้อมูล เช่นเดียวกับการรวมกลุ่มในกลุ่มอื่นๆ ซึ่งในแต่ละกลุ่มสมาชิกก็จะมีบทบาทที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของกลุ่มนั้น

การรวมกลุ่มกิจกรรมในแต่ละกลุ่มกิจกรรมอาจมีลักษณะที่ต่างกันอยู่บ้าง คือ ลักษณะของกิจกรรมสามารถกำหนดโครงสร้างของกลุ่มได้ เช่น การกำหนดปริมาณหรือจำนวนคน และบทบาทหน้าที่ในแต่ละกิจกรรมได้ ทั้งนี้การเข้าสู่งานเป็นสมาชิกของทั้ง 3 กลุ่มกิจกรรม จะต้องมีความรู้พื้นฐานมาจากการชื่นชอบศิลปินคนเดียวกันหรือกลุ่มเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม บทบาทของสมาชิกในกลุ่มกิจกรรมที่มีความแตกต่างกัน เป็นส่วนหนึ่งในการทำให้กลุ่มกิจกรรมแต่ละกิจกรรมดำเนินอยู่ต่อไปได้ โดยกลุ่มการจัดโปรเจกต์จะต้องมีแอดมิน ผู้อัปเดต และสมาชิก จะขาดสมาชิกใดไปไม่ได้ เนื่องจากจะทำให้องค์ประกอบของการทำกิจกรรมไม่ครบหรือไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่อไปตามเป้าหมายได้ ถึงแม้ว่าบทบาทของสมาชิกที่เป็นผู้นำกลุ่มจะดูเหมือนว่าเป็นผู้ที่มีอำนาจในการต่อรองกลุ่มมากที่สุดในกลุ่มมากที่สุด แต่บางครั้งการทำกิจกรรมก็จะต้องประกอบไปด้วยสมาชิกอื่นๆ เช่นกัน เปรียบเสมือนการมีการ “ง้อ” หรือ “คล้อยตาม” กันไป โดยมีกระบวนการการวางแผน การจัดการของกลุ่ม ซึ่งมีทั้งการติดต่อสื่อสารกันทางพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์ โดยจะมีการนัดแนะ การลงมือทำ การระดมทุน ต่างๆ ซึ่งขั้นตอนต่างๆนี้จะถูกวางแผนโดยแฟนคลับผู้มีบทบาทที่เป็นแอดมินหรือผู้นำกลุ่ม และอาจจะสำเร็จไม่ได้หากไม่มีการลงมือทำ หรือไม่ได้รับการสนับสนุนจากแฟนคลับในบทบาทอื่นๆด้วย ตัวอย่างเช่น น็องโย ที่เป็นผู้อัปเดตแฟนเพจของศิลปิน red velvet ซึ่งเมื่อจัดโปรเจกต์ในงานคอนเสิร์ตก็จะต้องมีการระดมทุนด้วยการบริจาคของแฟนคลับ น็องโยก็จะเป็นผู้ถ่ายรูปศิลปิน เพื่อส่งให้กลุ่มแอดมินเอาไปทำเป็นของที่ระลึกอีกที ซึ่งจะมีการวางแผนมาจากกลุ่มแอดมินว่าโปรเจกต์ในแต่ละครั้งจะต้องใช้เงินจำนวนเท่าไร หากเมื่อมีเงินเหลือแล้วก็จะนำไปใช้ในโปรเจกต์ครั้งต่อไปหรือนำไปบริจาคทำบุญต่อไป เป็นต้น

กลุ่มแฟนคลับที่เป็นสมาชิกเฉยๆไม่ได้อยู่ใกล้ชิดกับผู้ดูแลกลุ่มแฟนคลับต้องทำตามระเบียบของกลุ่ม เมื่อมีกิจกรรมเกิดขึ้นกลุ่มแฟนคลับก็ต้องทำตามเพื่อให้ได้เข้าร่วมกับกลุ่ม โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงว่าตนเองผู้เป็นแฟนคลับศิลปินวงนี้อะไรๆทำกิจกรรมต่างๆที่ทางเพจจัดให้หรือไม่ ซึ่งบางคนก็ได้เข้าไปช่วยเตรียมอุปกรณ์บ้างเพื่อจะได้เข้าไปในกลุ่มแอดมินเพจ เพื่อมีสิทธิพิเศษในเรื่องอื่นๆ เช่น การรู้ข่าวสารของศิลปินก่อนตนก็จะได้ทราบด้วย อย่างไรก็ตามยังมีสิทธิพิเศษอื่นๆ เมื่อได้ทำกิจกรรมร่วมกับการให้ความรู้ถึงความเป็นพวกเดียวกันแล้วนั้น ยังสามารถเข้าสู่กลุ่มได้อย่างง่ายดายเหมือนมีตัวเข้าสู่กลุ่ม และรับรู้เราอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

แฟนคลับเกาหลีคือกลุ่มคนที่มาอยู่รวมกันในพื้นที่หรือบริเวณเดียวกันที่แน่นอน มีวิธีการดำเนินชีวิตคล้ายกัน มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันอยู่ภายใต้กฎระเบียบกฎเกณฑ์เดียวกัน มีความรู้สึก

เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน พวกเดียวกัน และมีการกระทำบางอย่างที่เชื่อมโยงร่วมกัน ซึ่งชุมชนแฟนคลับเกาหลีหมายถึงการรวมตัวของกลุ่มคนที่นิยมชมชอบศิลปินเกาหลี ที่มีความคล้ายคลึงเหมือนกันทำให้มีความเข้าอกเข้าใจกัน จนสามารถสร้างกลุ่มเพื่อกระทำกิจกรรมร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน และมีการติดต่อสื่อสารกันเพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินต่อไปได้ การรวมกลุ่มของแฟนคลับเกาหลี จึงเป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีเหมือนกัน และมีการทำกิจกรรมที่เป็นสายสัมพันธ์และทำให้ชุมชนแฟนคลับเกาหลีสามารถขับเคลื่อนไปได้ แต่ภายใต้ความความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รู้สึกถึงความเป็นพวกเดียวกัน และมีการกระทำหลายกิจกรรมที่เชื่อมโยงกันนั้น ภายในกลุ่มมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกและสมาชิกอย่างไร และใครเป็นผู้กำหนดอัตลักษณ์ของแฟนคลับด้วยตนเอง

ประเด็นที่ 2 “รหัส” และ “สัญลักษณ์” อัตลักษณ์เชิงวัตถุ

การอธิบายการเข้าสู่ชุมชนของแฟนคลับเกาหลีในระดับปัจเจกเมื่อเข้าสู่กลุ่ม จะต้องมีการพิจารณาถึงพฤติกรรมต่างๆที่ทำให้รู้ว่า ฉันเป็นแฟนคลับที่กระตือรือร้นไม่ได้นั่งเฉยเพียงแค่นั่งดูตามดูในอินเทอร์เน็ตเท่านั้น แต่เป็นผู้ที่กระทำการใดต่อเติมในคำว่าแฟนคลับ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงสถานะของแฟนคลับเกาหลีในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันระหว่างการเป็นปัจเจกบุคคล เข้าไปอยู่ในกลุ่มกิจกรรม กล่าวคือ แฟนคลับเกาหลีที่หลงใหลเพียงลำพังนั้น สามารถจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของแฟนด้อมได้ จากการปรับตัวเพื่อเข้าสู่กลุ่มเพื่อให้ตัวเองสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชุมชนได้อย่างกลมกลืนไม่แปลกแยก เป็นที่ถูกรับให้เข้าเป็นสมาชิกหนึ่งในชุมชนแฟนคลับเกาหลี การเข้าสู่แฟนด้อมของศิลปินจะมีอัตลักษณ์อีกแบบซึ่งสื่อถึงอัตลักษณ์ความสัมพันธ์ที่สามารถจะสร้างไว้ซึ่งกลุ่มให้ดำเนินต่อไปได้

ทั้งนี้อัตลักษณ์ของแฟนคลับเกาหลีมีระดับทั้งปัจเจก และอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม ทั้งที่เป็นการแต่งกาย รวมไปถึงวัตถุต่างๆ เพื่อแสดงให้เห็นว่า “เราเป็นใคร” เป็นแฟนคลับของกลุ่มไหน ซึ่งจะมีลักษณะที่ต่างออกไปจากทั้งคนในกลุ่มและคนนอกกลุ่ม อาจจะแยกได้จากการแต่งกาย หมวก เสื้อผ้า หรือแม้แต่ติดสัญลักษณ์เป็นชื่อหรือหน้าศิลปิน สีของเสื้อ สัญลักษณ์ของวง มีป้ายเชียร์ทั้งไว้นิล ป้ายไฟ ป้ายชื่อ รูป พัด ผ้าเชียร์ ป้ายไฟ ป้ายโปรเจกต์ พร็อพ เก้าอี้พับ กล้องเลนส์ซูม หากเดินอยู่เพียงลำพังแฟนคลับเกาหลีกลุ่มอื่นก็สามารถรู้ได้ทันทีว่านี่เป็นแฟนคลับเกาหลีและเป็นแฟนคลับศิลปินวงไหน

ในระดับปัจเจกบุคคลหนึ่งจะมีหลายอัตลักษณ์อยู่ในตนเอง ยกตัวอย่างเช่น สัม มีอัตลักษณ์เป็นเพศหญิงที่มีความชื่นชอบวง Girl's Generation เป็นเมนยูริ ส่วนอัตลักษณ์ของกลุ่มโซวอนจะถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานความเหมือนกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม เช่น ชื่อกลุ่มว่าโซวอน ใช้สีชมพูเป็นสัญลักษณ์ มีคทาดอกไม้สีชมพูเป็นอุปกรณ์การเชียร์ หรือแผ่นแปะอักษรตามโปรเจกต์ต่างๆ

การเข้าร่วมกันในเว็บไซต์ของแฟนด้อม เพจเฟซบุ๊กของกลุ่มแฟนด้อม จนกระทั่งการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ทั้งเป็นผู้แต่งฟิคชั่น เป็นผู้เต้น Cover dance เป็นต้น

เมื่อพิจารณาสถานะของแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยแล้วนั้น อาจกล่าวได้ว่า แฟนคลับในระดับปัจเจกมีลักษณะของความชื่นชอบศิลปินเกาหลีที่มีการบ่งบอกและแสดงถึงความเป็นตัวเอง หรือสามารถอธิบายไปถึงแนวโน้มได้ว่า ผู้ที่ชื่นชอบศิลปินคนนี้เป็นหลัก จะสนใจในกิจกรรมแบบใด หรือการมีคุณสมบัติของการเป็นแฟนคลับเกาหลี จะต้องมีการต่อรองกับตนเองและสังคมโดยรอบ เพื่อให้สามารถเข้าสู่กลุ่มนั้นได้

นอกจากนี้แฟนคลับยังเป็นผู้ผลิตอัตลักษณ์เชิงวัตถุต่างๆ ไปจนถึงการรวมตัวเรียกร้องให้แฟนที่เป็นผู้ผลิตสามารถตอบสนองต่อความต้องการของแฟนคลับกลุ่มใหญ่ได้ ผลผลิตของแฟนพลิบทบาทจากผู้บริโภคไปเป็นผู้ผลิตโดยมีชุมชนแฟนเป็นส่วนสำคัญ การรวมตัวกันเป็นชุมชนแฟนจึงเป็นทุนให้กับการผลิตได้ด้วย สรุปคือ แฟนไม่ได้มีบทบาทเพียงแค่ผู้รับสารหรือผู้บริโภคเท่านั้น แต่แฟนก็ยังเป็น Textual Poachers คือผู้ที่ฉกฉวยการนิยามความหมายของตัวบท ตีความหมายใหม่ และสร้างผลผลิตที่เปลี่ยนแปลงความหมายของตัวบทนั้น แฟนจะถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มแฟนที่มีขนาดใหญ่ ได้แก่ กลุ่มสมาชิกแฟนคลับทั่วไป กับกลุ่มแฟนที่มีขนาดเล็ก ได้แก่ แฟนคลับในกลุ่มที่เป็นผู้นำกลุ่ม โดยแฟนกลุ่มแรกจะถูกมองว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคตัวบท (Text) ของวัฒนธรรมประชานิยมที่มีความเฉื่อยชา แต่แฟนในกลุ่มที่สองกลับเป็นผู้ใช้ตัวบทอย่างกระตือรือร้นและให้ความสำคัญกับความหมายเดิมและความหมายใหม่

ในแง่ของผู้ผลิตสื่อมีจุดหมายในการจัดงานกิจกรรมหรือจัดงานเกี่ยวกับศิลปินเกิดจากผลประโยชน์ทางการตลาด มีกิจกรรมกลุ่มที่แสดงออกถึงความเป็นผู้มีรสนิยมเดียวกัน ได้ผลประโยชน์ร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งผู้จัดและแฟนคลับ และชอบในสิ่งเดียวกันระหว่างที่ผู้ผลิตสื่อและแฟนคลับคือ การที่ได้มีกิจกรรมร่วมกัน ลักษณะของแฟนคลับเกาหลีน่าจะเป็นแฟนคลับของการผลิตสื่อ ซึ่งหมายถึง การเดินเลียนแบบ การนำเรื่องราวของศิลปินมาแต่งเป็นแฟนฟิคชั่น การแสดงของศิลปิน การแสดงสด การคิดโปรเจกต์และตีความหมายเกี่ยวกับการริเริ่มกิจกรรมบางอย่างที่ทันเหตุการณ์

กลุ่มแฟนคลับมีลักษณะ Textual Poachers เป็นกลุ่มที่มีความรู้สึกเป็นเจ้าของเนื้อหาจนเป็นแฟนเพลง แฟนคลับมีความต้องการทำกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลี และมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการผลิต นอกจากนี้ยังมีปัจจัยในด้านความบันเทิงจากกิจกรรมที่จัด ปัจจัยในด้านความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับด้วยกันเอง อย่างไรก็ตามชุมชนแฟนคลับยังสามารถต่อรองกับนายทุนให้ศิลปินอยู่ในกระแส เป็นที่ต้องการอยู่ตลอด หรือเรียกร้องให้จัดแฟนมีตติ้งได้ เช่น การจัดแฟนมีตติ้งของศิลปินที่เป็นคู่จิ้นที่ตั้งมากในประเทศไทย การจัดการแข่งขันเต้นโคฟเวอร์ หรือการจัดงานตลาดนัดฟิคชั่นเป็นประจำทุกปี เป็นต้น

สมาชิกของกลุ่มแฟนเหล่านี้จะแสดงสิทธิ์ของพวกเขาที่จะยึดเอาตัวบทความหรือเนื้อหาที่พวกเขาชอบเท่านั้น นำมาตีความ ประเมินผล สร้าง และผลิต สื่อหรือวัตถุที่กลายเป็นวัฒนธรรมย่อย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมหลักของตนเอง กล่าวคือ ผู้ผลิตที่เป็นแฟนคลับนั้นจะนำตัวเนื้อหาของสื่อที่ได้รับมาตีความและผลิตในลักษณะตามใจฉัน ซึ่งสามารถแยกลักษณะของสมาชิกที่มีความกระตือรือร้นหรือผู้ผลิตในกลุ่มว่าเป็น Poaching หรือการฉกฉวย ความสัมพันธ์ของสมาชิกและผู้ผลิตเป็นการต่อสู้อย่างต่อเนื่องในการที่จะเป็นเจ้าของสื่อเพื่อจะได้อยู่เหนือการตีความหมายของมัน ซึ่งมีลักษณะชั่วคราวและฉาบฉวยเนื่องจากเป็นผู้รับสารที่เป็นบุคคลที่มีความโดดเด่นจะเป็นผู้ต่อรองได้เพียงเล็กน้อย ซึ่งในกรณีของแฟนคลับเกาหลีมีกรรมกันเป็นกลุ่มชุมชน จึงมีการกำหนดอัตลักษณ์ของกลุ่มได้มากกว่า

อย่างไรก็ตาม การแสดงตัวให้รู้ว่าเราคือแฟนคลับของใครผ่านกิจกรรมของกลุ่มนั้นจะมีอัตลักษณ์ที่สำคัญของศิลปินที่เป็นศูนย์กลางยึดโยงให้มีสัญลักษณ์ร่วมกัน กล่าวคือ ลักษณะประจำวง สีประจำวง สัญลักษณ์ การทำโปรเจกต์ที่อ้างอิงถึงศิลปินนั้น การใช้ชื่อศิลปินเพื่อการแต่งนิยาย การออกแบบชุด การเลียนแบบท่าเต้น นั้น ล้วนเป็นอัตลักษณ์เชิงวัตถุทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ที่แสดงให้เห็นว่า เราเป็นแฟนคลับของศิลปินคนไหนนั่นเอง

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2539). *สื่อสองวัฒนธรรม*. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิภูมิปัญญา.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็ดดิสัน เพรส โพรดักส์ จำกัด.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2555). *สื่อที่ใช้ ของใครที่ชอบ*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543). *มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรสโปรดักส์ จำกัด.
- เกษม เพ็ญภินันท์. (2550). *สู่พรมแดนความรู้...เรื่องวัฒนธรรมบริโภค: ความเป็นปกติวิสัยของการบริโภควัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ชลวรรณ วงษ์อินทร์. (2548). *ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เชษฐา พวงหัตถ์. (2548). *โครงสร้าง-ผู้กระทำการ (Structure-Agency)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ณัฐพงศ์ จิตรนิรัตน์. (2548). *รหัสชุมชน = [Community code] : พื้นที่ อัตลักษณ์ ภาพแทนความจริงและหลังสมัยใหม่*. ภารกิจเอกสารและตำรา กลุ่มงานบริการการศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ปรีตดา เฉลิมเผ่า กอนนันทกุล. (2545). *ชีวิตชายขอบ : ตัวตนกับความหมาย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- พิศิษฐ์ คุณวโรตม์. (2546). *“อัตลักษณ์และกระบวนการต่อสู้เพื่อชีวิตของผู้ติดเชื้อ HIV” อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ และความเป็นชายขอบ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ลัดดาวัลย์ ภูติอนันต์. (2556). *“อัตลักษณ์ของนักเรียนนายร้อยตำรวจตามการรับรู้ของผู้เรียนและปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดอัตลักษณ์”*. งานวิจัย โรงเรียนนายร้อยตำรวจ พ.ศ.2556.
- สิญาพัฒน์ จงรักษ์. (2549). *การสร้างสานสัมพันธ์แฟนคลับของสรยุทธ สุทัศนะจินดา ในเว็บไซต์ www.sorayuthfanclub.com*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2551). *ทฤษฎีสังคมวิทยา*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ (Identity): การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

บทความวารสาร

- ภัทรนันท์ หนูนภักดี. (2551). “อัตลักษณ์ของสมาชิกแฟนคลับกลุ่มศิลปินรายการเรียลลิตี้โชว์”. *วารสารวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี*. 10(1), 102-116.
- อาจินต์ ทองคงอยู่. (2555). ““เป็นแฟนบอลมันมีอะไรมากกว่าดูบอล”: ปฏิบัติการสร้างวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย”. *วารสารสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา*. 31(1), 69-104.

วิทยานิพนธ์

- กมลเนตร สุวรรณพิสิทธิ์. (2551). *นักร้องเกาหลีและกระแสนิยมเกาหลีของกลุ่มแฟนคลับชาวไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาวิทยาและสื่อสารการแสดง.
- กระจำศรี ศรีกระจำ. (2545). *พฤติกรรมแฟนรายการพยากรณ์ชีวิตของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- กฤษณ์ เล็กเริงสินธุ์. (2551). *แจ๊คแฟนคลับ: กรณีศึกษา เมธัส ตริรัตน์วาริสิน จากรายการเรียลลิตี้โชว์อะคาเดมี่แฟนตาซี แจ๊ค เอเอฟ 4*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, สาขาวิชามานุษยวิทยา.
- ชัตติยา ชาญอุไร. (2548). *บทบาทของนิตยสารทางเลือกในการสื่อความหมายเชิงอัตลักษณ์วัยรุ่น*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- เจษฎา รัตนเขมากร. (2541). *ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน.
- ชนรรักษ์พร ศฤงคารนนท์. (2552). *ภาพลักษณ์ของนักร้องเกาหลีในการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของวัยรุ่นไทย: ศึกษากรณี www.tvxqdreamland.com*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะรัฐศาสตร์, สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา.
- ณัฐนิชา ภูโคกสูง. (2547). *การสื่อสารกับการรับรู้อัตลักษณ์ของแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย : กรณีศึกษา : ลิเวอร์พูลไทยแลนด์แฟนคลับ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

- ณัฐสุพงศ์ สุขโสด. (2548). *บทบาทของการสื่อสารกับกระบวนการสร้างและสืบทอดวัฒนธรรม “แฟนบอล” ในสังคมไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- ทัชชา ศรียานนท์. (2557). *กระบวนการการสื่อสารในการสร้างและดำรงอยู่ของอัตลักษณ์กลุ่มแฟนบอลสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- บงกชมาศ เอกเอี่ยม. (2532). *เกย์: กระบวนการการพัฒนาและธำรงเอกลักษณ์รักร่วมเพศ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, สาขาสังคมวิทยา.
- ภัทรนันท์ หนุณภักดี. (2550). *แฟนคลับ: กระบวนการกลุ่มและพฤติกรรมสมาชิก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาสังคมวิทยาและประยุกต์.
- สายชล ปัญญาชิต. (2553). *ฟุตบอลแฟนคลับในสังคมไทยสมัยใหม่: ศึกษากรณีสโมสรเมืองทองหนองจอกยูไนเต็ด*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะรัฐศาสตร์, สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา.
- สุปรีดา ช่อลำไย. (2549). *เครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของแฟนคลับธงชัย แมคอินไตย์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- สุริย์รัตน์ โกสมศุภมาลา. (2550). *บทบาทของการสื่อสารต่อการธำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- อาจินต์ ทองคงอยู่. (2555). *“แฟนบอล”: ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, สาขามานุษยวิทยา.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

คำชี้แจงจากโซซิแก๊งค์ (15 มีนาคม 2551). สืบค้นจาก

<http://forums.soshifanclub.com/index.php?Showforum=124>.

คำว่า "ตึง" มีที่มาของการใช้คำนี้อย่างไร และกลุ่มไหนเป็นคนเริ่มบัญญัติศัพท์นี้. (15 ตุลาคม 2556).

สืบค้นจาก pantip.com/topic/31113929.

- ไทยรัฐออนไลน์. (10 ตุลาคม 2557). เช็คความคลั่ง 'มนุษย์ตึง' ตามติดศิลปินเกาหลีไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ! สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/455731>.
- เนชั่นทีวี. (12 เมษายน 2560). #พิธีกรแห่งปี 2017 “วุฒิตี – กาละแมร์” จิก! กัด! แซะ! ศิลปินเกาหลีออนไลน์ สืบค้นจาก <http://www.nationtv.tv/main/content/entertainment/378542635/>.
- ผู้จัดการออนไลน์ (2560). รู้จักวิถีตั้งถ้าบ้าเกาหลีจริงต้องแบบนี้. <http://www.manager.co.th/Entertainment/viewnews.aspx?NewsID=9570000122764>.
- ผู้จัดการออนไลน์. (29 กรกฎาคม 2559). ตั้งเกาหลีลุ่มยับ “ต้าเหนิง” รับผิดชอบ! ซี้แจง 3 รอบแต่ไม่มีใครฟัง. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/entertainment/detail/9590000075187>.
- พจนานุกรมไกรยณ ตั้งเกาหลี. (2558). สืบค้นจาก <http://pojnanukrian.com/ตั้ง>.
- พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. ความหมายของคำว่าแฟน. สืบค้นจาก <http://www.royin.go.th/dictionary/>.
- ศัพท์เฉพาะ ของ FC เกาหลี ที่หลายคนอาจยังไม่รู้!. (25 สิงหาคม 2559 สืบค้นจาก <https://teen.mthai.com/variety/114673.html>.
- หนังสือพิมพ์คมชัดลึก. (9 มี.ค. 2559). ปราบกฏการณ์ ‘ตั้งเกาหลี’ คลั่งไคล้ลุ่มหลง ‘เอ็กโซ’. สืบค้นจาก <http://www.komchadluek.net/news/ent/223818>.
- [all] อายากรู้เกี่ยวกับพวกแฟนไซด์แฟนเบสคืออะไรคะ. (27 กุมภาพันธ์ 2557). สืบค้นจาก <https://www.siamzone.com/board/view.php?sid=3906848>.
- ‘ตั้ง’แล้วจะทำไม รู้จักและเข้าใจคนที่ถูกแปะป้ายว่าเป็น ‘ตั้ง’. (20 เมษายน 2560). สืบค้นจาก <https://thematter.co/rave/we-are-ting-ing-to-something/22420>.
- “ปลื้ม” ซิด ตั้งเกาหลีลุ่มยับ ปูดความลับค่าย JYP โอดแค่อยากสนุก ขอโทษทำการบ้านไม่ดี. (15 กันยายน 2560). สืบค้นจาก <https://amp.mgonline.com/entertainment/9590000092758.html>.
- 10 คำศัพท์ตั้งเกาหลีขั้นพื้นฐาน. (9 มกราคม 2560). สืบค้นจาก <https://www.spokedark.tv/posts/10-slang-words-of-thai-k-pop-fans/>.
- 10 ศัพท์เฉพาะ ที่ตั้งเกาหลีต้องรู้!. (22 กันยายน 2560). สืบค้นจาก <http://campus.sanook.com/1386667/>.
- Cover dance คืออะไร? มาทำความรู้จักกัน (2557). สืบค้นจาก <http://www.v-cov.com/2014/01/what-is-cover-dance.html>.

Books

Abercrombie and Longhurst. (1998). *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.

Jenkins, Henry. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. London: Routledge.

Jenkins, Henry. (2006). *Fan, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวบุญยง นาคะ
 วันเดือนปีเกิด ธันวาคม 2529
 วุฒิการศึกษา ปีการศึกษา 2553 ศิลปศาสตรบัณฑิต
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปปฏิบัติงาน
 ฝ่ายงานส่งเสริมการวิจัย สถาบันไทยคดีศึกษา
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผลงานทางวิชาการ

Boonyanuch Nakha. (2016). Fandom of “Fans” in Thai Society. *Social Science Asia*, 2, 51-56.

บุญยง นาคะ. เด็กดิ่ง: แฟนคลับเกาหลีกับพื้นที่และตัวตน. ใน เทียมสุรย์ สิริศรีศักดิ์ และอิสระ ชูศรี (บรรณาธิการ), *วัฒนธรรมสมัยนิยม*, (น. 1-15), นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2558.

บุญยง นาคะ. (กรกฎาคม 2557). เด็กดิ่ง: แฟนคลับเกาหลีกับพื้นที่และตัวตน. *ประชุมวิชาการประจำปี 2557 สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล วันที่ 28 กรกฎาคม 2557*, มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.

ประสบการณ์ทำงาน 2555 - ปัจจุบัน: เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปปฏิบัติการ
 งานส่งเสริมการวิจัย สถาบันไทยคดีศึกษา