

บทที่ 5

พฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแฟนคลับ

ในบทนี้ จะขอนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแฟนคลับ โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน คือ พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน และพฤติกรรมกรรมการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับด้วยกันเอง โดยจะแสดงให้เห็นถึงช่องทางการสื่อสารของแฟนคลับ ความถี่ในการสื่อสาร เนื้อหาในการสื่อสาร ผ่านสื่อต่างๆ 5 ชนิดสื่อ คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม และสื่อวัตถุ นอกจากนี้ จะดูพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแฟนคลับ ผ่านการใช้พื้นที่ต่างๆ 2 พื้นที่หลัก คือ 1. พื้นที่และเวลาในชีวิตประจำวัน และ 2. พื้นที่และเวลาพิเศษ ซึ่งพื้นที่และเวลาพิเศษนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ พื้นที่ในกิจกรรมคอนเสิร์ต และพื้นที่ในกิจกรรม แฟนคลับ

พฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแฟนคลับ

ในหัวข้อนี้จะพิจารณาพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแฟนคลับออกเป็น 2 ส่วน คือ พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน และพฤติกรรมกรรมการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับด้วยกันเอง เพื่อให้เห็นพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแฟนคลับที่ชัดเจนและรอบด้านยิ่งขึ้น

1. พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน

จะศึกษาจากพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแฟนคลับกับศิลปิน ผ่านทางช่องทางการสื่อสารต่างๆ 5 ช่องทาง คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม และสื่อวัตถุ โดยดูว่าสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ อย่างไร มีความถี่ในการใช้ช่องทางต่างๆ อย่างไร รวมถึงเนื้อหาในการสื่อสารเป็นอย่างไร

1. สื่อมวลชน

เนื่องจากในช่วงแรกๆ ที่ยังไม่มีสื่อต่างๆ ที่เป็นสื่อกลางระหว่างตัวแฟนคลับกับศิลปินมากนัก และเมื่อวงโมเดิร์นด็อกได้มีผลงานออกมาได้สักระยะหนึ่ง จึงเริ่มมีการเผยแพร่ผลงานผ่านทางสื่อมวลชน เนื่องจากสื่อมวลชนมีผลอย่างยิ่งในการเข้าถึงของกลุ่มแฟนคลับ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่างๆ ทำให้กลุ่มแฟนคลับเริ่มรู้จักกับวง และเป็นสื่อที่แฟนคลับใช้ในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับวง เป็นสื่อที่ทำให้มีจำนวนสมาชิกแฟนคลับเพิ่มมากขึ้น

“อยู่ต่างจังหวัดมันจะไม่ค่อยได้มีสื่อกลางเยอะเหมือนกรุงเทพฯ ไง ตอนเด็กๆ ก็จะมาตามเท่าที่ตามได้ พวกตามโทรทัศน์ วิทยุ แล้วพอสื่อออกมาก็ชอบพีเมธี ชอบพีเมตรงที่เป็นผู้ชายที่มีลักษณะ น่ารัก” (ธัญรัตน์ ศิริเมฆา, สัมภาษณ์ วันที่ 27 ธันวาคม 2551)

ซึ่งทุกครั้งที่ทางวงโมเดิร์นด็อกมีการออกรายการต่างๆ โดยเฉพาะในช่วงที่มีการออกอัลบั้มใหม่ กลุ่มแฟนคลับก็จะติดตามดูการออกอากาศทางโทรทัศน์ หรือ ทางวิทยุด้วย

“จำได้ว่าช่วงนั้นมีออกรายการทไวไลท์โชว์ สมัยแรกๆ เลย แบบต้องดูเลยนะ จดไว้เลยว่าจะมาวันนี้ เพราะว่าเด็กต่างจังหวัด มันก็ไม่ได้เข้ามาดูคอนเสิร์ต หรือว่ามาตามได้ไง มันก็ต้องตามทางพวกสื่อใหญ่ๆ ถ้าทีวีมีสัมภาษณ์เราก็จะจดไว้แล้วรอดู” (ธัญรัตน์ ศิริเมฆา, สัมภาษณ์ วันที่ 27 ธันวาคม 2551)

นอกจากนี้ ยังมีแฟนคลับบางกลุ่ม ที่ไม่สามารถมาติดตามผลงานโดยตรงได้ เนื่องจากยังเด็กอยู่ ไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง หรือผู้ปกครองไม่อนุญาต ก็ต้องอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการติดตามผลงานของศิลปิน

“ตอนนั้นเพิ่งจบม.ต้นนะ ยังไม่ได้ทำงาน เราก็ยังขอเงินแม่ แล้วบัตรมันก็ไม่ใช่ถูกๆ แล้วแบบยังเด็ก ไปไหนก็ไม่กล้า กลัว ตื่นต่อโลก ก็อาศัยฟังวิทยุ ดูทีวี แล้วก็หาข่าวตามหนังสือพิมพ์เอา” (ทองพูน คงพันธ์, สัมภาษณ์ วันที่ 8 ธันวาคม 2550)

เนื้อหาที่แฟนคลับได้จากสื่อมวลชนนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นข่าวคราวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับวง, การออกผลงานใหม่ หรือการแสดงคอนเสิร์ตในที่ต่างๆ

"พี่จะฟังวิทยุบ่อย และก็ดูตามหนังสือพิมพ์ ไปนั่งตามร้านกับข้าว มันก็จะมีหนังสือพิมพ์ พี่ก็จะดูหน้าบ้านเทิงตลอดเลย พอเจอบั๊บบั๊ก็ แม่ค้าขอหน้านั้นนะ แค่อีกให้" (ทองพูน คงพันธ์, สัมภาษณ์ วันที่ 8 ธันวาคม 2550)

ในส่วนของความถี่ในการใช้สื่อ นั้น จากรูปแบบชีวิตประจำวันของแฟนคลับทั้งสองกลุ่ม คือ กลุ่มสมาชิกที่เข้าร่วมเป็นแฟนคลับตั้งแต่อัลบั้มชุดแรก และกลุ่มสมาชิกที่เข้าร่วมเป็นแฟนคลับในอัลบั้มชุดปัจจุบัน จะมีการใช้สื่อมวลชนอยู่เป็นประจำทุกวัน แต่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเป็นแฟนคลับโมเดิร์นด็อกนั้น จะเน้นไปที่สื่อวิทยุเสียเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากปัจจุบันทางวงยังไม่มีอัลบั้มใหม่ สื่อโทรทัศน์จึงจะยังไม่มีข่าวเกี่ยวข้องกับวงมากนัก แต่ถ้าเป็นช่วงที่ทางวงมีผลงานใหม่ๆ ออกมา ก็จะไปติดตามดูรายการต่างๆ ทางโทรทัศน์ ที่ทางวงไปร่วมรายการด้วย

2. สื่อบุคคล

ถือเป็นสื่อที่มีความสำคัญยิ่ง โดยเฉพาะในช่วงแรกของการเริ่มออกอัลบั้มชุดแรก เนื่องจากวงโมเดิร์นด็อกถือเป็นวงที่มีลักษณะของวงอินดี้ กล่าวคือ มีกระบวนการผลิตที่เกิดจากความต้องการของศิลปิน มีการผลิตเองทุกขั้นตอน รวมทั้งยังสังกัดอยู่ในค่ายเพลงที่ถือเป็นค่ายน้องใหม่ คือ ค่ายเบเกอร์มีวสิค โดยที่โมเดิร์นด็อกถือเป็นศิลปินกลุ่มแรกของค่าย ทำให้การเข้าถึงและการเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปนั้น ยังมีน้อยอยู่มาก แต่อย่างไรก็ตาม ก็มีกลุ่มคนกลุ่มแรกๆ ที่เริ่มฟังโมเดิร์นด็อก นั่นคือ กลุ่มคนที่นิยมฟังเพลงนอกกระแส ซึ่งจะทำหน้าที่เป็น "คนกลาง" หรือผู้ส่งข่าวสารไปยังกลุ่มคนอื่น ๆ ที่รู้จักกัน ในลักษณะของการแนะนำให้เพื่อนๆ หรือคนรู้จักได้ฟัง ทำให้คนอื่น ๆ ได้มารู้จักกับวงโมเดิร์นด็อก จนเกิดการติดตามฟัง และชื่นชอบขึ้นมา

"เริ่มมาจากเพื่อนพี่นะ แต่ก่อนพี่ก็ฟังพวกบอยสเก๊าท์ แต่เพื่อนพี่คนนี้ แค่ว่าฟังเพลงทุกแนว ไม่ว่าจะมาเป็นพวกไต้ดิน แล้วก็ไปซื้อวงโมเดิร์นด็อกมาฟังตั้งแต่ยังไม่ดัง พี่ก็ไปฟังกับมัน พี่ก็ว่าเออเข้าท่าดี ก็เลยชอบตั้งแต่นั้นมา" (ทองพูน คงพันธ์, สัมภาษณ์ วันที่ 8 ธันวาคม 2550)

สื่อบุคคลอีกประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญในฐานะเป็นตัวกลาง ให้เกิดการชื่นชอบกับกลุ่มแฟนคลับกลุ่มใหม่ๆ นั้น มาจากบุคคลในครอบครัวนั่นเอง เช่น พี่ชาย น้ำ

"มันเริ่มจากพี่ชายฟังก่อน ตอนนั้นอยู่ม.1 และก็ได้ยินเสียงจากห้องพี่ชาย ก็เอ้ยเพลงอะไร แปลกดี" (ทะเล, สัมภาษณ์ วันที่ 11 ธันวาคม 2550)

"ฟังมาตั้งแต่ชุดแรก คือตอนนั้นพี่ชายฟัง เราก็ฟังไปด้วย เค้าชอบฟังในรถ ก็ติดหูชอบ แต่ไม่ได้ติดตามอะไรมากมาย เพิ่งจะมาตามชอบและตามดูเรื่อยๆ ก็ช่วงชุด 4 นี้แหละ" (ณัชณิษ ศิริสัมพันธ์, สัมภาษณ์ วันที่ 14 มกราคม 2551)

จะเห็นได้ว่า การรับสารจากศิลปินในช่วงแรกนั้น จะเป็นการใช้สื่อบุคคลในลักษณะของการแนะนำให้รู้จักมากกว่า เนื่องจากช่วงแรกของการกำเนิดของวงนั้น ยังไม่มีรูปแบบการติดต่อสื่อสารโดยตรงกับศิลปินมากนัก จนกระทั่ง ต่อมาเมื่อมีสื่อสมัยใหม่เข้ามาช่วย รูปแบบของการสื่อสารโดยการใช้สื่อบุคคล ก็ได้เปลี่ยนไป กล่าวคือ อาจจะได้มีการทำความรู้จักกับสื่อบุคคลผ่านทางโปรแกรมแชต หรือ จากเวบบอร์ดของวง เมื่อได้มาทำความรู้จักกันแล้ว บุคคลที่มีความสนิทสนมกับกลุ่มศิลปิน หรือ มีข้อมูลของศิลปิน ก็จะทำหน้าที่เป็นคนกลางนำข่าวสารเกี่ยวกับศิลปินมาเผยแพร่ให้กับแฟนคลับคนอื่นๆ ได้ทราบ หรือ การเป็นคนกลางทำให้แฟนคลับคนอื่นๆ ได้รู้จักกับศิลปิน

"หมิงรู้จักกับยูทง msn แล้วยูทงก็บอกว่ารู้จักกับพี่ป๊อด แล้วมีคอนเสิร์ตครั้งหนึ่งที่ธรรมศาสตร์ ยูทงก็บอกที่ป๊อดว่าขอไปด้วย แต่มีอีกคนไปด้วยนะ ก็เลยนัดเจอกันที่บ้านยู เพราะบ้านยูใกล้กันไง ไปเจอที่บ้านยูแล้วก็นั่งรถพี่ป๊อดไป เป็นครั้งแรกที่ได้นั่งรถพี่ป๊อด ได้เจอพี่ป๊อดใกล้ชิดมากๆ แต่ไม่รู้จะพูดอะไร นั่งเงียบตลอดทาง ซึ่งเค้าก็ชวนคุยนะ ชื่ออะไร เรียนไหน แต่แบบวันนั้นแบบนั่งนิ่ง เกร็ง ไม่กล้าขยับ ไม่กล้าคุยด้วย" (เขมมนุต มาศชวลิต, สัมภาษณ์ วันที่ 10 ธันวาคม 2550)

สื่อบุคคลยังทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับศิลปิน เช่น การอัปเดตตารางการแสดงของศิลปิน ให้กับแฟนคลับคนอื่นๆ ได้รับรู้

"เรื่องตารางก็อัปเดต 3-4 วันครั้งนะ บางทีงานเยอะมากก็จะทำวันอาทิตย์นี้แหละ คือเราส่งสารเด็กๆ ใจ เด็กๆ คงไม่รู้ว่าจะไปดูที่ไหน ก็ทำจนเหมือนเป็นชีวิตประจำวันนะ คือ แบบต้องเข้าไปเช็คเมลล์ Yahoo เมลล์กลางของพี่ๆ เค้า แล้วก็เอามาโพสต์ลง บางทีงานยุ่ง ก็มีคนที่มาตั้งกระทู้ว่าเมื่อไหร่จะมาอัปเดตงาน ก็แบบเออได้ๆ ขอโทษที่ทำงานช้านะ ฮ่าๆ" (พัฑ, สัมภาษณ์ วันที่ 24 ธันวาคม 2550)

เนื้อหาในการพูดคุยกันของสื่อบุคคลกับกลุ่มแฟนคลับนั้น จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลของวง ข้อมูลส่วนตัวของศิลปิน ตารางการแสดง และหากมีการพัฒนาความสัมพันธ์ของสื่อ

บุคคลนั้นๆ กับกลุ่มสมาชิกแฟนคลับ ก็จะมีการพูดคุยกันเรื่องอื่นๆ นอกเหนือจากเรื่องของวงโมเดิร์นด็อกด้วย เช่น เรื่องในชีวิตประจำวัน การแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องต่างๆ รอบๆ ตัว หรือแม้กระทั่งการพูดคุยเพื่อปรึกษากันเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว นอกจากนี้สื่อบุคคลยังทำหน้าที่เป็นผู้ชักนำสมาชิกเข้าสู่อการเป็นแฟนคลับ และยังชักนำให้สมาชิกมีโอกาสได้พูดคุยกับศิลปินอย่างใกล้ชิดด้วย

ในส่วนของความถี่ในการใช้สื่อบุคคลนั้น กลุ่มแฟนคลับจะมีการใช้สื่อบุคคลทุกวัน เนื่องจากกลุ่มแฟนคลับจะมีการติดต่อกันเองผ่านทางโปรแกรมแชต msn เป็นประจำ และยังมีการใช้โทรศัพท์พูดคุยกันด้วย โดยความถี่ที่มากหรือน้อยนั้นจะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัวระหว่างแฟนคลับแต่ละคน

3. สื่อสมัยใหม่

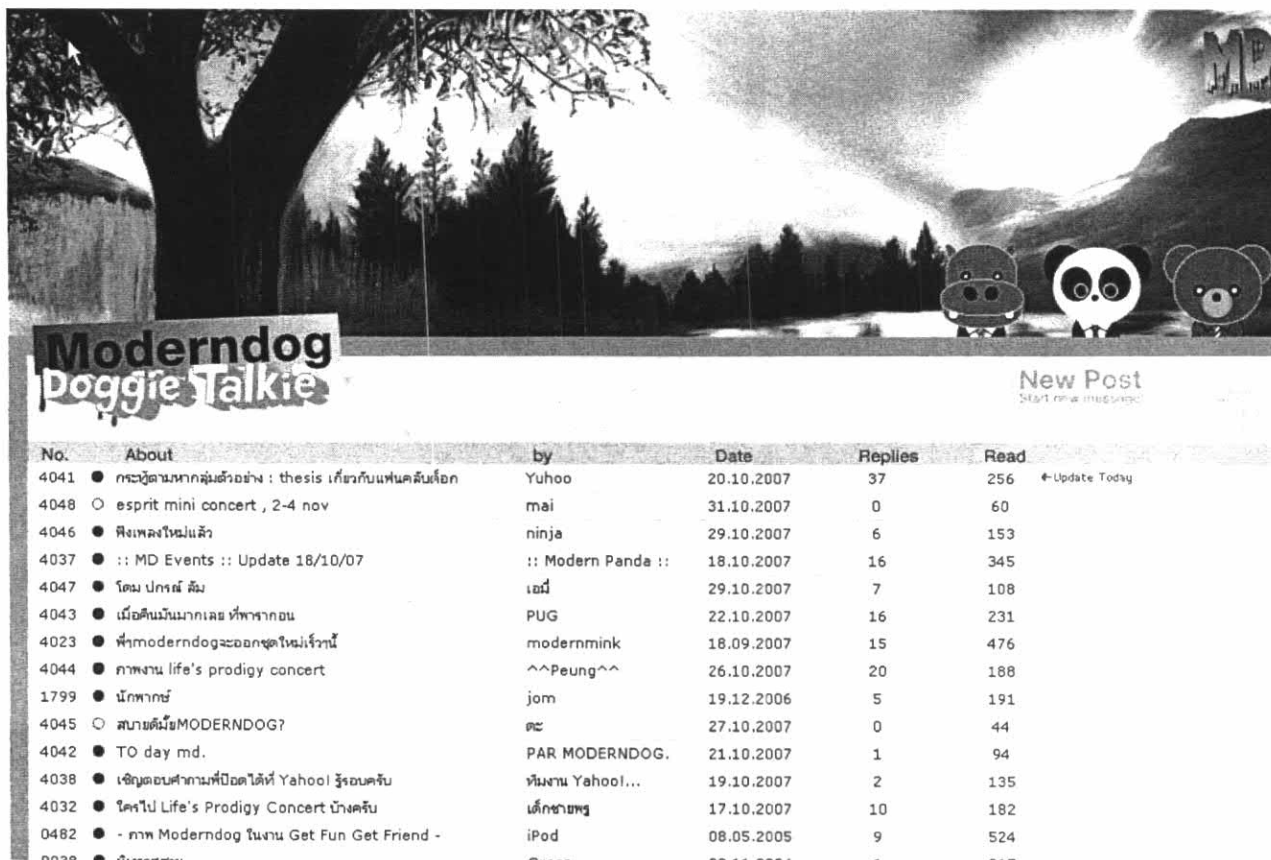
คือ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และโปรแกรมแชต msn โดยที่สื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับศิลปินเป็นไปได้ง่ายขึ้น และยังเป็นสื่อที่ช่วยในการทำให้แฟนคลับเริ่มมาทำความรู้จักกันเอง จนสามารถรวมตัวกันทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การดูคอนเสิร์ตร่วมกัน การทำกิจกรรมแฟนคลับร่วมกัน การสื่อสารกันของแฟนคลับจึงมีลักษณะที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น นอกจากนี้โทรศัพท์ยังถูกนำมาใช้ ทั้งในระดับแฟนคลับแต่ละคน หรือแต่ละกลุ่ม ทำให้มีความสัมพันธ์ต่อกันในระดับที่ใกล้ชิดมากขึ้น โดยจะถูกนำมาใช้ในเรื่องของการนัดหมาย หรือสร้างเสริมและสานต่อความสัมพันธ์ในระดับที่ลึกซึ้ง หรือมากกว่าหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการเป็นแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกได้ด้วย

นอกจากนี้ ศิลปินยังใช้พื้นที่ของสื่อสมัยใหม่คือ พื้นที่เว็บไซต์ หรือเวบบอร์ด ในการสื่อสารกับแฟนคลับด้วย โดยที่ศิลปินจะมีการใช้ชื่อแฝงในการเข้ามาตอบ คือ พี่ป๊อดจะใช้ชื่อ mr.vetan พี่เมธีจะใช้ชื่อ dj hedfang และ พี่โป่งจะใช้ชื่อ dj finger ซึ่งในการสื่อสารกับแฟนคลับนั้น พี่โป่งได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ในการให้สัมภาษณ์ลงในนิตยสารฉบับหนึ่งด้วย

“ผมว่ามันเป็นการตอบคำถามที่ตรง เมื่อก่อนพอออกอัลบั้มแล้วก็มานั่งอ่านกระทู้เพื่อดูฟีดแบ็ก บางทีเขาถามคำถามที่เกี่ยวกับเรา ก็มีคนอื่นมาตอบแทน แล้วไม่ตรงกับความคิดเรา ก็เลยคิดว่าตอบเองดีกว่า” (ปวิณ สุวรรณชีพ, DDT มกราคม 2005)

เนื้อหาในการสื่อสารของแฟนคลับกับศิลปินผ่านสื่อสมัยใหม่ นี้ จะมีความหลากหลาย กล่าวคือ เนื้อหาเกี่ยวกับการทักทายแสดงความคิดถึงต่อศิลปิน การวิจารณ์เพลง การขอบคุณศิลปิน การเขียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานแสดงคอนเสิร์ตครั้งต่างๆ การขอเพลงจากศิลปิน ในงานคอนเสิร์ตครั้งต่อไป การสอบถามเกี่ยวกับเครื่องดนตรีที่ศิลปินใช้ การอวยพรวันเกิดแก่ศิลปิน ไปจนถึงการพูดคุยทักทายกันอย่างเป็นกันเอง

ต่อไปนี้จะขอยกตัวอย่างเนื้อหาในการสื่อสารบางส่วนจากสื่ออินเทอร์เน็ต ที่แฟนคลับนิยมใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน นั่นคือ การสื่อสารกันผ่านเว็บไซต์ www.moderndog.biz ซึ่งเป็นเว็บไซต์อย่างเป็นทางการของวงโมเดิร์นด็อก เป็นเว็บไซต์ที่แฟนคลับส่วนใหญ่จะนิยมเข้ามาหาข้อมูล รวมถึงทำความรู้จักแลกเปลี่ยนอีเมลแอดเดรสกัน ไปจนถึงการชวนกันทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน



ภาพที่ 5.1 ภาพหน้าแรกของเว็บบอร์ดของวงโมเดิร์นด็อก

● เพลงกันและกัน

ใครชอบเพลงกันและกันบ้างครับ ตอนนี่ชอบเพลงนี้จังเลย มีกำลังใจสูง แกรมเพลงยิ่งเพราะอีกด้วย

ช่วงเวลา...แสนหนาว
ต้องปวดร้าวเรอนั้นยังมีฉัน

ไม่อ้างว้าง...ถ้าเธออยู่ข้างกัน
จำเอาไว้ในวันเวลาที่เธออ่อนแล้ว

เราเนี่ยยังมีกัน

I
❤
D

ปล. ตามพี่ DJ Finger ตอนงาน 10 ปีเบเกอรี่ เขาจะมีสมุดเขียนชมให้เขียนในแต่ละวง พี่ได้อ่านยังชอบใจ แล้วทางวงจะเก็บไว้เองหรือว่าทางเบเกอรี่เก็บครับ อยากรู้จัง I
❤
D

Post by PUG ✉
Date Sat 29 Jan 2005 เวลา 11:01 น.
IP 202.44.69.242, 202.4

ภาพที่ 5.2 ภาพกระทู้พูดคุยกันของแฟนคลับเกี่ยวกับเพลง ในขณะที่เดียวกันก็พูดคุยทักทายกับศิลปินด้วย

● พี่โป่ง ท้อม ขำแะหนอยครับ(ขำพหนอยครับ)

ผมได้ไปร่วมชม concert melody of life ของ modern dog

เป็น concert ที่สนุกมากมาก ตอนจบเลยเดินไปขอบคุณพี่ tmd แต่ด้วยความประมาท + ถลันรบกวนเวลาพักของ tmd

เลยได้แต่ขอบคุณพี่ป๊อดคนเดียว จากนั้น ตั้งแต่กลับบ้านจนถึงวันนี้ มีเรื่องคาใจ จนทำให้รู้สึกผิดคือ ผมไม่ได้ขอบคุณ พี่เม และ พี่โป่ง ทั้งที่ตอนฟังอยู่ก็ชอบการเล่นดนตรีของพี่ทั้งคู่มาก (มีความสุขมากที่ได้ฟัง) จนถึงวันนี้ยังมีความรู้สึกอยากบอกขอบคุณ พี่เม และ พี่โป่ง จากปากตัวเองไม่รู้ว่ามีโอกาสเมื่อไหร่ จึงเป็นเหมาของข้อความเหล่านี้

ว่า ขอขอบคุณมากๆครับที่เล่นดนตรีให้ฟัง และ ขอขอบคุณมากที่หาดนตรีดีๆ(ที่ผมชอบฟัง)ออกมา ขอให้มีความสุขทั้ง 3 คนครับ

ขอบคุณครับ
เค ครับพี่

พี่ ขอขอบคุณจากหัวใจ ขอขอบคุณในความหวังดี ในใจเื่อ และความรักที่มี

Post by k ✉
Date Thu 12 Apr 2007 เวลา 11:04 น.
IP 203.150.232.78

ภาพที่ 5.3 ภาพกระทู้แสดงความรู้สึกขอบคุณของแฟนคลับต่อศิลปิน

จากเนื้อหาในกระทู้นี้ แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกชื่นชอบชื่นชมของแฟนคลับที่มีต่อศิลปินอย่างสูงมาก จะเห็นว่า การที่ไปดูคอนเสิร์ตนั้นจะต้องเสียสละปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยทางด้านเวลาและปัจจัยทางด้านเงิน แต่แฟนคลับกลับรู้สึกขอบคุณศิลปิน และรู้สึกถึง "บุญคุณ" ที่ศิลปินได้เล่นดนตรีให้ฟัง นอกจากนี้ ยังมี "ความรู้สึกผิด" จากการที่ไม่ได้ไปกล่าวขอบคุณศิลปินโดยตรงด้วย

ผู้วิจัยมองว่า ฐานะของศิลปินที่แฟนคลับมอง นอกจากความชื่นชอบที่มีต่อเพลงแล้ว (จากข้อความ "ขอบคุณมาก ที่ทำดนตรีดี ๆ (ที่ผมชอบฟัง) ออกมา") แฟนคลับยังยกย่องศิลปินอย่างสูง เปรียบเสมือนศิลปินเป็นศาสดา มีการแสดงความเกรงใจ การรู้สึกผิดต่อศิลปิน การยกย่อง การขอบคุณอย่างสุดซึ้ง ที่แสดงออกมาจากคำพูดในเนื้อความนี้

● สุขสันต์วันเกิดพี่โป่งครับ ^_^ "

ขอให้พี่โป่งมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่แข็งแรง
ต่อสู้กับสภาวะแวดล้อมและโลกภายนอกที่รุนแรงร้ายแรงแวะครับ
และขอให้อยู่กับชาวคณะ"โมเดิร์น ด็อก" ไปอีกเนิ่นนาน นะครับ

สุขสันต์วันเกิดครับ 🐼

ปล. พี่น้องร่วมอายุพรด้วยกันนะฮะ

I♥
MD

🐼 🐼 🐼 🐼

Post by thecatwater
Date Thu 08 Mar 2007 เวลา 12:03 น.
IP 125.24.2.233

No 1

ให้พี่ โป่ง

มีความสุข มีความสุข
มีความสุข มีความสุข
มีความสุข มีความสุข
มีความสุข มีความสุข

จะได้มีความสุข เยอะๆ นะครับ

I♥ 🐼 🐼 I♥
MD 🐼 🐼 MD

Reply by บางสิ่ง**
Date Thu 08 Mar 2007 เวลา 04:03 น.
IP 203.113.32.6

ภาพที่ 5.4 ภาพกระทู้อวยพรวันเกิดแก่ศิลปิน

ภาพที่ 5.5 ภาพกระทู้สอบถามเรื่องเครื่องดนตรี ซึ่งศิลปินได้เข้ามาตอบด้วย

• เสียวๆ ใ้เครื่องดนตรียี่ห้อไรครับผมอยากรู้เอารุ่นด้วยนะ

อวยารมากครับ ^^" รุแต่อิงจาเอเชีย 🐻 ละ ใช้rideซิลเงิน ผมใช้แคrsabianเอง T_T ไม่มีตั้ง

Post by FrontlinemaN IX
Date Fri 15 Apr 2005 เวลา 07:04 น.
IP 203.113.80.139

No 13



ขอเฉพาะบนเวทีละกันนะ นั้ที่บ้านด้วยคงไม่จบไม่สิ้น

ฟ้ี้อต

Microphone - Shure Beta 57A
 Guitar
 Takamine Acoustic
 Fender Jasmaster
 Effect
 Boss TR2 - Tremolo
 Amplifier
 Vox Ac - 60

ฟ้ีเมธี

Guitar
 Gibson - SG
 Fender - American Telecaster HS
 Fender - Stratocaster - SRV edition
 Steinberger GM-7T
 Gretch - Nashville Semi-Acoustic Model
 Amplifier
 Orange AD140HTC
 Vox Ac 60
 Effect
 Boss - หลายตัวไปหมด เท่าที่จำได้
 OD1 Over Drive
 BD2 Blues Driver
 DD2 Digital Delay
 CS3 Compressor
 TR2 Tremolo
 BF3 Flanger
 RC 20XL Loop Station
 Jim Dunlop - Cry Baby wah wah
 Lexicon JamMan

พีโป้ง



Drumset
 Pearl Master Custom Series 22" x 18", 16" x 16", 18" x 16"
 Snare
 Tama Maple Custom 14" x 4", 14" x 3.5"
 Pearl 10" x 4
 Pearl Dennis Chambers Model
 Vater - Chad Smith Signature Sticks
 Brass
 Zildjian - A Custom Projection HH14" Crash-14"-16"-20"
 Sabian - 20" Jack DeJohnette Signature
 Drum Workshop Pedal - 5000 Series
 Gibraltar Hardware
 Effect-Loop
 Korg Electribe ESX-1 Loop Sampler
 iRiver
 Mackie 1604


น่าจะละเอียดพอนะ

Reply by Dj Finger
 Date Sun 17 Apr 2005 เวลา 11:04 น.
 IP 61.90.85.187

● **ขอบคุณครับพี่..น้อง !!!!!!!**

เพิ่งกลับเข้าบ้านหลังจากแอบไปเดินเล่นดูรถก็มา
 คิดถึงทุกคนนะครับ
 ขอบคุณมากๆ สำหรับทุกคำช่วยพรวันเกิด
 เป็นปลื้ม เป็นปลื้ม (^_^!)
 แล้วไว้พบกัน พบกัน เร็ววันนี่
 ขอให้มีความสุขมากๆเช่นกัน นะ ..
 พี่น้องงงงงงงงง !!!

มี.ธอที่เป็นทุกกำลังใจ..เสมอ




Post by ธนชัย อุชชิน (แท้ !)
Date Thu 25 May 2006 เวลา 03:05 น.
IP 58.8.70.27

ภาพที่ 5.6 ภาพกระทู้ที่ศิลปินเข้ามาทักทายแฟนคลับ

• ที่ป๊อดเล่าให้ฟังเนอยจิ(ตุรกี)

อันนั้นแน่... ไปเที่ยวมาจนทอนอะตือเอี้ยเล่าให้ฟังเนอยจิไปเที่ยวมาเป็นยิงิงบ้าง สภาอากาศนะเป็นยิงิงอะ อิม... ถ้ามีภาพถ่ายโผล่ด้วยเด้อ
 ป๊อด เมืองหลวงของเค้า เมืองหลวง
 กรุงอังการา รัป้าอะ ฟี่ป๊อด เล่าสู้กันฟังด้วยนะฟี่ป๊อด



Post by ฝ่าย
 Date Thu 25 May 2006 เวลา 05:05 น.
 IP 202.47.247.136

ภาพที่ 5.7 ภาพกระทู้ที่แฟนคลับขอให้ศิลปินเล่าถึงการไปเที่ยวว่าเป็นอย่างไรบ้าง

No 

alright alright..
 วันนี้กลับมาถึง หออะไรกิน แวะร้านหนังสือ
 กลับมาอ่านหนังสือ เปิดซีดีที่สั่งซื้อมาจากที่โน่น (เพราะปก !)
 ปรากฏว่า !!! .. พลาด !! ม่ายเพราะเลย .. แฮะๆ
 แล้วก็หลับน้อกไปเลย สงสัยเพี้ยจัด
 แล้วคืนนี้จะหลับอีกมัยไม่รู้
 เรื่องไปเที่ยว สงสัยจะเล่ายาวไม่ได้
 เพราะใช้ไว้มันทีละตัว
 ตุรกี (istanbul) นี้ประมาณ เมือง อาบูนาบี ใน starwars
 ที่เจ้าหญิง amidala portman อาศัยอยู่ (หมายถึงวัดกะรัง)
 george lukas น่าจะได้ idea มาจากแถวนี้
 เดียวจะลองหาภาคสุดท้ายมาดูอีกที
 จริงๆ แล้วไปกรีซมาด้วยแต่สงสัยจะเล่าไม่ไหว
 ขอไปเรียนพิมพ์ตัดก่อน
 ไว้เจองานมันจะเล่าให้ฟังละกันนะ

พจ้งนี้ไม่มีใครไปดูบ้าง..
 เจอกัน

take good care พี่น้อง
 good night ครับ ..

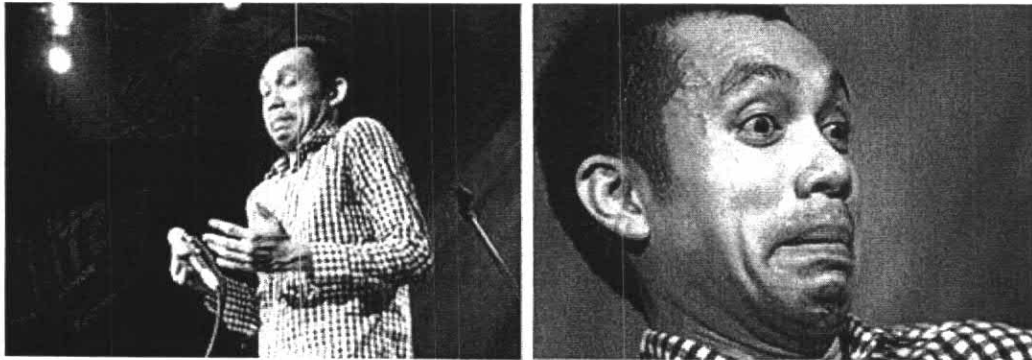


Reply by mr.vetan (real !)
 Date Fri 26 May 2006 เวลา 12:05 น.
 IP 58.8.72.125

ภาพที่ 5.8 ภาพกระทู้ที่ศิลปินมีการเข้ามาตอบแฟนคลับ

No 67

เฮ้ย!!!...ผู้ใดหาให้พี่ป๊อดเกิดอาการเช่นนี้
หรือว่าดีใจที่เจอเจ้านว่า...ก๊ากกกก...ก๊าก...ก๊าก...ก
ปล. พี่ดู รูปแล้วมามากพี่ท่าน



Reply \(\^_\^)/
by
Date Mon 16 Oct 2006 เวลา 06:10 น.
IP 124.120.11.114

ภาพที่ 5.9 ภาพระหว่างการพูดคุยกันแบบแซวกันเล่นๆ ของแฟนคลับกับศิลปิน

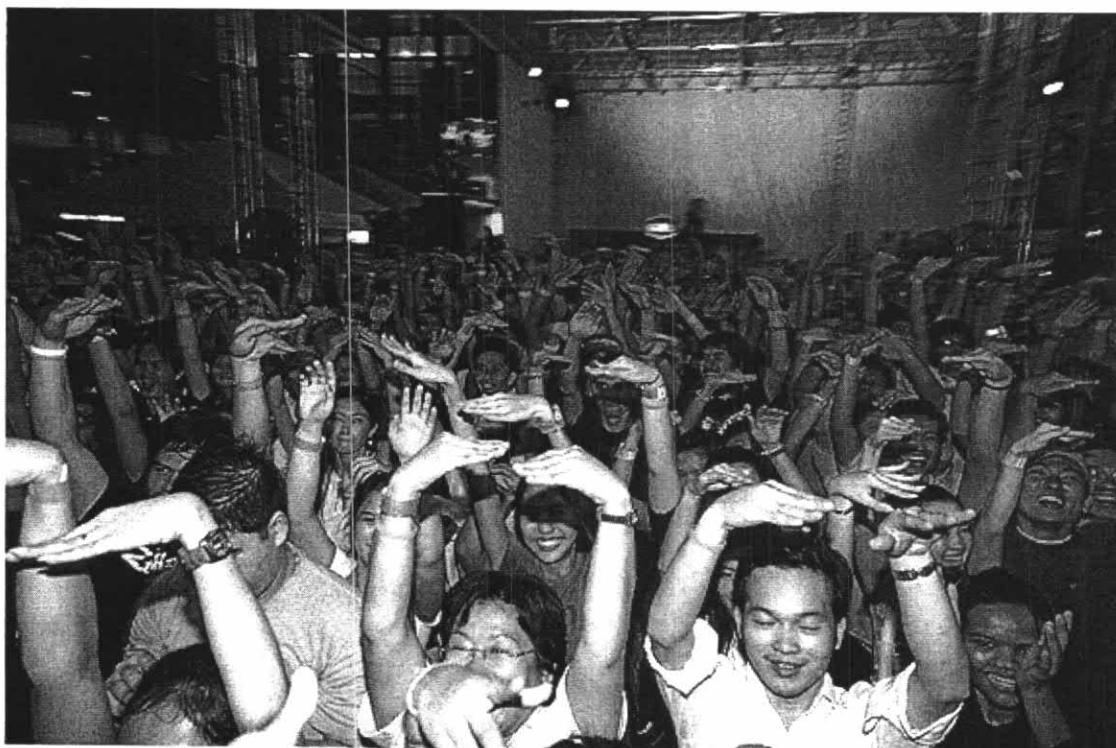
ในเรื่องของความถี่ในการใช้สื่อสมัยใหม่ แฟนคลับจะมีการใช้สื่อสมัยใหม่ทุกวัน และอาจจะมีการใช้วันละหลายรอบ ทั้งสื่ออินเทอร์เน็ต โปรแกรมแชต MSN และโทรศัพท์ เพราะเป็นสื่อที่กลุ่มแฟนคลับมีอยู่ และมีความสะดวกรวดเร็วในการใช้ รวมถึงแฟนคลับเอง ก็มีความรู้ในการใช้สื่อเหล่านี้ เป็นอย่างดี

4. สื่อกิจกรรม

คือ กิจกรรมคอนเสิร์ต ถือเป็นสื่อสำคัญที่ทำให้แฟนคลับและศิลปินมีโอกาสได้มาพบปะกัน เป็นพื้นที่ที่มีการแลกเปลี่ยนและการสื่อสารกันในสื่อนี้เป็นรูปธรรม และเป็นไปอย่างทันทีทันใด กล่าวคือ โดยทั่วๆ ไปการใช้สื่อต่างๆ ของแฟนคลับนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้สื่อแบบทางเดียว คือ แฟนคลับจะเป็นผู้รับสารที่ไม่สามารถส่ง feedback กลับไปได้อย่างทันทีทันใด รวมถึงศิลปินผู้นำเสนอผลงาน ก็ไม่สามารถรับรู้ถึงความรู้สึก หรือ ความคิดเห็นของผู้ฟัง หรือกลุ่มแฟนคลับด้วยการเสนอผลงานผ่านทางสื่อช่องทางอื่นๆ ได้ สื่อกิจกรรมนี้ จึงเป็นเหมือนพื้นที่กลางที่มีการปะทะแลกเปลี่ยน และทำให้การสื่อสารกับระหว่างศิลปินและแฟนคลับออกมาเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน

“เหมือนเมื่อก่อน ศิลปินก็เหมือนกับว่าจะเสนอสื่อหนึ่งด้าน เราก็เป็นฝ่ายรับสื่อ จะมาปะทะกันก็ตอนที่ม็อบคอนเสิร์ต ก็เจอกัน แต่ก็ยังเป็นในระยะไกลอยู่นะ” (ปรีศนีย์ ละอองทอง, สัมภาษณ์ วันที่ 26 มกราคม 2551)

เนื้อหาที่ใช้ในการใช้สื่อนี้ จะเป็นเรื่องของการแสดงคอนเสิร์ต คือ การแสดงดนตรี การโชว์ของศิลปินต่อแฟนคลับ ซึ่งศิลปินจะสื่อสารในสิ่งที่ต้องการออกมาผ่านทางบทเพลง การเล่นดนตรี รวมถึงท่าทางต่างๆ (เช่น การเต้น การกระโดด การให้แฟนคลับทำตาม) ส่วนแฟนคลับเองก็จะมีปฏิกิริยาตอบกลับผ่านการแสดงออกต่างๆ เช่น การกรี๊ด การตบมือ การโห่ร้อง การร้องเพลงตาม การเต้นรำ รวมถึงการทำตามที่ศิลปินสั่งหรือให้ทำท่าต่างๆ ตาม เป็นต้น



ภาพที่ 5.10 ภาพการทำท่าทางต่างๆ ตามในสิ่งศิลปินสั่ง

ในส่วนของความถี่ในการใช้สื่อนี้ จะขึ้นอยู่กับแฟนคลับแต่ละคน ว่ามีความพร้อมที่จะไปดูได้หรือไม่ โดยความพร้อมในที่นี้ หมายถึง ความพร้อมทั้งทางด้านเวลา และความพร้อมทางด้านกำลังทรัพย์ เนื่องจากการไปดูคอนเสิร์ตแต่ละครั้ง ต้องใช้เวลาในการเข้าไปดู เวลาในการเดินทาง เวลาในการรอคิวที่ศิลปินจะเล่น และยังต้องใช้กำลังทรัพย์ คือ ต้องใช้เงินในการให้ได้มาซึ่งบัตรคอนเสิร์ต หรือ การต้องเสียค่าเข้าชม หรือค่าเครื่องดื่มต่างๆ เป็นต้น

ผู้วิจัยมองว่า การใช้สื่อกิจกรรมคอนเสิร์ตเป็นการใช้สื่อที่มีความสำคัญมากสื่อหนึ่ง เนื่องจากสื่อกิจกรรมคอนเสิร์ต ถือเป็นสื่อชนิดเดียวที่ยังคงสภาพธรรมชาติเดิมของตัวเองไว้ กล่าวคือ ถึงแม้เวลาจะเปลี่ยนไป รูปแบบการสื่อสารรวมถึงวิธีการใช้ของสื่อชนิดอื่นๆ จะเปลี่ยนไป เช่น สื่อมวลชนที่มีบทบาทบางส่วนที่ลดลง อาทิ บทบาทหน้าที่ในการเป็นสื่อกลางข้อมูลข่าวสาร เพียงแหล่งเดียว แต่ปัจจุบันแฟนคลับสามารถหาข้อมูลข่าวสารได้จากทางอื่นๆ ได้อีก เช่น จากสื่อบุคคล หรือสื่อสมัยใหม่ แต่ในสื่อกิจกรรมคอนเสิร์ตนี้ ก็ยังคงสภาพของการเป็นพื้นที่ปะทะ แลกเปลี่ยนเนื้อหาสาระ การเข้าใจความหมายของสาร และการสร้างความหมายร่วมกัน (shared meaning) ระหว่างศิลปินและแฟนคลับ เป็นพื้นที่พิเศษที่กลุ่มแฟนคลับสามารถแสดงออกถึงความ เป็นแฟนคลับได้อย่างเป็นอิสระ แตกต่างจากในชีวิตประจำวันที่มีกรอบของหน้าที่การงาน หรือ บทบาทต่างๆ ของชีวิตที่ทำให้ไม่สามารถแสดงออกมาได้ ขณะที่ตัวศิลปินเองก็สามารถสื่อสาร ออกมาผ่านเสียงเพลงและการแสดง โดยที่สามารถเห็นปฏิกิริยาตอบกลับหรือ feedback จากผู้ฟัง หรือผู้รับสารได้โดยตรงและทันทีทันใด การใช้สื่อชนิดนี้ จึงเป็นการสร้างพื้นที่พิเศษที่แตกต่างจาก พื้นที่ปกติทั่วไป แฟนคลับสามารถสร้างอัตลักษณ์ของตนเองและกลุ่ม แสดงความหมายของ อัตลักษณ์นั้นให้แก่สังคมภายนอกได้รับรู้ รวมถึงการสร้างความหมายร่วมกับศิลปิน และกับแฟน คลับด้วยกันเอง ซึ่งผู้วิจัยจะนำสื่อกิจกรรมคอนเสิร์ตนี้มาศึกษาเพิ่มเติมในพื้นที่กิจกรรมคอนเสิร์ต ซึ่งจะกล่าวถึงอย่างละเอียดในส่วนต่อไป

5. สื่อวัตถุ

สื่อวัตถุที่เป็นสื่อกลางระหว่างแฟนคลับกับศิลปินนั้น มีอยู่มากมายหลากหลายชนิด เช่น เทป ซีดี วีซีดี ดีวีดี โปสเตอร์ สติกเกอร์ รูปภาพของศิลปิน สายรัดข้อมือ เสื้อยืด เข็มกลัด ตุ๊กตา เป็นต้น ซึ่งสื่อวัตถุเหล่านี้ได้กลายเป็นของสะสมของกลุ่มแฟนคลับ นอกจากนี้แฟนคลับจะมีการนำหรือหยิบสื่อวัตถุเหล่านี้ขึ้นมาใช้ เมื่อคิดถึงศิลปินในช่วงที่ศิลปินยังไม่มีผลงาน หรือนำมาใช้ ในช่วงที่ต้องการกำลังใจ หรือต้องการความรู้สึกผ่อนคลายจากความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน การใช้สื่อ “เพลง” ก็เป็นการใช้สื่อวัตถุอีกอย่าง que เชื่อมศิลปินกับแฟนคลับไว้ร่วมกัน

“เวลาเหนื่อยๆ หรือเบื่อๆ จากงาน เราชอบร้องเอาซีดี หรือดีวีดีคอนเสิร์ตเก่าๆ มาฟัง มาดูนะ เราว่า มันช่วยมากเลย เรื่องของการให้เรามีกำลังใจในการทำงานต่อไป เหมือนชาร์ทกำลัง ทำให้เราสดชื่นขึ้นมาได้เลย” (อรวรรณ มาลา, สัมภาษณ์ วันที่ 21 มกราคม 2551)

สื่อวัตถุบางอย่าง ยังเป็นตัวแทนที่แสดงออกถึงความเป็นแฟนคลับด้วย เช่น เสื้อยืด เข็มกลัด สายรัดข้อมือ สติกเกอร์ โดยแฟนคลับจะใส่เสื้อยืดประจำวงในกิจกรรมคอนเสิร์ต หรือ กิจกรรมแฟนคลับ หรือการใช้เข็มกลัดติดกระเป๋าหรือเสื้อเพื่อแสดงตัวตนว่าเป็นแฟนคลับของวง โมเดิร์นด็อก

"ก็อย่างเข็มกลัด เวลาที่ไปสัมมนาหรือไปเที่ยวที่ไหน พี่ก็ต้องติดเข็มกลัดที่กระเปาะนะ แล้วอย่างเสื้อโมเดิร์นด็อก พี่ก็ต้องติดกระเป๋าไปเที่ยวซักตัว 2 ตัว เพราะเวลาร้องคาราโอเกะต้อง ใส่ ขึ้นไปร้องถึงจะมีความมั่นใจ" (ทองพูน คงพันธ์, สัมภาษณ์ วันที่ 8 ธันวาคม 2550)

ในเรื่องของการใช้เพลงแล้ว แฟนคลับบางคนยังยึดเอาเพลงบางเพลงเป็นสื่อกลาง ระหว่างตนเองกับศิลปินด้วย เช่น เพลง "ขอบคุณ" ที่แฟนคลับจะถือว่าเป็นเพลงที่ศิลปินร้องเพื่อ สื่อสารให้แก่แฟนคลับ

"เราจะชอบเพลงที่แบบว่ามันมีความหมายกับชีวิต อย่างเพลง "บางสิ่ง" หรือว่าแบบ เพลง "ผ่าน" เพลงเร็วๆ ก็ชอบเพลงที่มีความหมายสื่อกัน อย่างเพลง "ขอบคุณ" อย่างนี้ รู้สึก เหมือนว่าเค้าร้องให้เรา" (ทะเล, สัมภาษณ์ วันที่ 11 ธันวาคม 2550)

จากการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับศิลปินผ่านทางสื่อต่างๆ ทั้ง 5 สื่อ นั้น เราสามารถสรุป ได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงผลสรุปของการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับศิลปินผ่านทางสื่อต่างๆ 5 ชนิดสื่อ

	ตัวอย่างของสื่อต่างๆ	เนื้อหาในการสื่อสาร	ความถี่ในการสื่อสาร
สื่อมวลชน	โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น	ความเคลื่อนไหวของวง, ข้อมูลล่าสุดของวง, การแสดงคอนเสิร์ตในที่ต่างๆ, การฟังเพลงของศิลปินผ่านทางสื่อมวลชน	พบได้บ่อยๆ โดยหากเป็นช่วงที่ศิลปินมีการออกอัลบั้มใหม่ จะมีทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แต่ถ้าเป็นช่วงที่ศิลปินยังไม่มีผลงานใหม่ ก็จะเน้นที่สื่อวิทยุโดยจะฟังคลื่น fat radio 104.5 เป็นส่วนใหญ่

	ตัวอย่างของสื่ออื่นๆ	เนื้อหาในการสื่อสาร	ความถี่ในการสื่อสาร
สื่อบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> - สมาชิกแฟนคลับ - ตัวของศิลปินเอง 	<ul style="list-style-type: none"> - การแจ้งให้ทราบถึงตารางการแสดงของศิลปิน - การสอบถามความเคลื่อนไหวของวง - การให้ความรู้ - การแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ - เรื่องส่วนตัวและเรื่องอื่นๆ (เมื่อมีความสนิทสนมกันแล้ว) 	<p>ทุกวัน โดยจะอาศัยสื่อสมัยใหม่ช่วยในการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ต, โปรแกรมแชต MSN หรือ โทรศัพท์ เป็นต้น</p>
สื่อสมัยใหม่	<ul style="list-style-type: none"> - สื่ออินเทอร์เน็ต คือ อีเมลล์ เว็บไซต์ เวบบอร์ด โปรแกรมแชต MSN - โทรศัพท์ 	<ul style="list-style-type: none"> - แจ้งตารางการแสดง - สอบถามความเคลื่อนไหวของวง รวมถึงสารทุกข์สุกดิบของศิลปิน - การโพสต์รูปที่เกี่ยวข้องกับคอนเสิร์ต - การวิจารณ์เพลง - การพูดคุยกับศิลปินเรื่องเครื่องดนตรี - การอวยพรวันเกิดแก่ศิลปิน 	<p>ในส่วนของอินเทอร์เน็ตจะมีการใช้ทุกวัน และวันละหลายครั้ง ทั้งทางเวบบอร์ดของวงและการใช้โปรแกรมแชตพูดคุยกับศิลปินโดยตรง ส่วนโทรศัพท์นั้นจะขึ้นอยู่กับระดับความสนิทสนมของสมาชิกแฟนคลับแต่ละคนกับศิลปิน หากแฟนคลับมีความสนิทสนมกับศิลปินมาก ก็จะมีการพูดคุยกันบ่อย เช่น ทุกครั้งที่การแสดงคอนเสิร์ต</p>

	ตัวอย่างของสื่ออื่นๆ	เนื้อหาในการสื่อสาร	ความถี่ในการสื่อสาร
สื่อกิจกรรม	กิจกรรมคอนเสิร์ต	- การฟังเพลง การดูดนตรี การ ใช้การแสดงออกถึงความเป็น แฟนคลับด้วยการกรี๊ด การ ตบมือ การตะโกนขอเพลง การเดินตาม หรือทำตามที่ ศิลปินสั่ง	มีอาทิตย์ละ 1 ครั้งเป็นอย่าง น้อย ขึ้นอยู่กับว่าเป็นช่วงที่ ศิลปินมีการออกผลงานใหม่ หรือไม่ หากเป็นช่วงที่ผลงาน ใหม่เพิ่งออกจะมีการแสดง คอนเสิร์ตในต่าง ๆ เกือบทุกวัน แต่หากเป็นช่วงที่ศิลปินยังไม่ ออกผลงาน ก็จะมีประมาณ 1- 3 ครั้งต่ออาทิตย์ และหากเป็น ช่วงที่ศิลปินกำลังทำผลงาน ใหม่ (คือเข้าห้องอัด) จะมีการ แสดงประมาณ 3-6 ครั้ง ต่อ เดือน ซึ่งแฟนคลับแต่ละคนก็ จะเลือกตามไปดูตามความ สะดวกของตน
สื่อวัตถุ	เทป ซีดี วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี เสื้อ ยืด สายรัดข้อมือ เข็มกลัด สติ๊กเกอร์ ตุ๊กตา	- เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่ม แฟนคลับ คือ แสดงความเป็น แฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก	- สื่อพวกเสื้อยืด เข็มกลัด สายรัดข้อมือ จะมีการใช้ ทุกครั้งในกิจกรรม คอนเสิร์ต และกิจกรรม แฟนคลับ - เทป ซีดี วีซีดี ดีวีดี จะมีการ ใช้ตามความต้องการของ แฟนคลับ กล่าวคือ ใช้เมื่อ คิดถึงศิลปิน หรือใช้เพื่อ ผ่อนคลายความเครียดจาก การทำงาน

จากรูปแบบพฤติกรรมของการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับศิลปินผ่านสื่อต่างๆ 5 ชนิดสื่อ
ดังที่ได้กล่าวมา ทำให้เราเห็นว่า พฤติกรรมการสื่อสารกับระหว่างแฟนคลับกับศิลปินวง
โมเดิร์นด็อก นั้นมีความแตกต่างจากพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างแฟนคลับและศิลปินที่มาจาก
ค่ายเพลงใหญ่ หรือศิลปินที่อยู่ในกระแส mainstream โดยเฉพาะศิลปินเพลงป๊อปทั่วไป
กล่าวคือ แฟนคลับวงโมเดิร์นด็อกจะมีการสื่อสารกับศิลปินโดยตรงผ่านทางสื่อบุคคล, สื่อสมัยใหม่

, สื่อกิจกรรม และสื่อวัตถุค่อนข้างมากกว่าสื่อมวลชน ซึ่งสิ่งนี้ก็เพราะ วงโมเดิร์นด็อกเป็นแนวเพลงในแนวอินดี้ การใช้การสื่อสารหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อมวลชนจะไม่ได้ใช้มากนัก อันเนื่องมาจากงบประมาณที่มีจำกัดกว่าศิลปินที่มาจากค่ายเพลงใหญ่ นอกจากนี้ เพราะรูปแบบของ “ความเป็นอินดี้” ทำให้พฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับกับศิลปินและแฟนคลับของทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันด้วย จะเห็นได้จากการที่แฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกสามารถพูดคุยกับศิลปินได้โดยตรง ผ่านทางสื่อสมัยใหม่ เช่น โปรแกรมแชต หรือ ผ่านทางเวบบอร์ดของวง หรือ การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยตรงได้เลย โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยคนกลาง เช่น ผู้จัดการวง หรือ ทีมงานของค่าย สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า ความเป็นอินดี้ ก็มีให้เห็นในรูปแบบการสื่อสารของแฟนคลับกับศิลปินด้วย นั่นคือ วิธีการสื่อสารของแฟนคลับกับศิลปินก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่ง โดยที่เป็นรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปจากศิลปินแนวป๊อป หรือศิลปินจากค่ายเพลงใหญ่ ผลจากการพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างแฟนคลับและศิลปินรูปแบบดังกล่าวนี้ ส่งผลให้มีการสร้างความสัมพันธ์กันอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ก้าวผ่านคำว่าแฟนคลับกับศิลปิน แต่สามารถสร้างความหมายใหม่ๆ ขึ้นมา นั่นคือ มีความสนิทสนม มีการเป็นเพื่อน เป็นพี่เป็นน้องกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ เราจะไม่ค่อยเห็นในพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างแฟนคลับและศิลปินเพลงจากค่ายเพลงใหญ่อย่างชัดเจนนัก

นอกจากนี้พฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับกับศิลปินวงโมเดิร์นด็อกที่เน้นการสื่อสารกับผ่านสื่อกิจกรรม หรือ กิจกรรมคอนเสิร์ตเสียเป็นส่วนใหญ่ ก็เป็นความแตกต่างอีกประการหนึ่งของรูปแบบการสื่อสารของแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อกกับศิลปิน กับ แฟนคลับของศิลปินแนวอื่นๆ ด้วย กล่าวคือ ด้วยความที่ศิลปินมีลักษณะของความเป็นวงอินดี้ที่จะเน้นการสื่อสารผ่านสื่อกิจกรรมคอนเสิร์ตที่บ่อยกว่าศิลปินที่มาจากค่ายเพลงใหญ่ ที่จะเน้นการสื่อสารกับแฟนคลับของตัวเองผ่านทางสื่อมวลชน เช่น การไปโมโตอัลบั้มผ่านทางโทรทัศน์ วิทย์ หรือ การที่ศิลปินของค่ายเพลงใหญ่ที่มักจะเดินสายออกไปเล่นตามรายการเกมโชว์ หรือ รายการต่างๆ ทางโทรทัศน์ เพื่อสร้างค่านิยมของตนเองกับกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งสิ่งนี้มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนกับศิลปินวงโมเดิร์นด็อกที่เน้นการสื่อสารกับแฟนคลับ ด้วยออกแสดงคอนเสิร์ตมากๆ และบ่อยๆ ครั้ง เพื่อให้แฟนคลับมีโอกาสได้มาติดตามดู ได้มาแสดงอัตลักษณ์ เป็นพื้นที่ที่มีการปะทะแลกเปลี่ยนการสื่อสารได้อย่างทันทีทันใด แฟนคลับสามารถสื่อสารตอบกลับกับศิลปินได้อย่างทันที ส่วนศิลปินเองก็สามารถเห็น feedback ตอบรับจากแฟนคลับได้อย่างทันท่วงทีเช่นกัน ซึ่งสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อกกับศิลปิน มีความแตกต่างจากพฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับวงอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม ในความแตกต่างกันของพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกกับศิลปิน และแฟนคลับของวงอื่นๆ กับศิลปิน เราก็พบความเหมือนด้วยเช่นกัน นั่นคือ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านสื่อวัตถุเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของความเป็นแฟนคลับ สิ่งนี้เราจะเห็นได้ทั้งในกลุ่มแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกและกลุ่มแฟนคลับของวงอื่นๆ ซึ่งหากเราเปรียบเทียบกัน พฤติกรรมการรับสารแบบรวมกลุ่มในสมัยก่อน นั่นคือ การติดตามคณะลิเกของบรรดาเหล่าแม่ยก จะเห็นได้ว่า แม่ยกจะมีการติดตามและมีการแสดงพฤติกรรมหลายๆ อย่างที่แฟนคลับในปัจจุบันยังมีการแสดงออกอยู่ เช่น การติดตามคณะลิเกอย่างใกล้ชิด การนำของไปให้แก่พระเอกลิเก แต่ พฤติกรรมการใช้สื่อวัตถุเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของความเป็นแฟนคลับนั้น กลุ่มแม่ยกจะไม่มี แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมดังกล่าว เป็นพฤติกรรมของความเป็นชนชั้นกลาง ซึ่งเราจะเห็นได้ทั้งในแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกและแฟนคลับของศิลปินเพลงวงอื่นๆ

แต่ความเหมือนในเรื่องของพฤติกรรมการใช้สื่อวัตถุต่างๆ ดังที่กล่าวมานี้ ก็มีความแตกต่างกันในเรื่องของระดับความเข้มข้นในการใช้สื่อวัตถุด้วย (degree) กล่าวคือ แฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก จะมีการใช้สื่อวัตถุเพื่อสื่อสารกับศิลปินและกลุ่มแฟนคลับด้วยกัน และเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของความเป็นแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อกออกมาผ่านสื่อวัตถุต่างๆ เช่น เสื้อยืด สายรัดข้อมือ เข็มกลัด แต่แฟนคลับของศิลปินจากค่ายใหญ่ มักจะใช้สื่อวัตถุประเภทอื่นๆ เช่น ป้ายผ้า ไปจนถึงป้ายไฟ เพื่อแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของแฟนคลับออกมา ผู้วิจัยมองว่า เหตุผลอีกประการหนึ่งที่แฟนคลับของศิลปินจากค่ายใหญ่ใช้สื่อวัตถุจำพวกป้ายผ้าและป้ายไฟนี้ นอกจากจะต้องการแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มตัวเองแล้ว ยังต้องการเรียกความสนใจจากตัวศิลปิน หรือต้องการ "attention" จากตัวศิลปินด้วย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องมาจากการเข้าถึงศิลปินของแฟนคลับกลุ่มนี้จะเข้าถึงได้ยากกว่าแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก รวมถึงจำนวนสมาชิกแฟนคลับที่มีมากกว่า การใช้สื่อวัตถุจึงถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างการดึงดูดความสนใจต่อศิลปิน เพื่อให้ศิลปินจดจำเราได้ ซึ่งสิ่งนี้คือความแตกต่างกันของพฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อกกับแฟนคลับของศิลปินที่มาจากค่ายเพลงใหญ่

2. พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างแฟนคลับด้วยกันเอง

ในส่วนของการสื่อสารของแฟนคลับกับแฟนคลับด้วยกันเองนั้น จะมองผ่านทางช่องทางทางการสื่อสารต่างๆ 5 ช่องทาง คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม และสื่อวัตถุ โดยดูว่าสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ อย่างไร มีความถี่ในการใช้ช่องทางต่างๆ อย่างไร รวมถึงเนื้อหาในการสื่อสารเป็นอย่างไร

1. สื่อมวลชน

การสื่อสารระหว่างกลุ่มแฟนคลับผ่านสื่อมวลชนยังไม่มีให้เห็นมากนัก จะมีบ้าง เช่น การเขียนวิจารณ์เพลงของศิลปิน ผ่านทางคอลัมน์ในนิตยสารเกี่ยวกับเพลง แต่อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีความเด่นชัดของการสื่อสารมากนัก ที่เป็นเช่นนี้ ผู้วิจัยมองว่า เพราะธรรมชาติของสื่อมวลชน ที่มีลักษณะของความเป็น mass รวมถึงการที่ผู้รับสารจะกลายเป็นผู้ส่งสารนั้นทำได้ยากมาก อาจจะต้องใช้กำลังทรัพย์ หรือ จากจ่ายเงินเพื่อให้ได้มาซึ่งพื้นที่ในการสื่อสาร และในขณะเดียวกัน การได้รับ feedback ตอบกลับจากเพื่อนสมาชิกแฟนคลับเองก็ทำได้ยาก เพราะไม่ได้รับกลับมาอย่างทันทีทันใด ต้องอาศัยเวลา และการสื่อสารผ่านช่องทางอื่นๆ เพิ่มอีก กลุ่มแฟนคลับจึงไม่นิยมใช้สื่อชนิดนี้มากนัก นอกจากนี้ เนื่องด้วยความที่ศิลปินวงโมเดิร์นด็อกเป็นศิลปินแนวอินดี้ คือ มีกระบวนการผลิตผลงานที่ศิลปินสร้างสรรค์ผลงานขึ้นมาเองในทุกกระบวนการ การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อมวลชนจึงไม่ได้ถูกนำมาใช้มากเท่ากับการสื่อสารผ่านช่องทางอื่นๆ ส่งผลให้แฟนคลับไม่นิยมที่จะใช้การสื่อสารผ่านการใช้สื่อมวลชนเช่นกัน

2. สื่อบุคคล

สื่อบุคคล ถือว่าเป็นช่องทางที่มีความสำคัญอย่างมากในกระบวนการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับด้วยกัน เพราะสื่อบุคคลถือเป็นสื่อกลางที่จะนำสมาชิกแฟนคลับให้มาเข้าร่วมกลุ่มกับสมาชิกแฟนคลับคนอื่นๆ คือ การได้ทำความรู้จักกันเอง หรือการที่เป็นผู้นำข่าวสารข้อมูลที่มีมาเผยแพร่กระจายในเครือข่าย เพื่อให้แฟนคลับคนอื่นได้รับทราบข้อมูล เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลในเครือข่าย โดยจะแยกหน้าที่ของสื่อบุคคลออกเป็นส่วนๆ เช่น

2.1 การแนะนำให้รู้จักวง

แฟนคลับหลายๆ คน ที่ได้เข้ามาเป็นสมาชิกแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกผ่านการสื่อสารกับสื่อบุคคล ที่แนะนำให้บุคคลเหล่านั้นรู้จักกับวง ทำให้สมาชิกกลุ่มนี้เริ่มสนใจในวงและเข้ามาเข้าร่วมเป็นแฟนคลับในเวลาต่อมา ซึ่งสื่อบุคคลประเภทนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกในครอบครัว หรือเพื่อนสนิท

“เริ่มมาจากเพื่อนพี่นะ แต่ก่อนพี่ก็ฟังพวกบอยสเก๊าท์ แต่เพื่อนพี่คนนี้ เค้าฟังเพลงทุกแนว ไม่ว่าจะเป็พวกไต้ดิน แล้วก็ไปซื้อวงโมเดิร์นด็อกมาฟังตั้งแต่ยังไม่ดัง พี่ก็ไปฟังกับมัน พี่ก็ว่า เออเข้าท่าดี ก็เลยชอบตั้งแต่นั้นมา” (ทองพูน คงพัน, สัมภาษณ์ วันที่ 8 ธันวาคม 2550)

2.2 การบอกข่าวสารแก่แฟนคลับคนอื่นๆ ที่ไม่ค่อยเข้าถึงแหล่งข่าวสาร

แฟนคลับกลุ่มนี้ จะใช้การบอกต่อๆ กันในการสื่อสารด้วย โดยการบอกต่อกันจะเริ่มจากแฟนคลับคนหนึ่ง หรือกลุ่มหนึ่ง บอกต่อๆ กันไปกับกลุ่มคนที่รู้จัก แล้วทำให้ข้อมูลข่าวสารมีการแพร่กระจายกันไปในเครือข่ายแฟนคลับ นอกจากนี้ การสื่อสารระหว่างบุคคล ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่กลุ่มแฟนคลับนำมาใช้ ในการก่อตัวกลุ่มแฟนคลับขึ้นมา หรือในการทำกิจกรรมในพื้นที่ต่างๆ เพื่อสร้างความสนิทสนม อันเกิดผลดีต่อการสร้างกลุ่มแฟนคลับให้เหนียวแน่น

“เราไม่ค่อยได้เข้าเวบบอร์ด ไม่ชอบตอบด้วย เพราะว่าเพื่อนเราเข้าไปอยู่ในนั้นแล้วไง หมายถึงปู้ยนั้นแหละ (อาทิตย์ ดอกไม้จันทร์) พอมีข่าวอะไร เดียวมันก็จะกระจายข่าวต่อให้เอง” (ภัทรพร มีคล้าย, สัมภาษณ์ วันที่ 1 ธันวาคม 2550)

2.3 การให้ข้อมูลอัปเดต

สื่อบุคคลบางคนยังทำหน้าที่ในการให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของวง เช่น ตารางการแสดง รวมถึงรายละเอียดการเข้างานต่างๆ ด้วย

“เรื่องตารางก็อัปเดต 3-4 วันครั้งนะ บางทีงานเยอะมากก็จะทำวันอาทิตย์นี้แหละ คือ เราลงสารเด็กๆ ใจ เด็กๆ คงไม่รู้ว่าจะไปดูที่ไหน ก็ทำจนเหมือนเป็นชีวิตประจำวันนะ คือ แบบต้องเข้าไปเช็คเมลล์ Yahoo เมลล์กลางของพี่ๆ เค้า แล้วก็เอามาโพสต์ลง บางทีงานยุ่ง ก็มีคนมาตั้งกระทู้ว่าเมื่อไหร่จะมาอัปเดตงาน ก็แบบเออได้ๆ ขอโทษทีที่ทำงานช้านะ ฮ่าๆ” (พีต, สัมภาษณ์ วันที่ 24 ธันวาคม 2550)

ในส่วนของเนื้อหาในการพูดคุยกันนั้น จะมีความเกี่ยวข้องกับวงโมเดิร์นด็อกเสียเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็จะมีแฟนคลับบางส่วน ที่มีการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างกัน จนสามารถพูดคุยกันในเรื่องส่วนตัวได้

“ก็จะโทรคุยกันเรื่องอื่นด้วย บางทีก็จะปรึกษาเรื่องงานบ้าง เรื่องส่วนตัวบ้าง เรื่องที่ไม่เกี่ยวกับต๊อกกี้มีนะ” (พุด, สัมภาษณ์ วันที่ 24 ธันวาคม 2550)

ในส่วนของความถี่ในการใช้สื่อบุคคลนั้น จะมีการใช้ทุกวัน โดยการติดต่อสื่อสารกันเองของแฟนคลับและสื่อบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับความสนิทสนมของแฟนคลับกับสื่อบุคคลคนนั้นๆ ด้วย ในการติดต่อสื่อสารกันนั้น จะใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อใหม่เสียเป็นส่วนใหญ่ เช่น โทรศัพท์, โปรแกรมแชต msn เป็นต้น

3. สื่อสมัยใหม่

สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อโทรศัพท์นั้น ถือเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้กลุ่มแฟนคลับได้เริ่มมาทำความรู้จักกันและรวมกลุ่มกันอย่างเหนียวแน่นในเวลาต่อมา กล่าวคือ เมื่อเริ่มมีการติดต่อสื่อสารกันผ่านทางเว็บบอร์ด ตั้งแต่ในช่วงแรกๆ ที่เป็นเว็บบอร์ดของค่ายเบเกอรี่มิวสิค กลุ่มแฟนคลับก็ใช้พื้นที่เว็บบอร์ดเป็นพื้นที่กลาง ในการทำความรู้จักกัน พูดคุยเกี่ยวกับวงโมเดิร์นด็อก และเริ่มมีการรวมตัวกันในการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การนัดหมายกันเพื่อไปดูคอนเสิร์ตร่วมกัน การจัดกิจกรรมมีตติ้ง การนัดกันทานข้าวหรือพูดคุยกัน ซึ่งเป็นการช่วยสานความสัมพันธ์ของกลุ่มแฟนคลับด้วยตนเอง และเป็นการทำให้กลุ่มแฟนคลับมีโอกาสได้ทำความรู้จักกับศิลปินมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ ในปัจจุบัน โปรแกรมแชต เช่น โปรแกรม MSN ได้เข้ามามีบทบาทอย่างสูงในการสื่อสารกันระหว่างแฟนคลับ โดยจะมีการแลกเปลี่ยนอีเมลแอดเดรสกันในเครือข่ายแฟนคลับ เช่น ในเว็บบอร์ดของวงโมเดิร์นด็อก และนำรายชื่อที่ได้มาทำการเพิ่มรายชื่อในโปรแกรมแชต เมื่อได้มีการเพิ่มชื่อแล้ว ก็จะมีการพูดคุยทำความรู้จักกันเป็นการส่วนตัว ทำให้ระดับความสนิทสนมของกลุ่มแฟนคลับเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับมีความเหนียวแน่นและขยายตัวออกไปมากขึ้น

“ตอนชุด 1 ชุด 2 ยังไม่มีสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาไง พอชุด 3 ก็มีสื่ออินเทอร์เน็ตแล้ว มีเว็บบอร์ดของเบเกอรี่ ทำให้รู้จักพวกเจ้พุด รู้จักใครในบอร์ดอะไรอย่างงี้” (ปรัศนีย์ ละอองทอง, สัมภาษณ์ วันที่ 26 มกราคม 2551)

เนื้อหาในการสื่อสารระหว่างกันของแฟนคลับผ่านสื่อสมัยใหม่นั้น จะมีความหลากหลายมาก เพราะเว็บบอร์ดถือเป็นพื้นที่กลาง ที่ใครก็สามารถเข้ามาใช้ประโยชน์ได้ ทั้งการอ่านเพื่อ

หาข้อมูล หรือการโพสต์ข้อความเพื่อแบ่งปันข้อมูล โดยเนื้อหาที่ทำการสื่อสารกัน จะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน และส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับศิลปิน

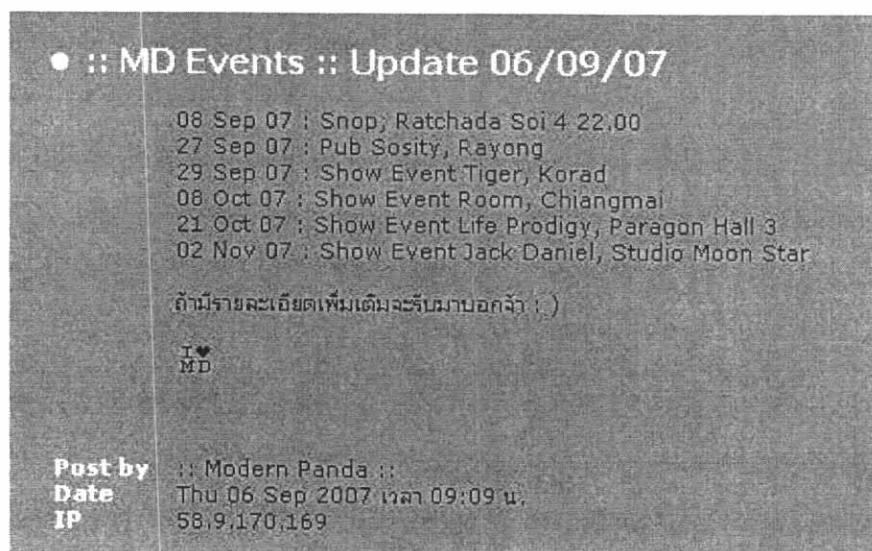
เนื้อหาในการสื่อสารส่วนที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของวงหรือของศิลปิน การอัปเดตข้อมูลตารางงานของศิลปิน การเล่าเรื่องและการแชร์ภาพคอนเสิร์ตที่ได้ไปดูมา การวิจารณ์เพลง การพูดคุยเกี่ยวกับอัลบั้มใหม่ เป็นต้น

ส่วนเนื้อหาในการสื่อสารที่ไม่เกี่ยวข้องกับศิลปิน เช่น การพูดคุยกันเรื่องเครื่องดนตรี และการเล่นดนตรี การพูดคุยเรื่องการใช้เพลงในสถานการณ์ต่างๆ ของแฟนคลับ การโชว์แผ่นซีดีที่แต่ละคนสะสม การพูดคุยกันเรื่องส่วนตัว การแซวและหยอกล้อเล่นกัน เป็นต้น

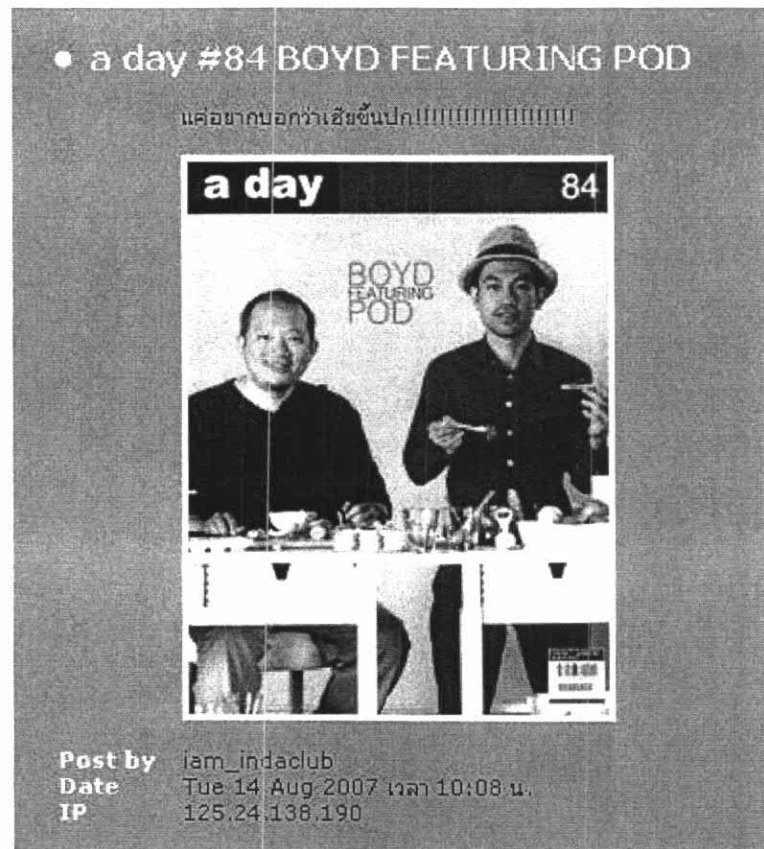
ต่อไปนี้จะขอนำเสนอ ตัวอย่างของเนื้อหาในการสื่อสารในเว็บไซต์ของกลุ่มแฟนคลับ ด้วยกันเองผ่านทางเว็บไซต์ www.moderndog.biz ซึ่งเนื้อหาในการสื่อสารของแฟนคลับจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน

ส่วนนี้ จะเป็นเนื้อหาที่กลุ่มแฟนคลับสื่อสารกัน โดยมีความเกี่ยวข้องกับศิลปินและเกี่ยวกับวง เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของวงหรือของศิลปิน การอัปเดตข้อมูลตารางงานของศิลปิน การเล่าเรื่องและการแชร์ภาพคอนเสิร์ตที่ได้ไปดูมา การวิจารณ์เพลง การพูดคุยเกี่ยวกับอัลบั้มใหม่ เป็นต้น



ภาพที่ 5.11 ภาพกระทู้ที่เกี่ยวกับการอัปเดตตารางงานของศิลปิน



ภาพที่ 5.12 ภาพกระตุ้ที่เป็นการบอกข่าวสารแก่แฟนคลับด้วยกัน

No 16



เป็นประเด็นที่น่าสนใจ..
animal animal animalanimal
..แล้วมันมีอะไรอยู่ในเพลง..

หรือว่าอาจจะไม่มีอะไรเลยในนั้น..
anymore anymore anymoreanymore

..แต่เพลงเวตาล เอามา reverse นาที่ที่3.20 โดยประมาณ..
จะได้ยินเสียงร้อง..ช่วยด้วย!!
ลองหาเล่นกันดูในโปรแกรม Audition 1.5 ก็ได้..หนุกหนุก..

Reply by oh_ho ✉
Date Mon 09 Oct 2006 เวลา 06:10 น.
IP 192.168.101.47, 202.

ภาพที่ 5.13 ภาพกระตุ้ที่เกี่ยวกับการวิจารณ์เพลง

2. เนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับศิลปิน

ส่วนนี้ จะเป็นเนื้อหาที่กลุ่มแฟนคลับสื่อสารกันเอง โดยไม่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน หรืออาจจะมีความเกี่ยวข้องบ้าง แต่เป็นลักษณะของการเสนอเนื้อหาในแง่มุมมองและความคิดเห็น

ส่วนตัวของแฟนคลับเองเป็นส่วนใหญ่ เช่น การพูดคุยกันเรื่องเครื่องดนตรีและการเล่นดนตรี การพูดคุยเรื่องการใช้เพลงในสถานการณ์ต่างๆ ของแฟนคลับ การโชว์แผ่นซีดีที่แต่ละคนสะสม การพูดคุยกันเรื่องส่วนตัว การแซวและหยอกล้อเล่นกัน เป็นต้น

7.

“ เลิกเถอะ ”

12 ปีที่รู้จักกันมา / 6 ปีหลังที่ตามอุคอนเสิร์ต
เคยพูดประโยคนี้กับตัวเองไม่ต่ำกว่า 3 ครั้ง ไม่นับแบบหิวใจจริง หรือหยอกเข้ากับเพื่อน
เหตุผลประกอบมีมากมายสุดจะสรรหา

ลองเลิกซอบางนิ้วซะหัดมีย หันไปสนใจเรื่องอื่นมีย หาแฟนต้าสักคนมีย ?? .. บรา บรา บรา ..
ไม่เคยนับระยะเวลาในการพยายาม “เลิกสนใจ” ในแต่ละครั้ง เพราะมีกมลปลงด้วยความล้มเหลว
เคยสงสัย และใคร่ครวญว่าคนอื่นเขาทำอะไร
คนที่เคยตามมาดูด้วยกัน เขาหายไปไหน เขาทำอะไรอยู่ แล้วเขาหาได้อย่างไร

นั่นเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งนอกจากความคิดถึง ที่โทรไปหาน้องผู้ชายคนนั้น

พอลัง ณ จุดจุดหนึ่ง สิ่งที่เราเคยให้ความสำคัญ ก็ไม่ใช่สิ่งที่สำคัญอีกต่อไป
บางที สำหรับคนบางคน มันอาจจะไม่ได้หายไปเลย เพียงแต่ระดับของความรู้สึกอาจจะไม่เท่าเดิม
หรือการแสดงออก อาจไม่ใช่ในรูปแบบเหมือนที่ผ่านมา

..

วันที่เราคิดว่า จะไม่สนใจอีกแล้ว
ตอนนั่งรถเมลล์กลับบ้านจากที่ทำงาน ได้ยินเพลงโมเดิร์นด็อกผ่านคลื่นวิทยุ
กลับมาบ้านเปิดทีวี ได้ยินเสียงพี่ป๊อดอ่านสปอตโฆษณา
เจอเพื่อนเก่าๆ พ่อแม่ แม่แต่ญาติๆ ก็ยังถามถึง (เพราะเขารู้กันหมดว่า-ชอบ)
ล้มตัวลงนอน เห็นข้าวของในห้อง ซีดี โปสเตอร์มีวนๆ ที่กองพะเนิน และอีกนานาสารพัด (เพราะไม่มีที่จะเก็บ)
ทั้งหมดนี้รวม ..
พูดกับตัวเองว่า - จะเลิกได้จริงๆหรือ ..

..

ก่อนหน้าที่จะอุคอนเสิร์ต มีคำถามถามความรู้สึกตัวเองอยู่ตลอด ชัดแย้งอยู่ในใจตลอด
แต่สุดท้ายมันก็คาอยู่อย่างนั้น
เพราะตอนอุคอนเสิร์ตเริ่มก็ไม่สนใจอะไรอีกแล้ว อื่นอย่างเดียว ร้อง เล่น เสร้าตามประสา
สายตายังมองด้วยความวิบวับชื่นชม ยัง “รู้สึก” กับเพลงและท่วงทำนอง
ดีใจและสนุกกับเพลงสุดท้าย (ที่แอบตะโกนขอกับเพื่อน แล้วก็โชคดีได้ฟังจริงๆ)
เห็นฉิลลาพูดเวิร์คคนร้องแล้วพลันอยากจะถูกขึ้นมาซะเดี๋ยวนั้น! ด้วยซ้ำ

ช่วงที่นั่งอยู่ เวลาหันไปมองคนอื่นๆ แอบเพลอซี้ม ..
เขาก็มีความสุขกันดึ้น .. สนใจอะไร แคร่อะไร และคิดมากทำไม

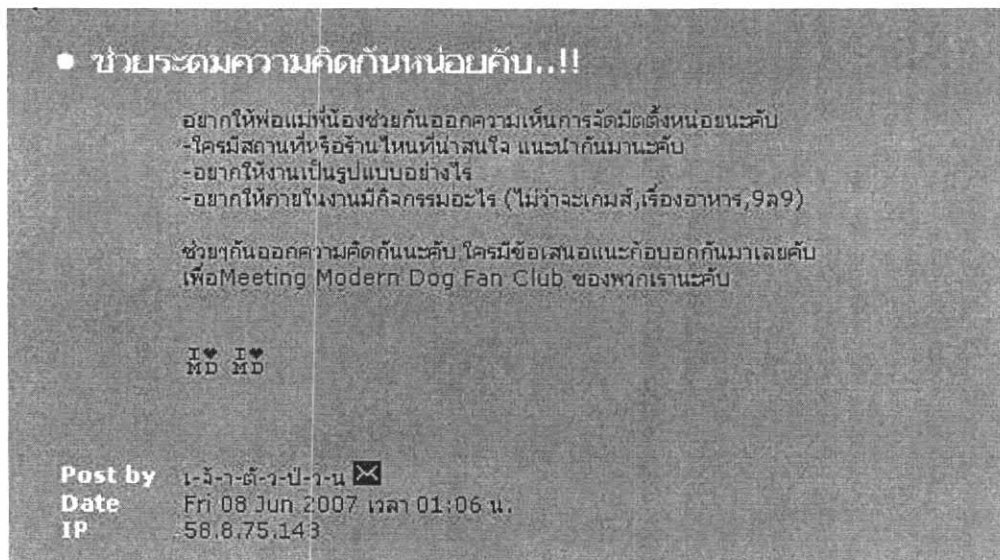
..

Reply by tale

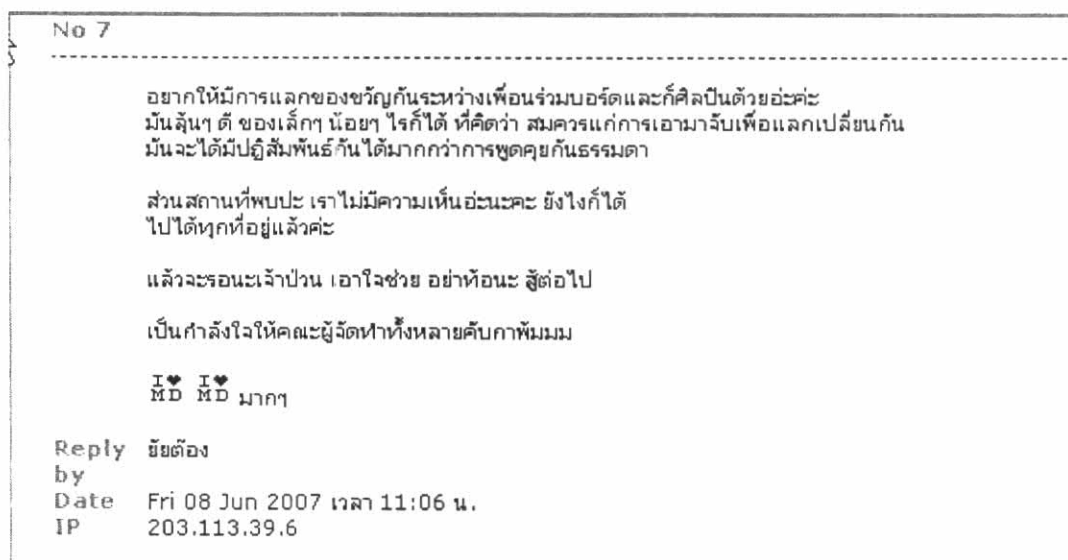
Date Sun 10 Sep 2006 เวลา 12:09 น.

IP 125.24.204.121

ภาพที่ 5.14 ภาพกระชู้เล้าเรื่องและบอกความรู้สึกในใจของตัวเอง



ภาพที่ 5.15 ภาพกระทู้เกี่ยวกับการขอความคิดเห็นในเรื่องงานมิตติ้ง



ภาพที่ 5.16 ภาพกระทู้แสดงความคิดเห็นของสมาชิกแฟนคลับเกี่ยวกับเรื่องมิตติ้ง

No 9



มาถึงภาพนี้... แขนกรับเชิญ พิเศษ ของModernDog ตัวจริง คือเด็กในบอร์ดเราคนนี่เอง... เป็นแขนกรับเชิญที่เกือบเข้างานไม่ได้พอกับพวกเราทุกคน ที่สำคัญอายุไม่ถึงด้วยขย จนถึงเวลาที่ปิด จะส่งไมค์ ให้น้องตะเรา แต่น้องตะเราไม่ได้อยู่ที่ใกล้นี้... นี่แน่ะ โกลั๊กว่าจึงพยามส่งสัญญาณบอกว่า เตี่ยผมจะส่งไมค์ไปให้เองง่ายกว่า แต่เขียไม่เห็นเราอยู่ในสายตา หุหุ ครีครี อี้อี้อี้ เมื่อเขียไม่เห็น เขียเลยโยนเลย บอกตรงๆโคตตเสียวไปลงหัวคนอื่นเลย เพราะคนแน่นมาก ใช้หัวรับง่ายกว่ามือ แต่สุดท้ายหึงพี่ป๊อด และน้องตะ มีความแมนแฉ่มมิ่ง!! ฟ้าสำเร็จสมบูรณ์แบบ... เราและคนอื่นๆ โลงงง.....



ภาพที่ 5.17 ภาพกระทู้ที่โพสรูปเพื่อนสมาชิกแฟนคลับหลังจากได้ไปดูคอนเสิร์ตด้วยกัน

No 2



เพลง."ผ่าน" ก็ทำให้เราร้องให้เช่นกัน ตอนม.2-3 ฟังตลอดจนถึงวันนี้

ขอบคุณเช่นกัน...ค่ะ

I
♥
MD

Reply by ฝ้าย

Date Mon 06 Nov 2006 เวลา 09:11 น.

IP 192.168.100.8, 61.19

No 3

เพลงนี้ไม่ได้ทำให้ผมร้องไห้ แต่ทำให้ผมเลิกร้องไห้

ขอบคุณจริงๆ I
♥
MD

Reply by ชิวก้า

Date Mon 06 Nov 2006 เวลา 08:11 น.

IP 210.246.75.175

ภาพที่ 5.18 ภาพกระทู้ที่เกี่ยวกับการใช้เพลงของแฟนคลับในสถานการณ์ต่างๆ

No 6



ก่อนเขียนชิ้นเล่นงาน FAT ประมาณ ครึ่ง ชม.

tale : พี่มาดูเฮียหรือ
 pug : ซ้าย ๆ เห็นว่าเล่นปายโมงซ้ายปะ
 tale : ซ้ายพี่ เอ้อ หนูจะเข้าทางข้างหลังหนะ
 (แววตาประมาณ อยากช่วยเหลือให้เราเข้าไปมั้ง 555+)
 pug : อืมม พี่มากะเพื่อนนะ ไม่เป็นไร (ไม่เป็นไรจริง ๆ นะ)
 tale : (แววตาประมาณอยากช่วย)
 pug : แอนซิ่ง

I♥
 MD

ก่อนวันงาน TK Park
 Yuhoo : พี่ ๆ ไปดูเฮียเล่นไหม
 pug : หืม ๆ ที่ไหนอะ
 Yuhoo : TK Park พี่
 pug : ไป ๆ
 Yuhoo : เจอกานพี่
 วันงาน Yuhoo ป่วย 555+

I♥
 MD

งานเดียวกัน
 Percusion : พี่ ๆ เอาซีดีมาให้และ
 pug : ถ้า มาดูเฮียเล่นเหมือนกันหรือ
 Percusion : ป่าวพี่ มาเอาตั้งที่พี่เนี่ยแล้วจะกลับและ
 pug : (-_-")

I♥
 MD

Reply by PUG ✖
 Date Mon 15 May 2006 เวลา 04:05 น.
 IP 192.168.0.22, 210.1.

ภาพที่ 5.19 ภาพกระทู้ที่บอกความสัมพันธ์ของคนในเครือข่ายแฟนคลับ

ในส่วนของความถี่ในการใช้สื่อสมัยใหม่นั้น แฟนคลับจะมีการใช้สื่อสมัยใหม่ทุกวัน นั่นคือ จะเข้ามาเช็คข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินในเวบบอร์ดทุกวัน บางคนจะเข้ามาวันละหลาย ๆ รอบ และในส่วนของโปรแกรมแชต ก็จะมีการพูดคุยกันระหว่างแฟนคลับทุกวันด้วย

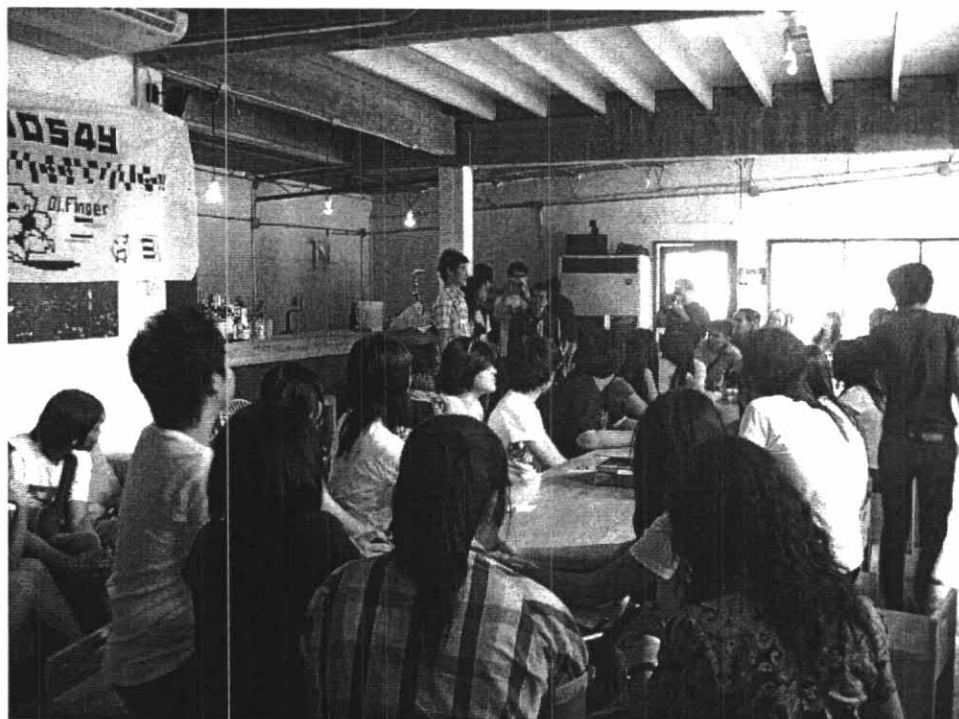
4. สื่อกิจกรรม

ในส่วนของการใช้สื่อกิจกรรมในการสื่อสารระหว่างแฟนคลับด้วยกันเองนั้น จะหมายถึงกิจกรรมมีตติ้ง นั่นคือ เป็นกิจกรรมที่แฟนคลับจะมารวมตัวกัน เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน เช่น การแนะนำตัว การทำความรู้จักกัน การเล่นเกมส์ การร่วมโหวตสุดยอดแฟนคลับในแต่ละสาขา ซึ่งในกิจกรรมมีตติ้งของแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อกนั้น จัดขึ้นมาแล้วทั้งหมด 3 ครั้ง คือ ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2545 มีจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมประมาณ 40-50 คน ครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมประมาณ 60-70 คน และในครั้งที่ 3 ในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วม

ประมาณ 100 คน ซึ่งในการจัดกิจกรรมมิตติ้ง ก็ถือเป็นพื้นที่เปิดที่ทำให้แฟนคลับมีโอกาสมาทำความรู้จักกันเอง ในบรรยากาศที่เป็นกันเอง และมีโอกาสที่ได้ใกล้ชิดศิลปินด้วย

"มิตติ้งก็ดีนะ ได้รู้จักคนเยอะขึ้น ได้สนุก ได้เจอเฮีย แล้วได้ไปเจอน้องๆ มันเหมือนกันว่า เราได้มานั่งกินข้าวร่วมกัน เหมือนเรามาได้เจออาหารของโปรด เจอคนนี่ที่คุยกันเข้าใจ" (ทองพูน คงพันธ์, สัมภาษณ์ วันที่ 8 ธันวาคม 2550)

ภาพที่ 5.20 ภาพบรรยากาศจากงานมิตติ้งครั้งที่ 3 ในภาพจะเป็นรูปที่สมาชิกออกไปแนะนำตัวเอง



ภาพที่ 5.21 ภาพกระทู้กิจกรรมการไหวตสุดท้ายอดแฟนคลับในสาขาต่างๆ

• 11 ปี 11 รางวัล meet fun ที่น้องสาวเรา !!!

เนื่องด้วย งาน meeting ที่กำลังจะเกิดขึ้น มีพี่น้องหลายคนคิดว่า เราอาจหาไม่ได้ให้รางวัลอีกมากพอ ดังนั้น เราจึงมีงานจัดตั้งรางวัลขึ้นเป็น MD AWARD กติกาง่าย แต่เพียงพี่น้องทุกคนอ่านรายชื่อรางวัล แล้วคิดถึงคนที่ควรรู้จักไว้ (ห้ามโพล้ออกมานะ เด๋วมีคนแอบลอกเลียนความคิด หุหุ) ในงานเราจะมีกระดาษ โหวตแจก และประกาศผลในวันงานเลย ช่วงเวลานี้ก็ขอให้พี่น้องหาความรู้จัก "กันและกัน" และร่วมสนุกกิจกรรมนี้กัน....

รางวัลสาขาที่เข้าชิง

1. รางวัล หมากะกะตอก (ก็เหมือนกะตอกกับ เตือนอะ แต่เรามานเป็น ต่อกานนี้)
2. รางวัล เด็กแนว
3. รางวัล ยอดนักโพล
4. รางวัล ขยันกาน
5. รางวัล อับดุล (หรือผู้รอบรู้ในบอร์ดของเราเอง)
6. รางวัล username สุดโตน
7. รางวัล youngest fan
8. รางวัล oldest fan
9. รางวัล พ่อพระ/แม่พระ (คนที่ชอบเอาของมาแจกในบอร์ดนั่นเอง.. พี่น้องตอนนี้ยังหาคะแนนเห็น มีใครเอามาโชว์กันเร็ว อ้อ)
10. รางวัล นักตบ (ไปคิดเอาเองนะอันนี้)
11. รางวัล แดงกายยอดเยี่ยม (ตัดสินกันวันงานและจะ แต่งกานได้เต็มที่ไม่ต้องกลัว ตาน ได้อายอดคืบพี่น้อง)

นี่คือรายชื่อรางวัลสาขาที่เข้าชิงทั้งหมดนะ... มีข้อสงสัย สอบถามได้ที่ md_meeting@hotmail.com แต่ไม่ต้องส่งคำตอบมานะ เราโหวตกาอย่างเปิดเผยในงาน meeting และแน่นอน กานส่ง sms ร่วมโหวต แจกไม่นับนะ ไม่ต้องส่งมา...หึหึ

I ♥ MD

Post by MD
Date Mon 24 Apr 2006 เวลา 01:04 น.
IP 58.8.88.71

ในกิจกรรมนี้ตั้งนั้น ผู้วิจัยมองว่า เป็นสื่อกิจกรรมอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญมาก เพราะเป็นการสร้างพื้นที่ส่วนตัวร่วมกันของกลุ่มแฟนคลับ ที่เป็นพื้นที่ที่แยกออกมาจากช่วงเวลาการใช้พื้นที่ในชีวิตประจำวันและพื้นที่ส่วนตัวของแฟนคลับแต่ละคน โดยที่การมีพื้นที่ส่วนตัวร่วมกัน หรือ พื้นที่กิจกรรมแฟนคลับนี้ ทำให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์กันระหว่างแฟนคลับ มีการแสดงอัตลักษณ์ มีการสื่อสารกันเพื่อสร้างสังคม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และเป็นการสานสัมพันธ์ของสมาชิกแฟนคลับด้วยกันเอง ซึ่งทำให้เกิดการสื่อสารกันต่อเนื่องมาถึงในช่วงชีวิตประจำวันด้วย ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์และการสานต่อความสัมพันธ์ต่อกันนี้ ผู้วิจัยมองว่าเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง ที่ทำให้เครือข่ายยังคงดำเนินมาได้อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าศิลปินจะมีการออกผลงานใหม่ไม่มากนัก คือ ในช่วงเวลา 14 ปี มีเพียง 4 อัลบั้ม หรือประมาณ 4 ปีต่อ 1 อัลบั้ม แต่กลุ่มแฟนคลับก็ยังมีกรรวมตัวกันอยู่อย่างต่อเนื่องและยาวนาน ผู้วิจัยจึงนำสื่อกิจกรรมแฟนคลับนี้มาศึกษาเพิ่มเติม ในส่วนของพื้นที่และช่วงเวลาพิเศษ คือ "พื้นที่กิจกรรมแฟนคลับ" ซึ่งจะนำเสนอใน ส่วนต่อไป

5. สื่อวัตถุ

ในการสื่อสารระหว่างกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเองนั้น สื่อวัตถุจะเป็นเหมือนตัวแทน แสดงความเป็นพวกเดียวกัน กล่าวคือ สื่อต่างๆ เช่น เสื้อยืด สายรัดข้อมือ เข็มกลัด แสดงให้เห็นว่า

เราเป็นแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกเหมือนกัน ซึ่งถ้าแฟนคลับได้พบเห็นคนที่ใส่เสื้อยืด หรือใช้ สร้อยวัตถุอื่นๆ ของวง ก็จะทำให้ทราบว่า คนนี้คือพวกเดียวกับเรา

“ก่อนมิตติ้งก็เจอกาญ คือมิตติ้งตอนนั้นคนยังไม่เยอะมาก ประมาณ 40 หรือ 50 แล้ว ก่อนมิตติ้งมีงานวันทูลอด กาญก็มาจะน้องไฉ แล้วกาญใส่เสื้อด็อก ก็เลย เฮ้ยๆ ใส่เสื้อด็อกต้อง ชอบด็อกแน่เลย เลยเข้าไปคุย แล้วไปชวนเค้ามามีตติ้งด้วย” (ปรีศนีย์ ละอองทอง, สัมภาษณ์ วันที่ 26 มกราคม 2551)

นอกจากนี้ แฟนคลับบางคนยังทำการผลิตสื่อวัตถุขึ้นเอง เพื่อนำมาสื่อสารกับ แฟนคลับคนอื่นๆ ด้วย เช่น การทำเสื้อยืด การทำสติ๊กเกอร์หรือเข็มกลัดเพื่อนำแจกกลุ่มแฟนคลับ ด้วยกัน การใช้ภาพกราฟฟิกแสดงความคิดเห็นในเวบบอร์ด เช่น ในกรณีของมนธรรม ที่ทำงาน ด้าน graphic design และชื่นชอบการออกแบบ มนธรรมจึงมักจะวาดรูปการ์ตูนเกี่ยวกับวง โมเดิร์นด็อก แล้วนำไปโพสต์ไว้ในเวบบอร์ด หรือ การออกแบบลาย graphic ต่างๆ หรือ ลายการ์ตูนที่เกี่ยวกับวงโมเดิร์นด็อก และนำมาสกรีนบนเสื้อยืด จำหน่ายให้กับสมาชิกแฟนคลับ คนอื่นๆ รวมถึงนำไปให้ศิลปิน โดยการจำหน่ายจะไม่ได้ทำขึ้นเพื่อหวังผลกำไร เพราะขายให้ กลุ่มสมาชิกแฟนคลับในราคาทุน แต่จุดประสงค์ในการทำ ก็เพื่อให้ทางวงมีสื่อประจำวงหลาย แบบ หลากหลาย โดยมนธรรมได้ออกแบบเสื้อให้กับวงทั้งสิ้น 6 ลาย

สื่อวัตถุอีกประเภทหนึ่ง ที่แฟนคลับส่วนใหญ่นิยมที่จะเก็บสะสมไว้ คือ คลิปข่าวจาก หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร นำมาตัดแล้วเก็บเข้าไฟล์เป็นไฟล์ๆ แล้วมาจัดเรียงเก็บไว้ นอกจากนี้ มักจะนำเอาสิ่งของที่สะสมหรือเพิ่งได้มา นำไปให้ศิลปินเซ็นชื่อกำกับไว้ด้วย เช่น รูปภาพ หรือ บทสัมภาษณ์ที่ลงคอลัมน์ในนิตยสาร ก็จะตัดเก็บไว้ แล้วนำไปให้ศิลปินเซ็นลายเซ็นกำกับไว้

“พวกหนังสือ สมมติว่าถ้าเห็นว่าลงหน้าหนึ่ง ชื่อมาเสรีจูป จะกรีดไว้เลย” (ทะเล, สัมภาษณ์ วันที่ 11 ธันวาคม 2550)

“พวกของสะสมนี้ พี่พยายามตามเก็บให้หมดเลยนะ อย่างเสื้อยืดลายนี้ พี่ก็จ้างน้อง คนนึงให้ถอดขายพี่ คือ น้องเค้าใส่อยู่ไง แล้วพี่ก็อยากได้ลายนี้มากเลย จ้างน้องเค้าถอด 300 น้อง เค้าก็ถอดขายพี่เลย” (ทองพูน คงพันธ์, สัมภาษณ์ วันที่ 8 ธันวาคม 2550)

พฤติกรรมของแฟนคลับต่อการใช้สื่อวัตุนั้น ผู้วิจัยมองว่า แสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้น (active audience) ได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ มีการแสวงหาข่าวสาร (แสวงหาสื่อวัตถุ) มีการเลือกใช้สื่อวัตถุให้เหมาะสมกับความต้องการของตัวเอง นอกจากนี้ การผลิตสื่อวัตถุเอง ยังเป็นการเปลี่ยนสถานภาพการเป็นผู้รับสารของแฟนคลับให้กลายเป็นผู้ส่งสาร โดยได้มีการส่งสาร สื่อความหมายไปสู่กลุ่มสังคมของตนเอง (กลุ่มแฟนคลับด้วยกันเอง) และกลุ่มสังคมภายนอก (คนอื่นๆ ที่ไม่ใช่แฟนคลับ) ให้รับรู้ถึงความเป็นแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก นอกจากนี้ สื่อวัตถุยังมีหน้าที่ในการสร้างพื้นที่ทางสังคมร่วมกันของแฟนคลับ กล่าวคือ ในการผลิตสื่อวัตถุของแฟนคลับขึ้นมาเองนั้น จะมีการกระจายสื่อวัตถุภายในเครือข่าย ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน เครือข่ายจึงมีกิจกรรมทำอย่างต่อเนื่อง เมื่อเครือข่ายมีการเคลื่อนไหวจากการมีกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ ก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เครือข่ายแฟนคลับยังคงดำรงอยู่ได้อย่างยาวนาน

จากการสื่อสารของแฟนคลับกับแฟนคลับด้วยกันเองผ่านสื่อต่างๆ ทั้ง 5 สื่อ นั้น เราพอสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5.2 แสดงผลสรุปของการสื่อสารระหว่างแฟนคลับด้วยกันเองผ่านทางสื่อต่างๆ 5 ชนิดสื่อ

	ตัวอย่างของสื่อต่างๆ	เนื้อหาในการสื่อสาร	ความถี่ในการสื่อสาร
สื่อมวลชน	คอลัมน์วิจารณ์เพลงในนิตยสารต่างๆ	การวิจารณ์เพลง หรือการพูดถึงผ่านรวมของอัลบั้ม หรือศิลปิน	ไม่ค่อยพบ
สื่อบุคคล	สมาชิกแฟนคลับ	<ul style="list-style-type: none"> - การแจ้งให้ทราบ - การสอบถาม - การให้ความรู้ - การแสดงความคิดเห็น - เรื่องส่วนตัวและเรื่องอื่นๆ (เมื่อมีความสนิทสนมกันแล้ว) 	ทุกวัน โดยจะอาศัยสื่อสมัยใหม่ช่วยในการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ต, โปรแกรมแชต MSN หรือ โทรศัพท์ เป็นต้น
สื่อสมัยใหม่	<ul style="list-style-type: none"> - สื่ออินเทอร์เน็ต คือ อีเมล - เว็บไซต์ เวบบอร์ด - โปรแกรมแชต MSN - โทรศัพท์ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบ่งเป็น 2 ส่วน - เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน เช่น การให้ข้อมูลการแสดงของศิลปิน การวิจารณ์เพลง - เนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับศิลปิน เช่น การพูดคุยกันเรื่องส่วนตัว การโชว์ของสะสม 	ในส่วนของอินเทอร์เน็ตจะมีการใช้ทุกวัน และวันละหลายครั้ง ส่วนโทรศัพท์จะขึ้นอยู่กับความสนิทสนมของสมาชิกแฟนคลับแต่ละคน

	ตัวอย่างของสื่ออื่นๆ	เนื้อหาในการสื่อสาร	ความถี่ในการสื่อสาร
สื่อกิจกรรม	กิจกรรมแฟนคลับ (มีติดตั้งครั้งที่ 1, ครั้งที่ 2 และครั้งที่ 3)	<ul style="list-style-type: none"> - การทำความรู้จักกันของกลุ่มแฟนคลับ - การเล่นเกมส์ร่วมกัน - การร่วมโหวตสุดยอดแฟน MD Award 	จัดมาแล้วทั้งหมด 3 ครั้ง
สื่อวัตถุ	เทป ซีดี วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี เสื้อยืด สายรัดข้อมือ เข็มกลัด สติกเกอร์ ตุ๊กตา	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ คือ แสดงความเป็นแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อพวกเสื้อยืด เข็มกลัด สายรัดข้อมือ จะมีการใช้ทุกครั้งในกิจกรรม คอนเสิร์ต และกิจกรรมแฟนคลับ - เทป ซีดี วีซีดี ดีวีดี จะมีการใช้ตามความต้องการของแฟนคลับ กล่าวคือ ใช้เมื่อคิดถึงศิลปิน หรือใช้เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน

จากรูปแบบการใช้สื่อต่างๆ ในเรื่องของพฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับทั้งการสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน และการสื่อสารระหว่างแฟนคลับด้วยกันเองตามที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนั้น ผู้วิจัยพบว่า สมาชิกแฟนคลับจะมีการใช้สื่ออย่างมาก กล่าวคือ มีการพยายามที่จะเข้าถึงสื่อ เช่น การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวงในสื่อสมัยใหม่, ในสื่อมวลชนหรือในสื่อบุคคล รวมถึงความถี่ในการใช้สื่อที่เกี่ยวข้องกับวงโมเดิร์นด็อกบ่อยจนเป็นกิจวัตรประจำวัน ซึ่งสิ่งนี้ตรงกับนิยามความหมายของคำว่าแฟนคลับ ที่บอกว่า แฟนคลับจะเป็นคนที่นิยมชมชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อมีความนิยมชมชอบมากขึ้นเรื่อยๆ ก็จะผลักดันให้เกิดความต้องการในสารต่างๆ มากขึ้น จึงเกิดพฤติกรรมการติดตามสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และพฤติกรรมดังกล่าว ยังขัดแย้งกับแนวคิดที่ว่าแฟนคลับเป็นผู้รับสารที่มีความเฉื่อยชา (passive audience) แต่ในตรงกันข้าม แฟนคลับนั้นมีพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้น (active audience) มีการแสวงหาข่าวสาร เลือกรับสารและเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง

“หนูจะตามดูทุกวันนะ อย่างเข้าบอร์ดนี้เข้าทุกวัน วันละหลายๆ ทีเลย หรือว่าอย่างอื่น ก็ดู อย่างทีวี วิทย์ หนังสือพิมพ์ ก็ตามดู ช่วงนี้บอยป๊อดมาแรง เปิดช่องไหนเจอทุกช่อง” (ทัศนีย์ เกตุทัต, สัมภาษณ์ วันที่ 2 มกราคม 2551)

“ไ้เพิ่งจะเข้าไปดูบอร์ดเมื่อปี 48 เองมั้ง พอรู้ว่ามีไ้ก็เข้าไปดูบอร์ดทุกวันเลย วันหนึ่งหลายรอบด้วย ประมาณ 3 รอบได้ เข้า บ่าย และกึ่งกลางคืน และก็จะมีดูทีวี ฟังวิทยุบ้าง หรือไม่ก็เข้าไปในสเปซด็อก” (มาลินี ทองบริสุทธิ, สัมภาษณ์ วันที่ 26 มกราคม 2550)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า ในการรักษาเครือข่าย รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์ของแฟนคลับนั้น จะมีการใช้สื่อที่ผสมผสานกันหลากหลายชนิดสื่อ ทำให้ใช้งานได้ดีกว่าการใช้สื่อใดสื่อหนึ่งเพียงอย่างเดียว และจะมีการปฏิสัมพันธ์แต่ละสื่อเข้าไว้ด้วยกัน เช่น กรณีการไปดูคอนเสิร์ตแต่ละครั้ง แฟนคลับมักจะมีการใช้สื่อสมัยใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต ในการตรวจดูข้อมูลข่าวสาร เวลาและสถานที่ในการแสดงคอนเสิร์ตแต่ละครั้ง เมื่อทราบแล้ว ก็จะทำกรนัดกับแฟนคลับคนอื่นๆ ด้วยการอาศัยโปรแกรมแชต msn หรือ โทรศัพท์ นอกจากนี้ ยังมีพฤติกรรมของการใช้สื่อบุคคล คือ การที่แฟนคลับคนหนึ่ง ทำการโทรศัพท์แจ้งข่าวรายละเอียดคอนเสิร์ตแก่แฟนคลับคนอื่นๆ ในกลุ่มเดียวกัน และนัดหมายเวลาในการไปดู หรือการใช้สื่อวัตถุ เช่น โปสเตอร์ที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับงาน หรือ สื่อวัตถุอื่นๆ เช่น เสื้อยืด เพื่อเป็นการแสดงตัวว่าเป็นพรรคพวกเดียวกัน

กรณีตัวอย่างของมณฑรมก็แสดงถึงการผสมผสานการใช้สื่อต่างๆ ได้เป็นอย่างดี คือ ในกระบวนการการรวมกลุ่มในการไปดูคอนเสิร์ตแต่ละครั้งนั้น จะเริ่มจากการเข้าไปตรวจตารางการแสดงของศิลปินในเวบบอร์ด (สื่อสมัยใหม่) หรือข่าวจากโปสเตอร์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารรายละเอียดเกี่ยวกับคอนเสิร์ต (สื่อวัตถุ) หรือข่าวจากรายการวิทยุ (สื่อมวลชน) หรือข่าวจากเพื่อนแฟนคลับด้วยกัน (สื่อบุคคล) และเมื่อใกล้ถึงวันที่จะมีการแสดง มณฑรมจะทำการโทรศัพท์ไปชวนสมาชิกแฟนคลับประมาณ 3-4 คน (ทำหน้าที่สื่อบุคคล / gatekeeper และใช้สื่อสมัยใหม่) และหลังจากนั้นสมาชิกแฟนคลับเหล่านั้นก็จะทำการกระจายข่าวสารตามธรรมชาติ (ทำหน้าที่สื่อบุคคล / gatekeeper) คือ การบอกต่อๆ กันไปยังสมาชิกคนอื่นๆ และเมื่อถึงวันนัด ก็จะไปพบกันบริเวณงานก่อนที่คอนเสิร์ตจะเริ่มจริง เมื่อคอนเสิร์ตเริ่มเล่น (สื่อกิจกรรม) มณฑรมมักจะถ่ายภาพ (เกิดสื่อวัตถุ คือ ภาพถ่าย หรือไฟล์รูปภาพ) ส่วนแฟนคลับคนอื่นๆ ก็จะทำภาพบ้าง หรือดูคอนเสิร์ตบ้าง และหลังจากจบงาน ก็จะมาด้วยกันอีกครั้งเพื่อไปพบกับพี่ วงโมเดิร์นด็อกหลังเวที เพื่อไปทักทาย หรือ พูดคุยถึงเรื่องเพลง หรือ แม้กระทั่งเรื่องทั่วๆ ไป บางคนก็จะมีของไปฝาก

(สื่อวัตถุ) หรือ ถ้ามองได้สารทุกข์สุกดิบกัน และหลังจากนั้นจะทำการส่งศิลปินกลับบ้าน แล้วกลุ่มแฟนคลับก็อาจจะมีการไปหาอะไรทานกันต่อ หรือร้องคาราโอเกะกันก่อนกลับบ้าน หรือในบางกรณีที่มีการแสดงคอนเสิร์ตในที่ไกลๆ ที่มณฑลนั้นก็มักจะขอติดรถที่ปอดกลับบ้านด้วย

“โทรชวนประมาณ 3 คนต่อ 1 โซว หลังจากนั้น มันจะเกิดการกระจายข่าวตามธรรมชาติ และก็ชอบลุ่นด้วยลุ่นแบบไม่รู้ใครจะมามั่ง ไปเจอกันสดๆแบบไม่นัดหมาย สนุกดี” (มณฑล การย์บรรจบ, สัมภาษณ์ วันที่ 27 ตุลาคม 2550)

ความเป็นแฟนคลับในพื้นที่ต่างๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ นอกจากจะศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับผ่านทางช่องทางสื่อสารทั้ง 5 ช่องทางดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยยังได้นำวิธีการเก็บข้อมูลโดยการแบ่งพื้นที่ในการศึกษามาใช้ด้วย นั่นคือ ได้แบ่งพื้นที่การวิจัยครั้งนี้ออกเป็น 2 พื้นที่หลัก คือ 1. พื้นที่และเวลาในชีวิตประจำวัน และ 2. พื้นที่และเวลาพิเศษ อันได้แก่ พื้นที่และเวลาในกิจกรรม “คอนเสิร์ต” และพื้นที่และเวลาในกิจกรรม “แฟนคลับ” เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงพฤติกรรมการสื่อสารในแต่ละพื้นที่เวลา เพื่อหาความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้สื่อ อันนำไปสู่คำตอบในเรื่องการรวมกลุ่มกันของกลุ่มที่ตั้งขึ้นในลักษณะที่ไม่ใช่กลุ่มผลประโยชน์ หากแต่เป็นการรวมกลุ่มกันของคนที่มีรสนิยมและความสนใจที่คล้ายกัน เกิดจากความชอบ ความรักในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เหมือนกัน คล้ายกับการทำพิธีกรรมทางศาสนาในสมัยโบราณ จากพื้นที่ทางธรรมในอดีต สู่อพื้นที่ทางโลกในปัจจุบัน เพื่อทำการศึกษา, ทำความเข้าใจ และเพื่อค้นหาคำตอบถึงที่มา อันจะนำมาสู่คำตอบต่อปรากฏการณ์ที่สำคัญปรากฏการณ์นี้

นอกจากนี้ การนำแนวคิดเรื่องเกี่ยวกับการแบ่งพื้นที่ในการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดนี้มาจากงานวิจัยของ ณัฐสุพงศ์ สุขใสต์ ที่ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของการสื่อสารกับกระบวนการสร้างและสืบทอดวัฒนธรรม “แฟนบอล” ในสังคมไทย ซึ่งจากการศึกษาของณัฐสุพงศ์ ได้ค้นพบว่า พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลาของแฟนบอลนั้นมีพฤติกรรมการสื่อสารที่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ระดับความเข้มข้นในการใช้สื่อ รูปแบบการสื่อสาร เนื้อหาสาระที่แตกต่างกันออกไป สิ่งนี้ถือเป็นสิ่งที่น่าสนใจ เพราะพื้นที่แต่ละพื้นที่ในแต่ละช่วงเวลาของชีวิต ก็จะมีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไปด้วย เช่น พื้นที่และเวลาในชีวิตประจำวัน แฟนบอลจะมีการติดตามข่าวสารของฟุตบอลผ่านทางสื่อต่างๆ แต่จะยังไม่มีการแสดงอัตลักษณ์

ของการเป็นแฟนบอลที่เด่นชัดเท่าพื้นที่ในช่วงเวลาพิเศษ คือ พื้นที่ในกิจกรรม "วันแดงเดือด" และพื้นที่ในกิจกรรมแฟนคลับ โดยที่ในพื้นที่กิจกรรม "วันแดงเดือด" นั้น เป็นการใช้พื้นที่กลางร่วมกันเปรียบเสมือนการประกอบพิธีกรรมร่วมกันของกลุ่มแฟนบอล มีการแสดงอัตลักษณ์ของแฟนบอลออกมาอย่างชัดเจน แต่อย่างไรก็ตาม รูปแบบความสัมพันธ์ของกลุ่มแฟนบอลยังไม่ชัดเจนนักในพื้นที่นี้ กล่าวคือ มีความสัมพันธ์กันเพียงชั่วคราว เมื่อหมดกิจกรรมก็แยกตัว สลายตัวออกจากกันไม่เหมือนกับในพื้นที่กิจกรรมแฟนคลับ ซึ่งมีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันเพิ่มขึ้นมาด้วย

อีกสาเหตุหนึ่งที่ผู้วิจัยเลือกที่จะแบ่งการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ออกเป็น 2 พื้นที่หลัก คือ พื้นที่และเวลาในชีวิตประจำวัน และพื้นที่และเวลาพิเศษ (พื้นที่กิจกรรมคอนเสิร์ตและพื้นที่กิจกรรมแฟนคลับ) เนื่องจากการที่ผู้วิจัยมองว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนสมัยใหม่ ซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปของคน ทำให้รูปแบบการสื่อสาร พฤติกรรมการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปด้วย กล่าวคือ ในสมัยก่อนนั้น คนไทยมีพื้นที่ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของตนเอง ผูกติดกับครอบครัว ชุมชน หรือสังคมที่ตนเองสังกัดอยู่ได้ผ่านการสื่อสารในพื้นที่ชีวิตประจำวันทั่วไป และผ่านการสื่อสารในพื้นที่ในช่วงเวลาพิเศษ คือ ในช่วงเวลาเทศกาลต่างๆ หรือผ่านทางสื่อพิธีกรรม โดยที่คนสมัยก่อนจะใช้เทศกาลสำคัญๆ ในการสร้างโอกาสในการสื่อสารของตนเองกับกลุ่มที่ตนสังกัด เช่น การสื่อสารของชายหนุ่มต่อหญิงสาวที่ตนเองหมายปองในการเล่นสงกรานต์ การสื่อสารของครอบครัวต่างๆ ในชุมชนเพื่อสร้างความสามัคคีในพิธีลงแขกเกี่ยวข้าว การใช้สื่อพิธีกรรมทางศาสนาเพื่อสร้างความเท่าเทียมกันของคนในชุมชน ซึ่งรูปแบบการใช้กิจกรรมต่างๆ สิ่งเหล่านี้ ได้หายไปจากสังคมยุคใหม่ที่มีการแข่งขันกันสูง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมขาดหายไป สายสัมพันธ์ที่จะร้อยรัดคนเข้าไว้ด้วยกันจากเดิมผ่านกิจกรรมต่างๆ ในเทศกาลพิเศษได้เปลี่ยนแปลงไป แต่อย่างไรก็ดี จากแนวความคิดของอ.นิธิที่มองว่า ปัจเจกบุคคลนั้นก็ยังคงต้องการสื่อสารกับคนอื่น ต้องการได้รับการยอมรับ ต้องการมีสังกัด มีพวกพ้อง ต้องการพื้นที่ที่ดึงคนมารวมตัวกัน เกิดความรู้สึกถึงพลังของตนเอง เกิดความนับถือตนเอง และนับถือศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ของตนเอง ซึ่งถือเป็นลักษณะทางด้านจิตวิทยาของมนุษย์ทุกคน เพียงแต่รูปแบบของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้รูปแบบกิจกรรม รวมถึงการเข้ามามีส่วนร่วมของคนเพื่อสร้างความสัมพันธ์กันก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย จากเดิมในพื้นที่ในงานเทศกาล โดยมีประเพณี ความเชื่อ ข้อห้าม รวมถึงบรรทัดฐานของกลุ่มเป็นกรอบ ได้เปลี่ยนแปลงมาสู่ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ที่นิยมกันในปัจจุบัน เช่น การขึ้นชอปคิลปิน ดารา นักร้อง นักกีฬา ผู้วิจัยจึงได้นำแนวความคิดนี้มาเปรียบเทียบกับแนวทางการศึกษาของณัฐสุพงศ์ สุขโสิต และจึงนำเอามายึดเป็นแนวทางการศึกษาของงานชิ้นนี้ เพื่อพิสูจน์ว่า การใช้พื้นที่และเวลาที่แตกต่างกันในรูปแบบต่างๆ ยังคง

สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ซึ่งถึงแม้ว่ารูปแบบกิจกรรมในพื้นที่ต่างๆ เหล่านี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและกาลเวลาแล้วก็ตาม

จากแนวทางในการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงรู้สึกสนใจที่จะนำแนวทางนี้ มาทำการศึกษาเปรียบเทียบกันกับพฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ในแต่ละพื้นที่ ในแต่ละช่วงเวลาของการทำกิจกรรมต่างๆ ในชีวิต จึงมีการแบ่งพื้นที่การวิจัยครั้งนี้ ออกเป็น 2 พื้นที่หลัก คือ 1. พื้นที่และเวลาในชีวิตประจำวัน และ 2. พื้นที่และเวลาพิเศษ อันได้แก่ พื้นที่และเวลาในกิจกรรม “คอนเสิร์ต” และพื้นที่และเวลาในกิจกรรม “แฟนคลับ” ดังนี้

พื้นที่และเวลาในชีวิตประจำวัน

ในพื้นที่นี้ ได้รับการสนใจและศึกษาอย่างมากจากนักวิจัยทางด้านวัฒนธรรมศึกษา ทั้งนี้ เพราะแนวทางการศึกษาแนวนี้ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตประจำวันของผู้คน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ต่างๆ ไปของแฟนคลับโมเดิร์นด็อก โดยเฉพาะในช่วงเวลาปกติที่ไม่ได้มีการรวมกลุ่มกัน เพื่อศึกษาถึงลักษณะชีวิตประจำวัน พฤติกรรม การสื่อสาร และเพื่อดูว่า “ความเป็นแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก” เข้าไปมีบทบาทหรืออิทธิพลต่อชีวิตประจำวันปกติของพวกเขาหรือไม่ เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง

ในช่วงเวลาชีวิตประจำวันนั้น เนื่องจากแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก จะมีทั้งที่เป็นบุคคลที่มีหน้าที่การงานที่ต้องรับผิดชอบแล้ว รวมถึง สมาชิกที่ยังเป็นนักเรียน นักศึกษาอยู่ ฉะนั้น เวลาในชีวิตประจำวันส่วนใหญ่ของกลุ่มแฟนคลับ จะมีการประกอบภารกิจส่วนตัวของชีวิต เช่น ทำงาน หรือเรียนหนังสือในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ และบางคนอาจจะต้องทำงานหรือเรียนหนังสือในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ด้วย การแสดงความเป็นแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกจึงออกมาไม่เด่นชัดมากนัก แต่อย่างไรก็ตาม แฟนคลับก็มีการใช้สื่อต่างๆ ในการแสดงความเป็นแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก เช่น การเข้าไปค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต การหาข้อมูลจากสื่อมวลชนแขนงต่างๆ หรือการใช้เพลงหรือภาพวิดีโอคอนเสิร์ตของวงโมเดิร์นด็อก ในการช่วยแบ่งเบาความเครียดจากดำเนินภารกิจประจำวัน

“จะฟังอยู่ทุกวันนี้ละ อย่างเพลงก็จะสลับกันไป บางวันก็เปิดอัลบั้ม 1 บ้าง อัลบั้ม 2 บ้าง บางวันก็เปิดพวกบันทึกการแสดงสดมาฟัง มันได้คนละอารมณ์กันไป” (อรวรรณ มาลา, สัมภาษณ์ วันที่ 21 มกราคม 2551)

แฟนคลับบางคน ยังใช้พื้นที่และเวลาในชีวิตประจำวัน เพื่อทำการโปรโมตเพลงของวง โมเดิร์นด็อกให้บุคคลภายนอกกลุ่มแฟนคลับฟังด้วย

“เพื่อนหนูก็มีฟังเพลงของด็อกบ้างนะ แต่ว่าฟังไม่เยอะ หนูก็เลยจะพยายามให้คนอื่นลอง ฟังเพลงของโมเดิร์นด็อกดู ซึ่งพอฟังแล้ว เพื่อนก็บอกเพราะมากๆ ก็รู้สึกดี แอบรู้สึกดีใจแทนเสียๆ” (ชิ่งกมล เลพัด, สัมภาษณ์ วันที่ 20 มกราคม 2551)

“ตอนนั้นนะ แต่กะลั้งหัดคุยกะฝรั่งอยู่อะ พยายามหาพวกที่มันบ้าดนตรีคุย แล้วก็แลกกัน ฟัง ยินดีที่ได้โชว์วงไทยเรา ก็ส่งเพลงเสียๆ ให้เค้าฟังกัน ดีใจนะ ฝรั่งชม เค้าชอบนะ เค้าบอกว่า good sound ช่วงนี้พยายามจะดันเสียสุดๆ ฮ่าๆ” (ทัศนีย์ เกตุทัต, สัมภาษณ์ วันที่ 2 มกราคม 2551)

นอกจากนี้กลุ่มแฟนคลับบางกลุ่มที่รู้จักกันมานาน มีความสนิทสนมกันพอสมควร ก็จะมีการนัดหมายกันเพื่อทานข้าว ดูหนัง ชื่อของ หรือทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกัน โดยที่กิจกรรมเหล่านี้เป็น กิจกรรมที่นอกเหนือจากการเป็นแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก ซึ่งถือเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ ส่วนตัวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่พัฒนามาจากการเป็นแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก

“ก็จะมีนัดมากินข้าวกันนะ ยิ่งช่วงที่เจ้าจิวลงมาจากเชียงใหม่ ก็จะมีนัดรวมพลกันครั้งใหญ่ เลย มากินข้าว มาเจอกัน เม้าท์กัน เม้าท์เสียๆ ฮ่าๆ และก็มีไปร้องคาราโอเกะด้วยกัน” (อรวรรณ มาลา, สัมภาษณ์ วันที่ 21 มกราคม 2551)

จะเห็นได้ว่า ในพื้นที่และเวลาในชีวิตประจำวันนั้น แฟนคลับจะมีการใช้สื่อที่เกี่ยวข้องกับ วงโมเดิร์นด็อก เช่น การใช้สื่อเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ใช้สื่อเพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบ เพื่อทำการโปรโมตเพลงให้คนอื่นฯ ได้ฟัง หรือการใช้สื่อเพลงเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง รวมถึงเพื่อแสดงอัตลักษณ์ความเป็นแฟนคลับของตนเอง นอกจากนี้ ในพื้นที่นี้สมาชิกแฟนคลับ ภายในเครือข่ายยังมีการติดต่อสื่อสารกันเองด้วย โดยที่เนื้อหาในการสื่อสารกันนั้น จะเป็นทั้งเรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับวงโมเดิร์นด็อกและเรื่องทั่วๆ ไป รวมถึงยังมีการทำกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับวง

โมเดิร์นคือร่วมกัน เช่น การไปทานข้าว การดูภาพยนตร์ การร้องคาราโอเกะ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ หากนำมาเปรียบเทียบกับงานของณัฐสุพงศ์ จะเห็นว่ามีความแตกต่างกัน เพราะพื้นที่และเวลาในชีวิตประจำวันของแฟนบอลนั้น จะมีระดับในการใช้สื่อที่มากน้อยแล้วแต่บุคคล แต่จะยังไม่มีการสื่อสารติดต่อสัมพันธ์กันเองระหว่างแฟนบอลด้วยกัน ซึ่งจากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย มองว่าความแตกต่างที่เกิดขึ้นนั้น อาจจะเป็นเรื่องมาจากที่มาของจากลักษณะของฟุตบอล โดยเฉพาะฟุตบอลต่างประเทศนั้น ถือเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมหรือแฟนบอลผ่านการชมจากสื่อมวลชนเป็นหลัก ลักษณะของการเริ่มเข้ามาสนใจจึงเกิดมาจากการที่แฟนบอลได้รับข่าวสารหรือมีการใช้สื่อประเภทสื่อมวลชนเป็นหลัก และมีรูปแบบการใช้สื่อชนิดอื่นๆ เป็นรอง แต่ในขณะที่แฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกนั้นมีพฤติกรรมการใช้สื่อที่แตกต่างออกไป คือ แฟนคลับจะใช้สื่อหลากหลายชนิด โดยจะไม่เน้นที่การใช้สื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ ลักษณะของความเป็นกระแสหลัก (mainstream) ของฟุตบอลผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน ก็เป็นลักษณะที่ตรงกันข้ามกับลักษณะกระแสรอง (Alternative) ของวงโมเดิร์นด็อก สิ่งนี้ก่อให้เกิดความแตกต่างในเรื่องของพฤติกรรมสื่อสารของแฟนบอลด้วยตนเอง ที่จะไม่มีการสร้างพื้นที่ส่วนตัวร่วมกันในช่วงเวลาชีวิตประจำวันปกติ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังมองว่า ลักษณะของการติดตามฟุตบอลต่างประเทศผ่านสื่อมวลชน ทำให้แฟนบอลไม่มีโอกาสมาสื่อสารใกล้ชิดกับตัวนักฟุตบอลได้โดยตรง การสร้างความสัมพันธ์ในช่วงเวลาชีวิตประจำวันของแฟนบอลและนักฟุตบอลจึงไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์กันของกลุ่มแฟนคลับในการสื่อสารและการทำกิจกรรมร่วมกันในชีวิตประจำวันนั้น น่าจะเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง ที่ทำให้เครือข่ายแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกยังคงดำรงอยู่ได้ยาวนาน

พื้นที่และเวลาในกิจกรรมคอนเสิร์ต

พื้นที่นี้ถือเป็นพื้นที่ที่ถูกจัดขึ้นโดยเฉพาะเป็นพิเศษ โดยกิจกรรมคอนเสิร์ตถือเป็นสื่อกิจกรรมประเภทหนึ่ง ที่มีสมาชิกของแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกมารวมตัวกัน และประกอบกิจกรรมร่วมกัน รวมถึงมีการสื่อสารโดยตรงกับศิลปินด้วย ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมจากการเข้าไปชมกิจกรรมคอนเสิร์ตร่วมกับกลุ่มแฟนคลับ จำนวนทั้งสิ้น 9 ครั้ง มาแสดงผลเปรียบเทียบกับผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มแฟนคลับ

ในการเข้าร่วมในพื้นที่และเวลากิจกรรมคอนเสิร์ตนั้น จะต้องอาศัยการเตรียมตัวของแฟนคลับ กล่าวคือ แฟนคลับจะต้องมีการหาข้อมูล เกี่ยวกับการจัดคอนเสิร์ตในครั้งนั้นๆ ว่ามีการเล่นที่

ไหน เวลาที่โหมง มีการเสียค่าเข้าชมหรือไม่ และหากไม่ต้องเสียค่าเข้าชม จะต้องมีการใช้บัตรในการเข้าไปชมหรือไม่ ซึ่งในขั้นตอนนี้ แฟนคลับจะทำการสื่อสารเพื่อการหาข้อมูล ทั้ง สื่อสมัยใหม่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้อง

ModernDog's Show Schedule :: 17/03/08

18 Mar 08 : BoydPod Road Show, Songsalung 20.00
 19 Mar 08 : BoydPod Road Show, Good View Chiangmai 20.00
 20 Mar 08 : Udornthani
 26 Mar 08 : BoydPod Road Show, Prop Bar RCA 20.00
 27 Mar 08 : The Rith, Sukhumvit 11, 22.00
 29 Mar 08 : Central World 20.00

01 Apr 08 : Event Levi's, Central World
 04 Apr 08 : AUA, 21.30
 13 Apr 08 : Korat
 26 Apr 08 : 100 Rock
 30 Apr 08 : Station R, Ratchaburi

Remark: Events can be changed without notice.

ภาพที่ 5.22 ภาพตัวอย่างตารางการแสดงจากเว็บไซต์ www.geocities.com/md_unoff

เมื่อแฟนคลับได้ข้อมูลที่ต้องการมาแล้ว แฟนคลับจะมีการนำข้อมูลที่ได้มาเผยแพร่ให้กับกลุ่มสมาชิกแฟนคลับคนอื่นๆ ได้ทราบ ผ่านทางสื่อสมัยใหม่ รวมถึงใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อแจ้งข่าวต่อๆ กันไป และก่อนวันที่จะมีการจัดคอนเสิร์ต แฟนคลับจะมีการใช้สื่อสมัยใหม่ ในการนัดหมายกับกลุ่มแฟนคลับคนอื่นๆ ที่จะไปดูคอนเสิร์ตร่วมกัน เช่น การใช้โปรแกรมแชตเพื่อทำการนัดหมาย รวมถึงการใช้โทรศัพท์ในการติดต่อนัดหมายเวลาที่แน่นอน และเมื่อถึงวันที่มีการแสดง ก็จะไปพบกันที่จุดนัดหมาย และมีการเข้าไปดูคอนเสิร์ตร่วมกัน

การเลือกที่จะไปเข้าร่วมกิจกรรมคอนเสิร์ตของแฟนคลับแต่ละคน จะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยปัจจัยหลักๆ 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยในเรื่องของเวลา และปัจจัยในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วม กล่าวคือ การแสดงคอนเสิร์ตในบางครั้ง แฟนคลับอาจจะไม่สามารถจัดสรรเวลาว่างที่จะติดตามไปดูได้ เช่น หากเป็นการเล่นคอนเสิร์ตในวันธรรมดาช่วงกลางคืนตามผับต่างๆ แฟนคลับที่มีทำงานประจำทำแล้ว ก็จะไม่สะดวกที่จะตามไปดูได้ เนื่องจากเป็นวันที่ตนเองยังต้องทำงาน จึงจะติดตามได้เฉพาะในวันหยุดหรือวันเวลาที่สะดวกเท่านั้น นอกจากนี้ปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่ายยังมีผลในการเลือกไปชมคอนเสิร์ตแต่ละครั้งด้วย

“ถ้าบัตรเพลงเราจะไม่เน้น เราเน้นบรรยากาศ อย่างผึ่งกับอ้อม ถ้าเสียเงินจะไม่เอานะ รอเล่นแบบฟรีดีกว่า ออกแนววง” (อรรถัย เกื้อกุล และ สุนิสา เกาะกาใต้, สัมภาษณ์ วันที่ 12 มกราคม 2551)

นอกจากนี้แฟนคลับบางคน ยังไม่สามารถติดตามไปดูคอนเสิร์ตได้ทุกที่ เนื่องจากยังเด็กอยู่ การเข้าไปในสถานที่ต่างๆ เช่น ผับ อาจจะไม่สามารถเข้าไปได้ หรือคอนเสิร์ตที่เล็กตึกมาก ก็ไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ปกครอง

“เวลาไปดูคอนเสิร์ต พ่อแม่ก็ให้ไปนะพี่ แต่ว่าต้องกลับไม่ตึกมาก” (ชุตติมา ขาวมีศรี, สัมภาษณ์ วันที่ 19 มกราคม 2551)

ในเรื่องของสื่อสารกันในพื้นที่นี้ มักจะอาศัยสื่อสมัยใหม่เสียเป็นส่วนใหญ่ นั่นคือ สื่ออินเทอร์เน็ต โปรแกรมแชต ในการได้มาซึ่งข้อมูล รวมถึงการนัดแนะกับกลุ่มแฟนคลับคนอื่นๆ และยังมีการใช้โทรศัพท์เพื่อนัดเจอกันตามงานคอนเสิร์ตต่างๆ ด้วย นอกจากนี้ยังอาศัยสื่อพิเศษ เช่น ไปสเตอร์ที่ติดตามห้างสรรพสินค้า หรือสถานที่ต่างๆ เช่น สยาม ที่จะระบุวันและเวลาที่ศิลปินจะมาแสดงด้วย

เนื้อหาในการสื่อสารในพื้นที่และช่วงเวลาในกิจกรรมคอนเสิร์ตนี้ ถือเป็นพื้นที่กลางที่แฟนคลับสามารถแสดงออกถึง “ความเป็นแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก” ได้อย่างเต็มที่ กล่าวคือ พฤติกรรมบางอย่าง ที่ไม่สามารถกระทำได้ในชีวิตประจำวัน แฟนคลับสามารถกระทำในพื้นที่นี้ได้ อย่างอิสระ ไม่ว่าจะเป็น การกรี๊ด การเต้นรำ การตะโกนร้องเพลง การทำท่าทางต่างๆ ตามคำสั่งศิลปิน พื้นที่นี้จึงเปรียบเสมือนพื้นที่ที่แฟนคลับมาประกอบ “พิธีกรรม” ร่วมกัน โดยมีการสื่อสารกับศิลปิน และกลุ่มเพื่อนแฟนคลับที่มาดูคอนเสิร์ตร่วมกัน เป็นสื่อกลางเชื่อมประสานให้การประกอบ “พิธีกรรม” ในแต่ละครั้ง สำเร็จลุล่วงไปได้



ภาพที่ 5.23 ภาพการตบมือและการเดินร่าตามคำสั่งของศิลปิน

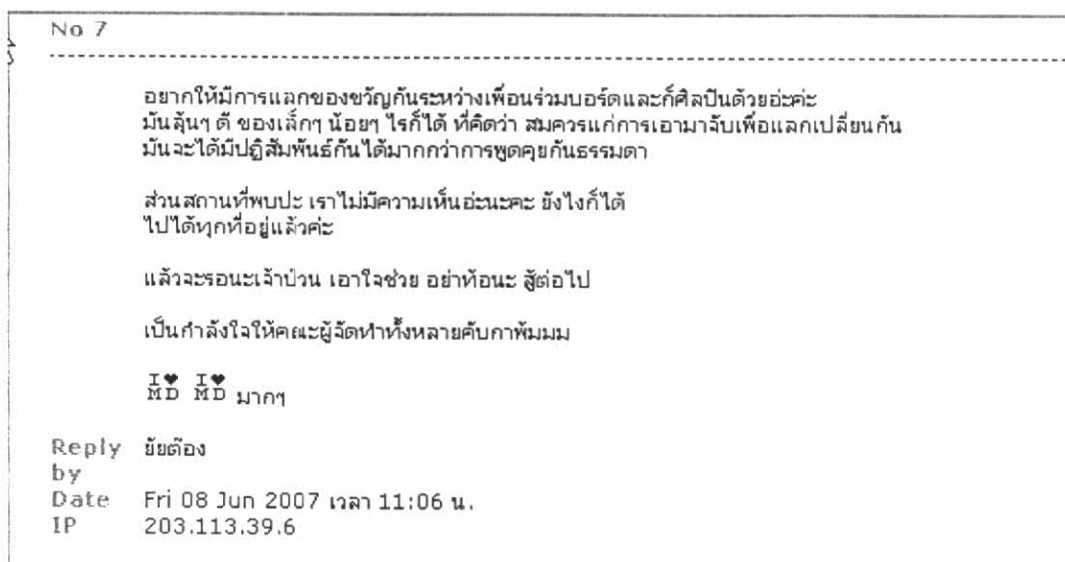
หากเรานำผลการวิจัยของการศึกษาเรื่องของแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก ไปเปรียบเทียบกับงานวิจัยของณัฐสุพงศ์ แล้ว จะพบว่า พื้นที่กิจกรรมคอนเสิร์ตนั้นมีความคล้ายคลึงกันค่อนข้างมากกับพื้นที่ในกิจกรรม “วันแดงเดือด” กล่าวคือ เป็นพื้นที่ที่กลุ่มแฟนคลับมารวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน โดยเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน รวมถึงเป็นกิจกรรมที่สมาชิกแฟนคลับสามารถแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมาได้อย่างเป็นอิสระ ซึ่งในงานของณัฐสุพงศ์แฟนบอลก็สามารถแสดงพฤติกรรมออกมาได้อย่างเป็นอิสระเช่นกัน เช่น การให้ร้อง การร้องเพลงเชียร์ การสวด เป็นต้น นอกจากนี้ พื้นที่กิจกรรมคอนเสิร์ต ยังกลายเป็นพื้นที่ในการประกอบ “พิธีกรรม” ของแฟนคลับ เป็นพื้นที่ที่แฟนคลับ สามารถใช้ในการหลีกหนีจากชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อหน่าย เป็นพื้นที่ที่สร้างสายสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับด้วยกัน รวมทั้งเป็นพื้นที่ที่กลุ่มแฟนคลับสามารถเปิดเผยตนเองให้โลกสาธารณะได้รับรู้ เป็นการประกอบ “พิธีกรรม” ร่วมกัน และสร้างความเชื่อมโยงของกลุ่มแฟนคลับเข้าไว้ด้วยกัน

อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยของณัฐสุพงศ์นั้น พบว่า ในพื้นที่กิจกรรม “วันแดงเดือด” สายสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น เป็นเพียงสายสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเพียงชั่วขณะหนึ่ง และเป็นสายสัมพันธ์แบบชั่วคราว เมื่อกิจกรรมสิ้นสุดลง สายสัมพันธ์ดังกล่าวก็ยุติลงด้วย ซึ่งแตกต่างจากพฤติกรรมของแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก คือ เมื่อร่วมกันประกอบ “พิธีกรรม” ในการแสดงคอนเสิร์ตของวงโมเดิร์นด็อกเสร็จสิ้นแล้ว แฟนคลับยังมีการสร้างความสัมพันธ์กันต่อ เช่น การไปทานข้าวด้วยกัน การไปร้องคาราโอเกะด้วยกัน หรือการนั่งรถกลับบ้านพร้อมกัน ซึ่งสิ่งนี้ ถือเป็นปัจจัยประกอบปัจจัยหนึ่ง ที่ทำให้กิจกรรมของแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก มีความต่อเนื่อง ทั้งกิจกรรมที่มีรูปแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ระดับความถี่ที่เข้มข้นของกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เครือข่ายยังมีการเคลื่อนไหว และส่งผลต่อความยั่งยืนอยู่ได้มายาวนานของเครือข่ายแฟนคลับโมเดิร์นด็อก

พื้นที่และเวลาในกิจกรรมแฟนคลับ

ในพื้นที่และเวลาในกิจกรรมแฟนคลับนี้ ผู้วิจัยได้เลือกที่จะศึกษากิจกรรมแฟนคลับ หรือกิจกรรมมีตติ้งของวงโมเดิร์นด็อก ซึ่งจะมีการจัดกิจกรรมพบปะกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์กันระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับ และยังเป็นโอกาสอันดี ที่แฟนคลับสามารถเข้ามาอยู่ในบรรยากาศเดียวกันกับศิลปินอย่างใกล้ชิดและเป็นกันเอง โดยการสื่อสารในกิจกรรมแฟนคลับจะทำหน้าที่เชื่อมความสัมพันธ์ของแฟนคลับแต่ละคน และศิลปิน ผ่านทางกิจกรรมต่างๆ ที่ทำร่วมกันแล้ว เป็นตัวเชื่อมแฟนคลับกลุ่มต่างๆ ให้มารวมกัน และทำความรู้จักกัน นอกจากนี้ พื้นที่นี้ยังเป็นพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มกันอย่างมีสายสัมพันธ์ที่แน่นอน และมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มอย่างมีลักษณะที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

กิจกรรมแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกนั้น มีการจัดขึ้นมาแล้ว 3 ครั้ง คือ ในครั้งที่ 1 จัดขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2545 ครั้งที่ 2 จัดขึ้นในปีพ.ศ. 2548 และครั้งที่ 3 จัดขึ้นในปีพ.ศ. 2549 โดยในการจัดกิจกรรมแฟนคลับทุกครั้งจะเริ่มจากความต้องการของกลุ่มแฟนคลับก่อน และจะมีสมาชิกแฟนคลับกลุ่มหนึ่งเป็นผู้ที่ริเริ่มจัด โดยจะมีการช่วยงานกัน มีการแบ่งงานกันทำ โดยอาศัยการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ คือ สื่อสมัยใหม่ ในการใช้การประชาสัมพันธ์งาน แจ้งความคืบหน้าของงาน รวมทั้งเป็นพื้นที่ที่แฟนคลับคนอื่นสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็นถึงรูปแบบการจัดงาน และให้ feedback เกี่ยวกับการจัดงานได้ด้วย



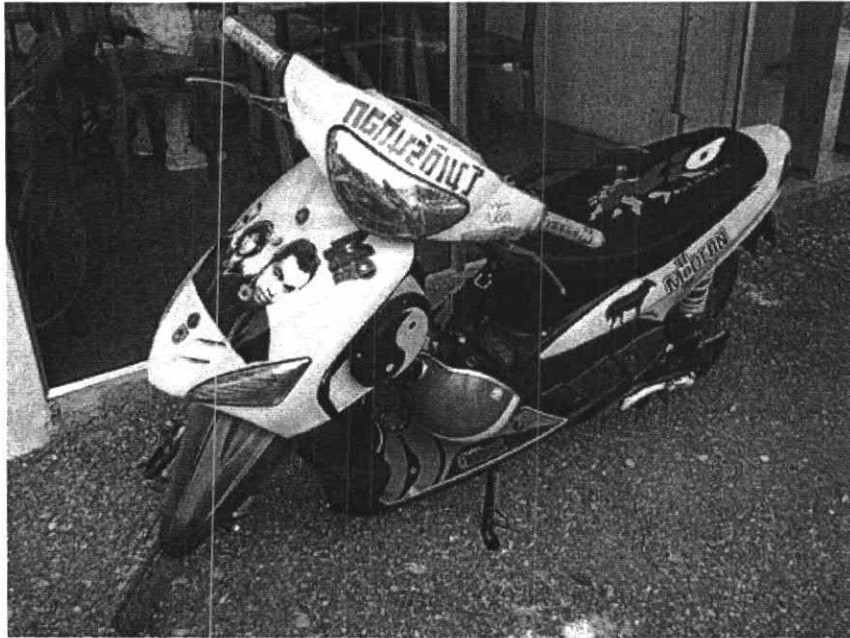
ภาพที่ 5.24 ภาพกระทู้แสดงความคิดเห็นของแฟนคลับเกี่ยวกับกิจกรรมมีตติ้ง

นอกจากนี้ ยังมีการใช้สื่อบุคคลในพื้นที่นี้ด้วย กล่าวคือ เมื่อบุคคลที่เป็นสมาชิกของแฟนคลับที่ทราบข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกก็จะมีการบอกต่อๆ ไปยังกลุ่มคนที่ตนเองรู้จัก เพื่อที่จะได้สามารถมาร่วมงานด้วยได้

สื่อวัตถุยังเข้ามามีส่วนช่วยในการบอกต่อของสื่อบุคคล เช่น การที่มีแฟนคลับใส่เสื้อของวงโมเดิร์นด็อกมาดูคอนเสิร์ต และแฟนคลับคนอื่นๆ มีการพบเห็น ก็จะเข้าไปชวนให้มาร่วมกิจกรรมแฟนคลับ

"ตอนนั้นมีตติ้งครั้งที่ 1 คนยังไม่เยอะมาก ประมาณ 40 หรือ 50 คนได้ แล้วยกอนมีตติ้งมีงานวันทูลศอกที่สยาม แล้วยกอนก็มากะน้องง กากอนใส่เสื้อด็อก ก็เลย เฮ้ยๆ ใส่เสื้อด็อกต้องชอบด็อกแน่เลย เลยเข้าไปคุย แล้วยกอนเค้ามามีตติ้งด้วยกัน" (ปรัศนีย์ ละองทอง, สัมภาษณ์ วันที่ 26 มกราคม 2551)

ในพื้นที่กิจกรรมแฟนคลับนี้ การแสดงความเป็นแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกนั้นมีความชัดเจน กล่าวคือ ผู้ที่มาร่วมงานจะสวมใส่เสื้อยืดประจำวง หรือมีการแสดงความเป็นตัวตนของแฟนคลับเรื่องอื่นๆ เช่น การติดสติ๊กเกอร์แบบ tattoo ที่เขียนชื่อวงโมเดิร์นด็อกลงที่แขน การใช้เข็มกลัดของวงติดที่เสื้อที่ใส่หรือติดตามกระเป๋า การสวมใส่สายรัดข้อมือ การซื้อหมอบเตอร์ไซด์ที่ติดสติ๊กเกอร์ของวงโมเดิร์นด็อกทั้งคันมาร่วมงานด้วย



ภาพที่ 5.25 ภาพรูปมอเตอร์ไซด์ของทงพูนที่มีการตกแต่งด้วยสติ๊กเกอร์และสัญลักษณ์ของวงโมเดิร์นด็อกทั้งคัน



ภาพที่ 5.26 ภาพด้านในของมอเตอร์ไซด์ที่มีการตกแต่งรูปเกี่ยวกับวงโมเดิร์นด็อก

No 5

เพิ่งจะได้เห็นรถที่สีแบบเต็ม ๆ ตา...
 ตอนแรกนึกว่าแต่งแต่ด้านนอกกร...
 หนีไหนได้...เปิดที่นั่งขึ้นมา...
 ข้างในอลังการกว่าภาพที่เห็นด้านนอกอีก...
 มีทั้งรูป หิ้งสาโพงดีด MP3 Player เปิดเพลงดีดกกระฉาย...
 สุดยอดตตตตต...



Reply by :: Modern Panda ::
 Date Tue 30 May 2006 เวลา 08:05 น.
 IP 58.9.174.39

ภาพที่ 5.27 ภาพกระทุ้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับมอเตอร์ไซด์ของทองพูน

นอกจากนี้ ในพื้นที่ในกิจกรรมแฟนคลับ ยังมีความแตกต่างกับพื้นที่ในกิจกรรมคอนเสิร์ต ด้วย กล่าวคือ ในพื้นที่กิจกรรมคอนเสิร์ตนั้น การแสดงสายสัมพันธ์ของแฟนคลับมีให้เห็นบ้าง แต่ระดับความเข้มข้นจะไม่เท่ากับพื้นที่ในกิจกรรมแฟนคลับ เนื่องจากการจัดกิจกรรมแฟนคลับนั้น จัดขึ้นเพื่อให้แฟนคลับได้มาทำความรู้จักกันอย่างเป็นรูปธรรม คือ แฟนคลับอาจจะมีการรู้จักกัน ผ่านทางการพูดคุยโดยการใช้สื่อสมัยใหม่ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต โปรแกรมแชต MSN หรือโทรศัพท์ แต่การได้มาเห็นหน้าค่าตา ได้มาทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันในพื้นที่กิจกรรมแฟนคลับนี้ สามารถตอบสนองความต้องการในการรวมกลุ่มได้อย่างแท้จริง เพราะแฟนคลับสามารถมาพูดคุยทำความ

รู้จัก สร้างความสนิทสนมกัน จนทำให้สามารถพัฒนาความสัมพันธ์ในระดับที่ลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่งสิ่งนี้เป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่ง ที่มีส่วนทำให้เครือข่ายแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกยังดำรงอยู่ได้อย่างยาวนาน

จากพื้นที่และเวลาในส่วนต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ทำให้เราเห็นถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก ทั้งในชีวิตประจำวัน และในพื้นที่พิเศษทั้ง 2 พื้นที่ ซึ่งสิ่งนี้ทำให้เรามองเห็นถึงรูปแบบความสัมพันธ์และความสำคัญของการสื่อสาร ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมต่อบุคคลต่างๆ ให้เข้ามาร่วมเป็นแฟนคลับ มามีความสัมพันธ์ร่วมกัน มาทำกิจกรรมร่วมกัน โดยการสื่อสารเป็นตัวกลางจนเกิดเป็นเครือข่าย และมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่องอย่างซ้ำๆ ผ่านทางการสื่อสารกันในพื้นที่ในชีวิตประจำวัน พื้นที่และเวลาพิเศษ เช่น กิจกรรมคอนเสิร์ต และกิจกรรมแฟนคลับ มีผลทำให้เครือข่ายสามารถดำรงอยู่ได้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเห็นว่า พฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับในพื้นที่และช่วงเวลา กิจกรรมคอนเสิร์ต ยังทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของแฟนคลับได้เป็นอย่างดี เพราะทำให้แฟนคลับสามารถแสดงออกถึง ความเป็นแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อกได้อย่างเต็มที่ ในขณะที่พื้นที่อื่นๆ อาจจะไม่สามารถทำได้อย่างเต็มที่นัก นอกจากนี้ การที่แฟนคลับมาทำกิจกรรมร่วมกันในพื้นที่กิจกรรมคอนเสิร์ต ยังเปรียบเสมือน การ “ประกอบพิธีกรรม” ร่วมกันตามรูปแบบสมัยโบราณ เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านจิตวิทยาของตนเอง ซึ่ง “สื่อพิธีกรรม” ในสมัยโบราณนั้นจะเกี่ยวข้องกับศาสนาเสียเป็นส่วนใหญ่ แต่พื้นที่กิจกรรมคอนเสิร์ตดังกล่าวนั้น กลับถูกนำมาใช้แทนที่พิธีกรรมที่เกี่ยวกับศาสนาได้ ทำให้เห็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสมัยใหม่ ที่ยังคงมีความต้องการทางจิตใจที่เหมือนเดิม คือ ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการการยอมรับจากกลุ่ม เพียงแต่รูปแบบของ “สื่อพิธีกรรม” ที่แสดงออกมานั้นแตกต่างไปจากเดิม คือ ได้เคลื่อนย้ายจากพื้นที่ทางศาสนา สู่มิติใหม่คือพื้นที่ของฆราวาสในพื้นที่กิจกรรมคอนเสิร์ตนั่นเอง