

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงคุณลักษณะทางด้านประชากร และคุณลักษณะด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก รวมถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของบทบาทการสื่อสารกับการก่อตัวการทำหน้าที่ และการธำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่องบทบาทของสื่อและการสื่อสาร แนวคิดเรื่องกลุ่มและเครือข่าย แนวคิดเรื่อง "แฟน" และ "ความเป็นแฟน" แนวคิดเรื่องเพลงอินดี้ แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร และแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางจิตวิทยา ซึ่งใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษา โดยอาศัยการสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม การศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ และการวิเคราะห์ผลงานเพลง

ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะทางประชากรของแฟนคลับวงโมเดิร์นด็อก มีลักษณะดังนี้ 1) อายุ 15-32 ปี 2) เพศ มีทั้งเพศชายและเพศหญิง 3) อาชีพ มีความหลากหลาย 4) ระดับการศึกษา ตั้งแต่ชั้นมัธยมศึกษาจนถึงปริญญาโท 5) สถานภาพทางเศรษฐกิจ มีทั้งในระดับปานกลางค่อนข้างน้อยและในระดับปานกลางค่อนข้างมาก 6) ภูมิลำเนา มาจากทุกจังหวัดในประเทศไทย แต่จะเข้ามาศึกษาต่อหรือทำงานในกรุงเทพฯ ส่วนคุณลักษณะด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ 1) กิจกรรม จะเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อต่างๆ 2) ความสนใจ มีทั้งกลุ่มที่มีความสนใจที่ไม่หลากหลาย เช่น บันเทิง ดนตรี และศิลปะ และกลุ่มที่มีความสนใจที่หลากหลาย ทั้งบันเทิง ศิลปะ ศาสนาไปจนถึง การเมือง เศรษฐกิจ สังคม 3) ความคิดเห็น จะมีความคิดเห็นไปตามความสนใจของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน

พฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับ ทั้งในการสื่อสารระหว่างแฟนคลับและศิลปิน และระหว่างแฟนคลับด้วยกันเอง จะผ่านการใช้สื่อต่างๆ 5 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม และสื่อวัตถุ ซึ่งแฟนคลับจะมีพฤติกรรมของการใช้สื่อที่ค่อนข้างมาก มีการใช้สื่อแบบบูรณาการ คือ จะไม่ใช้สื่อๆ ใดแค่เพียงสื่อเดียว แต่จะใช้สื่อต่างๆ หลายๆ สื่อ เพื่อให้ได้ข้อมูลหรือตอบสนองความต้องการของตนเองได้อย่างเต็มที่ ผลการวิจัยยังพบว่า การสื่อสารกันในพื้นที่และช่วงเวลาต่างๆ คือ 1) พื้นที่ในช่วงเวลาชีวิตประจำวัน แฟนคลับจะติดต่อสื่อสารกันโดยจะมีรูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคล และมีการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวขึ้นมา 2) พื้นที่ในช่วงเวลาพิเศษ อันได้แก่ กิจกรรมคอนเสิร์ต และกิจกรรมแฟนคลับ แฟนคลับจะมีการแสดงอัตลักษณ์ของตนเองและกลุ่มออกมาอย่างอิสระด้วย

ส่วนบทบาทของการสื่อสารในการก่อตัว การทำหน้าที่และการธำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับนั้น แบ่งบทบาทต่างๆ ได้เป็น 4 ประเภท คือ 1) บทบาททางด้านการติดตามเฝ้าระวังข่าวสาร (Surveillance) 2) บทบาททางด้านการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคลหรือกลุ่ม (Identity) 3) บทบาทในการร่วมตั้งกลุ่ม หรือการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Relationship) และ 4) บทบาทด้านความบันเทิง (Diversions) การวิจัยครั้งนี้ยังพบข้อโต้แย้งกับนิยามของคำว่าแฟนคลับที่มองว่าเป็นกลุ่มคนเฉื่อยชา (passive audience) รับสารตามความต้องการของผู้ส่งสาร มาสู่การเป็นผู้รับสารที่ความกระตือรือร้น (active audience) มีการเลือกรับสาร การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้ตอบสนองความต้องการของตนเอง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า การรวมกลุ่มกันของแฟนคลับในพื้นที่กิจกรรมพิเศษทั้ง 2 พื้นที่ เป็นการสร้างพื้นที่ทางโลกเข้ามาแทนที่พื้นที่ทางธรรม หรือพิธีกรรมทางศาสนาในสังคมสมัยโบราณ กิจกรรมที่ถูกสร้างขึ้นมานี้สามารถตอบสนองความต้องการยอมรับและความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและสังคมได้ เช่นเดียวกับกิจกรรมของพิธีกรรมทางศาสนาในอดีต

The objective of this study is to investigate the demographic characteristic and lifestyle of Moderndog fan club, the communication behavior and the role of communication in organizing, functioning and maintaining the fan club network of Moderndog band. The theories and concepts used as framework for this study include the concept of role of communication, group and network, fan and fandom, independent music, demographics and lifestyle analysis. This qualitative research utilized the method of in-depth interview, researcher's participatory observation, document analysis and analysis of music albums.

The study finds that the demographic characteristic of Moderndog fan club is 1) Age 15-32 years old 2) Sex both male and female 3) Occupation is various 4) Education from high school to undergraduate 5) Economy status are both average to high and average to low 6) For lifestyle is 1) Activities; most of them are the heavy media users 2) Interest is various; entertainment, art, music, religion, politics, social and economics 3) Opinion is varied to the interest of each person.

The communication behavior both communication between fan club and artist and among fan club members, are done through the 5 media; mass media, opinion leader, new media, activity media and object media. Communication behaviors of fan club members are frequent and integral by using more than one medium for gaining accurate information and responding to their need utmost. For the communication behavior in each timing; 1) In daily life, fan club members use the interpersonal communication for building personal relationship. 2) In special occasion, i.c. in concert and fan club meeting activity, fan club members also express their individual and group identity.

Four roles of communication in organizing, functioning and maintaining fan club network of Moderndog band are found as following 1) Surveillance 2) Identity 3) Relationship 4) Diversion. This study finds the new meaning of fan club definition by changing from the passive audience to the active audience who is always searching for the information by themselves and use the information for their own purpose. The researcher also finds that the activities in special occasion (in concert and fan club meeting) can function substitutively the religious ritual in ancient period. These activities respond to the psychological need of belonging in group and the need of respect from the other.