

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จาก “แม่ยก” สู “แฟนคลับ”

วัฒนธรรมการรับสารแบบรวมกลุ่มความสนใจในประเทศไทยเกิดขึ้นมาเป็นระยะเวลานาน ตั้งแต่ในยุคแรก ๆ ที่มีการแสดงลิเก ในยุคนั้นได้มีการรวมกลุ่มของผู้รับสารที่ชื่นชอบและติดตามคณะลิเกไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่มีการจัดการแสดง ซึ่งกลุ่มผู้รับสารที่อยู่คู่วงการนาฏศิลป์ไทยมาช้านาน คือ “แม่ยก” สมัยก่อนไม่ว่าลิเกคณะโปรดจะไปแสดงที่ไหน “แม่ยก” ก็จะไปให้กำลังใจ พร้อมทั้งมีของขวัญต่าง ๆ ให้เป็นรางวัลกับพระเอกลิเกที่ตนชื่นชอบ โดยในสมัยก่อน “แม่ยก” มักจะเป็นผู้หญิงสูงวัยที่ชื่นชอบและมีความเอ็นดูลิเกแบบลูกหลาน และลิเกก็มักจะเรียก “แม่ยก” ว่า “แม่”

ต่อมาวิวัฒนาการด้านความบันเทิงในประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไป เมื่อเพลงไทยสากลได้รับการพัฒนาขึ้นเนื่องจากได้รับอิทธิพลทางการดนตรีของตะวันตก ซึ่งเริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 แต่ในช่วงนั้นเพลงสากลจะใช้ในลักษณะบรรเลงเพื่อขับขานขึ้นสูงเท่านั้น จนกระทั่งในสมัยรัชกาลที่ 5 เพลงไทยสากลได้เข้ามามีบทบาทและแพร่หลายขึ้นโดยแทรกเข้ามาในลักษณะของเพลงประกอบละครและภาพยนตร์ จนกระทั่งในสมัยจอมพลป.พิบูลสงคราม ได้สนใจปรับปรุงแนวดนตรีตามหลักสากลนิยมและส่งเสริมการแต่งเพลงไทยสากล ทำให้เพลงไทยสากลแพร่หลายขึ้นในสังคมไทย จนนำไปสู่การสร้างสรรค์เพลงไทยสากลแนวต่าง ๆ เพื่อการฟังภายหลังสงคราม

จากนั้นในปี พ.ศ. 2482 กรมศิลปากรได้เข้ามาตั้งวงดนตรีกรมโฆษณาการ¹ (วงสุนทราภรณ์) ขึ้นโดยมีนายเชื้อ สุนทรสนาน เป็นหัวหน้าวง มีการบรรเลงตามงานและสถานที่ต่าง ๆ แล้วแต่กรมโฆษณาการจะกำหนดให้ไปหรือทางราชการขอความร่วมมือมา ด้วยความที่บุคลากรในวงดนตรีสุนทราภรณ์ประกอบไปด้วยผู้มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ทางการดนตรีทั้งแนวดนตรี

¹ วงดนตรีของกรมโฆษณาการได้รับความนิยมและเป็นวงที่มีบทบาทในการสร้างทำให้เพลงไทยสากลแพร่หลายมากที่สุด ซึ่งในระยะต่อมาคนไทยจะรู้จักวงดนตรีนี้ในนามของ “วงสุนทราภรณ์”

ไทยและแนวดนตรีสากล ทำให้มีกลุ่มผู้ฟังที่ชื่นชอบในผลงานและติดตามฟังอย่างสม่ำเสมอจนกลายมาเป็น “ขาประจำ” ในการชมการแสดงของสุนทราภรณ์ตามสถานที่ต่าง ๆ

ในระยะแรกมีการแต่งเพลงในลักษณะเพลงบรรเลงเป็นจำนวนมาก เมื่อก้าวเข้าสู่ยุค “สโมสร” จึงได้แต่งเพลงที่มีลีลาและจังหวะเหมาะสำหรับการลีลาศมากขึ้น ซึ่งการลีลาศเป็นกิจกรรมบันเทิงทางสังคมในยุคสมัยนั้น โดยเฉพาะกลุ่มคนในเมือง สุนทราภรณ์ได้ออกบรรเลงเพลงลีลาศตามสถานที่ต่าง ๆ โดยได้แต่งเพลงลีลาศไว้มากมายหลายจังหวะ ทั้งเพลงจังหวะบอกลุมควิกสเต็ป วอลซ์ สโลว์ แทงโก แชมบา ออฟบิท ฯลฯ ซึ่งกลุ่มผู้ชื่นชอบในดนตรีสุนทราภรณ์ และชื่นชอบการเต้นลีลาศก็จะมีกรรวมตัวกันตามสโมสรต่าง ๆ เพื่อสังสรรค์และเต้นลีลาศกัน ในยุคของการเต้นลีลาศนี้นับเป็นยุคหนึ่งที่มีการรวมกลุ่มของผู้รับสารที่ชัดเจน

เมื่อถึงยุคที่อุตสาหกรรมเพลงจากตะวันตกเริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยในรูปแบบของแผ่นเสียง วัฒนธรรมการรับสารรวมกลุ่มแบบไทยก็เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้าง คนไทยบางกลุ่มเริ่มหันมาสนใจฟังเพลงสากลมากขึ้น ซึ่งช่วงเวลาที่เพลงสากลเข้ามามีอิทธิพลต่อสังคมไทยมากที่สุดคือ ช่วงของเพลงเอลวิส (Elvis Presly) และเดอะบีทเทิลส์ (The Beatles) ผู้ชื่นชอบเอลวิสและเดอะบีทเทิลส์ต่างพยายามแต่งกายให้เหมือนกับต้นแบบที่เขาชื่นชอบ เมื่อแนวเพลงตะวันตกเริ่มเข้ามาสู่สังคมไทย ผู้สร้างสรรค์งานเพลงของไทยจึงเริ่มหยิบยกแนวเพลงแบบตะวันตกมาผสมผสานกับเนื้อร้องแบบไทย ๆ แนวเพลง “ป๊อป” (Pop Music) จึงเริ่มเกิดขึ้นและได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้วัฒนธรรมการรวมกลุ่มแบบ “แฟนคลับ” ได้ก้าวเข้าสู่ประเทศไทยพร้อม ๆ กันด้วย

แนวเพลง “ป๊อป” ที่เกิดขึ้นนั้นทำให้อุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทยเจริญเติบโตมากขึ้น จนกระทั่งในปัจจุบันธุรกิจเพลงได้กลายเป็นระบบธุรกิจที่เกิดขึ้นอย่างจริงจังและพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นการประกอบธุรกิจเพลงจึงต้องทำงานอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนที่ดีโดยยึดถือหลักทางการตลาดเป็นสำคัญ กล่าวคือ ในธุรกิจเพลงถือว่านักร้องเป็น “สินค้า” ที่จะต้องขายให้ได้มาซึ่งผลกำไร ธุรกิจเพลงในทุกวันนี้จึงเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง การมุ่งเน้นยอดขายให้มากขึ้นจึงต้องสร้างจุดเด่นในการขายให้น่าสนใจ จุดเด่นที่ว่านี้คือ “นักร้อง” ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จำเป็นจะต้องสร้างและควบคุมภาพลักษณ์ให้เด่นชัด ทั้งรูปร่างหน้าตา น้ำเสียง ความสามารถพิเศษอื่น ๆ ที่จะส่งผลให้นักร้องประสบความสำเร็จได้

ปัจจุบัน “นักร้อง” นับว่ามีความสำคัญและมีบทบาทมาก เนื่องจากนักร้องถือเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความรู้สึกของผู้ซื้อ ผู้บริโภคหลายคนมักจะซื้อเทปโดยดูที่นักร้อง มากกว่าดูที่งานเพลง บริษัทเทปเพลงจึงให้ความสำคัญกับตัวนักร้องมาก เพราะคิดว่าหากสร้างนักร้องให้ถูกใจกลุ่มเป้าหมายแล้ว เทปเพลงของนักร้องคนนั้นก็必将ได้รับการตอบรับและการสนับสนุนที่ดี

อุตสาหกรรมเพลงกับกระบวนการสร้างสรรค์นักร้อง

เมื่อนักร้องกลายเป็นสินค้าที่ต้องขายให้ได้มาซึ่งกำไร ค่ายเพลงในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้างนักร้องเป็นอย่างมาก โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกนักร้อง การวางแผนคอนเซ็ปต์ให้นักร้อง ตลอดจนการนำเสนอผ่านการโปรโมทอย่างต่อเนื่อง เมื่อได้ "สินค้า" ออกมาแล้วสิ่งที่จะต้องทำต่อไปก็คือ การส่งเสริมการขาย ฝ่ายส่งเสริมการตลาดจะนำสินค้ามาสร้างสรรคให้มีความน่าสนใจผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการขายสินค้านั้นอย่างเต็มที่ ทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานเพลงผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ การจัดคอนเสิร์ต การจัดเลี้ยงแนะนำศิลปิน เป็นต้น

นอกจากกระบวนการต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์นักร้องและผลงานเพลงให้เป็นที่ถูกใจผู้ฟังแล้ว สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของวงการธุรกิจเพลง คือ ทำอย่างไรให้นักร้องที่ตนสร้างขึ้นได้รับความนิยมสูงสุด อันหมายถึงการเข้าไปนั่งอยู่ใน "หัวใจ" ของกลุ่มเป้าหมายได้ และหัวใจสำคัญที่จะทำให้นักร้องกลายเป็นนักร้องยอดนิยมได้ คือ การขับร้องและการแสดงออกของตัวศิลปินเพลงไทยสากลนั่นเอง ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในฐานะที่เป็นผู้สร้างความประทับใจแรกเริ่ม (First impression) ที่จะสามารถดึงดูดให้ผู้ชมผู้ฟังเกิดความสนใจ ทั้งจากรูปร่างหน้าตา บุคลิกภาพ น้ำเสียง สไตล์การร้องการแสดง ซึ่งศิลปินที่ประสบความสำเร็จส่วนมากต้องมีความพร้อมในคุณลักษณะเหล่านี้อยู่ด้วยนอกเหนือไปจากการร้องเพลงที่ดี ซึ่งถ้ามีพร้อมกันทั้งหมดก็จะเสริมความเด่นของทั้งตัวศิลปิน และผลงานเพลงจนกลายเป็นนักร้องดัง เป็นที่นิยม มีคนติดตามผลงานทั้งบ้านทั้งเมือง เรียกว่าเป็นคนมีชื่อเสียง (Celebrity) ซึ่งมักจะเป็นชื่อเสียงที่ดี เป็นที่นิยมชมชอบ (Popular) ซึ่งศิลปินคนใด ก็ตามที่ได้รับชมความสนใจ ได้รับความชื่นชมจากประชาชนทั้งส่วนตัวและผลงานเพลงพร้อม ๆ กันแล้ว ถือได้ว่าเป็นความสำเร็จสุดยอดที่ศิลปินจะได้รับ (พัชริดา วัฒนา, 2536)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าค่ายเพลงจะมีอำนาจในการสร้างชื่อเสียงให้กับนักร้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ แต่ก็ยังมีอีกหนทางหนึ่งที่ช่วยสร้างความมีชื่อเสียงให้แก่ศิลปินได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งก็คือ การรวมกลุ่มของผู้รับสารที่เป็นแฟนคลับ กลุ่มผู้รับสารนับเป็นแรงสนับสนุนที่สำคัญที่ทำให้ศิลปินได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องยาวนานได้

ธงไชย แมคอินไตย์ : นักร้องยอดนิยมของเมืองไทย

ในปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าเป็นยุคเฟื่องฟูของระบบธุรกิจเทปเพลง มีวิธีการมากมายในการค้นหาศิลปินหน้าใหม่ ๆ ทั้งการจัดการประกวดต่าง ๆ และการนำคนที่มีความรู้ด้านเสียงเป็นที่รู้จักอยู่แล้วมาออกอัลบั้ม ทำให้มีศิลปินใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย ศิลปินที่มีผลงานออกมานานแล้วย่อมได้รับความนิยมน้อยลงไปตามกาลเวลา มีเพียงไม่กี่คนเท่านั้นที่จะเป็น “ดาวค้างฟ้า” และเป็น “ซูเปอร์สตาร์” อย่างยาวนานได้

อย่างไรก็ดีเมื่อพูดถึง “ซูเปอร์สตาร์” ของเมืองไทย ชื่อแรกที่หลาย ๆ คนนึกถึงคงหนีไม่พ้นชื่อของ “เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์” ผู้ซึ่งโดดเด่นอยู่ในวงการเพลงมากกว่า 20 ปี “เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์” ก้าวเข้าสู่วงการบันเทิงด้วยการถ่ายแบบ ถ่ายโฆษณา และจากการชักชวนของ ไก่ วรายุทธ มลิณทจินดา ทำให้เบิร์ดได้มีโอกาสเข้ามาเล่นละครโทรทัศน์เรื่องแรก คือเรื่อง “น้ำตาลไหม้” ทางช่อง 3 หลังจากนั้นเขาก็มีงานแสดงออกสู่สายตาผู้ชมเป็นระยะ ๆ

ในปี 2526 ธงไชย แมคอินไตย์ได้เข้าประกวดร้องเพลงของ “สยามกลการมิวสิกฟาวนด์ชั่น” จากการประกวดครั้งนี้เบิร์ดได้รับรางวัลถึง 3 รางวัลด้วยกัน คือ รางวัลนักร้องดีเด่น รางวัลพิเศษของ ดร.ถาวร พรประภา และรางวัลพิเศษจากคณะกรรมการ ซึ่งการประกวดครั้งนี้ถือเป็นจุดเริ่มต้นบนถนนสายดนตรีของเบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์

ต่อมา ธงไชย แมคอินไตย์ ได้รับการทาบทามจากเรวัต พุทธินันท์ ประธานกรรมการบริหารแกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ในสมัยนั้นให้มาเป็นศิลปินเดี่ยวในสังกัด ซึ่งก่อนการออกอัลบั้มแรกของธงไชย แมคอินไตย์นั้นเพลงสตริงส่วนใหญ่จะออกมาในลักษณะของศิลปินกลุ่ม ธงไชย แมคอินไตย์จึงนับเป็นศิลปินเดี่ยวรุ่นแรก ๆ ในสังคมไทย

ในเดือนธันวาคม 2529 อัลบั้มเพลงชุดแรกของธงไชย แมคอินไตย์ก็เกิดขึ้นภายใต้ชื่อชุดว่า “หาดทราย สายลม สองเรา” จากอัลบั้มชุดแรกนี้ธงไชย แมคอินไตย์ได้รับการต้อนรับจากผู้ฟังมากมาย สร้างชื่อให้เขากลายเป็น “นักร้องยอดนิยม” ได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ในปีต่อมาอัลบั้มชุดที่สองของเขาก็เกิดขึ้นในชื่อชุดว่า “สบาย สบาย” เป็นอัลบั้มที่ส่งให้เขามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นธงไชย แมคอินไตย์มีผลงานเพลงออกมาอีก 3 ชุด จนกระทั่งปี 2533 อัลบั้มชุดที่ 6 คือชุด “บุมเมอแรง” ก็ออกมาสร้างความตื่นตาให้กับผู้ฟังอีกครั้ง ซึ่งอัลบั้มนี้ถือเป็นอัลบั้มที่ได้รับความนิยมสูงสุด ส่งผลให้เขากลายเป็นนักร้องชายที่มียอดจำหน่ายอัลบั้มสูงสุดในประวัติศาสตร์เพลงไทยในสมัยนั้น โดยมียอดจำหน่ายสูงถึง 2 ล้านตลับ เบิร์ด ธงไชย ยังคงมีผลงานเพลงออกมาให้แฟนเพลงได้ฟังกันเป็นระยะ ๆ โดยปรับเปลี่ยนแนวเพลง เพิ่มลูกเล่นใหม่ ๆ พร้อมทั้งมีแขกรับเชิญพิเศษมาร่วมงานด้วยมากมาย เช่น คริสติน่า อากีล่าร์, มาซา วัฒนพานิช,

ใหม่ เจริญปุระ, เสาวลักษณ์ ลีละบุตร และศรันย์ยา ส่งเสริมสวัสดิ์ ในอัลบั้ม “ชนนากับดอกไม้” นัท มีเรีย, แคทลียา อิงลิช และจินตหรา พูนลาภ ในอัลบั้ม “ชุดรับแขก” เป็นต้น

จากปี 2529 จนถึงปัจจุบัน ธงไชย แมคอินไตย์มีผลงานเพลงทั้งอัลบั้มเดี่ยว อัลบั้มคู่ และอัลบั้มพิเศษ รวมถึง 19 อัลบั้ม² จากผลงานเพลงที่มีคุณภาพและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ทำให้เขาได้รับรางวัลต่าง ๆ มากมาย เช่น MTV Asian Viewer's voice Award ในปี 2534 รางวัล Billboard Viewer's voice Award ในปี 2539 ซึ่งนับเป็นศิลปินคนแรกในทวีปเอเชียที่ได้รับรางวัลนี้

จากวันนั้นจนถึงวันนี้ แม้เวลาจะผ่านไปนานเพียงใดธงไชย แมคอินไตย์ ก็ยังคงเป็นศิลปินที่ได้รับความนิยมมาโดยตลอด ธงไชย แมคอินไตย์ เป็น “ประวัติศาสตร์หน้าหนึ่ง” ของวงการเพลงไทยที่ไม่มีใครสามารถลบสถิติของความนิยมได้ จากเด็กที่เติบโตมาในชุมชนแออัด จากพนักงานธนาคารธรรมดาคนหนึ่งที่ไม่มีใครรู้จักด้วยความสามารถและความทุ่มเท ทำให้เบิร์ด ธงไชย ตระเวนเก็บความรักจากคนทั้งประเทศได้อย่างง่ายดาย เบิร์ด ธงไชย เป็นตัวอย่างของคน ที่ทำงานด้วยความรักและความทุ่มเท เป็นศิลปินที่เริ่มต้นด้วยความเป็นเบอร์ 1 และยังคงเป็นที่ 1 เสมอมา จนถึงวันนี้เขาถูกมองว่าเป็น “ซูเปอร์สตาร์หมายเลข 1” ของเมืองไทย เป็นศิลปินที่ครองใจคนไทยทั้งประเทศตลอดกาล

สิ่งที่ทำให้เขามีชื่อเสียงจนกลายมาเป็น “ซูเปอร์สตาร์” ได้นั้นก็คือ คุณสมบัติเฉพาะตัวที่สดใส ร่าเริง เป็นกันเอง ความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ที่ยอดเยี่ยม อันเป็นความสามารถพิเศษที่ใครก็ไม่สามารถเลียนแบบได้ บวกกับความสามารถทางการร้อง การเต้น และการแสดง ที่เบิร์ดก็มีอยู่อย่างเหลือเฟือ จนทำให้เขาประสบความสำเร็จมาจนถึงวันนี้และยังคงรักษาระดับของตัวเองไว้ได้อย่างเหนียวแน่น

นอกจากความสามารถเฉพาะตัวแล้ว สิ่งสนับสนุนอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้เขาเป็น “ดาวค้างฟ้า” ได้อย่างยาวนานคือ กลุ่มแฟนเพลงที่เหนียวแน่น ที่ไม่เปลี่ยนใจไปตามกระแสเรียกร้องหน้าใหม่ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรม รวมถึงช่องทางการสื่อสาร และการรวมกลุ่มไปตามยุคของเทคโนโลยีที่พัฒนาไป

² โปรดดูรายละเอียดผลงานของธงไชย แมคอินไตย์ ในภาคผนวกของวิทยานิพนธ์

วัฒนธรรมแฟนคลับ : ความรักหรือความหลง ?

เมื่อศิลปินมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาก็คือ “แฟนเพลง” ที่ชื่นชอบและติดตามผลงาน จนนำไปสู่การสะสมสิ่งของต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับศิลปิน รวมทั้งการติดตามศิลปินไปตามที่ต่าง ๆ ทำให้ “แฟนเพลง” บางส่วนพัฒนาไปเป็น “แฟนคลับ”

คำว่า “แฟนเพลง” และ “แฟนคลับ” มีความหมายแตกต่างกันในแง่ของความจงรักภักดีในตัวศิลปิน แฟนเพลงคือคนที่ชื่นชอบในผลงานเพลงของศิลปินคนหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง และนำไปสู่การติดตามผลงาน แต่ถ้าหากเมื่อใดผลงานเพลงของศิลปินคนนั้นหรือกลุ่มนั้นเปลี่ยนไปหรือไม่ตรงตามรสนิยมของตน “แฟนเพลง” ก็อาจจะเปลี่ยนใจไปติดตามผลงานของศิลปินท่านอื่น ๆ นอกจากนี้ “แฟนเพลง” เป็นการชื่นชอบส่วนบุคคลไม่มีการรวมกลุ่มกันขึ้นแต่อย่างใด ส่วนคำว่า “แฟนคลับ” เป็นการพัฒนามาจาก “แฟนเพลง” ที่เป็นปัจเจกบุคคล ที่อยู่อย่างกระจัดกระจาย “แฟนคลับ” จะเป็นการรวมกลุ่มของผู้รับสารที่มีความสนใจและชื่นชอบในศิลปินคน/กลุ่มเดียวกัน กล่าวคือ มีความชอบในเนื้อหาเหมือนกันจากความชื่นชอบในเนื้อหาจนเกิดเป็นรสนิยม และนำไปสู่การติดตามอย่างสม่ำเสมอ จนพัฒนาไปสู่การเป็น “แฟนคลับ” ซึ่ง “แฟนคลับ” นั้นจะมีมุมมองต่อศิลปินที่ตนชื่นชอบในมุมที่ลึกซึ้ง มีความจงรักภักดีมากกว่า “แฟนเพลง” กล่าวคือ ถึงแม้ศิลปินที่ตนชื่นชอบจะเปลี่ยนไปออกผลงานเพลงในแนวใด กลุ่ม “แฟนคลับ” ก็ยังคงติดตามผลงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ดังเช่น กลุ่มแฟนคลับของธงไชย แมคอินไตย์ ไม่ว่าเบิร์ด จะไปออกอัลบั้มคู่กับศิลปินคนใด หรือมีเพลงออกมาในแนวใด “แฟนคลับ” ก็ยังคงสนับสนุนผลงานของเขามาโดยตลอด

“แฟนคลับ” จะเริ่มจากการรวมตัวกันของแฟนเพลงและติดตามศิลปินไปทุกแห่ง แล้วเรียกตัวเองว่าเป็น “แฟนคลับ” จนปัจจุบัน “แฟนคลับ” เป็นการรวมกลุ่มที่มีรูปแบบเป็นทางการมากขึ้น กล่าวคือ “แฟนคลับ” ได้ใช้ช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัยอย่างอินเทอร์เน็ตมาเป็นศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารระหว่าง “แฟนคลับ” ด้วยกันเอง รวมถึงใช้เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับศิลปินที่เขาชื่นชอบ ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลทางเว็บไซต์แฟนคลับและการสัมภาษณ์เจาะลึก พบว่า “แฟนคลับ” ของธงไชย แมคอินไตย์มีจำนวนมาก แต่ถ้าจะนับจำนวนแฟนคลับที่มีการติดตามผลงานอย่างสม่ำเสมอ มีการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ และมีการติดตามศิลปินไปตามที่ต่าง ๆ แล้วแฟนคลับกลุ่มนี้น่าจะมีจำนวนประมาณ 200 – 300 คน

การเกิดขึ้นของ “แฟนคลับ” ถือเป็นปรากฏการณ์หนึ่งในวงการเพลงไทยที่น่าสนใจ เป็นภาพของการรวมตัวอย่างเป็นกลุ่มก้อนของคนที่ชอบในสิ่งเดียวกันซึ่งมีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การรวมกลุ่มต่าง ๆ ในอดีตมีขึ้นเพื่อทำกิจกรรมหรือพูดคุยแลกเปลี่ยนทัศนคติกัน ซึ่งล้วนเกิดจากความชอบที่คล้ายคลึงกันทั้งสิ้น การเกิดของแฟนคลับก็มีเหตุมาจากตรงนี้เช่นกัน แม้เวลาจะผ่าน

ไปนานเท่าใดวัฒนธรรมแฟนคลับยังคงไม่จางหายไป แต่ได้เปลี่ยนวิธีการ กระบวนการ และการแสดงออกของคนในกลุ่ม ซึ่งมีสาเหตุมาจากช่องทางการสื่อสารที่มีมากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ตที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญอีกช่องทางหนึ่งในการนี้ แม้ว่ากระบวนการ และช่องทางการสื่อสารจะเปลี่ยนไปแต่ก็สามารถสร้างความหมายร่วมกัน (shared meaning) ได้ไม่ต่างจากในอดีต

อย่างไรก็ดี นิยามของคำว่า “แฟนคลับ” มักถูกมองในแง่ลบจากสังคมมาโดยตลอด กล่าวคือ “แฟนคลับ” เป็นกลุ่มที่ถูกมองอยู่ “นอกชายขอบของความรัก” แล้วสังคมผลักให้พวกเขาเป็นกลุ่มคนที่อยู่ “ในชายขอบของความหลง” “ความคลั่งไคล้” “ความเพ้อฝัน” ซึ่งมุมมองเหล่านี้อาจเป็นเพียงสมมติฐานที่สังคมตั้งขึ้น และเป็นเรื่องยากที่สังคมจะมองพวกเขาอย่างเข้าใจ แฟนคลับเป็นกลุ่มคนที่มีความรักอยู่เต็มหัวใจ แต่ในอีกกรณีหนึ่ง “ความรัก” ของพวกเขาก็เป็นความสุขท่ามกลางแรงกระทบต่าง ๆ ในสังคม หลาย ๆ คนพยายามจะถามหาเหตุผลเพื่ออธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นกับกลุ่มแฟนคลับ และสิ่งที่พบก็คือการมองว่าสิ่งที่เขาทำเป็นความรักที่ดูไร้เหตุผล หรืออาจเป็น “ความรักที่บ้าคลั่ง” ในสายตาของใครหลาย ๆ คน สาเหตุหนึ่งที่ทำให้สังคมไม่เข้าใจพวกเขาอาจเป็นเพราะ “เราไม่ใช่พวกเขา” การวิพากษ์วิจารณ์กลุ่มแฟนคลับโดยไม่พยายามทำความเข้าใจและเรียนรู้พวกเขา ก็คงเป็นการวิจารณ์เพียงแง่มุมเดียวที่ดูจะไม่ถูกต้องนัก

ที่ผ่านมาได้มีการศึกษาถึงเรื่องแฟนคลับของนักร้องมาแล้วโดย เจษฎา รัตนเขมากร (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ” โดยแบ่งประเภทของแฟนคลับตามผู้จัดตั้งซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้คือ การจัดตั้งโดยบริษัทเทปเพลง การจัดตั้งโดยศิลปิน และการจัดตั้งโดยแฟนเพลง

ในงานของเจษฎา เป็นการศึกษาถึงลักษณะของสมาชิกแฟนคลับ เครือข่ายการสื่อสารของแฟนคลับ และปัจจัยที่ทำให้แฟนเพลงสมัครเป็นสมาชิก โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีทั้งที่เกี่ยวกับความเป็นแฟน (fandom) และแนวคิดทางด้านการตลาดซึ่งเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เจษฎาพบว่า แฟนคลับแต่ละประเภทจะมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งที่แตกต่างกัน คือ แฟนคลับที่จัดตั้งโดยบริษัทเทปเพลงจะจัดขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขาย การจัดตั้งโดยศิลปินเพื่อเป็นศูนย์กลางระหว่างศิลปินกับแฟนเพลง และการจัดตั้งโดยแฟนเพลงเพื่อเป็นที่รวมของคนที่ชอบศิลปินคนเดียวกัน นอกจากนี้แฟนคลับที่จัดตั้งโดยบริษัทเทปเพลงและศิลปินสมาชิกแฟนคลับจะต้องเสียค่าสมาชิกรายปีเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ จึงอาจกล่าวได้ว่า แฟนคลับ 2 ประเภทนี้จัดตั้งขึ้นเพื่อการค้า โดยเน้นที่การส่งเสริมการขายเป็นสำคัญ ดังนั้นแฟนเพลงที่สมัครเป็นสมาชิกบางส่วนก็เข้ามาเป็นแฟนคลับเพราะต้องการรับสิทธิพิเศษ ไม่ได้สมัครเพราะความชื่นชอบในตัวศิลปินเพียงอย่างเดียว

อย่างไรก็ดีงานวิจัยของเจษฎาไม่ได้ศึกษาในส่วนของพฤติกรรมและการรวมตัวของแฟนคลับที่เกิดจากการรวมตัวกันเองของแฟนเพลง และไม่กล่าวถึงเรื่องของมิติทางด้านเวลาว่ากลุ่มแฟนคลับโดยทั่วไปจะมีระยะเวลาในการรวมกลุ่มยาวนานเพียงใด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเริ่มเกิดคำถามต่อมาจากงานวิจัยดังกล่าวว่า แม้โดยทั่วไปวัฒนธรรมแฟนคลับนักร้องอาจจะมีการรวมกลุ่มเพียงชั่วคราว เมื่อนักร้องได้รับความนิยมน้อยลง กลุ่มก็จะสลายไป แต่เป็นเรื่องที่น่าสงสัยว่าในกรณีของแฟนคลับเบิร์ต ธงไชย เป็นตัวอย่างของกลุ่มแฟนคลับ ที่มีความเหนียวแน่นมาอย่างยาวนาน แม้ว่าเบิร์ตจะมีชื่อเสียงมาเป็นระยะเวลากว่า 20 ปีแล้ว แต่แฟนคลับของเขาก็กังคังติดตามผลงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึง “ความรัก” หรือ “การสร้างความหมายร่วมกัน” ที่พวกเขามีต่อเบิร์ตก็ไม่ได้หล่นหายไปตามกาลเวลา แต่ได้ปรับเปลี่ยนและขยายช่องทางการสื่อสารให้เข้ากับยุคสมัยและง่ายต่อการติดต่อสื่อสารกันมากขึ้น

จากการสำรวจและการสัมภาษณ์ในขั้นต้นผู้วิจัยพบว่า กลุ่มแฟนคลับเบิร์ตเกิดขึ้นในยุคแรก ๆ เมื่อประมาณ 20 ปีที่แล้ว ในช่วงนั้นการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับเบิร์ตค่อนข้างยาก จะเข้าถึงได้ก็ต่อเมื่อชาวนั้น ๆ เผยแพร่ผ่านมาทางสื่อมวลชน ดังนั้นในการติดตามศิลปินไปตามที่ต่าง ๆ จึงเป็นไปได้ยาก เมื่อระยะเวลาผ่านไปเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้เข้ามามีบทบาทในกลุ่มแฟนคลับทำให้เกิดการจัดตั้งเว็บไซต์แฟนคลับเบิร์ตขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับเบิร์ต มีการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ที่ทำให้การติดตามผลงาน หรือติดตามศิลปินไปยังที่ต่าง ๆ เป็นไปได้ง่ายขึ้น รวมทั้งใช้เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการแสดงออกถึงความรู้สึกที่มีต่อเบิร์ตร่วมกัน ทำให้เกิดสายสัมพันธ์ภายในเครือข่ายที่แน่นแฟ้นขึ้น การเกิดขึ้นของเว็บไซต์แฟนคลับนับเป็นช่องทางที่ช่วยธำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับของเบิร์ตให้อยู่นิ่งไม่ล่มสลายไปตามกาลเวลา โดยแฟนคลับที่เกิดขึ้นในยุคแรก ๆ ได้ปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนให้เข้ากับเทคโนโลยีหรืออาศัยเครือข่ายในการสื่อสารระหว่างบุคคลกับกลุ่มแฟนคลับรุ่นหลัง ๆ ทำให้เครือข่ายกว้างขวางขึ้นด้วย

นอกจากนี้การรวมกลุ่มของแฟนคลับโดยทั่วไปมักเป็นกลุ่มที่มีหลากหลายรูปแบบ แต่ละรูปแบบก็มีลักษณะของสมาชิกที่แตกต่างกันไป เช่น กลุ่มแฟนคลับของนักร้องวัยรุ่นนั้นก็มักจะเป็นการรวมกลุ่มของผู้รับสารที่เป็นวัยรุ่น กลุ่มแฟนคลับของนักร้องลูกทุ่งหรือลูกเกอ์ก็มักจะเป็นผู้ใหญ่ เพศหญิง หรือกลุ่มแฟนคลับของเช็กชีสตาร์ก็จะเป็นการรวมกลุ่มของผู้รับสารเพศชาย เป็นต้น แต่กลุ่มของแฟนคลับเบิร์ตเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายทางด้านประชากรศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นเด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ เพศชาย หรือเพศหญิง ก็ล้วนแต่เข้าร่วมเป็นกลุ่มแฟนคลับเบิร์ตด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งมีสาเหตุมาจากการแสดงออกของเบิร์ตที่มีต่อคนหลายกลุ่มในอารมณ์ความรู้สึกที่ต่างกัน เช่น เมื่อวันทีเบิร์ตพาแม่ขึ้นไปบนเวทีคอนเสิร์ต เบิร์ตแสดงออกถึงความรัก ความอบอุ่น ความกตัญญูที่ลูกมีต่อแม่ได้อย่างดีเยี่ยม จนสามารถสร้างความประทับใจให้กับคนดูที่เป็นผู้ใหญ่ เพราะการแสดงออกที่

ซี้ฮั่น น่ารัก แต่เมื่อถึงเวลาที่เบิร์ดอยู่บนเวทีกับเด็ก ๆ เบิร์ดก็แสดงความร่าเริง สนุกสนาน ซี้ฮั่น ออกมาได้
 อย่างดีไม่แพ้กัน ทำให้เบิร์ดเป็นที่รักของเด็ก ๆ ทั่วบ้านทั่วเมือง ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าเบิร์ดเป็น
 ศิลปินที่ครองใจคนหลากหลายเพศ หลายวัยได้อย่างแท้จริง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา การศึกษาถึงพฤติกรรมของแฟนคลับมักเป็น
 การศึกษาเรื่องของผู้รับสารจากสื่อมวลชน ซึ่งเป็นผู้บริโภคจากกลไกตลาดของธุรกิจเทปเพลง และ
 ส่วนใหญ่ผู้ศึกษาเรื่องนักร้องมักจะมองในแง่ของการผลิต โดยมองว่าอำนาจในการสร้างความหมาย
 ต่อนักร้องเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตเท่านั้น ผู้บริโภคมีหน้าที่เพียงแครับสารและมีอารมณ์ความรู้สึกตาม
 ที่ผู้ผลิตต้องการ แต่ในความเป็นจริงแล้วผู้บริโภคเอง ก็สามารถสร้างอำนาจต่อรองได้ด้วยการสร้าง
 ความหมายใหม่ ๆ ให้กับนักร้องที่เขาชื่นชอบ กล่าวคือ กลุ่มผู้รับสารที่เป็นแฟนคลับได้สร้างความหมาย
 ใหม่ ๆ ให้กับนักร้องตามที่เขาต้องการ เช่น กลุ่มแฟนคลับไม่ได้มองเพียงภาพของเบิร์ดที่ทางค่าย
 เพลงสร้างขึ้นมาเท่านั้น แต่พวกเขาได้สัมผัส และมองลึกลงไปถึงนิสัยใจคอ ความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ
 จนทำให้เกิดการนิยามความหมายใหม่ให้กับ “ธงไชย แมคอินไตย์” ว่าเปรียบเสมือนพี่ชายของ
 พวกเขา พี่ชายที่อบอุ่น แสนดี มีคำแนะนำดี ๆ ให้พวกเขาเสมอ

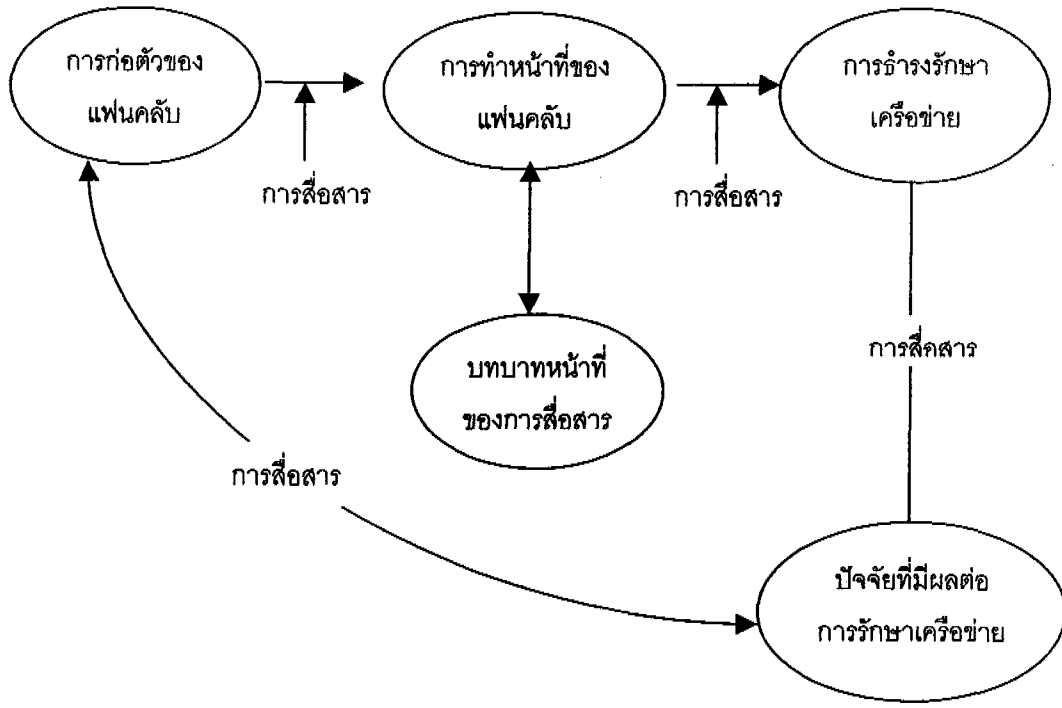
นอกจากนี้พวกเขาได้สร้างอำนาจการต่อรองกับค่ายเพลงด้วยการสำรวจความคิดเห็น
 ระหว่างกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเองในประเด็นต่าง ๆ เช่น “อัลบั้มชุดต่อไปอยากให้พี่เบิร์ดร้องเพลง
 แนวไหน” “อยากให้ใครนางเอกคนใดมาเล่นมิวสิกวิดีโอเพลงต่อไปของพี่เบิร์ด” เป็นต้น แม้ว่าคำตอบ
 เหล่านี้จะได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงการผลิตแต่อย่างไร แต่กลุ่มแฟนคลับก็ได้มี
 โอกาสแสดงความคิดเห็น และมีพื้นที่ในการแสดงถึงความต้องการที่แท้จริงของพวกเขา

ดังนั้นการศึกษาถึงพฤติกรรมแฟนคลับของนักร้องยอดนิยมอย่างเบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์
 จึงเป็นที่น่าสนใจ ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้จะขยายความสนใจมาสู่การพิจารณาแฟนคลับในมิติของ
 การเปลี่ยนแปลงและการคงอยู่ซึ่งเป็นมิติที่ยังไม่มีผู้ศึกษามาก่อน จากจุดนี้เองทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะ
 ศึกษาถึงการรักษาเครือข่ายกับการสร้างความยั่งยืนของแฟนคลับ รวมทั้งปัจจัยที่ทำให้กลุ่ม
 แฟนคลับยังคงอยู่ได้อย่างยาวนาน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้มองเห็นภาพรวมของการศึกษาเรื่อง “แฟนคลับ” และ
 สามารถสรุปแนวความคิดของสิ่งที่ต้องการจะศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ออกมาได้ โดยนำมาเขียนเป็น
 แบบจำลองเพื่อสรุปให้เห็นภาพรวมของการศึกษาเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของ
 แฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์” ได้ดังนี้

แผนภาพที่ 1.1

แบบจำลองภาพรวมของการศึกษา "เครือข่ายการสื่อสารของแฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์"



จากแบบจำลองดังกล่าวจะเห็นได้ว่า เครือข่ายแฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์ จะมีลักษณะเป็นกระบวนการโดยเริ่มจากกระบวนการก่อกำเนิด การทำหน้าที่ และการบำรุงรักษาเครือข่าย โดยในแต่ละขั้นตอนจะมีมิติทางด้านการสื่อสารและปัจจัยต่าง ๆ เข้ามามีส่วนช่วยให้เครือข่ายมีเสถียรภาพมากขึ้น รวมทั้งแฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์จะมีมิติในเรื่องของเวลาที่แตกต่างจากแฟนคลับนักร้องคนอื่น ๆ กล่าวคือ แม้แฟนคลับจะก่อกำเนิดขึ้นมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน แต่ก็ยังคงดำรงอยู่ได้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ความนิยมในตัวธงไชย แมคอินไตย์ ไม่ลดลงตามกาลเวลา กระบวนการบำรุงรักษาเครือข่าย นี้เองจะเป็นส่วนสำคัญที่ต้องการจะค้นหาคำตอบในงานวิจัยชิ้นนี้ ถึงความสัมพันธ์ของการสื่อสารในการก่อตัว การทำหน้าที่ และการบำรุงรักษาเครือข่ายแฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์ ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร

ปัญหานำวิจัย

การสื่อสารมีความสัมพันธ์กับการก่อตัว การทำหน้าที่ และการธำรงรักษาเครือข่าย แฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะและพฤติกรรมการสื่อสารของแฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการก่อตัว การทำหน้าที่ และการธำรงรักษาเครือข่ายแฟนคลับธงไชย แมคอินไตย์

ขอบเขตของการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาแฟนคลับของศิลปินยอดนิยม คือ เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ โดยทำการศึกษาแฟนคลับ 3 กลุ่ม คือแฟนคลับที่ก้าวเข้าสู่การเป็นแฟนคลับตั้งแต่ธงไชย แมคอินไตย์เป็นนักแสดง แฟนคลับที่ก้าวเข้าสู่การเป็นแฟนคลับตั้งแต่ธงไชย แมคอินไตย์เป็นนักร้อง และแฟนคลับที่ก้าวเข้าสู่การเป็นแฟนคลับตามสมาชิกในครอบครัว

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

วัฒนธรรมย่อย หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในสังคมที่อาจมีรูปแบบที่แตกต่างหรือต่อต้านวัฒนธรรมกระแสหลัก/วัฒนธรรมครอบงำ ในที่นี้หมายถึง วัฒนธรรมแฟนคลับ ซึ่งมีความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรม และวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันที่แสดงถึงลักษณะร่วมของความเป็น “แฟนคลับ” เช่น มีการติดตามศิลปินที่ตนชื่นชอบไปตามที่ต่าง ๆ มีการสะสมของเกี่ยวกับศิลปินที่ตนชื่นชอบ มีการแสดงออกต่าง ๆ อันเป็นการบ่งบอกถึงความจงรักภักดีที่มีต่อตัวศิลปิน

แฟนคลับ (fan club) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ชื่นชอบศิลปินคนเดียวกันจนเกิดการรวมตัวขึ้นเป็นกลุ่ม มีรูปแบบการก่อตัวของกลุ่ม มีการสื่อสารในการทำหน้าที่ต่าง ๆ รวมถึงมีกระบวนการต่าง ๆ ในการดำรงรักษากลุ่มให้ดำเนินต่อไปได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้จะหมายถึงกลุ่มแฟนเพลงของธงไชย แมคอินไตย์

โดยแฟนคลับอาจมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ วัย อาชีพ การศึกษา รวมทั้งจุดเริ่มต้นของการเข้าสู่การเป็นแฟนคลับที่เหมือนหรือแตกต่างกัน แต่กลุ่มแฟนคลับจะมีจุดร่วมที่เหมือนกันคือชื่นชอบในศิลปินคนเดียวกัน และมีศิลปินเป็นศูนย์กลางของความสนใจ

ในงานวิจัยชิ้นนี้จะมองคำว่า “แฟนคลับ” ในหลาย ๆ แง่มุม ทั้งมุมมองที่เป็นผู้รับสาร เนื้อหาสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งการมองในแต่ละมุมมองจะทำให้เห็นถึงหน้าที่และความสำคัญที่หลากหลาย

พฤติกรรมแฟนคลับ หมายถึง การแสดงออกของแฟนคลับที่มีต่อนักร้อง เช่น การติดตามนักร้องไปตามสถานที่ต่าง ๆ การติดตามผลงาน และการสะสมสิ่งของที่เกี่ยวกับนักร้องที่ตนชื่นชอบ

ลักษณะแฟนคลับ หมายถึง ประเภท ที่มา วัตถุประสงค์ และการดำเนินงานต่าง ๆ ของแฟนคลับ

การรวมกลุ่มของแฟนคลับ หมายถึง การรวมกลุ่มของบุคคลที่ชื่นชอบนักร้องคนเดียวกัน ทั้งแบบเป็นทางการ คือ จัดตั้งเป็นเว็บไซต์ และแบบไม่เป็นทางการ คือ การรวมกลุ่มกันตามคอนเสิร์ตหรือตามรายการต่าง ๆ

เครือข่าย หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่มแฟนคลับเบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ และบุคคลที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบของการประสานงาน มีการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน

เครือข่ายของแฟนคลับจะเกิดขึ้น โดยมีกระบวนการดังนี้

1. ระยะเวลาการก่อตัว (origin) เริ่มจากการก่อตัวของแฟนคลับที่เป็นปัจเจกบุคคลว่าแต่ละคนมีจุดเริ่มต้นของการก้าวเข้าสู่ความเป็น “แฟนคลับ” อย่างไร จากนั้นเมื่อแฟนคลับมีจำนวนมากขึ้น จึงเกิดการใช้สื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ให้แฟนคลับที่เป็นปัจเจกบุคคลเข้ามารวมตัวกันเป็นกลุ่มขึ้น มีการสื่อสารเพื่อหาสมาชิกในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ผ่านทางเว็บไซต์ หรือ ผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นต้น

2. ระยะเวลาทำหน้าที่ (function) การใช้การสื่อสารเพื่อทำหน้าที่ต่าง ๆ ภายในเครือข่ายเพื่อธำรงรักษาเครือข่ายให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน เช่น การทำหน้าที่เมื่อนักร้องที่ตนชื่นชอบมีข่าวลือที่ไม่ดีเกิดขึ้น การทำหน้าที่สื่อสารกันเมื่อศิลปินยังไม่มีผลงานออกมา และการทำหน้าที่ช่วยกันสนับสนุนเมื่อศิลปินมีผลงานหรือมีการแสดง เป็นต้น

3. ระยะเวลาธำรงรักษา (maintenance) มีการสื่อสารเพื่อสานสัมพันธ์ และวางรากฐานที่พร้อมจะติดต่อกันได้เมื่อต้องการความร่วมมือต่าง ๆ เพื่อให้เครือข่ายมีการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน เช่น มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ภายในเครือข่าย เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน เพื่อให้เครือข่ายดำรงอยู่ได้อย่างยาวนานและมีเสถียรภาพ

นักร้องยอดเยี่ยม / ซูเปอร์สตาร์ หมายถึง นักร้องที่ได้รับความสนใจ ความชื่นชอบ และความจงรักภักดีจากกลุ่มผู้ฟังเพลงจำนวนมากเป็นระยะเวลาานาน ซึ่งในกรณีนี้ ได้แก่ ธงไชย แมคอินไตย์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมศึกษากับการวิจัยสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะในประเด็นการศึกษาเรื่องวัฒนธรรมย่อยรูปแบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับผู้รับสารให้มากยิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นการแสดงความหมายของแฟนคลับในอีกมุมมองหนึ่ง ให้สังคมได้รับรู้และเข้าใจในฐานะที่แฟนคลับเป็นวัฒนธรรมย่อยรูปแบบหนึ่งในสังคมไทย
3. เพื่อเป็นประโยชน์แก่การรวมกลุ่มผู้รับสารกลุ่มอื่น ๆ ที่สามารถนำความรู้นี้ไปปรับใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มดำรงอยู่ได้อย่างยาวนาน
4. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ศิลปินและบริษัทเทปเพลงในการทำ ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบ และกิจกรรมต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับผู้รับสารมากขึ้น