

บทที่ 4

ลักษณะของแฟนคลับและสมาชิกแฟนคลับ

การวิจัยเรื่อง “ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงลักษณะของแฟนคลับ ลักษณะของสมาชิกแฟนคลับ เครือข่ายการสื่อสารของแฟนคลับ และปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับ ซึ่งการรวมกลุ่มกันของผู้รับสารจนกลายมาเป็นแฟนคลับนี้ ถือเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมและวงการสื่อสารมวลชนอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ในบทนี้จะนำเสนอผลการวิจัย 2 ส่วนคือ ส่วนของประเภทของแฟนคลับ ที่มา วัตถุประสงค์ และการดำเนินงานต่างๆ ของแฟนคลับในแต่ละประเภท ซึ่งเป็นบทวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ก่อตั้งและดำเนินงานแฟนคลับ และนำเสนอลักษณะของสมาชิกแฟนคลับ ซึ่งเป็นบทวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม โดยอาศัยแนวคิดเรื่องการสื่อสารทางการตลาดในประเด็นการส่งเสริมการตลาด และแนวคิดเกี่ยวกับแฟนและแฟนดอม มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์

4.1 ลักษณะของแฟนคลับ

ในการแบ่งประเภทของแฟนคลับ จากการใช้เกณฑ์ “ผู้ก่อตั้งแฟนคลับ” พบว่าสามารถแบ่งแฟนคลับออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทเทปเพลง
2. แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยศิลปิน
3. แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยแฟนเพลงอย่างเป็นทางการ
4. แฟนคลับที่เกิดจากการรวมตัวกันของแฟนเพลงอย่างไม่เป็นทางการ

4.1.1 แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทเทปเพลง

แฟนคลับประเภทนี้ เกิดขึ้นเนื่องจากบริษัทเทปเพลงเล็งเห็นถึงความสำคัญของกระแสความต้องการและจดหมายจากแฟนเพลงที่ส่งเข้ามาถึงศิลปินในค่ายเทปของตน ไม่ว่าจะเป็นการเขียนจดหมายเข้ามาแสดงความหวังใจ ถามไถ่สารทุกข์สุขดิบ หรือแม้กระทั่ง

อยากพบ อยากใกล้ชิดกับศิลปินที่ตนชื่นชอบ จึงทำให้บริษัทเทปเพลงคิดอยากให้แฟนเพลงได้ใกล้ชิดกับศิลปิน อีกทั้งยังถือเป็นกิจกรรมการส่งเสริมการจำหน่ายอีกอย่างหนึ่งของทางบริษัท ในการจัดตั้งแฟนคลับประเภทนี้ ผู้จัดมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างศิลปินกับแฟนเพลงในการส่งข่าวสารถึงกัน ทำให้ได้รู้ถึงความต้องการของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายและเป็นการรักษากลุ่มลูกค้าเอาไว้อีกด้วย

แฟนคลับประเภทนี้จะอยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทเทปเพลง เป็นแผนกหนึ่งในหลายๆ แผนกของบริษัทเทปเพลง และเป็นแฟนคลับของศิลปินทุกคนในค่ายเทป มีทีมงานรับผิดชอบโดยตรง สามารถสมัครได้ด้วยตนเองหรือจะสมัครทางไปรษณีย์ก็ได้ นอกจากนี้ทางบริษัทจะแทรกใบสมัครเข้าไปในเทปเพลงด้วย เพื่อทราบถึงการตอบรับของผู้รับสาร แฟนคลับประเภทนี้เสียค่าสมาชิกเป็นรายปี มีของแถมให้สำหรับผู้ที่จะสมัคร และเมื่อสมัครแล้วจะมีสิทธิพิเศษต่างๆ มากมาย เช่นส่วนลดจากการซื้อบัตรคอนเสิร์ต ส่วนลดจากร้านค้าต่างๆ ทั่วประเทศ ฯลฯ เป็นต้น การส่งข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ นั้น ทีมงานของแฟนคลับจะผลิตนิตยสารสำหรับแฟนคลับขึ้นโดยเฉพาะแล้วส่งให้กับสมาชิกโดยตรง และยังมี การส่งข่าวสารทางสื่อมวลชนต่างๆ อีกด้วย นอกจากนี้แฟนคลับจะจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้สมาชิกได้พบปะกับศิลปิน ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นมีทั้งกิจกรรมเพื่อความบันเทิงและกิจกรรมเพื่อสังคม ตัวอย่างแฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทเทปเพลง ได้แก่ อาร์เอส สตาร์คลับ

“อาร์เอส สตาร์คลับ” เริ่มก่อตั้งเมื่อปีพ.ศ.2536 เมื่อมีกระแสความต้องการและจดหมายของแฟนเพลงส่งเข้ามาถึงศิลปินจำนวนมาก บริษัทเทปเพลงจึงต้องการทำให้แฟนเพลงได้ใกล้ชิดกับศิลปินที่ตนชื่นชอบ

อาร์เอส สตาร์คลับเป็นแฟนคลับของศิลปินในสังกัด อาร์เอส โปรโมชัน (1992) ซึ่งล้วนประสบความสำเร็จและได้รับการตอบรับจากผู้ฟังอย่างสูง จากการสัมภาษณ์คุณกิตติ พุทธิชัยแก้วกัญญา หนึ่งในเจ้าหน้าที่อาร์เอส สตาร์คลับที่ดูแลในส่วนของกิจกรรมพิเศษต่างๆ ของคลับ ได้กล่าวว่า

“ อาร์เอส สตาร์คลับ เป็นแฟนคลับของศิลปินในสังกัดอาร์เอส โปรโมชัน (1992) ที่มีหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างแฟนเพลงกับศิลปินที่จะส่งข่าวสารถึงกันของทั้งสองฝ่าย และเป็นตัวแทนในการจัดกิจกรรมในการเป็นตัวเชื่อมระหว่างศิลปินกับแฟนเพลง และเพื่อ

ต้องการให้รู้ถึงความต้องการของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย และเป็นช่องทางในการโปรโมชันด้วย”

วิธีการสมัครเป็นสมาชิกอาร์เอส สตาร์คลับ สามารถสมัครได้ 2 วิธี คือ

1. สมัครด้วยตนเอง
 - 1.1 สมัครได้ที่สำนักงานอาร์เอส สตาร์คลับ
 - 1.2 สมัครได้ที่แผนกประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าโรบินสันทุกสาขา
 - 1.3 สมัครได้ที่ชุมชนงานคอนเสิร์ต
2. สมัครทางไปรษณีย์
 - 2.1 โดยใช้เอกสารใบสมัครที่มีอยู่ในนิตยสารอาร์เอส สตาร์แมกกาซีน
 - 2.2 โดยใช้ใบสมัครที่แทรกเข้าไปในเทปของศิลปิน



ชื่อ-สกุล : แน็ต-สุภัทรา เคชะจารุวิทย์
ที่อยู่ : 14/3-6 ถ.ร่วมใจ อ.เมือง จ.เลย 42000

หมายเลขสมาชิก : 01 09836

ทับเพ็ญ : “สวัสดีค่ะเพื่อนๆ ชาว RSC. ทุกคน น้องชื่อแน็ตค่ะ น้องชื่นชอบพี่หลุยส์&จอนนี่มากและคิดว่าทุกคนก็คงชอบด้วย น้องอยากมีเพื่อนที่ชอบหลุยส์&จอนนี่และโตม ถ้าใครอยากเป็นเพื่อนกับแน็ตคุยกันได้ทางจดหมายนะคะ สุดท้ายขอให้พี่ทีมงาน RSC. HAPPY HAPPY ค่ะ”



ชื่อ-สกุล : กวาง-จิตรา จ้อยสกุล

ที่อยู่ : 165/417 ม.3 ต.เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000

หมายเลขสมาชิก :

02 00930

ทับเพ็ญ : “ชื่อกวางค่ะ ตอนนี้อยู่ ม.3 แล้ว เป็นสมาชิกขึ้นปีที่ 2 ชอบฟังเพลงและต้องฟังทุกวันด้วย ส่วนมากตื่นมาก็เปิดเพลงเลย เย็นกลับมาก็เปิดฟังต่อ ชอบศิลปินทุกคน เราอายุ 15 ปีใครอยากเป็นเพื่อนกับกวาง ก็ยินดีรับรองว่าจะตอบคำถามที่เพื่อนเขียนหรือส่งความคิดถึงก็ไม่ว่าเขียนมาได้ตลอดเลยนะ”

ภาพที่ 1 สมาชิกอาร์เอส สตาร์คลับ จากคอลัมน์ “friend to friends”

ใบสมัครสมาชิกอาร์เอส สตาร์คลับ

ข้าพเจ้า(ชื่อ) _____ (นามสกุล) _____

ชื่อ(ทนายอัยการ)

(ชื่อเล่น) _____ เกิดวันที่ _____ เดือน _____ ปี _____ พ.ศ. _____

อายุ _____ ปี เพศ _____ ชาย _____ หญิง _____

สถานที่ส่งนิติสาร บ้านเลขที่ _____ หมู่ _____ ซอย _____

ถนน _____ ตำบล/แขวง _____

อำเภอ/เขต _____ จังหวัด _____

รหัสไปรษณีย์ _____ โทรศัพท์ _____

เพจเจอร์ _____

สถานศึกษา/สถานที่ทำงานปัจจุบัน _____

สีปืนที่ชื่นชอบ 1..... 2..... 3.....

มีความประสงค์ว่า

ขอสมัครสมาชิกใหม่อาร์เอสสตาร์คลับ 1 ปี

ขอต่ออายุสมาชิก อาร์เอสสตาร์คลับ 1 ปี

หมายเลขสมาชิกเดิมคือ -

วันหมดอายุ /

ขอรับอัลบั้ม RS.STAR PARTY JAM ในแบบ

CD หรือ เทป

ทั้งนี้ได้ชำระค่าสมาชิก จำนวน 200 บาท

ด้วยเงินสด/เช็ค/บัตรเครดิต

รับเงินคืน/รับเงิน/บัตรเครดิต

สถานที่.....

ผู้รับแบบ
คุณหญิง นพจรุญรัตน์

ส่งมาที่
อาร์ เอส สตาร์คลับ
ตู้ปณ.7 ปทอ.สุรพงษ์
กรุงเทพฯ 10405

และวงเล็บมุมของว่า (สมัครสมาชิก)
พร้อมใบสมัครนี้เรียบร้อยแล้ว

สมัครและต่ออายุสมาชิกฉบับนี้
รับอัลบั้มพิเศษ
RS.STAR PARTY JAM
ทันที

อัตราค่าสมัครสมาชิก 200 บาทต่อ 1 ปี

อัตราค่าสมัครสมาชิกต่างประเทศ

อเมริกา, อเมริกาใต้, แอฟริกา	1 ปี	1500 บาท
เอเชีย, ยุโรป, ออสเตรเลีย	1 ปี	1200 บาท
มาเลเซีย, ฮ่องกง, จีน, เวียดนาม	1 ปี	1000 บาท

การเป็นสมาชิก
อาร์เอส สตาร์คลับ
หมายถึงการเป็นสมาชิกแฟนคลับ
ของศิลปินอาร์เอส.ทุกคน

สิทธิประโยชน์ของสมาชิก อาร์เอส.สตาร์คลับ

- ได้รับนิตยสาร RS.STAR MAGAZINE ส่งตรงถึงบ้าน ตลอดอายุสมาชิก 1 ปี (12 ฉบับ)
- รับส่วนลดทันที 20% ในการซื้อบัตรคอนเสิร์ตที่อาร์เอส.ฯ เป็นสมาชิกได้ก่อนบุคคลทั่วไป
- ของกระจุกกระจิก เช่น ปลายอด ภาชนะ ฯลฯ ที่อาร์เอส.สตาร์คลับจัดทำขึ้นเพื่อสมาชิกโดยเฉพาะ
- บัตรสมาชิกสามารถได้รับส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการร้านค้าชั้นนำที่เข้าร่วมโครงการสิทธิพิเศษกว่า 300 ร้านทั่วประเทศ
- รับสิทธิในการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อสมาชิกโดยเฉพาะ เช่น ชมภาพยนตร์คอนเสิร์ตฟรี ร่วมทำกิจกรรมกับศิลปินคนโปรด ฯลฯ
- สมาชิกสามารถสั่งซื้ออาร์เอส.สตาร์ คลอแลคชั่นได้โดยไม่ต้องเสียค่าจัดส่งทางไปรษณีย์

อาร์เอส.สตาร์คลับ ขอระยะเวลาในการขึ้นทะเบียนสมาชิกใหม่ ๆ เฉลี่ยประมาณไม่เกิน 2 เดือน หากมีข้อสงสัยประการใดกรุณาติดต่อที่ทางไปรษณีย์ ตู้ปณ. 7 ปทอ.สุรพงษ์ กรุงเทพฯ 10405 โทรศัพท์ 511-2024 / 511-2401 ต่อ 104 และ 106 โทรสาร 511-2324 เพจเจอร์ 152 เรียก 457720

หรือติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆของ อาร์เอส.สตาร์คลับ ได้ทางรายการอาร์เอส. สตาร์คลับ สเปเชียลทุกคืนวันอาทิตย์ทาง FM.106.0 MHZ.เวลา 18.15-23.00น. โดย DJ.นค พชรินทร์

ภาพที่ 2 ใบสมัครสมาชิกอาร์เอส สตาร์คลับ

“สมาชิกทั้งหมดเกือบ 50,000 คน ช่วงอายุกว้าง แต่กลุ่มใหญ่จริงๆ 12 – 25 แต่ก็ มีเงินถึงวัยผู้ใหญ่ 30 ซึ่งอาจจะสมัครมานาน แต่ก็ยังคงสมัครอยู่ หรือไม่ก็อาจเป็นกลุ่มที่ โดนลูกบังคับ แต่เราไม่ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายของเรา” (กิตติ พฤษก์แก้วกาญจนา : 6 กันยายน 2541)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า อาร์เอส สตาร์คลับมีสมาชิกแฟนคลับ จำนวนมาก เนื่องจากอัตราค่าสมัครไม่แพง อีกทั้งอาร์เอส สตาร์คลับยังเป็นแฟนคลับของ ศิลปินทุกคนในสังกัด อาร์เอส โปรโมชัน (1992) จำกัด กอปรกับทีมงานของบริษัทพยายาม แข่งขันกับคู่แข่ง โดยการเจาะกลุ่มผู้บริโภคลงไปอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทอาร์เอส กระทำมาโดยตลอดในยุคปัจจุบันนี้ ทำให้รู้ถึงความต้องการของผู้รับสารได้ง่าย และถือเป็น แฟนเพลงที่ค่อนข้างมั่นคง เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอีกอย่างหนึ่งของบริษัทเทปเพลงที่ไม่ เหมือนใคร ทั้งคุณกิตติยืนยันว่า

“ที่สำคัญคือเราจัดในกลุ่มเป้าหมาย เราไม่ทำให้หลากหลาย เจาะเข้าไปในกลุ่มที่ เรารู้มากที่สุด ก็จะประสบความสำเร็จ” (กิตติ พฤษก์แก้วกาญจนา : 6 กันยายน 2541)

เมื่อสมัครเป็นสมาชิกหรือต่ออายุสมาชิก อาร์เอส สตาร์คลับแล้วสมาชิกจะได้รับ ซีดี อาร์เอส สตาร์อคูสติค ฟรี 1 แผ่น นอกจากนั้นยังได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ อีกมากมาย เช่น สามารถซื้อบัตรคอนเสิร์ตได้ก่อนผู้อื่นพร้อมรับส่วนลด 20% สามารถรับส่วนลดจากร้านค้า ที่เข้าร่วมโครงการกับอาร์เอส สตาร์คลับอีก 300 ร้านค้าทั่วประเทศ สิทธิในการเข้าร่วม กิจกรรมที่บริษัท อาร์เอสจัดขึ้น เช่น Meeting กิจกรรมเพื่อสังคม และสามารถซื้อคอลเลค-ชันต่างๆ ได้โดยไม่เสียค่าจัดส่ง

จากข้อความข้างต้น ไม่ว่าจะเป็นการแถมซีดี การได้ส่วนลด การมีสิทธิเข้าร่วม กิจกรรม ถือเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ใช้ในการส่งเสริมการขายอย่างหนึ่งเพื่อกระตุ้นการ ซื้อของผู้บริโภคหรือเพิ่มยอดขาย ซึ่งในที่นี้ก็คือ กระตุ้นให้แฟนเพลงสมัครเป็นสมาชิกแฟน คลับนั่นเอง

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่ให้สมาชิกได้เข้าร่วมกิจกรรมกันอย่างต่อเนื่องอีกมากมาย ไม่ว่าจะสมาชิกในกรุงเทพหรือต่างจังหวัด

“อย่าง meeting เราก็จะส่งจดหมายเชิญสมาชิกแล้วให้สมาชิกมาเจอกันแต่ส่วนใหญ่มักจะเป็นต่างจังหวัด เพราะสมาชิกในต่างจังหวัดจะได้เจอกับศิลปินน้อยกว่า โดยจะจัด meeting ก่อนวันคอนเสิร์ต 1 วัน 1 ครั้งมีสมาชิกมาเข้าร่วมประมาณ 300 คน ฟรีตลอดงาน มาเจอ ถาม พูดคุย ถ่ายรูป ขอลายเซ็นได้เลย ซึ่งจะเชิญเฉพาะในจังหวัดนั้นและใกล้เคียง ซึ่งเค้าจะมากันไม่ทุกคน เพราะคิวศิลปินอาจได้ในเวลาที่เด็กติดเรียนบ้างประมาณ 2 โมงเย็น ก็พยายามหาเวลาที่ดีที่สุด” (กิตติ พุกษ์แก้วกาญจนนา : 6 กันยายน 2541)


BRUTUS JEANS (จำหน่ายเสื้อผ้า)
มอบส่วนลดพิเศษ 20 % **BRUTUS**

สำหรับสมาชิก “อาร์เอส.สตาร์คลับ”
 เมื่อซื้อสินค้าที่เคาน์เตอร์ BRUTUS JEANS
 ที่ THE MALL ทุกสาขา ดังนี้

- สาขาที่ 1 ห้วยขวาง
- สาขาที่ 2 ท่าพระ
- สาขาที่ 3 งามวงศ์วาน
- สาขาที่ 4 บางแค
- สาขาที่ 5 บางกะปิ

เริ่มตั้งแต่วันที่ – 30 มิถุนายน 2540

แดนเนบิจอ (สวนสนุก)
มอบส่วนลดพิเศษ 20 %



สำหรับสมาชิก “อาร์เอส.สตาร์คลับ” และผู้ติดตามอีก
 5 ท่าน
 เมื่อซื้อบัตร “บิกฟีน” ได้ในราคา 160 บาท จากราคา
 ปกติ 200 บาท

เริ่มตั้งแต่วันที่ – วันที่ 31 มีนาคม 2541

ภาพที่ 3 รายชื่อร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการกับอาร์เอส สตาร์คลับ ทั้งกรุงเทพฯและต่างจังหวัด

- กิจกรรมทางสังคมต่างๆที่เคยจัดไปแล้ว เช่น
- ครั้งที่ 1 มูลนิธิคุ้มครองเด็ก ถ.ลาดพร้าว 106
 - ครั้งที่ 2 มูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก หลักสี่
 - ครั้งที่ 3 บ้านพักคนชรา บางเขน
 - ครั้งที่ 4 สถานสงเคราะห์เด็กพิการและทุพพลภาพ บ้านปากเกร็ด
 - ครั้งที่ 5 สถานสงเคราะห์เด็กชาย บ้านมหาเมฆ
 - ครั้งที่ 6 มูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก หลักสี่
 - ครั้งที่ 7 มอบอุปกรณ์การศึกษาให้กับโรงเรียนบ้านห้วยม่วง และโรงเรียนบ้านดอย
ตั่ว จ.น่าน
 - ครั้งที่ 8 สถานสงเคราะห์เด็กอ่อน พญาไท
 - ครั้งที่ 9 สถานแรกรับเด็กหญิง พญาไท เป็นต้น

อาร์เอส สตาร์คลับ มีการส่งข่าวสารความบันเทิง เรื่องราวความเคลื่อนไหวของศิลปิน เบื้องหลังการถ่ายทำละครและภาพยนตร์ ตอบจดหมายของแฟนเพลงโดยศิลปิน ข่าวกิจกรรมต่างๆ ที่ทางอาร์เอส สตาร์คลับ จัดขึ้นให้กับสมาชิก ผ่านทางนิตยสารรายเดือน อาร์เอส สตาร์แมกกาซีน ซึ่งจัดพิมพ์เป็นพิเศษส่งให้สมาชิกเป็นประจำทุกเดือน นอกจากนี้ ยังมีรายการวิทยุ อาร์เอส สตาร์คลับ สเปเชียล ออกอากาศทุกคืนวันอาทิตย์ ทางสถานีวิทยุ FM. 106.0 MHz. เวลา 18.15 - 23.00 น. และทางสถานีวิทยุ AM. 999 KHz. เวลา 21.00 - 23.00น. ในวันเดียวกัน ส่วนในสื่ออื่นๆ ก็อาจมีบ้างเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารอื่นๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นอกจากทางคลับจะทำการส่งข่าวสารให้กับสมาชิก โดยเฉพาะแล้ว ยังได้มีการส่งข่าวสารผ่านสื่อมวลชนอีกด้วย ทั้งนี้อาจเป็นช่องทางในการทำให้บุคคลที่ไม่ใช่สมาชิกแฟนคลับได้รับทราบเรื่องราวต่างๆ ของแฟนคลับจนทำให้สนใจสมัครเป็นแฟนคลับด้วยก็ได้ และยังแสดงให้เห็นอีกว่า อาร์เอส สตาร์คลับได้กลายมาเป็นสินค้าที่ต้องขาย จึงต้องมีการทำการส่งเสริมการจำหน่ายในสื่อต่างๆ ด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งตรงกับแนวคิดทางการสื่อสารทางการตลาดที่ว่า การสื่อสารทางการตลาดเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการส่งเสริมการจำหน่าย ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยกิจกรรมหลายอย่างเพื่อใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด (ดูรายละเอียดในเรื่อง promotion tool ในบทที่ 2)

ดังคำสัมภาษณ์ของคุณกิตติ ที่ว่า "แน่นอน คลับเราเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการจำหน่าย เป็นส่วนหนึ่งในการทำให้ประสบความสำเร็จได้ อย่างเราออกศิลปินใหม่

อย่างเอิร์น เราก็สามารถบอกได้ว่า เอิร์นเป็นใคร อะไร บอกรายละเอียดได้ในตรงนี้ ทำให้รู้จักศิลปินมากขึ้น และเป็นตัวเพิ่มรายละเอียดเข้าไปอีก เพิ่มไปแทนสื่อต่างๆ”

โดยในอาร์เอส สตาร์ แมกกาซีน จะมีเนื้อหาต่างๆดังนี้

- Editor talk : เรื่องราวต่างๆ ในสังคม เรื่องราวเกี่ยวกับศิลปินในค่ายเทพ
- RSM. Report : นำเสนอกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทและศิลปิน
- Star's gossip : นำเสนอเรื่องราวซุบซิบของศิลปินทั้งเรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน
- คนพิเศษ : ให้แฟนเพลงส่งรูปที่ถ่ายคู่กับศิลปินคนโปรดมาลง พร้อมเขียนถึงความประทับใจด้วย
- RSM. Interview : สัมภาษณ์ศิลปินในค่ายที่กำลังมีผลงานในปัจจุบัน
- Letters to star : นำจดหมายที่แฟนเพลงเขียนถึงศิลปินมาลง พร้อมให้ศิลปินตอบจดหมายเอง
- รายงานพิเศษ : นำเสนอกิจกรรมต่างๆ ของทางบริษัท
- จี๊ก็ชอย 15 : ตอบคำถามของแฟนเพลงโดยทีมงาน
- Scoop : สกู๊ปต่างๆ แล้วแต่เดือน
- RS.film news : นำเสนอเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับภาพยนตร์ของบริษัท
- Friend to friends : ให้สมาชิกเขียนมาแนะนำตัวเพื่อหาเพื่อนใหม่ทางจดหมาย
- เมจิก ซาไดว์ : นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับละครของบริษัท
- Part time : นำเสนอกิจวัตรของศิลปิน
- Radio guide : นำเนอกิจกรรม วัน เวลาออกอากาศของรายการวิทยุของบริษัท
- TV guide : นำเสนอวัน เวลา ออกอากาศของรายการโทรทัศน์ของบริษัท
- Concert guide : นำเสนอวัน เวลา สถานที่แสดงคอนเสิร์ตของศิลปิน
- RS star club : เรื่องราว กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของแฟนคลับ
- New collection : นำเสนอของสะสมใหม่ๆ



ภาพที่ 4 คอลัมน์ Letters to star แสดงการตอบจดหมายของแฟนเพลงด้วยตัวศิลปินเอง

แผนกอาร์เอส สตาร์คลับ มีทีมงานทั้งหมด 5 คนคือ

1. หัวหน้าแผนก มีหน้าที่ดูแลทุกส่วนของสตาร์คลับ รับนโยบายจากหัวหน้าแล้ว
ควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย

2. เจ้าหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับการจำหน่ายคอลเลกชันของคลับ เพราะมีจุดจำหน่ายอยู่
หลายที่ เช่น ที่ Office ที่หน้างานคอนเสิร์ต ดูแลกิจกรรมพิเศษต่างๆ รวมถึงทัวร์
คอนเสิร์ตด้วย

3. เจ้าหน้าที่ดูแลการส่งคอลเลคชันทางไปรษณีย์ เช็คของ จัดของ แพ็คของส่งให้กับสมาชิก ดูแลเรื่องรูปถ่ายที่จำหน่ายทางไปรษณีย์ และดูแลเอกสารภายในแผนก
4. เจ้าหน้าที่ดูแลส่วนของคอมพิวเตอร์ ฐานข้อมูลของสมาชิกทั้งหมด เอกสารต่างๆ จากคอมพิวเตอร์ รวมถึงการส่งบัตรให้กับสมาชิก
5. เจ้าหน้าที่ดูแลในส่วนของกิจกรรมพิเศษต่างๆ ของคลับ เช่น Meeting ภาพยนตร์รอบสมาชิก ข่าวสารของแฟนคลับที่จะส่งให้กับสมาชิก ดูแลคอลัมน์ของแฟนคลับในนิตยสาร

นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ที่ต้องช่วยกันทำ และถือเป็นงานส่วนกลาง คือ การรับเรื่องของสมาชิก ติดต่อสมาชิก และการส่งของให้สมาชิก เป็นต้น

จากการจัดตั้งแฟนคลับขึ้น ทางบริษัทอาร์เอส ถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งจากการตอบรับ จากจำนวนสมาชิกที่มีทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด จากการส่งใบสมัครที่แทรกในเทปเพลงกลับมายังบริษัท ก็สามารถทราบได้ว่าศิลปินมีชื่อเสียงแค่ไหน ทำให้ทราบถึงความนิยมในตัวศิลปิน

"อย่างในปกเทปของศิลปิน อย่างโดมออกมา 500,000 ก็อปปี เราก็จะแทรกใบสมัครเข้าไป 10,000 ใบ มีร่วม 1,000 ใบที่ส่งกลับมา ก็สามารถวัดได้ว่าศิลปินคนนั้นฮ็อตแค่ไหน แรพเตอร์นี่เยอะที่สุดเกือบ 80% ของทั้งหมดที่ส่งไป" (กิตติ พฤษณ์แก้วกาญจนา : 6 กันยายน 2541)

คอลเล็คชันต่างๆ ของศิลปินของบริษัทอาร์เอส โปรโมชันนั้นจะทำกันในรูปแบบของบริษัท ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของอาร์เอส โดยดูว่าศิลปินเป็นใคร แล้วก็จะมีฝ่าย graphic designer ออกแบบ แล้วมารับงานไปทำ ตั้งราคา ทำ package โดยจะมี logo ของศิลปินอยู่บนสินค้า แล้วนำไปวางขายในจุดขายต่างๆ เช่น ที่สำนักงานอาร์ เอส สตาร์คลับ star city ทั้ง 2 สาขา คือ เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ ปิ่นเกล้า และ ซีคอนสแควร์ กิฟชอป ของโรบินสัน ทั้ง 9 สาขา trendy gift ของเดอะมอลล์บางกะปิ และบางแค ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย 10 ร้านในต่างจังหวัด ชุมพนักงานคอนเสิร์ตและทางไปรษณีย์

ใบสั่งซื้อ อาร์เอส สปาร์ คอลเลคชั่น

ชื่อ _____ หมายเลข _____ หมายเลขสาขา _____
 สถานที่ส่งของ _____ โทรศัพท์ _____

ชื่อรหัส	ราคาหน่วย (บาท)	จำนวน (ชิ้น)	รวมเงิน (บาท)	ชื่อรหัส	ราคาหน่วย (บาท)	จำนวน (ชิ้น)	รวมเงิน (บาท)
1. จีครราม	45			37. สติกเกอร์รอยสัก THE SUN	17		
2. เข็มกลัด กิตาร์ออบลมหมฟ้า	65			38. ที่ติดตู้เย็นเจมส์	60		
3. หมุดลิฟท์กับออย	35			39. หมวก. เจมส์ ไชเรนเลฟ (ระบุสี)	180		
4. พวงกุญแจแก๊งโจ่งาย	50			<input type="checkbox"/> เขียว <input type="checkbox"/> น้ำเงิน			
5. หมุดตุ๊กตาซูเปอร์ฮีโร่	50			40. พวงกุญแจอินทรีแดง	65		
6. ซูเปอร์ฮีโร่ สเตเตอร์เซ็ด	40			41. เข็มกลัดอินทรีแดง	55		
7. เสื้อยืดไอ-สครีม สีขาว	160			42. พวงกุญแจ เจมส์	55		
8. อัลบั้ม ไปดาร์ต เคย์-ซ็อก	50			43. กุญแจ เจมส์	75		
9. พวงกุญแจโคม	55			44. กระเป๋าใส่ดินสอ เจมส์	80		
10. เสื้อยืด HI-ROCK	160			45. สร้อยข้อมือ เจมส์	75		
11. เสื้อยืด CRAZY	160			46. PHOTO COLLECTION JAMES	38		
12. เข็มกลัด 18-80 ๗	60			47. เข็มกลัด เจอร์นี่-วอย	55		
13. เสื้อยืดลิฟท์กับออย ซู อะ-ฮ่า (ระบุสี)	220			48. หัวใจ ZIGGAZA	25		
<input type="checkbox"/> เขียว <input type="checkbox"/> น้ำเงิน <input type="checkbox"/> เทา <input type="checkbox"/> เหลือง				49. เต้า เข็มกลัด	45		
14. เสื้อยืดปราโมทย์	160			50. PHOTO COLLECTION TAO	38		
15. กล้องคืนส่องเรืองแสง POOKIE	40			51. ตะขอรัดหนัง เต้า	39		
16. ลูกบิด GANG ๔	65			52. สร้อย DOG TAG 'TAO'	70		
17. THE NEXT ไปดาร์ต เซ็ด	55			53. สมุด สมชาย 100 แรมม่า	35		
18. ตุ๊กตาระดับเด็กของโนเม	60			54. ไดอารีเต้า	95		
19. หมอน UFO ของราฟตี-แนนซี	100			55. SMALL CARD	36		
<input type="checkbox"/> เขียว <input type="checkbox"/> แดง <input type="checkbox"/> เทา <input type="checkbox"/> เหลือง				<input type="checkbox"/> DOME 1 <input type="checkbox"/> DOME 2			
20. ครราม จิบ...จิบ	30			<input type="checkbox"/> RAPTOR			
21. จีคอว์ GIANT	35			56. COLLECTING CARD ALBUM	85		
22. เป้ EDD-MART	80			<input type="checkbox"/> DOME <input type="checkbox"/> RAPTOR			
23. RAPTOR POSTCARD COLLECTION	65			57. ไดอารี เจมส์	95		
24. RAPTOR GOODBYE NOTEBOOK	35			58. ปฏิทิน ซิดี	75		
25. ถ้วย MUG RAPTOR GOODBYE	89			59. สติกเกอร์การ์ตูนรวมคิดปิ่น	39		
26. หมวก DANGEROUS DOME	219			60. แก้วน้ำ RS STAR COLLECTION	49		
<input type="checkbox"/> ดำ <input type="checkbox"/> กรมท่า				<input type="checkbox"/> โดม <input type="checkbox"/> เต้า <input type="checkbox"/> เจมส์			
27. POSTCARD DOME	55			<input type="checkbox"/> เอิร์น <input type="checkbox"/> JR-VOY			
28. BOOKMARK DOME	25			<input type="checkbox"/> SAND & BANK			
<input type="checkbox"/> ล้ม <input type="checkbox"/> เขียว				61. แทนรี่ MEMO การ์ตูน	35		
29. DOME PAPER MEMO KEY CHAINS	30			<input type="checkbox"/> 01JONI <input type="checkbox"/> 03DOME <input type="checkbox"/> 04RAFFY			
30. STICKER PUZZLE DOME	35			<input type="checkbox"/> 05NANCY <input type="checkbox"/> 06MOMAY <input type="checkbox"/> 07GIANT			
31. PHOTO COLLECTION DOME	36			<input type="checkbox"/> 08IR THE NEXT <input type="checkbox"/> 09VOY (THE NEXT)			
32. DOME LETTERS SET	26			<input type="checkbox"/> 10JAME <input type="checkbox"/> 11OIL <input type="checkbox"/> 12LIFT			
33. ปากกาหัวใจ EARN	36			<input type="checkbox"/> 13JR-VOY <input type="checkbox"/> 14VOY(ไว้รค)			
<input type="checkbox"/> เหลือง <input type="checkbox"/> ฟ้า <input type="checkbox"/> มิวว				<input type="checkbox"/> 15SAND <input type="checkbox"/> 16BANK			
34. กรอบรูปบ้านหับ EARN				<input type="checkbox"/> 17TAD <input type="checkbox"/> 18EARN			
35. MEMO EARN				62. พวงกุญแจเจมส์	39		
36. PHOTO COLLECTION RAPTOR							

ภาพที่ 5 ใบสั่งซื้อคอลเลคชั่นต่างๆ ของศิลปินค่ายอาร์เอส



ภาพที่ 6 แสดงคอลเลคชั่นต่างๆ ของอาร์เอส สตาร์คลับ

จากการนำเสนอข้อมูลของแฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทเทปเพลงข้างต้น แสดงให้เห็นว่า จุดเด่นของอาร์เอส สตาร์คลับคือ อาร์เอส สตาร์คลับเป็นแฟนคลับของศิลปินทุกคนในบริษัทอาร์เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด กลุ่มเป้าหมายของอาร์เอส สตาร์คลับจะเจาะจงลงไปในกลุ่มวัยรุ่นเป็นหลัก ทำให้รู้ถึงความต้องการของผู้รับสารได้ง่าย การส่งข่าวสาร นอกจากจะมีนิตยสารสำหรับสมาชิกแล้ว ยังมีการส่งข่าวสารทางรายการวิทยุทั้งระบบ AM และ FM. ทำให้บุคคลที่ไม่ได้เป็นสมาชิกแฟนคลับก็สามารถทราบข้อมูลต่างๆ ได้ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งเพื่อดึงดูดให้แฟนเพลงกลายเป็นสมาชิกได้

4.1.2 แพนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยศิลปิน

แพนคลับประเภทนี้ เกิดขึ้นจากแฟนเพลงที่ชื่นชอบในตัวศิลปิน ได้เขียนจดหมายไปหาศิลปิน ตามไปดูคอนเสิร์ต นำของขวัญไปให้หรือแม้กระทั่งไปหาที่บ้าน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ศิลปินทราบถึงความนิยมของแฟนเพลงที่มีต่อตัวศิลปินเอง ศิลปินเหล่านี้จึงได้จัดตั้งแพนคลับขึ้นมาด้วยตนเอง

แพนคลับประเภทนี้ จะมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งคล้ายกับแพนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัท คือเพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างศิลปินกับแฟนเพลง แต่อาจมีวัตถุประสงค์ในด้านสนับสนุนมูลนิธิต่างๆ เพิ่มขึ้นมาด้วย

แพนคลับประเภทนี้ จะอยู่ภายใต้การดูแลของตัวศิลปินเองหรือบริษัทก็ได้ (เช่น ทา-ทายัง เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด) มีทีมงานดำเนินงานเป็นของตัวเอง วิธีการสมัครจะคล้ายกับแพนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัท คือสมัครได้ด้วยตนเองและทางไปรษณีย์ เสียค่าสมัครเป็นรายปี และมีสิทธิพิเศษต่างๆ ด้วยเช่นกัน ส่วนการส่งข่าวสารของแพนคลับประเภทนี้จะ เป็นจดหมายข่าว ไปสการ์ด และจดหมายเวียน มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้สมาชิกได้ทำร่วมกับศิลปินและมีกิจกรรมทางสังคมด้วย ตัวอย่างแพนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยศิลปิน ได้แก่ คริสตินา แพนคลับ

"คริสตินา แพนคลับ" จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2541 เกิดขึ้นจากแฟนเพลงที่ชื่นชอบผลงานเพลงของคริสตินาได้เรียกร้องให้จัดตั้งแพนคลับขึ้น โดยแฟนเพลงที่ติดตามผลงานของคริสตินาตั้งแต่ชุดที่ 1 จนถึงปัจจุบันจะมาหาคริสตินาที่บ้าน เขียนจดหมายมา ถามทุกข์สุข ปรีชาปัญหาต่างๆ กับคริสตินา เหมือนเป็นส่วนหนึ่งของมันและกัน เหมือนเป็นพี่น้องกัน จนเมื่อมีความผูกพันกันแฟนเพลงกลุ่มนี้จึงเรียกตัวเองว่าเป็นแฟนคลับของคริสตินา แล้วเรียกร้องให้คริสตินาจัดตั้งแพนคลับขึ้น

"คือก่อนหน้าที่จะจัดตั้งเป็นแฟนคลับอย่างเป็นทางการ เค้าจะเรียกตัวเองว่าเป็นแฟนคลับอยู่ก่อนแล้ว ก็ได้เรียกร้องว่าเมื่อไหร่ที่ตีนาจะตั้งแฟนคลับ พวกหนูจะเป็นแฟนคลับของตีนา พวกหนูจะตามติดตีนา ซึ่งตีนาเคยคิดจะตั้งแฟนคลับมาก่อนชุดที่ 3 แล้ว

พอบริกาษฎ์ใหญ่ในแกรมมีปรากฏว่า คำบอกวามันไม่ใช่เรื่องง่ายนะ เพราะในไทยมันไม่เหมือนศิลปินเมืองนอก เทปเค้าขายได้มาก มันไม่ใช่เรื่องง่าย พอดีช่วงนี้เป็นช่วงที่พักจากชุดที่ 4 ก็เลยหึงแฟนคลับขึ้น" (พัชรี สกุลทรัพย์เจริญ : 2 กันยายน 2541)

ดังนั้นการจัดตั้งคริสตินาแฟนคลับ จึงทำขึ้นเพื่อตอบสนองตลาด ซึ่งก็คือความต้องการของแฟนเพลงนั่นเอง จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นตรงกับแนวคิดของ Joli Jenson (1992) ที่ว่า "แฟน" คือกลุ่มคนที่ชื่นชมและหลงใหลในความเป็นผู้มีชื่อเสียงโด่งดัง ที่ถูกนำเสนอผ่านเครื่องเล่นของตนโดยสื่อมวลชน แฟนเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองระบบดาราและควมมีชื่อเสียง

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าคริสตินา แฟนคลับจะจัดตั้งขึ้นโดยตัวศิลปิน (คริสตินา) เองไม่ได้ขึ้นกับค่ายเทป แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า จะจัดตั้งขึ้นโดยไม่ได้คำนึงถึงค่ายเทปเพลงหรือบริษัทย่อยค่ายเพลงแต่อย่างใด ทั้งนี้ยังคงมีการปรึกษานหารีธกับค่ายเทป เพื่อขอคำแนะนำด้วย

"แฟนคลับนี้ไม่ขึ้นกับแกรมมี เป็นส่วนของตัวเอง เป็นส่วนตัว เพียงแต่เราก็มีบริกาษฎ์ใหญ่บ้าง ทุกกิจกรรมเราก็มีเชิญผู้ใหญ่ไป ก็ยังให้ความเคารพอยู่ เพราะว่าออฟฟิศเราก็อยู่ในแกรมมี เพียงแต่เราไม่ได้สังกัดแกรมมี เป็นคริสตินา แฟนคลับ แต่เวลามีกิจกรรมก็มีเรียนเชิญผู้ใหญ่ไป ไม่ได้ถูกพ่นเป็นสัญญาณ" (พัชรี สกุลทรัพย์เจริญ : 2 กันยายน 2541)

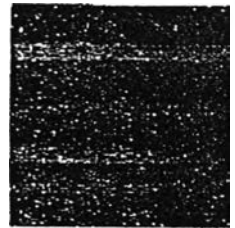
วิธีการสมัครเป็นแฟนคลับของ คริสตินา แฟนคลับมีอยู่ 2 วิธีคือ

1. สมัครด้วยตนเองที่ คริสตินา แฟนคลับ
2. สมัครทางไปรษณีย์ โดยทางแฟนคลับจะจัดส่งใบสมัครไปให้พร้อมรายละเอียด โดยเสียค่าสมัครจำนวน 300 บาทต่อปี



สมัครวันที่ ____ / ____ / ____
หมายเลขสมาชิก _____

กรณกรรณกรและเงินช่วยเหลือ



ชื่อ นาย นางสาว
นาง _____ นายสกุล _____ ชื่อเล่น _____

อังกษอังกฤษ _____
วัน / เดือน / ปีเกิด ____ / ____ / ____ อายุ _____ ส่วนสูง _____ น้ำหนัก _____ กรุ๊ปเลือด _____
ที่อยู่ปัจจุบัน เลขที่ _____ ซอย _____ ถนน _____ ตำบล/แขวง _____ อำเภอ/เขต _____
จังหวัด _____ รหัสไปรษณีย์ _____ โทร _____
หมายเลขบัตรประชาชน _____ สัญชาติ _____ ศาสนา _____
สถานภาพ โสด สมรส หม้าย
บุคคลที่สามารถติดต่อได้ในกรณีที่เกิดปัญหา _____ เกี่ยวข้องโดย _____ และสามารถติดต่อได้ที่ _____

การศึกษา / อาชีพ

ประถมฯ มัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย / ivers.
 อนุปริญญา / วิชา. อดศึกษา ัฒนา ระบุ _____
สถานศึกษา (ปัจจุบัน) _____ ชั้น _____ คณะ/แผนก _____
สถานศึกษาเก่า (ปัจจุบัน) _____ ตำแหน่ง _____
เลขที่ _____ ซอย _____ ถนน _____ ตำบล/แขวง _____
อำเภอ/เขต _____ จังหวัด _____ รหัสไปรษณีย์ _____ โทร. _____

คุณร่ำวาร ข้อมูลของคริสต์เจ้าจากสิ่งงี่มากที่สุด
 วิทย ทีวี ังยสาร หนังสือนิตย ัฒนา ระบุ _____
ศิลปินที่ชื่นชอบนอกจากคริสตีย่าะสิว ังซีโรเกียง (เพราะอะไร) _____
กิจกรรมที่ชื่นชอบทำให้งัดขึ้นระหว่างคุณกับคริสตีย่าะสิว _____
ความสามารถพิเศษ ร้องเพลง ัฒนา ระบุ _____
 ัฒนา ระบุ _____ ัฒนา ระบุ _____
งานอดิเรก _____
อาชีพในอนาคตที่สนใจ (เพราะอะไร) _____
สงัด _____ ผู้สมัคร

สำหรับเจ้าหน้าที่

วิธีการสมัคร สมัครด้วยตนเอง สมัครผ่านสมาชิก โทร. 02-554-4010 ถึงเลขที่ 741-2-314-7-3 บริษัท ซี เอ เอ็มเซทรา จำกัด
งนการติดต่อโดย _____
สงัด _____ ุ้รับสมัครและสมัคร

Copyright © 2011 by Christina Fan Club. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without the prior written permission of Christina Fan Club. 021-554-4010

ภาพที่ 7 ใบสมัครสมาชิกคริสตินา แฟนคลับ

“สมาชิกคริสตينا แฟนคลับมี 1,000 กว่าคนแล้ว มีตั้งแต่ 1 ขวบ ถึง 50 ปี 1 ขวบ อาจเป็นลูกกับแม่ คือแม่ชอบก็เลยให้ลูกสมัคร หรือมาเป็นคู่ มีทั้งมีลูกแล้ว เด็กมัธยม เด็กมหาลัย บางคนชอบตั้งแต่ 1 จนตอนนี้อยู่ปี 4 แล้ว ก็ยังติดตามอยู่ ทั้งหญิงและชาย คือทุกคนที่ชื่นชอบและประทับใจในตัวพี่ตินา คืออยากติดตามอยากรู้เรื่องราวส่วนตัวของตินา ซึ่งปกติตินาจะออกปรากฏตัวทางรายการก็ต่อเมื่อเป็นช่วงเทปออก แต่พอหลังออกเทปก็เงียบไป ไม่ให้สัมภาษณ์ ไม่ออกเกมส์โชว์ เด็กๆ ก็ไม่สามารถติดต่อพี่ตินาได้ ก็จะเขียนจดหมายมาถามว่าทำไมพี่หายไป ตอนนี้พี่ทำอะไร คือเค้าอยากรู้” (พัชรี สกฤตทรัพย์เจริญ : 2 กันยายน 2541)

เมื่อพิจารณาในด้านอายุของสมาชิกคริสตينا แฟนคลับจะเห็นว่าตรงกับแนวความคิดที่ว่าผู้รับสารที่ชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน จะเป็นกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรมแห่งรสนิยมเหมือนกัน และการที่คนกลุ่มใดจะชื่นชอบเนื้อหาแบบใดนั้น จะไม่เกี่ยวข้องกับพื้นฐานและภูมิหลังทางสังคม เช่น สถานะทางเศรษฐกิจ เพศ อายุ หรืออื่นๆ เลย

เมื่อเป็นสมาชิกคริสตينا แฟนคลับแล้ว สมาชิกจะได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากมาย เช่น ได้รับส่วนลดในการซื้อคอลเลคชั่น ได้รับส่วนลดในการซื้อบัตรคอนเสิร์ต ได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับศิลปิน ฯลฯ เป็นต้น

“ซื้อสินค้าของคริสตينا คอลเลคชั่น ซึ่งจะมีหมวก ที่เชิร์ต ได้ในราคาพิเศษหรือเมื่อมีคอนเสิร์ตก็จะได้รับสิทธิพิเศษ คือซื้อบัตรได้ในราคาถูก ได้อยู่แถวหน้า อย่างเวลามีกิจกรรมเราจะให้สิทธิพิเศษบางอย่างกับสมาชิก เช่นไปเลี้ยงอาหารกับมูลนิธิเด็ก” (พัชรี สกฤตทรัพย์เจริญ : 2 กันยายน 2541)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น แสดงให้เห็นว่าสิทธิพิเศษต่างๆ ที่มีให้กับสมาชิก ถือเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ใช้ในการส่งเสริมการขายอย่างหนึ่งเพื่อกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคหรือเพิ่มยอดขาย คือกระตุ้นให้แฟนเพลงมาสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับนั่นเอง ส่วนกิจกรรมที่ได้เคยจัดร่วมกับสมาชิก เช่น

1. งาน "เปิดตัวเปิดใจ" เป็นงานปฐมนิเทศ เพื่อให้สมาชิกกับคริสตินาได้ทำความรู้จักกัน พุดคุยกัน
2. งานแถลงข่าวอย่างเป็นทางการกับสื่อมวลชน โดยเชิญสมาชิกร่วมงานด้วย
3. งานเลี้ยงอาหารกลางวันเด็ก ที่มูลนิธิเด็กลาดพร้าว
4. งาน "คาราโอเกะ คอนเทสต์" จะจัดขึ้นทุกวันอาทิตย์ที่ 2 ของทุกเดือน สิ้นสุดที่เดือนธันวาคม 2541
5. งาน "Christina Birthday Party"

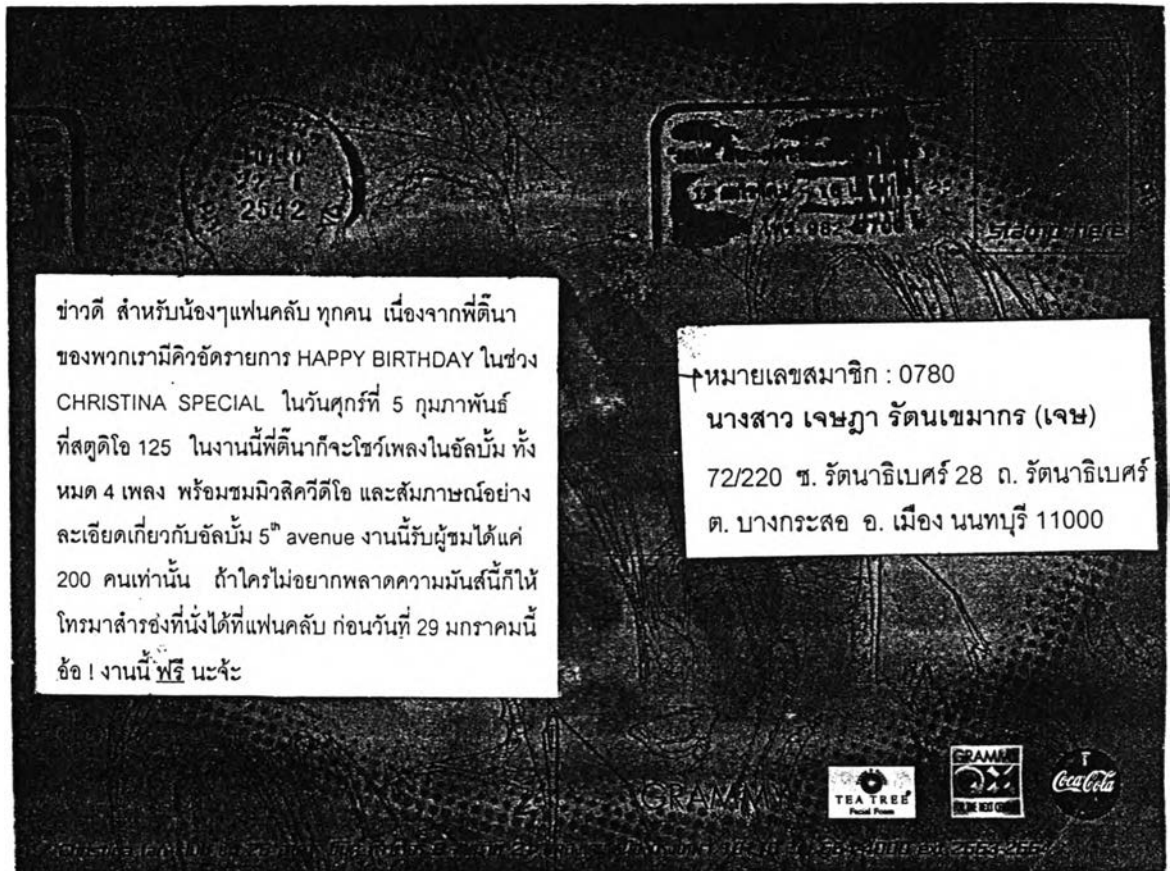
คริสตินา แฟนคลับ มีการส่งข่าวสารให้กับสมาชิกผ่านทางจดหมายข่าวเป็นประจำทุกเดือน หรือถ้ามีกิจกรรมด่วนก็จะส่งทางไปสการ์ด นอกจากนี้สมาชิกรยังสามารถทราบข้อมูลและติดต่อกับแฟนคลับได้อีกทาง E-mail Adress และทาง Website

โดยใน Christina Fan Club News Letter จะมีคอลัมน์ประจำดังนี้ คือ

- Christina's comer : เป็นการทักทาย เรื่องราวทั่วๆ ไปเกี่ยวกับตัวคริสตินาและน้องแฟนคลับ
- Up date : เรื่องราวเกี่ยวกับกิจกรรมของแฟนคลับที่จะจัดขึ้น
- Follow up : เป็นการนำภาพ เรื่องราว และกิจกรรมต่างๆ ของคริสตินามาให้ชม
- Q & A : เป็นการตอบคำถามให้กับแฟนเพลง
- Secret story : นำเสนอเรื่องราวความลับ เรื่องส่วนตัวต่างๆ ของคริสตินา

คริสตินา แฟนคลับ มีทีมงานทั้งหมด 3 คนด้วยกันคือ

1. กรรมการผู้จัดการใหญ่ ดูแล ควบคุมการทำงานทั้งหมด
2. ประธานงานทั่วไป ดูแลการติดต่อประสานงานข้างนอก ติดต่อขอสปอนเซอร์ และดูแลทางด้านบัญชีของแฟนคลับ
3. เลขานุการและธุรการ ดูแลคิว ติดต่อรับคิว ดูแลด้านรับสมัครแฟนคลับ ข้อมูลของสมาชิก วารสาร ติดตามศิลปิน และดูแลด้านบัญชีของแฟนคลับ



ภาพที่ 8 โปสเตอร์จัดแจงข่าวสารของคริสตินา แฟนคลับ

อีกตัวอย่างหนึ่งของแฟนคลับประเภทที่จัดตั้งขึ้นโดยศิลปิน คือ ทาทายัง แฟนคลับ

"ทาทายัง แฟนคลับ" ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2540 เนื่องจากศิลปินได้รับจดหมายจากแฟนเพลงอย่างมากมาย ทำให้ศิลปินได้ทราบถึงความนิยมของแฟนเพลง จึงได้เกิดการจัดตั้งแฟนคลับขึ้นมา เพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างแฟนเพลงและตัวของทาทาเองโดยตรง เป็นการเปิดโอกาสให้แฟนเพลงได้ซักถามข้อสงสัยต่างๆ ได้สัมผัสกับชีวิตจริงของทาทา อีกทั้งได้รับรู้ถึงผลงานของทาทาตลอดจนกิจกรรมการกุศลต่างๆ ที่ทาทาสนับสนุนอยู่

ทาทายัง แฟนคลับจัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนศูนย์ส่งเสริมพัฒนาบุคคล (ศพบ.) ซึ่งเป็นมูลนิธิหรือหน่วยงานเพื่อช่วยเหลือ "เด็กผู้ด้อยโอกาสแห่งประเทศไทย" ภายใต้การดำเนินงานของบาทหลวง โจเซฟ ไมเออร์ โดยนำรายได้ 30% ไปมอบให้กับเด็กกำพร้ายากจนในสลัม รวมถึงการจัดสร้างโรงเรียนสำหรับเด็กที่ต้องการการศึกษาในประเทศไทย

วิธีการสมัครเป็นสมาชิกทาทายัง แฟนคลับ ทำได้โดยการสมัครทางไปรษณีย์ ซึ่งสมาชิกทาทายัง แฟนคลับมีอยู่ 2 ประเภทด้วยกันคือ

1. สมาชิกบัตรทอง ค่าสมัคร 500 บาทต่อปี
2. สมาชิกบัตรเงิน ค่าสมัคร 200 บาทต่อปี

โดยสมาชิกบัตรทองจะมีสิทธิประโยชน์มากกว่า โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวกับคอนเสิร์ตหรือ Meeting ที่จะจัดขึ้น

สมาชิกทาทายัง แฟนคลับมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 270 คนมีอายุตั้งแต่ 15 - 30 ปี ซึ่งจะได้รับสิทธิประโยชน์มากมายจากการเป็นสมาชิก เช่น ได้สิทธิในการเข้าหลังเวที สิทธิในการเข้าร่วมงาน Meeting กับทาทา พร้อมรับของรางวัลพิเศษมากมายภายในงาน อีกทั้งอาจเป็นผู้โชคดีได้รับบัตร Dinner กับทาทา ได้พบปะ พูดคุย ถ่ายรูป ขอลายเซ็นจากนักร้องคนอื่นๆ ด้วย ส่วนประโยชน์ที่จะได้อีกหนึ่งอย่างก็คือ ได้ทำบุญร่วมกันกับทาทา คือทำบุญให้กับเด็กกำพร้าที่ยากไร้ในสลัมนั่นเอง

Tata Young Fan Club Products

สินค้าของทาง ทาท่า ยิง แฟน คลับ

TATA POP KIDS



ภาพที่ 10 แสดงคอลเลคชั่นของทาท่า ยิง แฟนคลับ

นอกจากนี้แล้วทาทายังแฟนคลับยังได้จัดสัมภาษณ์และถ่ายรูปกับทาทา รวมถึงนักร้องหรือดาราคณอื่นๆ สลับเปลี่ยนกันไปในแต่ละครั้ง สมาชิกจะได้รับข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นคอนเสิร์ตทาทาร่วมกับแกรมมี่ การให้สัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ อัลบั้มชุดใหม่ รายงานการจัดอันดับเพลงไทย แข่งขันตอบปัญหาลับสมอง การประกวดต่างๆ เพื่อชิงรางวัลมากมาย ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าของทาทา และโปรแกรมคอนเสิร์ตของทาทายัง

ทาทายัง แฟนคลับมีกิจกรรมและสิทธิพิเศษมากมายที่น่าสนใจเพื่อให้สมาชิกพบกับความสนุกสนานความบันเทิง ความรู้ เช่นสามารถนำบัตรไปใช้เป็นส่วนลดในร้านค้า ภัตตาคาร บุติค หรือหน่วยงานธุรกิจต่างๆ ทั่วประเทศ นอกจากนี้ ยังได้รับสิทธิการเข้าชมคอนเสิร์ตที่ทาทาจัดขึ้นเพื่อสมาชิกแฟนคลับ ถือเป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขายอย่างหนึ่ง โดยเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้รับสารสมัครเป็นแฟนคลับ

การส่งข่าวสารของทาทายัง แฟนคลับจะส่งข่าวสารต่างๆ ในรูปแบบของจดหมายเวียนส่งถึงบ้านสมาชิก และสมาชิกสามารถทราบข้อมูลต่างๆ เพิ่มเติมได้จาก Website

จากการนำเสนอแฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยศิลปินทั้ง 2 แฟนคลับคือ คริสตินา แฟนคลับและทาทายัง แฟนคลับ แสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าแฟนคลับทั้งสองจะก่อตั้งขึ้นมาจากศิลปินเหมือนกัน แต่ก็ยังพบความแตกต่างของแฟนคลับทั้งสองในด้านความสัมพันธ์ที่ดีต่อบริษัทค่ายเทป ดังบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ทาทายังแฟนคลับ เป็นแฟนคลับของทาทาเอง ไม่เกี่ยวกับแกรมมี่ แกรมมี่เคยขอไป แต่เราไม่ให้ เพราะนี่เป็นของทาทา เงินลงทุนของทาทาเอง เราตั้งขึ้นมาเอง” (สมชาย ทัศนพลพิณิจ : 28 ตุลาคม 2541)

และยังพบอีกว่า ในด้านกิจกรรมเพื่อสังคมนั้น คริสตินา แฟนคลับได้ให้สิทธิ์กับสมาชิกในการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวกับศิลปิน แต่ทาทายัง แฟนคลับไม่ได้ให้สิทธิ์กับสมาชิกแฟนคลับไปร่วมกิจกรรมดังกล่าว

4.1.3 แพนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยแฟนเพลงอย่างเป็นทางการ

แฟนคลับประเภทนี้ เกิดจากการที่แฟนเพลงที่ชื่นชอบศิลปินได้จัดตั้งแฟนคลับขึ้นให้กับศิลปินแล้วใช้สื่อสมัยใหม่ แพร่หลายในวงกว้าง เช่น internet เป็นศูนย์กลางในการดำเนินงาน และติดต่อสื่อสารกันระหว่างสมาชิกและผู้จัดตั้งแฟนคลับ

วัตถุประสงค์ของจัดตั้งก็เพื่อต้องการให้บุคคลที่ชื่นชอบศิลปินคนเดียวกัน ได้มารวมตัวกัน มาพูดคุยแลกเปลี่ยนทัศนะต่างๆ เกี่ยวกับศิลปิน รวมถึงแลกเปลี่ยนของสะสม และรูปถ่ายด้วย

แฟนคลับประเภทนี้ จะนำข้อมูล รูปถ่ายของศิลปินที่ได้มาจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ มารวบรวมไว้ ในกรณีที่ใช้ internet เป็นศูนย์กลาง ก็จะรวบรวมไว้ใน homepage แล้วก็จัดตั้งแฟนคลับขึ้น โดยมีทีมงาน ที่ปรึกษา ซึ่งจะเป็นผู้ที่อยู่ในวงการที่เกี่ยวข้องเช่น วงการ internet วงการเพลง แฟนคลับประเภทนี้ มีวิธีการสมัครหลายวิธี ทั้งทางไปรษณีย์และอื่นๆ เช่น E-mail ICQ เป็นต้น โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการสมัคร สำหรับกิจกรรมของแฟนคลับประเภทนี้ ยังไม่มีขึ้นมีเพียงแต่กิจกรรมที่คาดว่าจะมีในอนาคตเท่านั้น เนื่องจากผู้จัดตั้งแฟนคลับไม่ได้ติดต่อกับตัวศิลปินเอง จึงยังไม่มีกิจกรรมเกิดขึ้น ตัวอย่างแฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยแฟนเพลง ได้แก่ นิโคล แฟนคลับ

“นิโคล แฟนคลับ” เกิดขึ้นจากความคิดของแฟนเพลง ที่ชื่นชอบนิโคลเป็นการส่วนตัวคือคุณบุญนิตี ฉัตรเสาวภรณ์ (ผู้จัดทำโฮมเพจ) ซึ่งคุณบุญนิตี ถือเป็นแฟนที่ตรงกับแนวคิดของ Henry Jenkins (1992) ที่กล่าวถึงแนวคิดเรื่องแฟนดอมว่า เป็นกลุ่มแฟนที่จะผลิตเรื่องราวในกลุ่มของพวกเขาเอง นอกจากนั้นยังผลิต นวนิยาย ศิลปะภาพพิมพ์ เพลง วิดีโอ และการแสดงต่างๆ ด้วยตนเอง ไม่ต้องการลอกเลียนแบบใคร อาทิ กลุ่มแฟนของ มาดอนน่า ที่ได้ทำวิดีโอการแสดงของตนขึ้นมา โดยใช้เครื่องอัดเทปวิดีโอของพวกเขาเอง ผลิตผลงานขึ้น เป็นต้น

นิโคลแฟนคลับ จัดตั้งขึ้นเพื่อต้องการให้เป็นที่ยอมรับของคนที่ชอบนิโคล รวมทั้งแลกเปลี่ยนเรื่องราวต่างๆ เช่น รูปภาพ/ข้อมูลเกี่ยวกับนิโคล และทำให้มีเพื่อนมากขึ้น

วิธีการสมัครนิโคลแฟนคลับมี 3 วิธีคือ ส่ง E-mail ส่งทาง ICQ และส่งทางไปรษณีย์ โดยเขียนชื่อ -นามสกุล ชื่อเล่น ประวัติส่วนตัว ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ โทรศัพท์มือถือ วิทยุติดตามตัว E-mail Address ICQ พร้อมระบุด้วยว่ารู้ข่าวการสมัครจากที่ไหน และเพลงที่ชอบที่สุดคือเพลงอะไร

ปัจจุบันนิโคล แฟนคลับมีสมาชิกทั้งสิ้นประมาณ 200 คน ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 15-25 ปี จากวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งแฟนคลับ ลักษณะของสมาชิกและจำนวนสมาชิกนั้นแสดงให้เห็นว่าสมาชิกและผู้จัดตั้งแฟนคลับ ถือเป็นกลุ่มที่มีรสนิยมคล้ายๆ กัน เพราะสมาชิกก็ได้มีการจัดส่งข้อมูล รูปถ่ายของนิโคลมาให้ผู้จัด มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Dwight Macdonale (1975) ที่กล่าวถึงผู้รับสารและผู้ผลิตสารไว้ว่า ช่องว่างระหว่างผู้ผลิตสื่อกับผู้รับสารนั้นจะแคบลง ถ้าผู้ผลิตจะสร้างสรรค์งานใดๆ โดยแบ่งปันรสนิยมร่วมกันกับผู้รับสารของเขา ซึ่งก็คือ ผู้สร้างสรรค์งานส่วนใหญ่ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนั้นน่าจะมาจากผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม การศึกษาคล้ายคลึงกับผู้ชมของเขา

กิจกรรมต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น มิวกัน Meeting พบปะระหว่างเพื่อนสมาชิก การรวมตัวกันระหว่างเพื่อนสมาชิกเมื่อนิโคลไปออกรายการต่างๆ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวเป็นเพียงกิจกรรมในอนาคเท่านั้น เนื่องจากนิโคล แฟนคลับไม่ได้มีการติดต่อกับศิลปินโดยตรง

การส่งข่าวสารต่างๆ ของนิโคลแฟนคลับจะใช้ E-mail Address และโฮมเพจ www.geocities.com/tokyo/island/6722/ เป็นศูนย์กลางในการดำเนินงาน และส่งข่าวสารให้กับสมาชิก โดยสมาชิกจะต้องเข้าไปในโฮมเพจหรือตรวจเช็ค E-mail Address ของตนดังกล่าว

นิโคลแฟนคลับเป็นแฟนคลับที่ใช้โฮมเพจเป็นศูนย์กลางในการดำเนินงาน ในโฮมเพจจะมีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

- About Nicole : นำเสนอเรื่องราว ประวัติต่างๆ ของนิโคล
- Nicole picture : นำเสนอรูปถ่ายสวยๆ ของนิโคล

- Guestbook : ให้ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมโฮมเพจนี้ ได้ฝากข้อความถึงนิโคล
- About me : นำเสนอเรื่องราว ประวัติของผู้จัดทำ
- Song : นำเสนอเพลงต่างๆ ของนิโคล โดยมีเนื้อเพลงพร้อมคอร์ดกีตาร์
- Nicole fanclub : นำเสนอเรื่องราวความคืบหน้าเกี่ยวกับแฟนคลับ
- Nicole today : นำเสนอเรื่องราวของนิโคลในปัจจุบัน
- Nicole story : นำเสนอเรื่องราวของนิโคลในอดีต
- Join : หน้าที่ใช้สมัครเป็นสมาชิก
- Speacial : รูปพิเศษๆ ของนิโคลที่ไม่ได้เห็นทั่วไป

นิโคลแฟนคลับ มีทีมงาน 5 คน (ซึ่งเป็นทีมงานที่ได้สมัครเข้ามาทาง E-mail) โดยมีหน้าที่ต่างๆ ดังนี้ คือ เลขานุการ ฝ่ายเทคนิค กราฟฟิก ประชาสัมพันธ์ และอื่นๆ โดยมีที่ปรึกษา ซึ่งเป็นบุคคลต่างๆ ที่เชี่ยวชาญในเรื่อง Internet เช่น "คุณต่อแห่ง i.amtor.photo" "คุณ infoseek" "คุณ sanook" "คุณ Mr.X แห่งชุมชน wep ไทย" "คุณต๊อบแห่ง siam club" และคุณนิติพงศ์ ห่อนาค จากแกรมมี่

จากการนำเสนอข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นของนิโคล แฟนคลับคือ เป็นแฟนคลับที่ใช้ Internet เป็นศูนย์กลางในการดำเนินงาน ลักษณะของสมาชิกจึงมีความแตกต่างจากแฟนคลับประเภทอื่น การสมัครสามารถสมัครได้ทาง E-mail ICQ และทางไปรษณีย์ เป็นแฟนคลับที่ไม่มีการค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าสมัคร และผู้ก่อตั้งเป็นเพียงแฟนเพลงที่คลั่งไคล้ศิลปินคนหนึ่งเท่านั้น ส่วนกิจกรรมต่างๆ ยังไม่มีขึ้น เนื่องจากนิโคลแฟนคลับไม่ได้ติดต่อกับทางตัวศิลปินโดยตรง ข้อมูลต่างๆ ที่มีอยู่ในโฮมเพจนอกจากจะเป็นข้อมูลที่ได้มาจากผู้ก่อตั้งแล้วข้อมูลบางส่วนยังเป็นข้อมูลที่ได้จากสมาชิกแต่ละคนด้วย

4.1.4 แฟนคลับที่เกิดจากการรวมตัวกันเองของแฟนเพลงอย่างไม่เป็นทางการ

แฟนคลับประเภทนี้เกิดจากการรวมตัวกันเองของแฟนเพลง ไม่มีการดำเนินงานที่แน่นอน อาจรวมตัวกันเมื่อมีคอนเสิร์ตหรือรายการต่างๆ เป็นแฟนเพลงที่เรียกตัวเองว่าเป็น

แฟนคลับของศิลปิน ไม่มีรายชื่ออย่างเป็นทางการ แฟนคลับประเภทนี้มักเกิดขึ้นกับศิลปินทุกคน

ตารางที่ 1 สรุปความเหมือนและความแตกต่างของแฟนคลับแต่ละประเภท

	แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทเทป	แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยศิลปิน	แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยแฟนเพลงอย่างเป็นทางการ	แฟนคลับที่เกิดจากการรวมตัวกันของแฟนเพลงไม่เป็นทางการ
ก่อตั้ง	บริษัทเทปจัดตั้ง	ศิลปินจัดตั้ง	แฟนเพลงจัดตั้ง	รวมตัวกันเอง
วัตถุประสงค์	เป็นสื่อกลางระหว่างศิลปินกับแฟนเพลง / ให้ความต้องการของลูกค้า	เป็นสื่อกลางระหว่างศิลปินกับแฟนเพลง / สนับสนุนมูลนิธิ	ให้บุคคลที่ชื่นชอบศิลปินคนเดียวกัน มารวมตัวกัน แลกเปลี่ยนทัศนะ/ของสะสม	ติดตามศิลปินที่ชื่นชอบไปในรายการต่างๆ
การควบคุม	โดยบริษัทเทป	โดยศิลปิน/บริษัท	โดยแฟนเพลงผู้จัดตั้ง	-
วิธีสมัคร	สมัครด้วยตนเอง/ ไปรษณีย์ เสียค่าสมัครรายปี	สมัครด้วยตนเอง/ ไปรษณีย์ เสียค่าสมัครรายปี	สมัครทางไปรษณีย์ ICQ และ E-mail เสียค่าสมัครรายปี	-
สิทธิพิเศษ	ส่วนลดการซื้อบัตรคอนเสิร์ต/ร้านค้า ฯลฯ	ส่วนลดการซื้อบัตรคอนเสิร์ต/ร้านค้า ฯลฯ	-	-
การส่งข่าว	นิตยสาร รายการวิทยุ	จดหมายข่าว/จดหมายเวียน	internet (home page)	-
กิจกรรม	เพื่อความบันเทิง/ เพื่อสังคม	เพื่อความบันเทิง/ เพื่อสังคม	ยังไม่มีแต่อาจรวมตัวกันให้รู้จักกัน	-

ตารางที่ 2 ความเหมือนและความแตกต่างของแต่ละแฟนคลับ

	คริสตินา แฟนคลับ	ทาฮายัง แฟนคลับ	นิโคล แฟนคลับ	อาร์เอส สตาร์คลับ
การก่อตั้ง	แฟนเพลงเรียกร้องให้จัดตั้งขึ้น	ศิลปินเห็นความสำคัญจึงจัดตั้งขึ้น	แฟนเพลงชื่นชอบศิลปิน จึงจัดตั้งขึ้น	บริษัทเห็นถึงความสำคัญจึงจัดตั้งขึ้น
วัตถุประสงค์	เป็นศูนย์กลางระหว่างศิลปินกับแฟนเพลง	เป็นศูนย์กลางระหว่างศิลปินกับแฟนเพลง	เพื่อต้องการให้เป็นที่รวมของคนที่ชอบนิโคล	เป็นศูนย์กลางระหว่างศิลปินกับแฟนเพลง
วิธีการสมัคร	2 วิธี คือสมัครด้วยตนเอง และทางไปรษณีย์	สมัครทางไปรษณีย์	3 วิธี คือ ทาง E-mail ICQ และทางไปรษณีย์	2 วิธี คือสมัครด้วยตนเอง และทางไปรษณีย์
สมาชิก	เพศหญิง - ชาย อายุตั้งแต่ 1-50 ปี จำนวน 1,000 คน	เพศหญิง - ชาย อายุตั้งแต่ 15-30 ปี จำนวน 270 คน	เพศหญิง - ชาย อายุตั้งแต่ 15-25 ปี จำนวน 200 กว่าคน	เพศหญิง - ชาย อายุตั้งแต่ 12-27 ปี จำนวน 50,000 คน
การส่งข่าว	จดหมายข่าว ไปสการ์ด Website	จดหมายเวียน Website	Homepage	นิตยสาร รายการวิทยุ
อัตราค่าสมาชิก	300 บาทต่อปี	2 อัตรา คือ 500 บาท และ 200 บาทต่อปี	ไม่เสียค่าใช้จ่าย	200 บาทต่อปี
สิทธิพิเศษ	ส่วนลดคอลเลคชั่น คอนเสิร์ต กิจกรรมต่างๆ	ส่วนลดคอลเลคชั่น ร้านค้า	ยังไม่มี	ส่วนลดคอลเลคชั่น คอนเสิร์ต กิจกรรมต่างๆ
กิจกรรม	เพื่อความบันเทิง และสังคม	เพื่อความบันเทิง และสังคม	ยังไม่มี	เพื่อความบันเทิง และสังคม

สรุป

จากแฟนคลับทั้ง 4 ประเภทที่ได้นำเสนอไปแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า แฟนคลับทุกประเภทมีจุดเริ่มของการจัดตั้งจากแฟนเพลงหรืออีกนัยหนึ่งคือ แฟนเพลงผลักดันให้เกิดการจัดตั้งแฟนคลับขึ้นนั่นเอง แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทเทปเพลงและแฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยศิลปิน จะมีวิธีการกระตุ้นแฟนเพลงให้มาสมัครเป็นแฟนคลับซึ่งเป็นการส่งเสริมการขายอย่างหนึ่ง โดยมีการให้ของแถม มีการให้ส่วนลด มีคอลเลคชันต่างๆ ให้ได้ชื่อในราคาพิเศษ มีการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับศิลปิน ไม่ว่าจะ เป็นกิจกรรมด้านความบันเทิงหรือกิจกรรมเพื่อสังคม มีเพียงทาทายัง แฟนคลับเท่านั้นที่ไม่มีกิจกรรมทางสังคมให้สมาชิกได้เข้าร่วม แฟนคลับทั้ง 2 ประเภท จะส่งข่าวสารไปให้สมาชิกในรูปของสื่อสิ่งพิมพ์ มีเพียงอาร์เอส สตาร์คลับเท่านั้นที่มีการส่งข่าวสารทางวิทยุเพิ่มขึ้นอีก ส่วนแฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยแฟนเพลงอย่างเป็นทางการ เช่นนิโคลแฟนคลับนั้น จะมีความแตกต่างกับแฟนคลับทั้ง 2 ประเภทข้างต้นไม่ว่าจะเป็นการก่อตั้ง การดำเนินงาน และวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งแฟนคลับ เนื่องจากเป็นแฟนคลับที่ไม่ได้จัดตั้งขึ้นมาเพื่อการค้าแต่อย่างใด เป็นเพียงความชื่นชอบที่พัฒนาไปจนถึงขั้นคลั่งไคล้ของแฟนเพลงที่คิดจะทำสิ่งๆ หนึ่งให้กับศิลปินที่เขาชื่นชอบเท่านั้น โดยจะมีศูนย์กลางการส่งข่าวสารต่างๆ ทาง Internet และ กิจกรรมต่างๆ ยังไม่เกิดขึ้น

4.2 ลักษณะของสมาชิกแฟนคลับ

จากการจัดสนทนากลุ่มสมาชิกแฟนคลับทั้ง 3 ประเภท ได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับสมาชิกแฟนคลับดังต่อไปนี้

“แฟน” คือบุคคลที่ชื่นชอบในตัวศิลปิน หรือที่เรียกกันว่า แฟนเพลง แฟนกลุ่มนี้จะเฝ้าติดตามศิลปินไปในสถานที่ต่างๆ เช่น คอนเสิร์ต รายการโทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งไปบ้านของศิลปินเหล่านั้น เมื่อแฟนเพลงมีความชื่นชอบศิลปินมากขึ้น จึงผลักดันให้เกิดการจัดตั้งแฟนคลับขึ้นในลักษณะต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 2 (ดูรายละเอียดเรื่อง “Fan” ของ Henry Jenkins (1992)) สมาชิกแฟนคลับมีลักษณะต่างๆ ดังนี้

4.2.1 สมาชิกแฟนคลับของศิลปิน เกิดมาจากการชื่นชอบตัวศิลปินและชื่นชอบเพลงดังที่เรียกว่า เป็นแฟนเพลงของศิลปิน ซึ่งแฟนกลุ่มนี้เกิดจากการรวมกลุ่มของคนที่อยู่ต่างพื้นที่กัน มีฐานะทางเศรษฐกิจ เพศ อายุต่างกัน แต่มีความชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน หรือมีรสนิยมเดียวกัน ซึ่งเราสามารถจัดกลุ่มคนที่มีรสนิยมเดียวกันนี้ได้โดยอาศัยการพิจารณาการเลือกเนื้อหาของผู้รับสาร ซึ่งในที่นี้คือนักร้อง เมื่อผู้รับสารชื่นชอบนักร้องคนเดียวกัน หรือมีรสนิยมในเนื้อหาเหมือนกัน ก็จะทำให้พัฒนาไปสู่การเป็น "แฟน" ได้ในที่สุด เช่นเดียวกับสมาชิกของคริสตินา แฟนคลับ ที่มีอายุตั้งแต่ 1 ขวบจนถึง 50 ปี แต่มีความชื่นชอบในตัวคริสตินาเหมือนกัน

4.2.2 สมาชิกแฟนคลับแต่ละประเภทนั้น จะมีอยู่ทั้ง 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

1.แฟนแบบคนเดียว แฟนที่เป็นแบบคนเดียวนั้น จะพบได้มากกับสมาชิกของทาทายัง แฟนคลับและนิโคลแฟนคลับ เนื่องจากเป็นแฟนคลับที่ไม่มีกิจกรรมให้สมาชิกได้เข้าร่วมพบเจอกัน ทำให้สมาชิกที่ส่วนใหญ่มาสมัครคนเดียว ก็ไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเลย

2.แฟนแบบกลุ่ม จะมีอยู่ 2 ลักษณะด้วยกัน แบบแรก ในระยะเริ่มแรกนั้น ก็จะเริ่มมาจากการเป็นแฟนแบบคนเดียวก่อน แต่เมื่อทางแฟนคลับได้มีกิจกรรมให้สมาชิกได้มาเจอกัน ทำให้แฟนแบบคนเดียวเปลี่ยนมาเป็นแฟนแบบกลุ่มแทน ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ของพี่นี่ตอนแรกเข้ามาคนเดียว แล้วก็มาเจอ 2 คนนี่ก่อน แล้วก็มาเจอคนอื่นๆ อีกในวันรับสมัคร รับบัตร รับหมวก มาเจอกัน” (วรวรรณ อนันต์กิตติคุณ : 7 มีนาคม 2542)

“วันนั้นมาสมัครคนเดียว คือมาตายเอาดาบหน้า มาเห็นเค้ามีกันเป็นกลุ่มๆ ไม่รู้จักใครเลย รู้สึกแย่มาก พอดีมาเจอกลุ่มพี่แต่เข้าก็ได้คุยกับพี่แต่” (นันทพร รัตวงกุล : 7 มีนาคม 2542)

และอีกลักษณะหนึ่ง ก็คือ เป็นเพื่อนกันมาก่อนแล้วค่อยมาสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับด้วยกัน

“รู้สึกวันนั้นมีอีกกลุ่มหนึ่งที่ยังเป็นขั้วลบกั้บพวกเราอยู่ จะยืนอยู่คนละมุมห้องเลย คือจะเห็นพวกนี้มานานแล้วเหมือนกัน เห็นตามพีดีมานานแล้ว สนุกมาก เราเลยคิดว่ากลุ่มนี้ต้องหยิ่ง ต้องอะไร เข่มั่นกันหน้าดู” (วรวรรณ อนันต์กิตติคุณ : 7 มีนาคม 2542)

“มีเพื่อนพอสมควร ประมาณ 5-6 คน รู้จักโดยชอบทาทาเหมือนกัน คือเรียนพิเศษที่เดียวกัน แล้วก็ป็นสมาชิกเหมือนกันด้วย” (มณฑาทิพย์ สุโรปถัมภ์ : 7 มีนาคม 2542)

และเมื่อได้พิจารณาแฟนแบบกลุ่มแล้ว จะเห็นได้ว่า สมาชิกของคริสตินา แฟนคลับยังมีลักษณะของแฟนแบบกลุ่มตามที่ Joli Jenson (1992) ได้กล่าวเอาไว้อีกด้วยว่า “แฟนแบบกลุ่มจะมีความจงรักภักดีต่อสิ่งที่ตนหลงใหล และต่อมากจะจงรักภักดีต่อกลุ่มที่ชื่นชอบสิ่งที่เหมือนกันกับตัวเอง” ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“มันเริ่มมาจากความคิดที่ชอบพีดีน่าเหมือนกันมันก็เลยจูนนิสัยบางอย่างเข้ากันได้ บางคนจริงๆ เป็นคนเงียบแต่พอมารู้จักคนอื่นที่เขย้า เราก็ตามเขาไปด้วย บางคนเป็นคนแข็งๆ ไม่ค่อยแสดงออกว่าเป็นห่วงเพื่อน แต่พอมารู้จักคนอื่นอื่นๆ เข้า เขาก็เริ่มปรับตัว เทคแคร์เพื่อนกลัวเพื่อนน้อยใจ เอาใจใส่ดูแลเพื่อนมากขึ้น “ (วรวรรณ อนันต์กิตติคุณ : 7 มีนาคม 2542)

4.2.3 สมาชิกแฟนคลับของศิลปินทั้ง 3 ประเภทมีลักษณะเป็น “fans” ตามแนวคิดของ Mcquail ที่ว่า เป็นกลุ่มแฟนที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชน ซึ่งในที่นี้ก็คือ ศิลปินและเรื่องราว ข่าวคราวต่างๆ ที่ถูกนำเสนอในสื่อต่างๆ ทั้งในนิตยสารหรือวิทยุ แฟนกลุ่มนี้จะยึดติดกับเนื้อหาสาระที่มีผู้เสนอ มักจะไม่วู้ตัวว่าตนอยู่ในกลุ่มนี้ บางครั้งอาจได้รับแรงกระตุ้นจากสื่อหรือด้วยความสมัครใจที่จะรวมกลุ่มกัน ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ชอบพีดีน่า อย่างแรกคือต้องการใกล้ชิดพีดีเค้า จากที่เคยดูอยู่ห่างๆ แต่ตอนนี้มีโอกาสได้ใกล้ชิดอีกชั้นหนึ่ง” (นันทพร ระตะวังกุล : 7 มีนาคม 2542)

“ผมชอบอ่านเรื่องราวของศิลปินครับ อย่างทัช ถ้าอ่านจากวารสารนี้อ่านทุกคนชอบอ่านวารสาร เล่มเก่าๆ ก็เอามาอ่านดู” (เอกรัฐ หอมวงศ์ : 6 มีนาคม 2542)

4.2.4 สมาชิกแฟนคลับบางคนได้ทราบข่าวการเปิดรับสมัครแฟนคลับจากสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุ คือเมื่อมีการนำเสนอข่าวการเปิดรับสมัครแฟนคลับทางสื่อมวลชน ทำให้คนที่ชื่นชอบคริสตินา ซึ่งอยู่ในที่ต่างๆ กันได้รับทราบ มีผลทำให้ได้มาสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับ ได้รู้จักกัน และได้เกิดการรวมตัวกับคนที่ชอบศิลปินคนเดียวกันขึ้น ตรงกับแนวคิดของ Robert Escarpit (1975) ในเรื่อง Group Set (ดูรายละเอียดได้จากเรื่อง Group Set ในบทที่ 2) ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ตอนที่เข้ามาแฟนคลับนี้คือ รู้ข่าวจากหนังสือพิมพ์ แล้วก็วิทยุ ก็จะมีกลุ่มใหญ่อยู่ 2 กลุ่ม ครั้งแรกจะมีกลุ่มที่ 4-5 คน แล้วก็ยังมีกลุ่มนี้อีก 7-8 คน เยอะหน่อย ก็มารวมตัวกันเป็นกลุ่มเดียว คือถ้าไม่มีแฟนคลับหรือถ้าไม่เปิดขึ้นมา ก็คงไม่รู้จักกัน” (วรวรรณ อนันต์ กิตติคุณ : 7 มีนาคม 2542)

และหลังจากที่สมาชิกแต่ละคนได้รู้จักกัน ได้รวมกลุ่มกันขึ้นแล้ว ทางคลับยังมีกิจกรรมต่างๆ มากมายเพื่อให้สมาชิกได้มาเจอกัน หรือได้มารวมกลุ่มกันอีกในครั้งต่อไป ด้วย ซึ่งกิจกรรมในลักษณะนี้จะมีทั้งกิจกรรมทางด้านความบันเทิง เช่น meeting คาธาโอ-เกะคอนเทสต์ หรือกิจกรรมเพื่อสังคม แต่การรวมตัวกันของสมาชิกในการทำกิจกรรมร่วมกันนั้นจะพบได้เฉพาะในอาร์เอส สตาร์คลับ และคริสตินา แฟนคลับเท่านั้น เนื่องจากทาทายัง แฟนคลับและนิโคล แฟนคลับนั้น ยังไม่มีกิจกรรมดังกล่าว นอกจากนั้นสมาชิกยังอาจนัดเจอกันอีกนอกเหนือจากการทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งจะกล่าวในบทต่อไป

การรวมตัวกันของสมาชิกแฟนคลับจะมีขึ้นในอีกรูปแบบหนึ่งคือ การรวมตัวกันเมื่อศิลปินไปออกตามรายการต่างๆ โดยสมาชิกจะได้ทราบจากการส่งข่าวของทางคลับสู่สมาชิก ในรูปแบบของโปสการ์ด และทางรายการวิทยุ สมาชิกที่มีความจงรักภักดีก็จะรวมตัวกันติดตามศิลปินไปในรายการต่างๆ ดังกล่าว

4.2.5 สมาชิกแฟนคลับส่วนใหญ่ไม่ยอมให้จัดตั้งแฟนคลับขึ้นมาเพื่อการค้า แต่อยากให้มีความผูกพันทางใจมากกว่า เมื่อใดก็ตามถ้าพวกเขาเห็นว่าแฟนคลับที่พวกเขาเป็นสมาชิกอยู่นั้นอิงการค้ามากเกินไป เช่นมีการโฆษณาเกินจริงในด้านกิจกรรมต่างๆ (ในทาทายัง แฟนคลับ) สมาชิกจะรู้สึกไม่ชอบและบางครั้งยังทำให้เกิดการต่อต้านและเป็นผู้บริโภคที่ไม่จงรักภักดีต่อสินค้าได้อีกด้วย ซึ่งแฟนในลักษณะนี้จะพบได้ในแฟนคลับของทุก

ศิลปิน ยกเว้นนิโคล แฟนคลับ เนื่องจากเป็นแฟนคลับที่แฟนเพลงจัดตั้งให้ ไม่เกี่ยวข้องกับทางการค้า ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“พักหลังไม่ได้ร่วมกิจกรรมอะไรเลย และอีกอย่างหนูว่าพักหลังนี้มันไม่เหมือนแต่ก่อนที่สมาชิกแค่ 1,000 คน คือเค้ายังให้สมาชิกได้ร่วมกิจกรรมอย่างทั่วถึง แต่ตอนนี้มันเยอะ รู้สึกว่าต้องแย่งกัน กิจกรรมบางอย่างสมาชิกร่วมได้ 1,000 คนนะ แล้วคิดดูสมาชิกตั้งหลายหมื่น มันเหมือนกับว่าเป็นการค้ามากเกินไป” (จิรณี โชติรัตนไพบูรณ์ : 6 มีนาคม 2542)

“อย่างที่เค้าพูดเอาไว้ว่า เค้าไม่เอากำไรจากการสมัคร เอาค่าสมัครไปทำวารสารไปใช้ในค่าใช้จ่ายกิจกรรม จ่ายค่าสถานที่ พวกเราอยู่อยุแล้ว อย่างครั้งแรกเค้าบอกว่า ใครพาเพื่อนมาสมัครครบ 15 คนได้ของขวัญ ไม่อยากให้เป็นแบบนี้ อยากให้มาด้วยใจมากกว่า” (วรวรรณ อนันต์กิตติคุณ : 7 มีนาคม 2542)

“หมดอายุแล้วคงไม่ต่อบัตร เพราะไม่เห็นมีอะไรเลย แคเขียนมาว่าจะมี meeting แต่แล้วก็ไม่รู้เรื่องเลย ซึ่งเขียนมานานมากแล้วประมาณ 5 เดือน แล้วก็หายไป มีมาทั้งหมด 2-3 ฉบับ มีเนื้อหาคือ ตอนนี่คิดถึงทุกคนนะ จะมีผลงานหนัง ออกเทปใหม่ จดหมายก็เป็นไปในทางการค้ามากเกินไป ไม่ชอบ” (นิธิตา ชื่นชูสกุล : 7 มีนาคม 2542)

จากการที่แฟนคลับมีการส่งจดหมายเชิญ หรือพูดผ่านรายการวิทยุเพื่อชักชวนให้สมาชิกได้ไปร่วมรายการนั้น นอกจากเป็นการให้สมาชิกได้พบกับศิลปินที่ชื่นชอบแล้ว อาจเป็นแผนการตลาดของทางคลับ เพื่อให้ภาพที่ออกสู่มวลชนเป็นภาพที่ดีที่สุด ดึงดูดให้คนภายนอกที่ชื่นชอบศิลปินแต่ยังไม่ได้สมัครสมาชิก เริ่มมีความคิดอยากสมัครเป็นสมาชิก แฟนคลับดังกล่าว

เมื่อพิจารณาในเรื่องของภาพที่ทางแฟนคลับอยากให้ออกมาดูดีนั้น ตัวสมาชิกเองก็ให้ความสนใจด้วยเช่นกัน

“มีบางคนที่อยู่กันคนละแนวความคิด ใจกันไม่ติดก็แยกกันไป เค้าจะหลุดไปเอง จะรู้สึกเองว่าเค้าคุยกับคนอื่นไม่รู้เรื่อง เค้าก็จะไปหากลุ่มอื่นที่นิสัยแบบเค้า แล้วก็รวมเป็น

อีกกลุ่มขึ้นมา แต่เวลาเจอกันก็คุยกัน อยากให้เฮฮา และภาพที่คนภายนอกมองมาก็คือจะดูว่าแฟนคลับทุกคนเข้ากันได้หมด แต่ก็ไม่ได้มีอะไรกัน คือเจอกันก็คุยกัน” (วรวรรณ อนันต์ กิตติคุณ, นันทพร ระตะวังกุล : 7 มีนาคม 2542)

สรุป ลักษณะของสมาชิกแฟนคลับ

1. สมาชิกแฟนคลับเกิดจากการรวมกลุ่มของคนที่อยู่ต่างพื้นที่กัน มีฐานะทางเศรษฐกิจ เพศ อายุต่างกัน แต่มีความชื่นชอบในสิ่งเดียวกันหรือมีรสนิยมเดียวกัน
2. สมาชิกแฟนคลับของศิลปินทั้ง 4 ประเภท มีทั้งเป็นแบบคนเดียว และเป็นแบบกลุ่ม ซึ่งแฟนที่เป็นแบบคนเดียวจะพบได้ในแฟนคลับของศิลปินที่ไม่มีกิจกรรมให้สมาชิกได้มาพบกัน ส่วนแฟนที่เป็นแบบกลุ่มนั้น ก็มีทั้งเป็นเพื่อนกันมาอยู่ก่อนแล้ว และเพิ่งมาเป็นเพื่อนกันเมื่อได้มาร่วมกิจกรรม ซึ่งลักษณะของแฟนที่เป็นกลุ่ม มักจะมีความจงรักภักดีต่อทั้งศิลปิน และต่อกลุ่มแฟนด้วยกันด้วย
3. ลักษณะของสมาชิกแฟนคลับ เป็นลักษณะของ “fans” คือกลุ่มที่ติดตามเนื้อหาหรือผลงานของสื่อมวลชน ซึ่งในที่นี้คือ ศิลปินและเรื่องราวข่าวคราวต่างๆ เกี่ยวกับศิลปินนั้นๆ
4. การรวมกลุ่มกันของสมาชิก จะเกิดขึ้นใน 3 ลักษณะด้วยกันคือ การทำกิจกรรมร่วมกัน การตามศิลปินไปในรายการต่างๆ และการนัดเจอกันนอกเหนือจากการมาร่วมกิจกรรม
5. สมาชิกแฟนคลับจะรู้สึกไม่พอใจและต่อต้าน เมื่อรู้ว่าทางคลับที่ตนเป็นสมาชิกอยู่นั้นจัดตั้งขึ้นมาเพื่อการค้า มากกว่าการทำขึ้นมาด้วยใจ

ตารางที่ 3 สรุปลักษณะของสมาชิกแฟนคลับแต่ละประเภท

แฟนคลับที่จัดตั้ง ขึ้นโดยบริษัทเทป	แฟนคลับที่จัด ตั้งขึ้นโดยศิลปิน	แฟนคลับที่จัดตั้งขึ้น โดยแฟนเพลงอย่าง เป็นทางการ	แฟนคลับที่เกิดจาก การรวมตัวกันของ แฟนเพลงอย่างไม่ เป็นทางการ
<ul style="list-style-type: none"> - เป็นแฟนแบบกลุ่ม - สมาชิกมีลักษณะเป็น fans คือกลุ่มแฟนที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชน - สมาชิกได้รู้จักกันเพราะสื่อมวลชนนำเสนอถือเป็น Group Set - สมาชิกไม่ยอมให้แฟนคลับจัดตั้งขึ้นมาเพื่อการค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นคนที่มาจากวงพื้นที่กันมีฐานะทางเศรษฐกิจ เพศอายุต่างกัน - เป็นแฟนแบบคนเดียวและแบบกลุ่ม - สมาชิกมีลักษณะเป็น fans คือกลุ่มแฟนที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชน - สมาชิกได้รู้จักกันเพราะสื่อมวลชนนำเสนอถือเป็น Group Set - สมาชิกไม่ยอมให้แฟนคลับจัดตั้งขึ้นมาเพื่อการค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นแฟนแบบคนเดียวและแบบกลุ่ม - สมาชิกมีลักษณะเป็น fans คือกลุ่มแฟนที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชน 	<ul style="list-style-type: none"> - สมาชิกมีลักษณะเป็น fans คือกลุ่มแฟนที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชน