

การสื่อสารกับการต่อรองอำนาจและการสร้างอัตลักษณ์ของคนพลัดถิ่น ในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น: ศึกษากรณีสโมสรนครราชสีมา

มาสด้า เอฟซี และบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

COMMUNICATION, POWER NEGOTIATION AND IDENTITY CREATION OF DIASPORA PEOPLE IN LOCAL FOOTBALL CULTURE AREA: A CASE STUDY OF NAKHON RATCHASIMA MAZDA FC. AND BURIRAM UNITED

จิรพัฒน์ โทพล

JIRAPAT THOPHON

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

THAMMASAT UNIVERSITY

กรุงเทพมหานคร

BANGKOK

บทคัดย่อ

บทความนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นนำเสนอให้เห็นถึงสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมผ่านการสื่อสารในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น ในบทบาทของโลกาภิวัตน์ที่กระทบต่อการเคลื่อนที่ของผู้คน โดยมุ่งศึกษา 1) รูปแบบการสื่อสารและวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่นในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น 2) เพื่อศึกษาการก่อตัวของแฟนบอลพลัดถิ่นต่างชาติในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น และ 3) เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อการสร้างและการธำรงอัตลักษณ์ของคนพลัดถิ่นในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น อาศัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธี 1) การวิจัยเอกสาร 2) การสังเกตภาคสนามแบบมีส่วนร่วม 3) การสังเกตภาคสนามแบบไม่มีส่วนร่วม และ 4) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแฟนบอลพลัดถิ่นโดยมีโครงสร้างคำถามเป็นแนวทางและแบบบันทึกการสังเกตผลการวิจัยพบว่า 1) ระหว่างแฟนบอลไทยกับแฟนบอลพลัดถิ่นไม่มีความแตกต่างในเรื่องของรูปแบบการสื่อสาร แต่แฟนบอลไทยมีการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารในปริมาณสูงกว่าคนพลัดถิ่น ส่วนวัฒนธรรมท้องถิ่นจะนำมาเป็นองค์ประกอบในการสร้างอัตลักษณ์ของสโมสร 2) ด้านการก่อตัวท้องถิ่นของแฟนบอลพลัดถิ่นต่างชาติ พบว่าปัจจัยที่ทำให้เป็นแฟนบอลมักเกิดจากสื่อบุคคลเช่นภรรยาชาวไทยและเพื่อนนอกเหนือจากการทำผลงานของทีมที่ประสบความสำเร็จ 3) คนพลัดถิ่นที่มาเป็นแฟนบอลสโมสรท้องถิ่นสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นต่างๆที่เป็นองค์ประกอบของสโมสรมากขึ้น และผสมผสานสร้างอัตลักษณ์ของตนเองขึ้นใหม่

คำสำคัญ : การสื่อสาร, อัตลักษณ์, แฟนบอลพลัดถิ่น

ABSTRACT

This article was objected to present the cultural change situation via communication in local football culture. It also expresses the interaction between global and local culture in the globalization society. Globalization has social impacts on the ethnoscares. The research then was objected to study 1) the communication patterns and local culture in local football culture area. 2) the construction of diaspora football fans in local football culture area 3) the communication for diaspora people's identity construction and maintenance in local football culture area. The qualitative methodology was used to conclude the study by documentary research, participant observation, non-participant observation and in-depth interview. Data was collecting from diaspora fans samples by structured interviewing and observing form for narrative and discussion. The results were 1) between diaspora fans with Thai fans there was no difference of communication patterns and communication usage of communication tools. Thais used more tools than the diaspora football fans did. The local culture was the elements which created the local football club identity. 2) Aparting from success of the team, the factor that changed the football fans to become the supporters was the personal medium; wives and friends 3) the communication used for the new identity construction and maintenance was expressed by cheering. It was a Hybridization creating their new identity.

Keywords : Communication, Identity, Diaspora local football fans

บทนำ

การศึกษาคนพลัดถิ่นที่มีอยู่ในแวดวงวิชาการมีการศึกษาในหลากหลายประเด็นทั้งเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม แต่ที่มึการศึกษากันอย่างกว้างขวางในศาสตร์ด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมวลชนมักจะปรากฏในรูปแบบของการสื่อสารอัตลักษณ์ดังเช่นงานวิจัยของสุจิตราเปลี่ยนรุ่ง (2551) เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างธำรงรักษาและต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นมอญของกลุ่มชาวมอญพลัดถิ่นในประเทศไทยท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ หรืองานวิจัยของ กรรณิการ์ วรหาร (2556) เรื่อง การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นเวียดนามของชาวไทยเชื้อสายเวียดนาม ในหมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม อำเภอเมือง จังหวัดนครพนมทั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการสร้างและการธำรงรักษาอัตลักษณ์ของคนพลัดถิ่น รวมถึงการต่อรองทางวัฒนธรรมและการสื่อสารระหว่างคนพลัดถิ่นกับคนในประเทศที่คนพลัดถิ่นอาศัยอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งการปะทะกันระหว่างวัฒนธรรมในบริบทของคนพลัดถิ่นกับคนที่เป็นเจ้าของประเทศ ก่อให้เกิดผลตามมามากมายในแง่ของการสื่อสาร ดังนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจตัวตนหรืออัตลักษณ์ระหว่างกันในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมโลกาภิวัตน์ (Globalization) ตามทัศนะของ Marshall McLuhan ในเรื่องการกำเนิดหมู่บ้านโลก (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2553, น.147-9) จึงต้องมีการศึกษาวิจัยประเด็นใหม่เพื่อสร้างความเข้าใจต่อกันในเรื่องความเป็นตัวตนของแต่ละวัฒนธรรม เพื่อป้องกันความขัดแย้งระหว่างวัฒนธรรมและเพื่อรักษาอัตลักษณ์ของตนบนพื้นฐานคติที่เชื่อว่าสังคมโลกาภิวัตน์เป็นแหล่งรวมของวัฒนธรรมที่หลากหลายหรือสังคมพหุนิยม (Pruralism)

เมื่อกล่าวถึงบทบาทโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกนั้น มีผลกระทบในหลากหลายมิติทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม ซึ่งผลกระทบเหล่านี้ Arjan Appadurai (1996, p.33) กล่าวไว้ในหนังสือชื่อ *Modernity at Large* ว่าเกิดจากการเคลื่อนที่อยู่ 5 ประการคือ 1) การเคลื่อนที่ของผู้คน (Ethnoscapes) 2) การเคลื่อนที่ของสื่อ (Mediascapes) 3) การเคลื่อนที่ของเทคโนโลยี (Technoscapes) 4) การเคลื่อนที่ของเงินตรา/เงินทุน (Finanscapes) และ 5) การเคลื่อนที่ของความคิด/อุดมการณ์ (Ideoscapes) ซึ่งเป็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากสภาวะการเคลื่อนไหลของวัฒนธรรมโลก (Global cultural flow) ในยุคโลกาภิวัตน์ใน 5 มิติที่สำคัญ ทั้งนี้การข้ามไปมาของผู้คน (Ethnoscapes) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือ “คนพลัดถิ่น” (Diaspora)

สิ่งที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา คือผลของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการเคลื่อนที่หรือการเคลื่อนย้ายไปมาของผู้คน (Ethnoscapes) ซึ่งเป็นการเคลื่อนที่ไปมาที่มักก่อให้เกิดการสื่อสารในหลายระดับ ทั้งที่พบได้ตั้งแต่การสื่อสารขั้นต้นคือการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) จนไปถึงระดับสูงสุดคือการสื่อสารมวลชน (Mass communication)

ในมหกรรมกีฬาโอลิมปิกเมื่อกีฬานิซโดถูกบรรจุเข้าเป็นประเภทกีฬาเพื่อแข่งขันในโอลิมปิกแล้ว ก็เสมือนว่ากีฬานิซโดนั้น ๆ เป็นกีฬาของมวลมนุษยชาติ ส่วนกติกา เสียงนกหวีดและการสื่อสารที่ใช้ประกอบในการแข่งขัน ก็คือสิ่งที่นำมาเป็นข้อตกลงเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายทางการสื่อสารร่วมกันระหว่างเกม ไม่เพียงแต่ผู้คนในวงการกีฬาเท่านั้นที่ได้ใช้และเข้าใจภาษากีฬา แต่ผู้รับชมหรือแฟนกีฬาก็ได้ใช้ภาษาเดียวกันนี้ด้วยเช่นเดียวกัน กีฬาก็เปรียบเทียบกับได้กับ “ภาษาสากล” (Lingua franca) ที่มีการสื่อสารด้วยข้อตกลงที่ให้ความหมายเดียวกันแม้ในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Firth, 1996; Swann, Deumert, Lillis, & Mesthrie, 2004 อ้างถึงใน สรรพร ศิริจันทร์, 2557, น. 51) เมื่อพูดถึงว่ากีฬาสัมพันธ์กับคนพลัดถิ่นอย่างไร Allan Guttman ก็ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการศึกษากีฬากว่า ต้องนำมาคิดใหม่ทำใหม่ให้แตกต่างจากการศึกษาในมิติเดิม ทั้งเรื่องของทฤษฎีทางสังคมที่เกี่ยวกับการพัฒนาการของกีฬาและการกำเนิดขึ้นของกีฬาสสมัยใหม่ รวมถึงหาข้อเสนอใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับเชื้อชาติของคนพลัดถิ่นในกีฬามาศึกษาหาผลผลิตทางสังคมทั้งในรูปของสัญญาณผลกระทบทางสังคม รวมถึงการศึกษาผลกระทบทางการเมือง (Carrington, 2010, p. 24-25)

เมื่อต้องการศึกษาเรื่องกีฬาเกี่ยวกับการสื่อสาร นักวิจัยส่วนมากก็มักนิยมศึกษาเรื่องอัตลักษณ์และความเป็นแฟน (Fans) เช่น แฟนคลับฟุตบอลในสโมสรต่างๆในพรีเมียร์ลีก และสโมสรในไทยพรีเมียร์ลีก ดังเช่นงานวิจัยของกุลวิชัย สำแดงเดช (2551) เรื่องการใช้สื่อเพื่อสร้างและธำรงรักษาอัตลักษณ์ของแฟนสโมสรฟุตบอลจังหวัดชลบุรีที่ทำการศึกษากีฬา อัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นของแฟนสโมสรฟุตบอล ชลบุรี เอฟซี โดยข้อค้นพบที่สำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายร่วมกับงานวิจัยชิ้นนี้ได้ คือการจะก้าวเข้ามาเป็นแฟนบอลของสโมสรฟุตบอลท้องถิ่นนั้น ต้องมีลักษณะของความเป็นท้องถิ่นนิยมเป็นตัวแปรตั้งต้น และตัวแปรตามคือการเป็นแฟนบอลของสโมสรท้องถิ่น เนื่องจากไม่ได้ศึกษาแฟนบอลพลัดถิ่นเป็นกลุ่มเป้าหมาย กุลวิชัย จึงตั้งคำถามว่าถ้าหากเป็นแฟนบอลพลัดถิ่นชาวต่างชาติจะมาเป็นแฟนสโมสรชลบุรีได้อย่างไร ถ้าปราศจากความรู้สึกท้องถิ่นนิยมเป็นทุนตั้งต้นตามข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำข้อสังเกตนี้มาศึกษาต่อในงานวิจัยชิ้นนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารและวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่นในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น
2. เพื่อศึกษาการก่อตัวของแฟนบอลพลัดถิ่นต่างชาติในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น
3. เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อการสร้างและการธำรงอัตลักษณ์ของคนพลัดถิ่นในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น

นิยามศัพท์

คนพลัดถิ่น หมายถึง คนพลัดถิ่นที่เข้ามาอาศัยอยู่ในจังหวัดกลุ่มตัวอย่างคือ จังหวัดนครราชสีมา และบุรีรัมย์ โดยไม่ใช่ผู้ที่มีถิ่นกำเนิด (Homeland) อยู่ในที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน มีสถานะเป็นผู้อาศัย และอาจย้ายถิ่นด้วยต่าง ๆ ตามทัศนะของ Cohen (2008) แบ่งไว้ 5 ประเภท ในกรณีของการวิจัยนี้ คือ กลุ่มคนพลัดถิ่นที่เป็นแฟนบอลและเข้าเกณฑ์การแบ่งประเภทของคนพลัดถิ่นของ Cohen

อัตลักษณ์ หมายถึง เครื่องหมายที่นำมาใช้สื่อถึงการเป็นเชื้อชาติของตนเองที่มีที่มาจากดินแดนที่เป็นมาตุภูมิ (Homeland) ที่สามารถสังเกตเห็นได้ด้วยการรับฟังและมองเห็นจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ที่ทำการสำรวจ เช่น ภาษา ท่วงท่า กิริยา การแต่งกาย การสื่อสาร อาหาร ภูมิปัญญา เป็นต้น

การสื่อสาร หมายถึง ลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างคนพลัดถิ่นภายในชุมชนคนพลัดถิ่น การสื่อสารระหว่างคนพลัดถิ่นกับชุมชนเจ้าบ้าน เป็นระดับของการสื่อสารในทุกระดับตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารสาธารณะ และการสื่อสารมวลชนโดยอาศัยช่องทางหรือเครื่องมือการสื่อสารต่าง ๆ

การสื่อสารกีฬา หมายถึง การรายงานและกระบวนการสร้างความหมาย ค่านิยม หรืออุดมการณ์ทางสังคมผ่านตัวบทหรือเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา โดยมี นักกีฬา องค์กรกีฬา องค์กรสื่อ และผู้ชม เข้ามามีส่วนร่วมกันผลิต และสื่อสารความหมายผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสารผ่านบุคคล สื่อสารผ่านสื่อชุมชน สื่อกิจกรรม สื่อวัฒนธรรม สื่อออนไลน์ และการสื่อสารมวลชน เป็นต้น และการเป็นตัวแทนในเชิงความหมาย (Meaning) ที่มีผลผลิตออกมาทั้งในรูปของสัญญาณ ผลกระทบทางสังคม รวมถึงผลกระทบทางการเมือง

การสื่อสารอัตลักษณ์ หมายถึง การแสดงตัวตนว่าเราเป็นใคร เช่น ชาติกำเนิด (Race) ชนชั้นทางสังคม (Social class) สัญชาติ (Nationality) เพศและความทุพพลภาพ (Sexuality and disability) และการรวมกลุ่มทางสังคม (Localized social group) มีความสัมพันธ์กับสมาชิกกลุ่มใด ปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ กิจกรรมการบริโภค (Consumption) เช่น การกินอยู่ การแต่งกาย การพูดภาษา การสร้างบุคลิกภาพ การใช้เวลาว่าง การเรียนหนังสือ การเล่นเกม การดูหนังฟังเพลง ไปจนถึงรสนิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างหลากหลาย

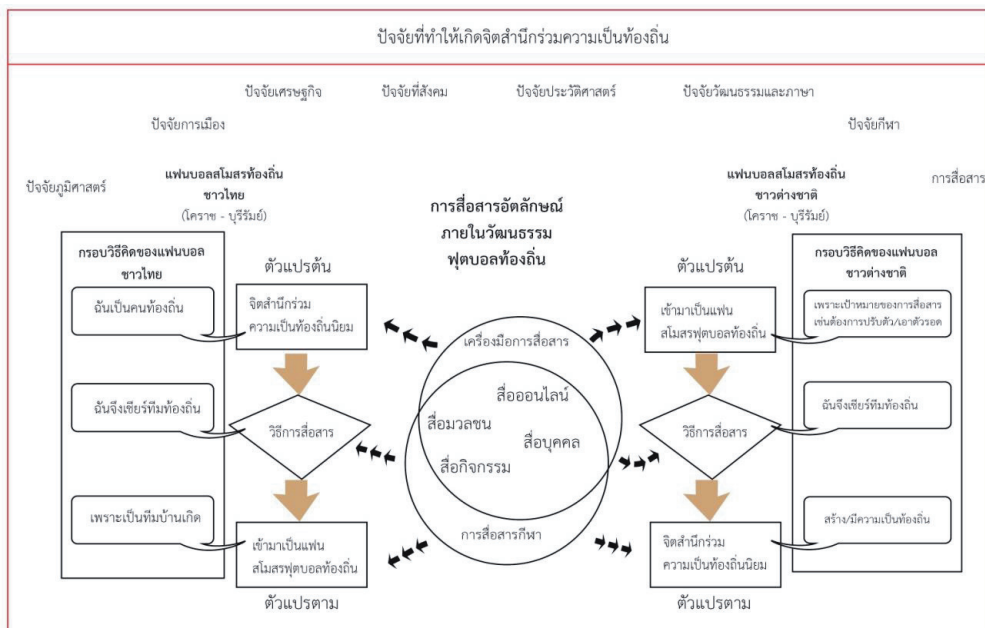
สื่อ หมายถึง แหล่งข่าวสารที่ให้ข้อมูลข้อเท็จจริง มีการบันทึกเพื่อการเผยแพร่ไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อมวลชนเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต สื่อกิจกรรม สื่อออนไลน์

วัฒนธรรมฟุตบอล หมายถึง กลุ่มคน รูปแบบการแสดงออก รูปแบบกิจกรรม รูปแบบการสื่อสาร และการสื่อสารมวลชน หรือการกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลที่มีการปฏิบัติโดยคนจำนวนหนึ่ง และมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการกระทำที่สังเกตเห็นได้ เช่น ภาษา ท่วงท่า กิริยา การแต่งกาย การสื่อสาร และการกระทำต่าง ๆ รวมถึงทางด้านความคิดซึ่งสังเกตไม่ได้ เช่น ความเชื่อ ทัศนคติ และความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มที่มีต่อผู้อื่น

วัฒนธรรมการเชียร์ หมายถึง รูปแบบการเชียร์ของแฟนคลับในลักษณะที่เป็นการแสดงถึงการให้กำลังใจ หรือส่งเสริมกิจกรรมของสโมสรฟุตบอลที่ตนเองชื่นชอบ ทั้งในสนามและนอกสนาม เช่น การแต่งกาย กริยาท่าทาง และการกระทำต่าง ๆ ที่สมาชิกแสดงออกรวมถึงการดำเนินชีวิต (Life style) ในชีวิตประจำวัน เช่นการสร้างกลุ่มเพื่อเชียร์ พบปะ พูดคุย สนทนา ถ่มถุย ของแฟนคลับสโมสรในพื้นที่และเวลาต่าง ๆ

ฟุตบอลท้องถิ่น หมายถึง การแข่งกีฬาฟุตบอลในพื้นที่ระดับท้องถิ่น ที่มีลักษณะ ใช้ชื่อจังหวัดหรือชื่อท้องถิ่นเป็นชื่อสโมสร และ มีลักษณะที่เป็นตัวแทนของจังหวัดหรือท้องถิ่นตามชื่อของสโมสร และไม่ใช่ทีมที่มีชื่อสโมสรเป็นลักษณะเป็นตัวแทนจากหน่วยงานต่าง ๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยการวิจัยเอกสาร (Documentary research) ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่นของแฟนบอลในวัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่นจังหวัดนครราชสีมาและบุรีรัมย์ การสังเกตภาคสนามแบบมีส่วนร่วม (Participant observation research) การสังเกตภาคสนามแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation research) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคนพลัดถิ่นชาวต่างชาติ การวิจัยนี้มุ่งศึกษาคนเป็นเป้าหมายหลักตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพและศึกษาคนพลัดถิ่นชาวต่างชาติที่ตรงตามกรอบทฤษฎีลักษณะของคนพลัดถิ่น ข้อใดข้อหนึ่งของ Cohen ได้แก่ แฟนบอลชาวต่างชาติที่เชียร์สโมสรฟุตบอลท้องถิ่น แบ่งเป็นสโมสรนครราชสีมา มาสด้า เอฟซี 27 คน และสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด 23 คน รวมเป็นจำนวน 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้อาศัยใช้อุปกรณ์ที่ช่วยในการเก็บข้อมูล ดังเช่น เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป กล้องวิดีโอ และสมุดบันทึก และผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ คือ

1. สัมภาษณ์เจาะลึกโดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างกำหนดเป็นแนวคำถาม
2. แบบบันทึกการสังเกต (Observe form)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยลงพื้นที่สัมภาษณ์เจาะลึกโดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างกำหนดเป็นแนวคำถาม แล้วลงสัมภาษณ์ในพื้นที่ที่กลุ่มตัวอย่างแพร่หลายต่างชาติชนุมรวมตัวกัน โดยอาศัยการสุ่มแบบบังเอิญ ระหว่างสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสตอบอย่างอิสระเพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความเจาะลึก และสลับไหล โดยได้และที่สำคัญที่สุดคือ การพยายามปรับตนเองให้กลมกลืน และเข้าใจสมาชิกให้ได้มากที่สุด โดยการศึกษาถึงลักษณะการแต่งกาย กิริยาท่าทาง ประวัติส่วนตัวประกอบการเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

อาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการหาข้อมูลเพื่อนำมาเป็นหลักฐานและเหตุผล ในการสรุปความจริงทางสังคม ซึ่งโดยทั่วไปตามระเบียบวิธีวิจัยมักใช้วิธีการอุปนัย หมายถึงการนำเอาข้อเท็จจริง ที่ได้จากการลงสนามวิจัยที่จำเป็นและเพียงพอต่อความจริง แล้วนำไปสู่ข้อยุติหรือ ข้อสรุป และในส่วนของ การนำเสนอข้อสรุปทั่วไปอาจดำเนินการตาม “กรอบแนวเทียบ” (Metaphor) (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2545)

1. การวิเคราะห์ด้วยการบรรยาย (Narrative) คือ การวิเคราะห์ด้วยการบรรยายในสิ่งที่เห็นซึ่งเป็น ข้อเท็จจริง
2. การวิเคราะห์ด้วยการอภิปราย (Discussion) คือการวิเคราะห์ด้วยการอภิปรายโดยอาศัยบริบท โดยรอบตีความไปตามทฤษฎีที่ยึดเป็นทฤษฎีหลัก

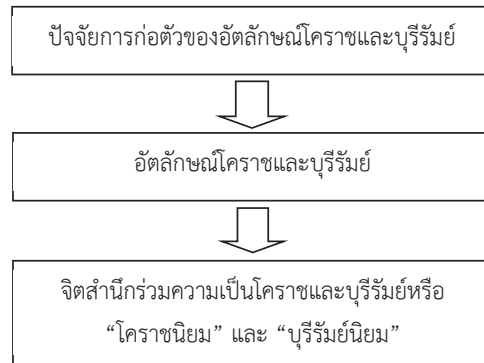
ผลการวิจัย

1. รูปแบบการสื่อสารและวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่นในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น

เมื่อเรากล่าวถึงจิตสำนึกร่วมของความเป็นท้องถิ่นในกรณีของ “จิตสำนึกร่วมของความเป็นโคราช” หรือ “โคราชนิยม” ในงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นคำที่ใช้เป็นตัวแทนลักษณะทางรูปธรรมและนามธรรมที่เกี่ยวข้อง จิตสำนึกร่วมความเป็นโคราช จะต้องมีความโดดเด่นแตกต่างจากความเป็นท้องถิ่นในแหล่งอื่นและอาจมีปรากฏ ให้พบเห็นได้เพียงในโคราชเท่านั้น สิ่งที่เป็นตัวแทนของจังหวัดโคราชจึงสอดคล้องกับความหมายของคำว่า “อัตลักษณ์” ด้านวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่ากระบวนการหนึ่งที่คนเราก่อรูป “ตัวตน” หรือประกอบสร้างอัตลักษณ์ ขึ้นมานั้น อาจดูได้จากกิจกรรมการบริโภค (Consumption) ในชีวิตประจำวันของผู้คน เช่น การกินอยู่ การแต่งกาย การพูดภาษา การสร้างบุคลิกภาพ การใช้เวลาว่าง การเรียนหนังสือ การเล่นกีฬา การดูหนัง ฟังเพลง ไปจนถึงรสนิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างหลากหลาย (สมสุข หินวิมาน, 2548, น. 428)

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์โคราช อาจเกิดจากชีวิตประจำวันของผู้คน แต่ปัจจัยทางกายภาพ ก็เป็นตัวแปรในการสร้างอัตลักษณ์ที่มีความแตกต่างของชาวโคราชเช่นเดียวกัน เช่น ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์/โบราณคดี วัฒนธรรม ภาษา ความเชื่อ เศรษฐกิจ การเมือง กีฬา และการสื่อสาร โดยปัจจัย เหล่านี้จะกำหนดอัตลักษณ์ว่าเราเป็นใคร เราเหมือนหรือต่างจากคนอื่นอย่างไร เช่นเดียวกับ “จิตสำนึกร่วม ของความเป็นบุรีรัมย์” หรือ “บุรีรัมย์นิยม” ในงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นคำที่ใช้เป็นตัวแทนลักษณะทางรูปธรรม และนามธรรมที่เกี่ยวกับจิตสำนึกร่วมความเป็นบุรีรัมย์

เมื่ออัตลักษณ์ไม่ได้เกิดขึ้นมาอย่างล่องลอยไม่มีที่มาที่ไป โคราชนิยมและบุรีรัมย์นิยมก็ไม่ได้เกิดขึ้นมาจากสุญญากาศ แต่มีสาเหตุปัจจัยรูปธรรมและนามธรรมที่ก่อให้เกิดสำนึกร่วมความเป็นโคราชและบุรีรัมย์ เช่น ลักษณะทางภูมิศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น แปรต้น (1) สร้างให้เกิดอัตลักษณ์ (2) จึงเกิดสำนึกร่วมความเป็นโคราชหรือโคราชนิยม (3) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงลำดับของตัวแปรที่ก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วมความเป็นโคราชและบุรีรัมย์

ลักษณะของความเป็นโคราชนิยม ของวัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่นในสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซี มีความโดดเด่นของความเป็นโคราชในปัจจุบันที่เกี่ยวกับภูมิศาสตร์ (แนวโคราช) และฐานคติความเชื่อทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับย่าโมเชื่อมโยงไปถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และชาติพันธุ์ของประชากรมากที่สุด แต่ความเป็นโคราชที่พบว่ามีโดดเด่นน้อยกลับกลายเป็นปัจจัยทางการเมืองที่มีผลต่อวัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่นของสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซี

ผลวิจัยชี้ว่า สิ่งแรกที่จะต้องนึกถึงเมื่อเอ่ยถึงสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซีคือแนวโคราช ซึ่งแนวโคราชนั้นเป็นสัตว์พื้นถิ่นของจังหวัดนครราชสีมาแมวสีวาดหรือแมวไทยโคราช เปรียบเสมือนตัวแทนแฟนบอลซึ่งมีความโดดเด่นในวัฒนธรรมฟุตบอลสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซี และแฟนบอลยังเรียกตนเองว่าแมวกลุ่มต่าง ๆ และสัญลักษณ์ของสโมสรก็เป็นแมวไทยโคราช

อีกอัตลักษณ์หนึ่งรองลงมาของชาวโคราคือ ท้าวสุรนารีหรือย่าโม ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากวิทยานิพนธ์ที่เคยกล่าวมาก่อนหน้านี้เมื่อกล่าวถึงอัตลักษณ์โคราหลายฉบับ ตั้งยึดโยงเกี่ยวกับย่าโมว่าเป็นอัตลักษณ์ซึ่งเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวทางจิตใจของชาวโคราชนิยมพิเศษ คือย่าโมสามารถรวมทุกสิ่งที่เป็นปัจจัยของชาวโคราไว้ในอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีเพียงสิ่งเดียวได้ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการเมือง ชาติพันธุ์วรรณาความเชื่อ ภาษา วัฒนธรรมและเพลงโคราช ล้วนมีความเกี่ยวข้องกับท้าวสุรนารีหรือย่าโมแทบทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามสิ่งที่โดดเด่นที่สุดของย่าโมในวัฒนธรรมฟุตบอลโคราชนิยมศึกษาสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซีก็เป็นเรื่องของความเชื่อและชาติพันธุ์ในส่วนของความเชื่อ ก็มักจะไปจุดธูปเทียนขอไหว้วอนย่าโมทุกครั้งก่อนเดินทางไปแข่งขันเพื่อสร้างขวัญกำลังใจแสดงว่า “โคราชนิยม” ยังยึดโยงกับสิ่งที่มีความเชื่อและไม่สามารถลบหลู่ได้ คงรูปแบบโบราณคร่ำครึ มีลักษณะอนุรักษนิยมในความเป็นโคราช ในขณะที่สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดมีพยายามสร้างความเป็นสากลมากกว่า

ซึ่งในกรณีของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ก็มักจะปรากฏภาพลักษณ์ของคุณเนวิน ชิดชอบขึ้นมาก่อนเสมอ เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างให้สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ประสบความสำเร็จในสายตาของบุคคลทั่วไป จากผลวิจัยพบว่าแฟนบอลชาวไทยต่างยกย่องว่าเพราะคุณเนวินจึงมีสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด และเมื่อมีสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จึงทำให้ชาวจังหวัดบุรีรัมย์อยู่ดีกินดี ห่างไกลจากความยากจน ทั้งนี้พลังอำนาจทางการเมืองจึงยังคงอยู่ควบคู่ธุรกิจกีฬาของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

อย่างไรก็ตามการเมืองก็ไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่ส่งผลต่อความเป็นบุรีรัมย์นิยม ในวัฒนธรรมฟุตบอลสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด แต่เป็นการดำเนินงานเชิงการตลาดและการสื่อสารของสโมสร ที่จะนำจุดเด่นของจังหวัดในด้านต่าง ๆ มาสร้างให้เป็นจุดขายของสโมสร เช่นการนิยามคำว่าเพราะกราวภายใต้ความหมายใหม่ที่ถูกรวบรวมสร้างขึ้น ในวัฒนธรรมฟุตบอลบุรีรัมย์

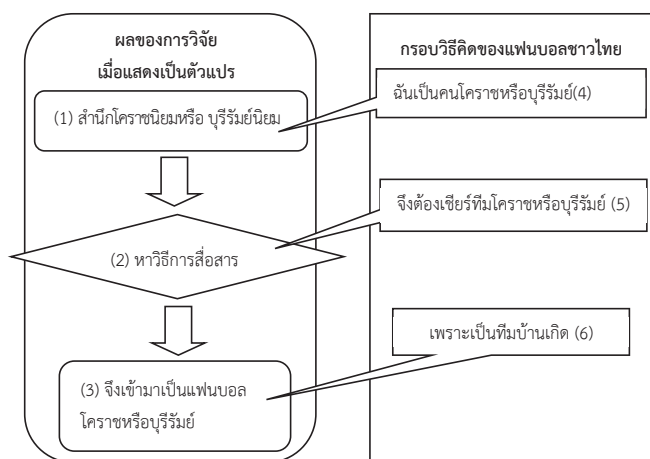
นอกจากนี้เป้าหมายของสโมสรสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ไม่เพียงแต่การสร้างความยิ่งใหญ่ของสโมสรภายในประเทศไทย แต่ยังมีเป้าหมายในการสร้างความเป็นสากลในระดับนานาชาติ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด มีการสื่อสารในลักษณะสร้างความหมายใหม่ของความเป็นท้องถิ่นของจังหวัดบุรีรัมย์ ให้มีความเป็นสากลมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการเชียร์ การดำเนินงาน และการสร้างทีม ดังนั้นรูปแบบการสื่อสารของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดจึงพยายามจัดการการสื่อสารให้เป็นสากล

2. การก่อตัวของแฟนบอลท้องถิ่นต่างชาตินในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น

การก่อตัวของแฟนบอลชาวไทยของสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซี เริ่มสมัยกำเนิดสโมสรฟุตบอลจังหวัดนครราชสีมา โดยแฟนบอลยุคก่อตั้งเป็นเพียงกลุ่มเล็ก ๆ มีคนเชียร์ไม่ถึงหลักร้อย ยุคที่สโมสรยังไม่มีผู้สนับสนุนอย่างเป็นทางการ เกิดจากการชักชวนกันในหมู่เพื่อนฝูงที่มีจิตใจในการรักกีฬา เข้ามาร่วมก่อตั้งสโมสรและทีมเชียร์ขึ้นแต่กับสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด การเชียร์ การสนับสนุน และการสื่อสารของแฟนบอลชาวไทย ไม่ได้รวมตัวกันเป็นเป็นกลุ่มก้อนชัดเจน การเริ่มต้นเป็นแฟนบอลในสนาม มักเกิดจากกระแสของการสื่อสาร เช่น การสื่อสารแบบปากต่อปาก การใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งชักชวนกันมาเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ไม่ได้จับเป็นกลุ่มก้อนที่มีขนาดใหญ่เหมือนแฟนบอลสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซี ลักษณะรูปแบบการเชียร์จึงเป็นระบบที่สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดกำหนดขึ้น

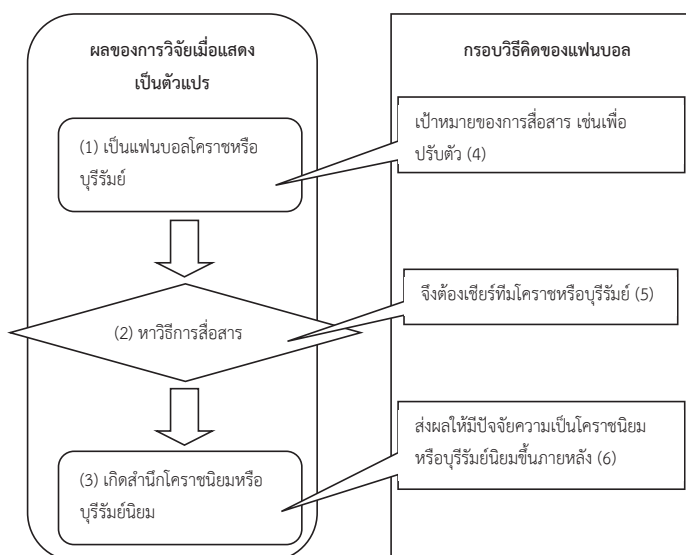
ด้านการก่อตัวของแฟนบอลชาวต่างชาติสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซี เริ่มตั้งแต่เป็นสโมสรฟุตบอลนครราชสีมาในอดีต ในจำนวนแฟนบอลกลุ่มเล็ก ๆ นั้นมีแฟนบอลชาวต่างชาติที่เป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อนในคราวนั้นมาร่วมเชียร์ด้วย เป็นจุดเริ่มต้นของการมีแฟนคลับชาวต่างชาติในกรณีของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด พบว่า แฟนบอลส่วนใหญ่เริ่มรู้จักสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ผ่านสื่อต่าง ๆ ผ่านเพื่อน ภรรยาหรือครอบครัวที่เป็นสื่อบุคคล หรืออาจรู้จักผ่านสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์รวมไปถึงรู้จักผ่านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของทางสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด โดยสื่อที่สำคัญที่สุด ซึ่งชักจูงให้ชาวต่างชาติเข้ามาเป็นแฟนบอลของสโมสรคือภรรยาชาวต่างชาติทั้ง 2 สโมสรมีความคล้ายคลึงกันคือ สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักที่จะแนะนำให้ชาวต่างชาติได้รู้จักสโมสรและปวารณาตัวเข้ามาเป็นแฟนบอลในที่สุด

การก่อตัวของแฟนบอลชาวไทยจะมีตัวแปรต้นคือ จิตสำนึกร่วม “โคราชนิยม” หรือ “บุรีรัมย์นิยม” (1) ส่งผลให้กลายมาเป็นแฟนบอลนครราชสีมา มาสด้าเอฟซี หรือสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด (3) ในภายหลังโดยสรรหาวิธีการสื่อสาร (2) เป็นตัวกลางในการแสดงความเป็นโคราชนิยม หรือบุรีรัมย์นิยม ยกตัวอย่างเช่นเมื่อฉันเป็นคนโคราหรือบุรีรัมย์ (4) ฉันจึงต้องเชียร์ทีมโคราหรือบุรีรัมย์ (5) เพราะเป็นทีมบ้านเกิด (6) ดังแสดงลักษณะความสัมพันธ์ไว้ในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงกระบวนการเกิดแฟนบอลชาวไทย ของสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซี และสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

ในทางกลับกันการก่อตัวของแฟนบอลชาวต่างชาติจะมีตัวแปรต้นคือ การกลายมาเป็นแฟนบอลโคราชหรือบุรีรัมย์ (1) ส่งผลต่อการเกิดจิตสำนึกโคราชนิยมหรือบุรีรัมย์นิยม (3) ในภายหลัง โดยสรรหาวิธีการสื่อสาร (2) เป็นตัวกลางในการแสดงความเป็นโคราชนิยมหรือบุรีรัมย์นิยม ยกตัวอย่างเช่น เมื่อฉันเป็นคนต่างชาติที่ต้องการปรับตัวให้อยู่อาศัยที่โคราชหรือบุรีรัมย์ อย่างมีความสุข (4) ฉันจึงต้องเชียร์ทีมโคราชหรือบุรีรัมย์ (5) ก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วม “โคราชนิยม” หรือ “บุรีรัมย์นิยม” ภายหลังจากเชียร์ฟุตบอล (6) ดังแสดงลักษณะความสัมพันธ์ไว้ในภาพที่ 4 ดังนี้



ภาพที่ 4 แสดงกระบวนการเกิดแฟนบอลชาวต่างชาติของสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซีและสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

3. การสื่อสารเพื่อสร้างและธำรงอัตลักษณ์ของคนพลัดถิ่นในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น

ปัจจัยด้านการสื่อสารของแฟนบอลชาวไทยของทั้ง 2 สโมสร มีลักษณะคล้ายคลึงกันแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยในประเด็นช่องทางการสื่อสาร โดยส่วนมากชาวไทยจะใช้แทบทุกสื่อที่เป็นช่องทางการสื่อสารหลักในสโมสร คือบุคคลสื่อมวลชนสื่อออนไลน์จะมีแตกต่างเพียงสื่อกิจกรรมเท่านั้นที่แฟนบอลชาวไทยของสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซี ใช้ช่องทางการสื่อสาร

โดยแฟนบอลชาวไทยจะใช้ทุกช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างและธำรงอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมฟุตบอลสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซี และ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด สร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของตนเองให้ดำรงคงอยู่ไว้เสมอแต่แฟนบอลชาวต่างชาติกลับใช้เพียงไม่กี่ช่องทางในการสื่อสาร ซึ่งพบว่าแฟนบอลพลัดถิ่นจำนวนมากไม่สามารถเข้าถึงแก่นแท้ของความเป็นโคราชนิยมและบุรีรัมย์นิยมได้ เนื่องจากใช้ช่องทางการสื่อสารค่อนข้างน้อยโดยเฉพาะอย่างยิ่งแฟนบอลต่างชาติสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จะมีการสื่อสารที่ค่อนข้างจำกัดตัวเองไม่ให้ไปปะปนกับแฟนบอลชาวไทย เป็นการสื่อสารเฉพาะกลุ่มภายในเท่านั้น สังเกตได้ว่าแฟนบอลชาวต่างชาติจะเข้ามาสื่อสารเพื่อสร้างและธำรงอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพียงชั่วคราวเพื่อใช้ชีวิตรอดและปรับตัวเพียงชั่วคราว แต่หลังจากนั้นก็ไปสื่อสารกลับกลุ่มคนต่างชาติด้วยกันเช่นเดิมอีกครั้ง เป็นการพยายามปิดกั้นตัวเองไม่ให้สื่อสารคลุกคลีกับแฟนบอลชาวไทยโดยทั่วไป แต่จะให้ความสำคัญกับแฟนบอลที่เป็นสื่อบุคคลภายในกลุ่มเดียวกันเท่านั้นเช่นภรรยา ครอบครัว และเพื่อน

อภิปรายผล

1. รูปแบบการสื่อสารและวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่นในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่าเมื่อมีโลกาภิวัตน์ (Globalization) ก็ย่อมต้องมีท้องถิ่น (Local) โดยท้องถิ่นนิยม (Localism) จะเชื่อมโยงสัมพันธ์ปัจจัยที่เป็นสาเหตุของการเกิดท้องถิ่นนิยมไว้ด้วยกันจากรากฐานทางทรัพยากร ภูมิปัญญา พัฒนาการและประวัติศาสตร์การดำรงอยู่ของตนเอง รวมถึงเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรมและภูมิโนทัศน์ (พัฒนา กิตติอาษา, 2546, น.5-6) ในกรณีนี้ท้องถิ่นมันเป็นมากกว่าหน่วยทางการเมืองการปกครองแต่เป็นชุมชนทางวัฒนธรรมซึ่งมีผลผลิตของปฏิสัมพันธ์อย่างเป็นพลวัตด้วยสโมสรฟุตบอลท้องถิ่นก็เปรียบเสมือนชุมชนทางวัฒนธรรมที่สร้างปฏิสัมพันธ์ของความเป็นท้องถิ่นนอกจากจะเป็นชุมชนของผู้คนที่รักกีฬาฟุตบอลยังเป็นชุมชนของผู้คนที่รักในท้องถิ่นด้วย อย่างไรก็ตามชุมชนที่ถูกสร้างขึ้นใหม่นี้ได้ให้ความหมาย ความเป็นท้องถิ่นกับผู้คนที่ได้มากมายเช่น ถ้าคุณรักสโมสรฟุตบอลท้องถิ่นก็หมายความว่าความรักท้องถิ่น แฟนฟุตบอลบอลจึงมักแสดงความรักท้องถิ่นด้วยการเชียร์สโมสรท้องถิ่น และสื่อสารความเป็นท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมฟุตบอลด้วยรากฐานตามที่ พัฒนา กิตติอาษา ได้กล่าวไว้

แฟนบอลชาวไทยจะใช้ช่องทางการสื่อสารทุกชนิด ทุกช่องทางเท่าที่มีเพื่อสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ แต่แฟนบอลชาวต่างชาติกลับใช้เพียงช่องทางไม่กี่ช่องทางสื่อสาร ซึ่งพบว่าแฟนบอลพลัดถิ่นจำนวนมากไม่สามารถเข้าถึงแก่นแท้ของความเป็นโคราชนิยมและบุรีรัมย์นิยมได้ เนื่องจากใช้ช่องทางการสื่อสารค่อนข้างน้อยหรืออาจมีข้อจำกัดด้านภาษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งแฟนบอลต่างชาติสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จะมีการสื่อสารที่ค่อนข้างจำกัดตัวเองไม่ให้ไปปะปนกับแฟนบอลชาวไทย พบว่า การที่แฟนบอลชาวต่างชาติเข้ามาสื่อสารเพื่อสร้างและธำรงอัตลักษณ์ท้องถิ่นของโคราชและบุรีรัมย์ มีการแสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพียงชั่วคราวเพื่อใช้ชีวิตรอดและปรับตัวเพียงชั่วคราว ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร (2546) กล่าวว่า สื่อกีฬา (Media sport) หมายถึง การรายงานและกระบวนการสร้างความหมาย ค่านิยม หรืออุดมการณ์ทางสังคม (ความเป็นชาติ ชุมชน ชนชั้น

ชาติพันธุ์ เพศภาวะ วัย ความรุนแรง ฯลฯ) ผ่านตัวบทหรือเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬาที่หลากหลาย ซึ่งในผลการวิจัย แสดงว่าสื่อกีฬาเป็นช่องทางในการสื่อสารความเป็นท้องถิ่นหรืออัตลักษณ์ได้ ผสมกับกระแสนิยมการแข่งขัน กีฬาฟุตบอลท้องถิ่นในประเทศไทย ทำให้สมาคมหรือสโมสรประจำจังหวัดได้มีโอกาสพลิกฟื้นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ของตัวเองเพื่อสร้างความเป็นท้องถิ่นนิยมในจังหวัดได้มากยิ่งขึ้นเมื่อนำผลวิจัยเทียบกับงานวิจัยของ สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง (2551) เรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างธำรงรักษาและตอรองอัตลักษณ์ความเป็นมอญของกลุ่มชาวมอญ พลัดถิ่นในประเทศไทยท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์” แสดงให้เห็นการพยายามใช้สื่อและเครื่องมือการสื่อสาร เพื่อการรักษาและธำรงอัตลักษณ์ของความเป็นท้องถิ่นของตัวเองแสดงสอดคล้องกันในเรื่องเหตุผล ของการสื่อสารเพื่อแสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่นนิยมของตัวเองว่าเพื่อต้องการให้วัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเอง ดังนั้น การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อัตลักษณ์ยังคงอยู่เช่นเดียวกับการเก็บรักษาจิตสำนึกร่วมความเป็นท้องถิ่น

2. การก่อตัวของแฟนบอลพลัดถิ่นต่างชาติในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น แสดงให้เห็นการก่อร่าง สำนึกร่วมความเป็นท้องถิ่นนิยมในสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซีและสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ว่า “คนโคราช เชียร์สโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซีเพราะ เป็นคนท้องถิ่น ถ้าไม่เชียร์ทีมท้องถิ่นแล้วจะไปเชียร์ใคร” “ส่วนคนต่างชาติที่มาเชียร์นครราชสีมา มาสด้าเอฟซีส่วนใหญ่ เพราะภรรยาชาวโคราชชวนให้มาเชียร์ แล้วจึงค่อยมีจิตสำนึกร่วมความเป็นโคราชนิยม” ในทำนองเดียวกันของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด คือ “คนบุรีรัมย์ เชียร์สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดเพราะ เป็นคนท้องถิ่นถ้าไม่เชียร์ทีมท้องถิ่นแล้วจะไปเชียร์ใคร” “ส่วนคนต่างชาติ ที่มาเชียร์บุรีรัมย์ ยูไนเต็ดส่วนใหญ่ เพราะภรรยาชาวบุรีรัมย์ชวนให้มาเชียร์ แล้วจึงค่อยมีจิตสำนึกร่วม ความเป็นบุรีรัมย์นิยม” เมื่ออภิปรายถึงข้อค้นพบเปรียบเทียบกับงานของกุลวิชญ์ สำนแดงเดช (2551) เรื่อง “การใช้สื่อเพื่อสร้างและธำรงรักษาอัตลักษณ์ของแฟนสโมสรฟุตบอลจังหวัดชลบุรี” เรื่อง “ท้องถิ่นนิยม” (Localism) ที่ค้นพบปรากฏการณ์ของแฟนสโมสรฟุตบอลจังหวัดชลบุรีว่า แฟนบอลเชียร์สโมสรชลบุรี เพราะว่าแฟนสโมสรของบ้านเกิดการจะเป็นแฟนบอลท้องถิ่นได้ก็ต้องมีสำนึกร่วมความเป็นท้องถิ่นนิยมก่อน จึงจะก่อตัวความเป็นแฟนบอลขึ้นมาภายหลัง ซึ่งในกรณีนี้กุลวิชญ์สำรวจจากแฟนบอลชาวไทยเท่านั้น ดังนั้น จึงสอดคล้องจากงานวิจัยของ กุลวิชญ์ เพียงส่วนหนึ่ง โดยการเข้ามาเป็นแฟนบอลของแฟนบอลชาวยุโรปนั้น จะต้องต้องมีจิตสำนึกร่วมความเป็นท้องถิ่นนิยมเสียก่อน (ในกรณีงานวิจัยที่มีผู้วิจัยเรียกว่า โคราชนิยม และ บุรีรัมย์นิยม) แฟนบอลชาวไทยจึงพิจารณาตัวเข้ามาเป็นแฟนบอลของสโมสรนครราชสีมา มาสด้าเอฟซี และสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

ดังที่กล่าวไปแล้วว่างานวิจัยนี้เป็นการยอมรับผลการวิจัยของกุลวิชญ์เพียงด้านหนึ่ง แต่อีกด้านหนึ่ง ที่วิจัยขึ้นนี้ก็แสดงให้เห็นว่า การเป็นแฟนสโมสรฟุตบอลท้องถิ่นไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นคนในท้องถิ่น หรือมีถิ่นกำเนิดในท้องถิ่นนั้นก่อนเสมอไป โดยผลการวิจัยนี้พิสูจน์ว่าการเข้ามาเป็นแฟนฟุตบอลของสโมสรฟุตบอล ท้องถิ่นไม่ใช่เพราะการเป็นคนในท้องถิ่นก็ได้โดยเฉพาะแฟนบอลชาวต่างชาติแต่มีปัจจัยอื่นที่ส่งผลคือ สื่อบุคคล หรือชาวต่างชาติที่ต้องการปรับตัวให้อยู่อย่างมีความสุขในท้องถิ่นใหม่จึงเป็นแฟนบอลท้องถิ่นเพื่อให้อยู่รอดได้ อย่างมีความสุขเหมือนบ้านที่ตัวเองเคยอาศัยอยู่มาก่อน สอดคล้องกับงานของ สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง เรื่องของ การต้องการความสบายใจเมื่อตนเองอยู่พลัดถิ่น จึงต้องผ่อนคลายด้วยการสื่อสารบางอย่าง โดยในงานของ สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง เป็นชาวมอญที่พลัดถิ่นมาจึงสื่อสารอัตลักษณ์ดั้งเดิมของตนเอง

3. การสื่อสารเพื่อการสร้างและการธำรงอัตลักษณ์ของคนพลัดถิ่นในพื้นที่วัฒนธรรมฟุตบอลท้องถิ่น สามารถอภิปรายได้เป็น 2 ประเด็นย่อยดังนี้

3.1 เนื่องจากอัตลักษณ์มีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอและมีลักษณะเป็นไดนามิก (Dynamic) ดังนั้นอัตลักษณ์ที่ถูกสื่อสารขึ้นมาในวัฒนธรรมฟุตบอลสโมสร นครราชสีมา มาสด้าเอฟซีและสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จึงมีการสร้างและการธำรงอัตลักษณ์จากปัจจัยของจิตสำนึกร่วมความเป็นท้องถิ่นนิยมทั้งแบบอนุรักษ์นิยมดั้งเดิมและเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยโดยทั้ง 2 สโมสรมีความคล้ายคลึงกันในการเลือกใช้เพื่อสื่อสารและธำรงอัตลักษณ์ของตนเองซึ่งแฟนบอลของสโมสร นครราชสีมา มาสด้าเอฟซี เป็นกลุ่มแฟนบอลที่มีความเข้มข้นด้านอัตลักษณ์และอนุรักษ์นิยม ส่วนกรณีของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ที่ต้องการสร้างความเป็นสากล จึงได้นำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาสร้างอัตลักษณ์ใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับศึกษา 2 กรณี แสดงให้เห็นว่าสโมสร นครราชสีมา มาสด้าเอฟซียังคงอยู่ภายใต้ความคิดอนุรักษ์นิยม แต่สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดนั้นไม่หยุดนิ่ง และสามารถขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงไปเป็นสิ่งใหม่ภายใต้การขับเคลื่อนของโลกาภิวัตน์

3.2 ถ้าแฟนบอลชาวต่างชาติจะมีอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เข้าใจลึกซึ้งถึงความหมายได้ พบว่าชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นเป็นเวลานาน (ประมาณ 7-8 ปีขึ้นไป) เป็นเงื่อนไขที่จะทำให้แฟนบอลท้องถิ่นจะสามารถทราบความหมายทะลุเปลือกหรือกระพี้ของวัฒนธรรมนั้นไปสู่แก่นแท้ของอัตลักษณ์ได้อย่างแท้จริงสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิการ์ วรหาร (2556) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นเวียดนามของชาวไทยเชื้อสายเวียดนาม ในหมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม” พบว่า สังคมพลัดถิ่นของคนพลัดถิ่น ในขณะที่ชุมชนเวียดนามยังเป็นสังคมปิดก็ยังคงอัตลักษณ์ดั้งเดิมไว้ได้อย่างเหนียวแน่น แต่เมื่อเปิดหมู่บ้านพบว่าทำให้บางอัตลักษณ์มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่เป็นลักษณะเปิดมากขึ้น แต่ทั้งนี้ก็มีลักษณะค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงแสดงว่าอัตลักษณ์ท้องถิ่นต้องอาศัยเวลาในการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้แทรกซึมเปลือกของอัตลักษณ์ไปสู่แก่นแท้ของวัฒนธรรมที่แท้จริงแบบหยั่งรากลึกได้ในภายหลัง

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยจากกรณีศึกษานี้สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการจัดการการสื่อสารวัฒนธรรมของกลุ่มชุมชนอื่น เพื่อสร้างและธำรงความเข้าใจอันดีระหว่างผู้คนที่ปะปนอยู่ในสังคมที่มีความพหุวัฒนธรรมสูงในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงสู่สังคมโลกาภิวัตน์ได้ต่อไป
2. การศึกษานี้ศึกษาเพียงกลุ่มแฟนบอลจึงควรศึกษาคนพลัดถิ่นกลุ่มอื่นในวัฒนธรรมฟุตบอลเพิ่มเติม เช่น นักฟุตบอล สต๊าฟโค้ช และทีมผู้บริหาร และควรศึกษากลุ่มแฟนบอลพลัดถิ่นที่เป็นชาวต่างชาติให้มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติและศาสนา และควรศึกษากลุ่มแฟนบอลพลัดถิ่นในระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ วรหาร. (2556). การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นเวียดนามของชาวไทยเชื้อสายเวียดนาม ในหมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2553). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์.

- กุลวิชญ์ สำนแดงเดช. (2551). *การใช้สื่อเพื่อสร้างและธำรงรักษาอัตลักษณ์ของแฟนสโมสรฟุตบอลจังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร. (2546). *การชมฟุตบอล : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์ตรงและประสบการณ์ผ่านสื่อโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- พัฒนา กิตติอาษา. (2546). *ท้องถิ่นนิยม Localism การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพมหานคร : คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- สมสุข หินวิมาน. (2548). *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร สาขาวิชานิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หน่วยที่ 8-15*. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สรรพ ศรีพันธ์. (2557). “การเตรียมพร้อมด้านเจตคติและการสร้างเสริมความเข้าใจของครูสอนภาษาอังกฤษคนไทยในภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางเพื่ออาเซียน.” *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 51.
- สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง. (2551). *การสื่อสารเพื่อสร้าง ธำรงรักษาและต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นมอญของกลุ่มชาวมอญพลัดถิ่นในประเทศไทยท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2545). *หลักและทฤษฎีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร : ประสิทธิ์ภักดิ์ แอนด์พริ้นติ้ง.
- Arjan Appadurai. (1996). *Modernity at large : cultural dimensions of globalization*. Minneapolis, Minn. : University of Minnesota Press.
- Carrington, B. (2010). *Race, Sport and Politics: The Sporting Black Diaspora*. London : SAGE.
- Cohen, R. (2008). *Global Diasporas: An Introduction*. Abingdon England : Routledge.

ผู้เขียนบทความ

นายจิรพัฒน์ โทพล

นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง
เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200
E-mail : jigaaza33@yahoo.com