ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การรับรู้ภาพมายาต่อฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษของแฟนฟุตบอลชาวไทย

ผู้เขียน นางสาวปรัศนีย์ สินพิมลบูรณ์

ปริญญา ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิวรักษ์ ศิวารมย์ ประธานกรรมการ

อาจารย์สามารถ ศรีจำนงค์ กรรมการ

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษของแฟนฟุตบอลชาวไทย และเพื่อศึกษาถึงภาพมายาต่อฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของแฟนฟุตบอลชาวไทยที่ทำให้พวกเขากลายเป็นแฟนฟุตบอล โดยผู้วิจัยทำการศึกษาจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นแฟนฟุตบอลในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 4 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลประวัติความเป็นมาของพวกเขาตั้งแต่เริ่มรู้จักฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ เพื่อค้นหาสาเหตุที่ทำให้พวกเขารู้จักและชื่นชอบในฟุตบอลรายการนี้ พวกเขามีความรู้สึกอย่างไรต่อฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ พวกเขาชื่นชอบทีมใดและนักฟุตบอลคนไหนเป็นพิเศษ และความเชื่อรวมไปถึงอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ที่มีต่อฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผลของการศึกษาวิจัยส่วนที่ 1 พบว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษของแฟนฟุตบอลชาวไทย ประกอบด้วย 3 ส่วนได้แก่ (1) สังคมแวดล้อมของพวกเขา เช่น ครอบครัว โรงเรียน และสังคมไทยส่วนใหญ่มีความชื่นชอบในฟุตบอลพรีเมียร์ลีกมากกว่ากีฬาอื่นๆ ซึ่งส่งผลให้ปัจเจกมีการคล้อยตามปทัสถานทางสังคมที่พวกเขาอาศัยอยู่ และนำมาถือปฏิบัติจนกลายเป็นความชื่นชอบในที่สุด (2) สื่อมวลชนไทยที่มีการนำเสนอข่าวคราวเกี่ยวกับฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษมากกว่ากีฬาชนิดอื่นๆ ให้ความสำคัญในฟุตบอลรายการนี้มากที่สุดและมีความถี่ในการนำเสนอที่มากที่สุด ส่งผลให้ประชาชนชาวไทยสามารถติดตามฟุตบอลรายการนี้ได้อย่างสม่ำเสมอ โดยสามารถติดตามข่าวคราวได้จากสื่อทุกช่องทาง และ (3) ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดของสโมสรฟุตบอลที่สร้างความผูกพันให้แฟนๆ อย่างสม่ำเสมอด้วยการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ อาทิ การจัดงานแถลงข่าวเปิดตัวนักเตะใหม่ รวมทั้งมีการจัดจำหน่ายสินค้าของสโมสรที่มีสัญลักษณ์ของสโมสรติดอยู่ทั่วโลก ทำให้แฟนฟุตบอลมีโอกาสซื้อหา ครอบครองสินค้าของสโมสร เพื่อต้องการแสดงตนว่าพวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เขาเป็น “แฟน” ของสโมสรนั้นๆ และเป็นการเพิ่มความรู้สึกมีส่วนร่วมและเพิ่มความชื่นชอบในทีมมากขึ้นด้วย ผลของการศึกษาวิจัยส่วนที่ 2 พบว่าการรับรู้ภาพมายาในฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ มีทั้งการรับรู้ภาพมายาที่สร้างขึ้นโดยฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษเอง อาทิ ภาพลักษณ์ของสโมสร ภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลและผู้จัดการทีม และภาพมายาที่แฟนฟุตบอลสร้างขึ้นเอง ได้แก่ คำจำกัดความเกี่ยวกับฟุตบอลต่างๆ เช่น ความเป็นทีม ความเร้าใจ อัจฉริยะลูกหนัง เล่นบอลฉลาด ความเป็นมืออาชีพ เป็นต้น รวมไปถึงความเชื่อและสัญญะต่างๆ ผ่านวัตถุ สิ่งของที่เกี่ยวกับทีม ภาพมายาเหล่านี้ส่งผลให้แฟนฟุตบอลมีความสนใจและมีความชอบในทีมฟุตบอลแต่ละทีมมากขึ้น ทำให้แฟนฟุตบอลไม่เพียงแต่ชมฟุตบอลเพราะว่าฟุตบอลคือกีฬาชนิดหนึ่งเท่านั้น แต่ภาพมายาเหล่านี้ได้เนรมิตให้กีฬาฟุตบอลกลายเป็นมหรสพชนิดหนึ่งที่สร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ชมในทุกช่วงเวลา ไม่ว่าจะเป็นในขณะที่มีการแข่งขันในสนามซึ่งเป็นช่วงเวลา 90 นาทีแห่งความเร้าใจ หรือในช่วงก่อนหรือหลังการแข่งขันที่มีข่าวคราวเกิดขึ้น ทำให้ต้องติดตามอยู่เสมอว่าเรื่องราวจะจบลงเช่นไร ผู้ชมก็มีอารมณ์ความรู้สึกร่วมกับเกมการแข่งขันทุกครั้งที่ทีมโปรดของพวกเขาลงแข่งขัน เมื่อทีมแพ้พวกเขาก็รู้สึกเศร้าเสียใจ หรือเมื่อทีมชนะพวกเขาก็มีความดีใจไปกับทีม อย่างไรก็ดี แม้ว่ากรณีที่ศึกษาจะมีความชื่นชอบ หลงใหล คลั่งไคล้ในฟุตบอลพรีเมียร์ลีกมาก แต่พวกเขาก็สามารถแยกแยะออกว่าสิ่งใดคือมายาและสิ่งใดคือเรื่องจริง พวกเขารู้ว่าสิ่งที่พวกเขาติดตามดูเป็นเพียงสิ่งหนึ่งที่สร้างความบันเทิงให้แก่พวกเขาเท่านั้น พวกเขาไม่ได้ทุ่มเทตัวเองและเวลาไปกับสิ่งเหล่านี้มากจนหลงลืมภาระหน้าที่ของตัวเอง พวกเขายังเห็นว่าฟุตบอลพรีเมียร์ลีกเป็นสิ่งหนึ่งที่มาช่วยจรรโลงใจยามว่างของพวกเขาให้มีความสุข สนุก และเป็นการสร้างสัมพันธภาพกับคนรอบข้างเท่านั้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Thesis Title Perception of Myths on English Premier League Football of Thai Football Fans

Author Miss Prassanee Sinpimolboon

Degree Master of Education (Educational Psychology and Guidance)

Thesis Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr.Siwarak Siwarom Chairperson

Lect. Samart Srijumnong Member

ABSTRACT

This research was to study what influenced perception on English Premier League football of Thai football fans, and to study the myths of English Premier League football leading them to identify themselves as football fan. The researcher used participant observation and interviews with 4 football fans in Chiang Mai Province who were between 20 – 30 years of age about how they got to know English Premier League, what made them attached to the game, how they felt about English Premier League, which team they liked, who their favorite player were, and also their belief and their feelings about the game. The result reveals that there were 3 things that influenced the perception on the English Premier League football of Thai football fans: (1) Their social environments such as family, school and the Thai society at large which liked English Premier League more than other sports resulting the individuals living up with the norm which finally made them love the English Premier League; (2) Thai mass media, which had reported the English Premier League news more than other sports, giving first priority and highest frequency to this game making them regularly-informed about it through every mass media channel, and (3) marketing strategy of the English Premier League football club which regularly built up the fans attachment to it by organizing PR activities such as holding a press conference to introduce their new player and distributing the products with their logo on all over the world. The football fans could purchase and own the products to show that they were "Fan" of the football club increasing their sense of being a part in the football team and their fond of the team. The 2nd part of the research found that the myth on the English Premier League football could be constructed both by the English Premier League such as the image of football club, the image of

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

the players and the managers and by the fans such as the definitions of things related to football such as team work, excitement, football genius, clever play, and professionalization, as well as the belief in and signs of football. These myths made football fans more interested in and crazy with the football team. They did not only watch football just because it was a kind of sport. These myths had created football as a kind of entertainment which entertained the audience every moment, in the 90 minutes pitch of excitement, or the events before or after the game which had kept them interested in how the story would end. The audience could enjoy every minute of the game. They felt sad when their favorite team lost and happy when their team won. However, even though the study cases were crazy in English Premier League football, they could distinguish between the myths and reality. They knew that the game they watched was only an entertainment. They did not spend too much time on it nor forget their responsibilities and duties. They knew that English Premier League football was something that made their free time a happy moment and where they could build up relationship with their surround people.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved