

การศึกษาเรื่อง ชุมชนเสมือนของกลุ่มวัฒนธรรมฟุตบอลในกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลใน www.pantip.com , www.thailandsportsonline.com และ www.liverpool.in.th การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและอธิบายถึงการก่อตัว สัญญาและรหัสทางการสื่อสาร รวมถึงอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มวัฒนธรรมฟุตบอลที่สื่อสารในกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ ระเบียบวิธีที่ใช้คือ การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) เพื่อศึกษาสัญญาและรหัสทางการสื่อสาร รวมถึงอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มวัฒนธรรมฟุตบอล นอกจากนี้ยังใช้ยังการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ใช้งานและผู้ให้บริการกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์เพื่อศึกษาการก่อตัว

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มวัฒนธรรมฟุตบอลในกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์มีลักษณะเป็นชุมชนเสมือนจริง โดยอาศัยพื้นที่ที่ผู้ให้บริการกระดานข่าวได้สร้างไว้สำหรับเป็นแหล่งรวมตัวทางข้อมูล และความคิดเห็นเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล รวมถึงเรื่องอื่นๆ ตามที่สมาชิกต้องการสื่อสาร โดยสมาชิกต่างมีแรงจูงใจต่างๆ กันที่ทำให้เข้ามาสมัครเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนนี้ เมื่อสมาชิกได้มารวมตัวกันสื่อสารในกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ สมาชิกจำเป็นต้องสื่อสารภายใต้กฎ กติกาที่บัญญัติโดยผู้ให้บริการกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ สมาชิกบางส่วนได้สร้างกลุ่มย่อยของตนเองขึ้นมา และทำให้เกิดการสื่อสารในชุมชนจริงด้วย ซึ่งการสื่อสารในชุมชนจริงนี้ เป็นการสร้างผลประโยชน์ให้กับบุคคลอื่นที่ไม่ใช่สมาชิก

สัญญาเกี่ยวกับฟุตบอลที่ใช้สื่อสารกันในกลุ่มวัฒนธรรมฟุตบอลในกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่เป็นสัญญาที่มีต้นกำเนิดจากสื่อมวลชนสาขากีฬาฟุตบอล และมีสัญญาอยู่จำนวนหนึ่งที่กลุ่มสมาชิกร่วมกันสร้างและใช้สื่อสารกันเองด้วย นอกจากสัญญาเกี่ยวกับฟุตบอลแล้ว ยังมีสัญญาอื่นๆ ที่ผู้ใช้งานกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับฟุตบอลก็สามารถเข้าใจได้ด้วย

กลุ่มวัฒนธรรมฟุตบอลที่เข้ามาสื่อสารในกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ต่างแสดงอัตลักษณ์ร่วมที่บ่งบอกถึงความรัก ความศรัทธาเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลในประเด็นต่างๆ อันประกอบด้วย ความชื่นชอบทีมชาติ ความชื่นชอบสโมสรฟุตบอล ความชื่นชอบนักฟุตบอล และความชื่นชอบการพนันฟุตบอล

Virtual Community of Football Cultural Group in Webboard is the analytical research. The objectives of this research are to study formations, signs, codes and collective identities of football cultural groups in webboards. Data was gathered from webboards in www.pantip.com, www.thailandsportsonline.com and www.liverpool.in.th. The textual analysis was used to study signs, codes, collective identities of football cultural groups in webboards. Besides, in-depth interview was used to study the formations.

The findings indicate that the football cultural groups in webboards are virtual communities which locate on the spaces established by webmasters. These spaces are the center of informations and opinions about football and the other stories. Each user has their needs which stimulate them to be a part of the virtual community. Users have to communicate under the rules provided by webmaster. Some users form their sub-group which is the beginning of the communication in the real community and so the synergy to aid people.

Most Football signs communicated in webboards are from mass media. The rest are created by users. Besides, the users also use the signs which can be communicated by not-football cultural group.

The football cultural groups in webboards present their collective identities concerning the love of football national team, the love of football club, the love of football player and the love of football betting.