

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

เรื่อง

ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก: ความเป็นชาย วัยรุ่น และวัฒนธรรมบริโภคนิยม

โดย

ผศ.ดร. วสันต์ ปัญญาแก้ว - หัวหน้าโครงการวิจัย

อาจารย์อาจันต์ ทองอยู่คง - นักวิจัย

พงศกร สงวนศักดิ์ - นักวิจัย

ปลายฟ้า นามไพร - ผู้ช่วยนักวิจัย

ศูนย์วิจัยและบริการวิชาการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สิงหาคม 2559

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก

ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประจำปี 2558

บทคัดย่อ

การศึกษาปรากฏการณ์ “พนันบอล” ในฐานะส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมพนันบอลซึ่งเป็นกิจกรรมระดับชีวิตประจำวันในบริบทของชีวิตสมัยใหม่ในสังคมไทย นอกจากจะสะท้อนให้เห็นระบบความสัมพันธ์และอำนาจการเมืองในสังคมสมัยใหม่ ยังช่วยสร้างความเข้าใจที่มีต่อกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์ไปกับวัฒนธรรมพนัน การบริโภคสื่อและฟุตบอล ตลอดจนเส้นทางเข้าสู่วงการพนันของเยาวชนและผู้เล่นเกมกลุ่มผู้ชายวัยทำงาน โครงการวิจัย “ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก” นี้ เสนอให้พิจารณาพนันบอลและฟุตบอลไทยลีกในฐานะที่เป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องพัวพันไปกับปฏิบัติการ ความหมาย และระบบความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของอุตสาหกรรมฟุตบอล วัฒนธรรมพนันและธุรกิจสื่อการกีฬา ที่ก่อตัวขึ้นมาอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 คำถามสำคัญของการวิจัยคือ ใครคือพนันบอลไทยลีก บรรดานักพนันบอลพวกเขาเป็นใครกัน? แบบแผนการดำเนินชีวิตของพวกเขาเป็นอย่างไร? พนันบอลเกี่ยวข้องพัวพันไปกับชีวิตประจำวันของพวกเขาอย่างไร?

หัวหน้าโครงการได้ออกแบบการทำงานระหว่างทีมวิจัยในชุดโครงการนี้ซึ่งแยกวิธีการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนคือ 1. การวิจัยสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาภาพกว้างระดับโครงสร้างภูมิหลังทางสังคม แบบแผนการใช้ชีวิต การบริโภคฟุตบอล ตลอดจนการเล่นพนันบอลของแฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก (อายุระหว่าง 15-40 ปี) 2. การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnographic Research) 2 โครงการซึ่งเน้นศึกษาผ่านชีวิต วัฒนธรรม ในระดับชีวิตประจำวัน คือ 2.1 การวิจัยเรื่อง “วัฒนธรรมพนันบอลไทยในมิติของการพนันและการบริโภค” เน้นพื้นที่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และ 2.2 การวิจัยเรื่อง “ฟุตบอล วัยรุ่น การพนัน และวัฒนธรรมความเป็นชาย” เน้นพื้นที่ในเมืองเชียงใหม่ โดยมีระยะเวลาดำเนินงานของชุดโครงการวิจัยนี้รวมทั้งสิ้น 1 ปี ระหว่าง 1 มีนาคม 2558- 30 เมษายน 2559

1. โครงการวิจัยสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุดในพื้นที่ 5 สนาม คือ 1. สนาม SCG Stadium – เมืองทองธานี 2. สนาม PAT Stadium – การท่าเรือ-คลองเตย 3. สนาม I-Mobile Stadium – บุรีรัมย์ 4. สนาม United Stadium – เชียงราย และ 5. สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี – เชียงใหม่ ผลจากการศึกษาพบว่า ปรากฏการณ์ฟุตบอลไทยคือพื้นที่วัฒนธรรมใหม่ที่ก่อตัวขึ้นและช่วยให้เราเห็นความเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา กระแสความนิยมในฟุตบอลไทยในช่วง 6-7 ปีที่ผ่านมา นอกจากจะสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการของอุตสาหกรรมฟุตบอลในสังคมไทย ยังช่วยให้เราเห็นและสามารถติดตามการขยายตัวเพิ่มขึ้นของคนกลุ่มใหม่ คือ

เยาวชนและชายวัยทำงาน ที่อาจจะเรียกว่า “ชนชั้นใหม่” ซึ่งส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเมือง มีรายได้ระดับกลาง (คือระหว่าง 1- 20,000 บาท) ทำงานในระบบ พวกเขาคือแฟนบอลกลุ่มใหญ่ที่บริโภคฟุตบอลไทยภายใต้สภาพสังคมที่ พวกเขากำลังเผชิญกับภาวะวิกฤติอัตลักษณ์ทั้งจากชีวิตประจำวัน และชีวิตการทำงานในระบบสมัยใหม่ ความสัมพันธ์เชิงชุมชนแบบจารีตลดลง การเดินทางโยกย้ายถิ่นมีอัตราเร่งมากขึ้นจนถึงการถูกเบียดขับจากการเข้าสู่พื้นที่สาธารณะและการงานของผู้หญิงที่ปัจจุบันก็มีโอกาสมากขึ้น กลุ่มชายไทยเหล่านี้จึงต้องการพื้นที่ทางสังคมใหม่ๆ สำหรับแสดงตัวตนเพื่อยืนยันและคำจูนสภาวะวิกฤติอัตลักษณ์นี้ และหนึ่งในพื้นที่ทางสังคมนั้นก็คือ “วัฒนธรรมแฟนบอลไทยลีก”

2. การวิจัยเรื่อง “วัฒนธรรมแฟนบอลไทยในมิติของการพนันและการบริโภค” ซึ่งมุ่งศึกษาการบริโภคฟุตบอลของแฟนบอลไทยและการพนันทายผลฟุตบอลในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการบริโภค โดยศึกษาจากแฟนสโมสรฟุตบอลไทยเพศชาย ช่วงอายุประมาณ 21-40 ปี ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ช่วงฤดูกาลแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก 2558 โดยใช้ข้อมูลจากการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม, การสัมภาษณ์, และข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า การบริโภคฟุตบอลไทยต่างไปจากการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศในยุคก่อนหน้านี้ที่เป็นการบริโภคผ่านการ “ดู” เป็นหลัก โดยการบริโภคฟุตบอลไทยนั้นเป็นการบริโภคฟุตบอลในฐานะตัวแทนของท้องถิ่น, ชุมชนรูปแบบใหม่, พื้นที่ของผู้ชาย, และพื้นที่ของการแสดงออก ซึ่งเป็นผลมาจากอุปสงค์ทางสังคมของเพศชาย-ชนชั้นกลางระดับล่าง-วัยทำงานซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคฟุตบอลไทยกลุ่มหลัก ในส่วนของการพนันฟุตบอลพบว่าแฟนบอลไทยเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เล่นพนันฟุตบอล และกลุ่มที่เล่นพนันก็มักจะเป็นการเลือกพนันอย่างไม่เป็นไปตามอรรถประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เช่นเล่นพนันเฉพาะสโมสรที่ตนเองเป็นแฟนบอล ข้อค้นพบดังกล่าวนำมาสู่ข้อเสนองานวิจัยนี้ว่า สำหรับแฟนบอลไทยแล้ว การพนันฟุตบอลเป็นกิจกรรมที่ถูกเบียดขับให้อยู่ที่ชายขอบของการบริโภค เพราะวิถีการบริโภคฟุตบอลของแฟนบอลไทยนั้นเป็นไปในทางที่ตอบสนองต่ออุปสงค์ทางสังคมแบบอื่นมากกว่า

3. การวิจัยเรื่อง “ฟุตบอล วัยรุ่น การพนัน และวัฒนธรรมความเป็นชาย” ซึ่งเน้นศึกษากลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-20 ปี ในพื้นที่เชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า การเล่นพนันบอลของวัยรุ่น แท้จริงแล้วเกี่ยวข้องกับสภาพสังคมสมัยใหม่ที่เน้นการแข่งขัน มีระบบความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นและหล่อหลอมให้ผู้คนมีความเป็นปัจเจกชนสูง การที่วัยรุ่นเลือกการบริโภคฟุตบอลในแบบต่างๆ เพื่อสร้างความเป็นกลุ่ม ชุมชนเพื่อน และหลีกเลี่ยงจากความน่าเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน แสดงให้เห็นถึงการปรับให้การเล่นพนันบอล ซึ่งสำหรับวัยรุ่นเป็นกิจกรรมที่มีความเป็นปัจเจกสูง ถูกนำมาใช้ในความหมายที่ต่างไปจากเดิม เหตุปัจจัยเหล่านี้อาจบอกได้ว่า อะไรคือปัจจัยที่ทำให้การเล่นพนันบอลยังคงอยู่ในวิถีชีวิตของวัยรุ่น ทว่า การเล่นพนันบอลของวัยรุ่นก็ไม่ได้เป็นปัญหาในตัวของมันเอง แต่มันเริ่มเป็นปัญหาเมื่อ

ขาดการจัดการที่ดี ซึ่งการจัดการควบคุมที่ดีนั้น สถาบันครอบครัวและสถาบันการศึกษาคือกลไกสำคัญหลักที่ต้องกำกับดูแล

ฟุตบอลคือกีฬาที่เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมไทยยุคปัจจุบัน วัฒนธรรมแฟนบอล ก่อตัวขึ้นอย่างสร้างสรรค์ และกลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนชนชั้นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น คนหนุ่มสาววัยทำงาน ที่ชีวิตประจำวันถูกกำหนดด้วยตารางเวลาและพื้นที่ทำงานอย่างเคร่งครัดในสังคมเมือง กิจกรรมช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์จึงมีความสำคัญและมีความหมายอย่างยิ่งในชีวิตของพวกเขา ข้อเสนอสำคัญของชุดโครงการวิจัยนี้ก็คือ วัฒนธรรมแฟนและการบริโภคกีฬา คือความบันเทิงในพื้นที่สาธารณะใหม่ อันพัฒนาควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์พื้นที่วัฒนธรรมใหม่ วิธีการดำเนินชีวิตใหม่ๆ ที่แสดงปฏิบัติการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ วัฒนธรรมดิจิทัล ที่แพร่กระจายและเข้าถึงกันได้ง่ายในปัจจุบัน ในแง่การเล่นพนันทายผลการแข่งขันฟุตบอลหรือที่เรียกกันสั้นๆ ว่า “พนันบอล” จึงเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอลที่เติบโตขึ้น เป็นส่วนหนึ่งที่ไม่ควรมองแยกขาดออกจากวัฒนธรรมแฟนบอลไทย และไม่ควรรนำเอาอคติหรือมิติเชิงศีลธรรมมาตัดสิน แต่ทว่า เราควรเริ่มพยายามทำความเข้าใจว่า พนันบอลเป็นส่วนหนึ่งของวิธีการดำเนินชีวิตของผู้คนกลุ่มใหม่ที่ก่อตัวขึ้นในสังคม นับจากปี พ.ศ. 2552 มีการเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญเมื่อเริ่มมีการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก และการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศผ่านสื่อโทรทัศน์ค่อยๆ คลี่คลาย ไปสู่การรวมกลุ่มเป็นแฟนบอล (ไทยลีก) ตัวจริงที่ติดตามเชียร์ทีมรักและนักเตะในสนามแข่งขัน กระบวนการทางวัฒนธรรมดังกล่าวมีส่วนอย่างสำคัญต่อการเบี่ยงเบนความสนใจในกลุ่มแฟนบอลวัยรุ่นให้ออกห่างจากการเล่นพนันบอลได้มากขึ้น สำหรับกลุ่มวัยรุ่นเป็นไปได้ว่าการเข้าสู่อาชีพนักฟุตบอล หรือการส่งเสริมให้ฟุตบอลลีกของประเทศไทยเติบโตอย่างมั่นคง เป็นอุตสาหกรรมกีฬาอาชีพ อาจจะสามารถช่วยป้อนปรมัติปัญหาการเข้าสู่วงการพนันบอลของกลุ่มวัยรุ่นได้ ด้วยเหตุนี้ การแข่งขันฟุตบอลอาชีพและการเติบโตของอุตสาหกรรมฟุตบอล นอกจากจะเป็นกลไกช่วยปลูกฝังวัฒนธรรมแฟน การร่วมชมเชียร์ที่ทำให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมในสนาม ได้เชียร์บอลอย่างสร้างสรรค์ ยังอาจจะช่วยสร้างภูมิป้องกัน หรือการหลงทางเข้าสู่วงการพนันบอลของวัยรุ่น พร้อมกันนั้น การส่งเสริมให้อาชีพนักฟุตบอลเป็นอาชีพที่ก้าวหน้าและมั่นคง ด้วยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และเอกชนหลายภาคส่วน ยังจะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้วัยรุ่นมีความกระหายอยากที่จะพัฒนาตัวเองไปเป็นนักฟุตบอลอาชีพ ซึ่งการมุ่งความสนใจไปอยู่ที่การเล่นฟุตบอล การฝึกซ้อมอย่างมีเป้าหมาย เพื่อมุ่งไปสู่การเป็นนักเตะอาชีพและการได้รับใช้ชาติ ซึ่งนอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนางานฟุตบอล ยังถือเป็นการส่งเสริมและพัฒนาเยาวชนไทยอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
1. บทนำ โดย วสันต์ ปัญญาแก้ว	1
1.1 ประเด็นปัญหาของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 การออกแบบการวิจัย	4
1.4 การนำเสนอผลการศึกษา	5
2. การกำหนดกรอบความคิด โดย วสันต์ ปัญญาแก้ว	8
2.1 ฟุตบอลศึกษา: การศึกษาฟุตบอลในเชิงสถาบันวัฒนธรรม	8
2.2 วัยรุ่นศึกษา	11
2.3 ฟุตบอลในสังคมไทย	20
3. วิธีการศึกษา โดย วสันต์ ปัญญาแก้ว	25
3.1 การวิจัยสำรวจ	25
3.2 การวิจัยภาคสนาม	27
4. ฟุตบอลในสังคมไทย โดย วสันต์ ปัญญาแก้ว	33
4.1 บทนำ	33
4.2 ฟุตบอลกับการสร้างชาติและความศิวิไลซ์ในสยาม	34
4.3 โทรศัพท์ อุตสาหกรรมสื่อ และการบริโภคฟุตบอลในสังคมไทย	35
4.4 ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ความขัดแย้ง และวัฒนธรรมแฟน	37
5. แฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก โดย วสันต์ ปัญญาแก้ว	43
5.1 บทนำ	43
5.2 ภูมิหลังทางเศรษฐกิจสังคมของกลุ่มแฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก	46
5.3 กิจกรรม การใช้เวลารว่าง ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์	52
6. แฟนบอลกับไทยพรีเมียร์ลีก โดย วสันต์ ปัญญาแก้ว	55

6.1 บทนำ	55
6.2 พนันบอล การพักผ่อนหย่อนใจ และการบริโภคสื่อ	60
6.3 ฟุตบอล วัฒนธรรมแฟน และความหมายของการพนันในสังคมสมัยใหม่	64
7. วัฒนธรรมแฟนบอลไทยในมิติของการพนันและการบริโภค โดย อาจันต์ ทองอยู่คง	68
7.1 บทนำ	68
7.2 ประวัติศาสตร์การบริโภคฟุตบอลและการพนันในสังคมไทย	81
7.3 การบริโภคฟุตบอลไทย	95
7.4 แฟนบอลไทยกับการเล่นพนันบอล	119
7.5 สรุป	130
8. ฟุตบอล วัยรุ่น การพนัน และวัฒนธรรมความเป็นชาย โดย พงศกร สงวนศักดิ์	137
8.1 บทนำ	138
8.2 วัฒนธรรมฟุตบอลของวัยรุ่น	149
8.3 ชีวิตวัยรุ่น: ครอบครัวและชีวิตประจำวัน	158
8.4 วัยรุ่นกับการเล่นพนันบอล	169
8.5 สรุป	180
9. บทสรุปโครงการวิจัย โดย วสันต์ ปัญญาแก้ว	185
9.1 พัฒนาการของไทยลีก	185
9.2 ไทยลีก: ความขัดแย้งและวัฒนธรรมแฟน	187
9.3 แฟนบอล vs พนันบอล	189
9.4 พนันบอล เส้นทางสู่นักฟุตบอลอาชีพ และวัยรุ่นไทย	191
บรรณานุกรม	193
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	205



บทนำ

วสันต์ ปัญญาแก้ว

1.1 ประเด็นปัญหาของการวิจัย

นับจากต้นทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา ฟุตบอลอาชีพและธุรกิจกีฬาฟุตบอลก่อตัวขึ้นอย่างเฟื่องฟูและเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในสังคมไทย ทั้งการติดตามชมการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันฟุตบอลจากต่างประเทศ เช่น พรีเมียร์ลีกอังกฤษ (English Premier League) ที่มีมาก่อนหน้านั้นกว่า 2 ทศวรรษ และการติดตามชมเชียร์เกมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก (Thai Premier League) ในกรณีของ ไทยพรีเมียร์ลีกกระแสความนิยมที่มีต่อเกมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยนี้เริ่มขึ้นอย่างจริงจังในปี 2552 เมื่อสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยได้จัดตั้ง “บริษัทไทยพรีเมียร์ลีก” เพื่อดำเนินการจัดการรายการแข่งขันฟุตบอลอาชีพให้ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดของสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (The Asian Football Confederation) และการจัดตั้งสโมสรฟุตบอลโดยเฉพาะในหัวเมืองใหญ่ต่างจังหวัด ซึ่งมักจะบริหารจัดการโดยนักการเมืองท้องถิ่น ทั้งนี้ในปีที่ผ่านมา (คือ พ.ศ.2556) สถิติเกี่ยวกับจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขัน หรือแฟนบอลของ “ไทยพรีเมียร์ลีก” ตามสนามแข่งของทีมสโมสรทั่วประเทศ 18 ทีม พบว่ามีถึง 1,410,355 คน ในจำนวนนี้ยังไม่รวมจำนวนผู้ชมแฟนบอลที่ติดตามชมเชียร์อยู่ “ทางบ้าน” ผ่านรายการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันที่จะมีอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2-4 คู่ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11, True Visions และ Siam Sport TV ซึ่งโดยประมาณไม่น่าจะต่ำกว่าเท่าตัวของจำนวนผู้ชมในสนาม หรือราวๆ 1-2 ล้านคน เป็นอย่างน้อย

ฟุตบอล กลายเป็นกีฬาและสินค้าอดนิยมนของกลุ่มคนจำนวนไม่น้อย และเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการบริโภคสื่อ ข่าวสาร และการดำเนินธุรกิจ กิจกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆ ที่เกี่ยวพัน ในสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ เช่น การรวมตัวเข้าชมเกมการแข่งขันและดำเนินกิจกรรมของแฟนคลับสโมสรฟุตบอล (ทั้งไทยและต่างประเทศ) การจัดรายการเกมการแข่งขันฟุตบอลภายในกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมสถาบัน หรือระหว่างสถาบันการศึกษา และการเล่นพนันทายผลการแข่งขัน หรือที่เรียกกันติดปากว่า “พนันบอล” ทั้งหมดทั้งมวลอาจเรียกได้ว่าเป็น “วัฒนธรรมฟุตบอล” (Football culture) ที่ปัจจุบันนอกจากจะกลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนโดยเฉพาะวัยรุ่น คนหนุ่มสาวในสังคมไทย ยังถือเป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงปฏิบัติการและความหมายที่ซับซ้อนของ

อุตสาหกรรมฟุตบอลและธุรกิจสื่อ (โดยเฉพาะโทรทัศน์) ภายใต้เงื่อนไขที่ระบบเศรษฐกิจและสังคมการเมืองไทยถูกผนวกเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจโลกาภิวัตน์

ในสังคมสมัยใหม่ ด้านหนึ่งชีวิตของคนเรากลายเป็นส่วนหนึ่งของ “ชุมชนโลก” มากขึ้น ทว่าอีกด้านหนึ่ง ก็ต้องเผชิญกับกิจกรรมจำเจซ้ำซาก น่าเบื่อหน่ายจาก “สินค้า” ระบบงานบริการที่มุ่งเน้นความเป็นมาตรฐานมากขึ้น การทำงานภายใต้ระบบบริหารการดำเนินงานสมัยใหม่ หรือการทำงานภายใต้ระบบการผลิตแบบโรงงาน ชีวิตพนักงานบริษัทคนทำงานในระบบกลับถูกพันธนาการและตกอยู่ภายใต้ภาวะไร้อำนาจมากขึ้น ฉะนั้นการที่ผู้คนจะแสวงหากิจกรรมสร้างชีวิตวัฒนธรรมเพื่อทดแทนไม่ให้ตนเองรู้สึกแปลกแยกไร้ชีวิตความเป็นคน มากไปกว่าจุดที่มนุษย์จะทนต่อไปได้ ผ่านการบริโภคการเล่นพนัน เข้าร้านดื่มกิน สูสิ่งกับเพื่อนฝูง เชกส์และผู้หญิงในผับบาร์ จึงอาจกลายเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยเยียวยาจิตใจได้บ้างเช่นกันในสังคมไทยยุคปัจจุบัน ในบริบทของวัฒนธรรมฟุตบอล การเป็นแฟนบอลและนักพนันบอล ไม่เพียงต้องอาศัยทักษะความสามารถในการวิเคราะห์จัดการกับ “ข่าวสาร” มากมายมหาศาลที่ถูกส่งผ่านมาทางสื่อสมัยใหม่ในแต่ละวัน ทว่าการได้ร่วมแชร์ประสบการณ์สังคมต่างๆ ไปกับกลุ่มเพื่อนในเครือข่ายชุมชนแฟนบอล นักพนันบอล (ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์) นอกจากจะเป็นกิจกรรมการลงทุนที่ทำหาย ยังมีความหมายทางสังคมอย่างยิ่งยวดกับการได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของ “ชุมชนแฟนบอล” ดูเหมือนว่าในสังคมไทยยุคปัจจุบัน การดำเนินชีวิตของผู้คนมีแนวโน้มที่จะถูกกระบวนการเชิงสถาบันต่างๆ ในระบบอุตสาหกรรมและธุรกิจสื่อหล่อหลอมให้กลายเป็นปัจเจกชนที่ดูเหมือนจะไร้สติ ไร้อำนาจที่จะจัดการชีวิตตนเองมากยิ่งขึ้น ทว่าในระดับชีวิตประจำวัน การเล่นพนันบอลและวัฒนธรรมแฟนบอลนี้เอง ที่น่าจะกลายเป็นพื้นที่ทางสังคมเป็น “ประชาสังคมใหม่” ของกลุ่มผู้ชาย ที่พยายามจัดการกับอำนาจที่ตัวเองถูกรื้อถอนออกไป พยายามที่จะกำหนดชะตากรรมชีวิตของตนเองขึ้นใหม่

กล่าวได้ว่า ฟุตบอลนั้นคือส่วนหนึ่งของ “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” (culture industry) คือธุรกิจผลิตสินค้า เสมือน “ตลาด” ขนาดใหญ่ ที่เชื่อมโยงสังคมไทยกับระบบเศรษฐกิจโลก และในตัวของมันเองก็เป็นพื้นที่ที่ทำให้เราเห็นการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในสังคมไทยและในสังคมโลก ในบริบทของชีวิตที่ผู้คนในโลกสมัยใหม่ส่วนใหญ่ถูกกำหนดด้วยเวลา พนันบอลในตัวของมันเองนอกจากจะเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่ง การเล่นพนันบอลของผู้คนจึงสลับซับซ้อน กล่าวคือเป็นชีวิตในสังคมสื่อและการบริโภคสื่อในยุคโลกาภิวัตน์ ทั้งกลุ่มแฟนบอลและนักพนันบอล ไม่เพียงแต่ต้องติดตามข่าวสารในแวดวงกีฬาฟุตบอล ทว่าจำนวนไม่น้อยต้องลงทุน บริโภคทั้งข่าวสารและสินค้าวัฒนธรรมสมัยนิยม เช่น สินค้าของสโมสรฟุตบอล ค่าสมัครสมาชิกสโมสรฟุตบอล ตลอดจนค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือน ค่าสมาชิกโทรทัศน์ระบบบอกรับ (Pay TV) เพื่อที่จะได้ติดตามชมการ

ถ่ายทอดสด ผลการแข่งขัน การวิเคราะห์ของกฎ การติดตามแนวโน้มราคาพนันขั้นต่อ (ผ่านรายการวิเคราะห์เจาะลึก) ที่ไม่ต่างไปจากราคาขึ้นลงของหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ ในแง่ระบบและเครือข่ายของการเล่นพนันบอลจึงซับซ้อนพอๆ กับระบบตลาดเงิน ที่ดำเนินไปในระดับข้ามชาติ เราจะไม่สามารถเข้าใจ “ระบบการพนัน” นี้ได้หากยังคงคิดอยู่ในระดับชาติ งานศึกษาของ วสันต์ ปัญญาแก้ว และคณะ (2557) ก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นว่า พนันบอล คือกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ก่อตัวขึ้นควบคู่ไปกับความนิยมที่ผู้คนมีต่อกีฬาฟุตบอลและการเติบโตของอุตสาหกรรมฟุตบอลในสังคมไทย การพนันชนิดนี้ถือเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ก่อตัวขึ้นควบคู่ไปกับการวิถีสันทนาการสมัยใหม่ของผู้คนในสังคมไทย กล่าวคือ พนันบอล เป็นเรื่องของผู้ชายกลุ่มหนึ่ง ที่อาจจะเรียกว่าเป็น “กลุ่มที่มีรายได้ระดับกลาง-ค่อนข้างไปถึงระดับล่าง” และยิ่งอุตสาหกรรมฟุตบอล ธุรกิจและการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย (คือ ไทยพรีเมียร์ลีก ที่เริ่มขึ้นตั้งแต่ 5 ปีที่แล้ว) เป็นที่นิยมได้รับความสนใจ มีการพัฒนา เติบโต และการลงทุนมากขึ้น แนวโน้มของการเล่นพนันบอล น่าจะยิ่งจำกัดวงแคบลงเรื่อยๆ ในกลุ่มของผู้ชายวัยทำงาน อย่างไรก็ตามงานวิจัยโครงการดังกล่าว ยังไม่ได้ศึกษาครอบคลุมไปถึงกลุ่มเด็กชายวัยรุ่นตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 15-18 ปี ซึ่งถือเป็นช่วงเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญช่วงหนึ่งของวัยรุ่น

การพิจารณาพนันบอลในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมฟุตบอลในสังคมไทย ในฐานะที่เป็น “ปฏิบัติการ” หรือกิจกรรมระดับชีวิตประจำวันที่มีความหมายยิ่งของกลุ่มวัยรุ่นและแฟนบอลชายไทย (อายุระหว่าง 15-40 ปี) ไม่ว่าจะเป็น การเล่นฟุตบอล วัฒนธรรมแฟนบอล (ซึ่งปัจจุบันมักแสดงออกผ่านการใช้ความรุนแรง การแสดงความเป็นชาย ในสนามแข่งขัน) การติดตามชมการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขัน รวมจนไปถึงการเล่นพนันบอล จึงถือเป็นประเด็นปัญหาของการศึกษาวิจัยที่ทำทนายและน่าจะช่วยค้นหาคำตอบ ความเข้าใจใหม่ๆ เกี่ยวกับนัยยะทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ของอุตสาหกรรมฟุตบอลและวัฒนธรรมแฟนบอล ตลอดจน วิธีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรมสมัยนิยมของวัยรุ่น คนหนุ่มสาว ตลอดจนแบบแผนการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมไทยโดยเฉพาะกลุ่มผู้ชายวัยทำงาน กับการประกอบสร้างและแสดงออกซึ่งความเป็นชาย ในบริบทของสังคมเมืองสมัยใหม่ที่ชีวิตเต็มไปด้วยความเสี่ยง ความไม่แน่นอน และความเกี่ยวข้องพัวพันไปกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองทั้งในระดับชาติและในระดับโลก

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาวิจัยสำรวจ ภูมิหลังทางสังคม (ครอบครัว) แบบแผนการใช้เวลา และการบริโภคสื่อ ของแฟนบอลไทยที่มีพื้นเพและกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน (คือระหว่างกลุ่มวัยรุ่นที่ยังศึกษาเล่าเรียนใน

สถานศึกษา อายุระหว่าง 15-20 ปี และกลุ่มคนหนุ่มสาววัยทำงาน อายุระหว่าง 21-40 ปีที่ทำงานแล้ว)

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบวิถีการดำเนินชีวิต แบบแผนการเล่นพนัน และการบริโภคสื่อ ในกลุ่มแฟนบอล 2 กลุ่มดังกล่าว ว่ามีนัยสำคัญ หรือสัมพันธ์ไปกับการประกอบสร้าง “ความเป็นชาย” และการนำเสนอตัวตนทางสังคม (ผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวพัน และวัฒนธรรมการบริโภคฟุตบอล) ในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

1.3 การออกแบบการวิจัย

โครงการศึกษาวิจัยครั้งนี้ หัวหน้าโครงการ ได้วางแผนและออกแบบการทำงานร่วมกันระหว่างทีมวิจัยในลักษณะของชุดโครงการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรม 2 ส่วน 3 โครงการวิจัยย่อยคือ

1.3.1 โครงการวิจัย

1.3.1.1 การวิจัยวิจัยสำรวจ (Survey Research)

การวิจัยสำรวจภูมิหลังทางสังคม แบบแผนการใช้ชีวิต การบริโภคฟุตบอล ตลอดจนการเล่นพนันบอลของแฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก โดยในส่วนนี้ดำเนินการโดย ผศ.ดร. วสันต์ ปัญญาแก้ว หัวหน้าโครงการ และผู้ช่วยนักวิจัย คือนางสาวปลายฟ้า นามไพร (ปัจจุบันศึกษาระดับปริญญาโทสาขาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) มุ่งศึกษา ภูมิหลังทางสังคม แบบแผนการใช้เวลา และการบริโภคสื่อ ของกลุ่มแฟนบอลอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป แต่ไม่เกิน 40 ปี โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวม และกำหนดพื้นที่เป้าหมายไว้ดังนี้คือ 1. กรุงเทพฯและปริมณฑล 2 สนาม 2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 สนาม และ 3. ภาคเหนือ 2 สนาม รวมใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดประมาณ 400 ตัวอย่าง (ดูรายละเอียด ระเบียบวิธีวิจัย ในบทที่ 3)

1.3.1.2 การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnographic Research) 2 โครงการ คือ

1. การวิจัยเรื่อง “วัฒนธรรมแฟนบอลไทยในมิติของการพนันและการบริโภค” เน้นพื้นที่ใน กรุงเทพฯ และปริมณฑล (ดำเนินการโดย อาจันต์ ทองอยู่คง อาจารย์ประจำ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

2. การวิจัยเรื่อง “ฟุตบอล วัยรุ่น การพนัน และวัฒนธรรมความเป็นชาย” เน้นพื้นที่ใน เชียงใหม่-ลำพูนและเชียงราย (ดำเนินการโดยนักวิจัย พงศกร สงวนศักดิ์ นักวิจัยประจำโครงการ ศูนย์วิจัยและบริการวิชาการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)

ระยะเวลาและแผนการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 1 ปี คือ 1 มีนาคม 2558- 30 เมษายน 2559

1.3.2 กิจกรรมการประชุมเสวนา/เสนอความก้าวหน้า

ระหว่างการทำงานวิจัยภาคสนาม โครงการได้จัดประชุมเสนอความก้าวหน้า เพื่อนำเสนอผลงานให้นักศึกษา คณาจารย์ และผู้สนใจทั่วไปได้รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น 2 ครั้ง คือ ครั้งที่ 1 งานเสวนาวิชาการ "ฟุตบอลไทยกับไทยศึกษา" ในวันศุกร์ที่ 4 ธันวาคม 2558 ณ ห้องประชุมชั้น 4 อาคารปฏิบัติการคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (มีผู้เข้าร่วมงานเสวนา 31 คน) โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสันต์ ปัญญาแก้ว นางสาวปลายฟ้า นามไพร (ผู้ช่วยนักวิจัย) อาจารย์ชาลินี สนพลาย (คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) พงศกร สงวนศักดิ์ (นักวิจัย) และอาจารย์ทองอยู่ คง (นักวิจัยอาจารย์ประจำคณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) เป็นวิทยากร และผู้ทรงคุณวุฒิวิจารณ์ผลงาน 2 ท่านคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุกติ มุกดาวิจิตร จากคณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และศาสตราจารย์ ดร.อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์จากภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

และครั้งที่ 2 การประชุมเสวนาวิชาการ นำเสนอผลการวิจัย “โครงการฟุตบอลไทยฟรีเมียร์ลีก : การพนัน ความเป็นชาย วัยรุ่น และวัฒนธรรมบริโภคนิยม” ในวันศุกร์ที่ 1 เมษายน 2559 เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมชั้น 4 ตึกปฏิบัติการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (มีผู้เข้าร่วมการประชุมเสวนา 40 คน) โดยมีหัวหน้าโครงการคือ ผศ.ดร. วสันต์ ปัญญาแก้ว นักวิจัย 2 ท่านคือ พงศกร สงวนศักดิ์ และอาจารย์ทองอยู่คง เป็นวิทยากรเสนอผลการศึกษาและรับฟังข้อวิจารณ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ คือศาสตราจารย์ ดร. อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ จากภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และรองศาสตราจารย์ ดร. ไชยยันต์ รัชชกุล จากคณะรัฐศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

จากนั้นนักวิจัย (2 โครงการย่อย และ 1 โครงการวิจัยสำรวจ) ได้แก้ไขและส่ง (ร่าง) รายงานผลการวิจัย (ของแต่ละโครงการ) ให้หัวหน้าโครงการ นำมาเขียนรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์และนำเสนอผลการศึกษา การตีความอภิปรายผลการวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมแฟน การบริโภคฟุตบอล และปรากฏการณ์พนันบอลในสังคมไทย

1.4 การนำเสนอผลการศึกษา

ผลการศึกษาจากชุดโครงการวิจัยนี้นำเสนอในส่วนต่อจากนี้ แยกออกเป็นบทต่างๆ ดังนี้

บทที่ 2 การกำหนดกรอบความคิด

เสนอบทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานศึกษาที่เกี่ยวข้องตลอดจนสรุปกรอบแนวคิดและแนวทางการศึกษาวิจัยที่ชุดโครงการวิจัยนี้พัฒนาและใช้ร่วมกันในการทำงานวิจัยของทีมนักวิจัย

บทที่ 3 วิธีการศึกษา

เสนอรายละเอียดเกี่ยวกับการออกแบบการวิจัย แนวทางการศึกษาวิจัยของแต่ละโครงการย่อย พื้นที่และกรณีศึกษา ตลอดจนการทำงานวิจัยในระดับปฏิบัติการ

บทที่ 4 ฟุตบอลในสังคมไทย

นำเสนอ บริบทประวัติศาสตร์ ความเป็นมาและการแพร่กระจายของกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย พัฒนาการของการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ วัฒนธรรมแฟนและการบริโภคฟุตบอลในสังคมไทย โดยหัวหน้าโครงการคือ ผศ. ดร. วสันต์ ปัญญาแก้ว

บทที่ 5 แฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก

นำเสนอผลการวิจัยสำรวจ (โดย ผศ. ดร. วสันต์ ปัญญาแก้ว) เน้นเรื่องภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของแฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก จากพื้นที่ 5 สนามแข่งขัน คือ 1. สนามยูไนเต็ด สเตเดียม เชียงราย 2. สนามแพต สเตเดียม การท่าเรือ-คลองเตย 3. สนามเมืองทอง ยูไนเต็ด นนทบุรี 4. สนามไอโมบาย สเตเดียม บุรีรัมย์ และ 5. สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี เชียงใหม่ และการอธิบายผลการวิจัยสำรวจเกี่ยวกับสถานภาพทางสังคม อาชีพ รายได้ การศึกษา และแบบแผนการใช้ชีวิตช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ การบริโภคสื่อ เป็นต้น

บทที่ 6 พนันบอลกับไทยพรีเมียร์ลีก

นำเสนอผลการวิจัยสำรวจ (โดย ผศ. ดร. วสันต์ ปัญญาแก้ว) เกี่ยวกับการเล่นพนันบอลของกลุ่มแฟนบอลไทยลีก จากพื้นที่ 5 สนามแข่งขัน (ดังกล่าวข้างต้นในบทที่ 2) และการอธิบายความหมายและความสัมพันธ์ระหว่างการเล่นพนันบอล ภูมิหลังทางสังคมและแบบแผนการใช้ชีวิตของแฟนบอลไทย รูปแบบการเล่นพนันบอล ตลอดจนความคิดเห็นของแฟนบอลไทยเกี่ยวกับเรื่องพนันบอลในสังคมไทย

บทที่ 7 วัฒนธรรมแฟนบอลไทยในมิติของการพนันและการบริโภค

นำเสนอผลการศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณา (โดย อาจันต์ ทองอยู่คง) ซึ่งมุ่งศึกษาวัฒนธรรมแฟนบอลไทย (จากพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยเฉพาะจากกรณีศึกษากลุ่มแฟนบอลสโมสรการทำเรือ เอฟซีและเชียงรายยูไนเต็ดในกรุงเทพฯ) และตำแหน่งแห่งที่ของการพนันในวัฒนธรรมแฟนบอลไทย มุ่งตีความพนันบอลในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการบริโภคฟุตบอลในสังคมไทย

บทที่ 8 ฟุตบอล วัยรุ่น การพนัน และวัฒนธรรมความเป็นชาย

นำเสนอผลการศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณา (โดย พงศกร สงวนศักดิ์) ซึ่งมุ่งศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของกลุ่มวัยรุ่น (จากพื้นที่และกรณีศึกษาในเมืองเชียงใหม่) การใช้ชีวิต การศึกษา

เปรียบเทียบระหว่างวัยรุ่น 2 กลุ่มจากสถานศึกษาที่มีสภาพแวดล้อมและบริบทที่ต่างกัน การเล่น
พนันบอล และการแสดงความเป็นชาย

บทที่ 9 บทอภิปรายสรุป

นำเสนอข้อสรุปผลการศึกษาจาก (โดยหัวหน้าโครงการคือ ผศ. ดร. วสันต์ ปัญญาแก้ว) การ
อภิปรายตีความทำความเข้าใจวัฒนธรรมแฟน การบริโภคฟุตบอล ปรัชญาการพนันบอล ในบริบท
ของการเติบโตของอุตสาหกรรมฟุตบอล ธุรกิจสื่อการกีฬา การแข่งขันฟุตบอลอาชีพ และกระแสดราม
นิยมที่ผู้คนมีต่อฟุตบอลทีมชาติไทย เพื่อแสวงหาแนวทางการทำความเข้าใจ ตลอดจนข้อเสนอเชิง
นโยบายและแนวทางการแก้ไขปัญหาวัยรุ่นกับพนันบอลในสังคมไทยยุคปัจจุบัน



การกำหนดกรอบความคิด

วสันต์ ปัญญาแก้ว

2.1 ฟุตบอลศึกษา: การศึกษาฟุตบอลในเชิงสถาบันวัฒนธรรม

กำเนิดของฟุตบอลในอังกฤษ แต่เดิมคือเกมพื้นบ้านของชาวนาที่ก่อตัวขึ้นราวๆ ศตวรรษที่ 14 ชีวิตของชาวนายุคกลางคือการดำรงชีพที่ถูกจำกัดด้วย "การเดินทาง/เคลื่อนที่" และความยากลำบาก ภัยธรรมชาติ และโรคระบาด กระนั้นก็ตามวิถีชีวิตแบบสังคมชาวนาก็ยังพอมี "เวลาว่าง" ให้กับพวกเขาอยู่บ้าง ภายใต้เงื่อนไขดังกล่าว การเล่นเกมเพื่อความบันเทิงประเภทหนึ่งที่เรียกว่า "folk football" หรือ "ฟุตบอลบ้าน" ได้ถือกำเนิดขึ้น (Sandvoss 2003.) ฟุตบอล อาจถูกนำไปเล่นเป็นกีฬาในสถานศึกษาอันเก่าแก่ของอังกฤษคือ Eton ตั้งแต่ปี 1519 ทว่า กว่าที่ "ฟุตบอลสมัยใหม่" จะพัฒนาขึ้นในสถาบันการศึกษา ต้องรอจนกว่า 3 ศตวรรษให้หลัง กล่าวคือระหว่างศตวรรษที่ 18 ถึงศตวรรษที่ 19 การเล่นเกมฟุตบอล ถือเป็น "กีฬาสร้างวินัย" เป็นกลไกเชิงสถาบัน เป็นเครื่องมือที่รัฐ ใช้ตัดสินสั่งและกำหนดยุทธศาสตร์ของชนชั้นสูงที่มักแสดงพฤติกรรมนอกคอกและต่อต้าน

กล่าวอีกอย่างหนึ่ง ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม การสถาปนาและพัฒนา "ฟุตบอลสมัยใหม่" ในสถานศึกษาของอังกฤษคือภาพสะท้อนของสิ่งที่ นักสังคมวิทยา Norbert Elias เรียกว่า "กระบวนการสร้างความศิวิไลซ์" (civilizing process). ในแง่การปรับเปลี่ยนและพัฒนากติกาและรูปแบบการเล่นจาก "ฟุตบอลบ้าน" มาเป็น "ฟุตบอลสมัยใหม่" หรือเกมของชาวเมืองผู้ศิวิไลซ์ เช่นในวิทยาลัยอีตัน จึงเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของการดิ้นรนของชนชั้นกระฎุมพีที่จะสถาปนาอำนาจนำและการสร้างตัวตนใหม่ในสังคมอุตสาหกรรมทุนนิยม (ดูเพิ่มเติม ชาญ พนารัตน์ บทที่ 2 ใน *ฟุตบอลไทย*. วสันต์ ปัญญาแก้ว และคณะ บก. กรุงเทพฯ. ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน. 2557 ด้วย) ฟุตบอลสมัยใหม่ได้ถือกำเนิดขึ้นมาในสังคมอังกฤษ โดยมีการจัดตั้ง "สมาคมฟุตบอล" (Football Association - FA) ขึ้นในปี ค.ศ. 1863 ทั้งนี้ก่อนหน้านั้นราวๆ 2 ทศวรรษคือในปี ค.ศ. 1842 ตัวแทนสถานศึกษา 14 แห่งได้ริเริ่มจัดเกมการแข่งขันฟุตบอลระหว่างวิทยาลัยในเมือง Cambridge และตกลงร่วมกันที่จะใช้กฎกติกาการเล่นฟุตบอลที่เป็นมาตรฐานเดียวกันเป็นครั้งแรก กระทั่งมีการจัดตั้ง "สมาคมฟุตบอล" ขึ้นในปี ค.ศ. 1863 ดังกล่าว กฎกติกาของสมาคมฟุตบอลอังกฤษจึงได้กลายเป็น "แม่แบบ" ของเกมการแข่งขันฟุตบอลสมัยใหม่นับแต่นั้นมา

ตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 19 จนถึงกลางศตวรรษที่ 20 การขยายตัวของทุนนิยมเสรีและระบบเศรษฐกิจโลกผ่านการแผ่ขยายอำนาจของอาณานิคมยุโรป โดยเฉพาะบทบาทของจักรวรรดินิยมอังกฤษในฐานะเมืองแม่ของการปฏิวัติอุตสาหกรรม จึงยิ่งช่วยสนับสนุนฟุตบอลสมัยใหม่กลายเป็นกีฬายอดนิยมที่แพร่กระจายออกไปในยุโรปและทวีปต่างๆ ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว โดยกลุ่มพ่อค้าเจ้าของโรงงาน เจ้าหน้าที่อาณานิคม นักเดินทาง หรือแม้แต่แรงงานผู้อพยพ (จากอังกฤษ) ฟุตบอลสมัยใหม่ดำเนินรอยตามระบบอุตสาหกรรมสมัยใหม่ ที่แพร่กระจายออกจากเกาะอังกฤษ ไปยังเวลส์ และยุโรป อเมริกาใต้ แอฟริกา และเอเชีย การแพร่กระจายของฟุตบอลสมัยใหม่จากเมืองแม่ไปยังกลุ่มประเทศต่างๆ ในเครือจักรภพและอาณานิคมอังกฤษ จึงสะท้อนถึงความสัมพันธ์และพัฒนาการที่เติบโตควบคู่กันมา ระหว่างกีฬาฟุตบอลกับสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ กระทั่งฟุตบอลกลายมาเป็นเกมกีฬาระดับโลกในปัจจุบัน

พัฒนาการของฟุตบอลสมัยใหม่ จากการเป็นเกมกีฬาสมัยใหม่ (modern sport) เพื่อสร้างความศิวีไลซ์ในสถานศึกษา มาสู่การเป็นเกมสินค้าเพื่อความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจของมวลชน คนทำงาน ในบริบทของการปฏิวัติอุตสาหกรรมและการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมสมัยใหม่ ในนัยหนึ่งจึงสะท้อนถึงการปฏิวัติอย่างถึงรากถึงโคนของระบบการทำงาน การใช้เวลารว่าง และการเน้นความเป็นเหตุผล ดังสะท้อนผ่านกฎกติกาการเล่นฟุตบอลภายใต้ธรรมนูญข้อกำหนดของสมาคมฟุตบอลอังกฤษ (ซึ่งปัจจุบันแพร่กระจายกลายเป็นกฎกติกาที่ถือเป็นมาตรฐานทั่วโลก) ที่ว่าต้องเป็น “การเล่นอย่างสุภาพบุรุษ ยุติธรรม และเคารพคำตัดสินของกรรมการ” (fair play and respect to authority) ฟุตบอลสมัยใหม่ คือสิ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจากระบบการของการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ความเป็นเหตุผลในสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ การกลายเป็นสถาบัน และการเกิดขึ้นของการบริหารงานแบบองค์กรที่ต้องมีมาตรฐานและเน้นการสร้าง ความชำนาญเฉพาะด้าน สถิติการจับบันทึก รวมจนไปถึงความต้องการที่จะสร้างสำนักประวัติศาสตร์ (ผ่านการจารึกจดจำและการสร้างตำนาน “เรื่องเล่า” เช่น นักเตะวีรบุรุษ บุคคลสำคัญและเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ของสโมสร) กล่าวอย่างถึงที่สุด ฟุตบอลสมัยใหม่ คือสถาบันวัฒนธรรมที่มีรากเหง้าถือกำเนิดขึ้นมาจากกระบวนการผลิตเชิงอุตสาหกรรม การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ภาวะสมัยใหม่ และการจัดระเบียบความสัมพันธ์เชิงองค์กร อันตั้งอยู่บนพื้นฐานของสิ่งที่ Max Weber เรียกว่า “Formal Rationality” ซึ่งเป็นรากฐานของการก่อตัวของรัฐสมัยใหม่ ไม่นานก็น้อย พัฒนาการของฟุตบอลสมัยใหม่ในสังคมหนึ่งๆ จึงอาจ “อ่าน” ได้ว่าคือสิ่งที่สะท้อนให้เราเห็นถึงพัฒนาการของ “ความเป็นประชาธิปไตย” ในสังคมนั้นๆ นั้นเอง

ต้นศตวรรษที่ 20 การขยายตัวของวัฒนธรรมการพักผ่อนหย่อนใจในสังคมเมืองใหญ่ การปฏิวัติทางด้านเทคโนโลยีทางด้านสื่อสารโทรคมนาคม ความก้าวหน้าและการแพร่กระจายของระบบ

การสื่อสารสมัยใหม่ ได้กลายเป็น “ตัวช่วย” และสถาปนากีฬาสสมัยใหม่ เช่น ฟุตบอล ให้กลายเป็นกีฬาของคนทั้งชาติและความเป็นชาตินิยมของกีฬาในเวทีระดับนานาชาติขึ้นมา ด้วยการทำให้เกมกีฬาการแข่งขัน เป็นเรื่องที่สามารถจะสื่อสารและแพร่กระจายให้ผู้คนได้ติดตามรับรู้กันได้อย่างรวดเร็วพร้อมๆ แม้ว่าจะอยู่ต่างถิ่นต่างสถานที่ ที่ห่างไกลกัน เช่นในอังกฤษ รายการวิทยุถือเป็นสื่อกลางและกลไกสำคัญของการสถาปนาให้การแข่งขันฟุตบอลกลายเป็นเกมระดับชาติ ว่ากันว่า “ ในปี 1938 เมื่อทีมสโมสรฟุตบอล Preston North End ได้แชมป์ FA Cup หรือ “ฟุตบอลระดับชาติชิงถ้วยสมาคมฟุตบอลอังกฤษ” ในเวลานั้นกลุ่มผู้ฟังทางบ้านจำนวนไม่น้อยบนเกาะอังกฤษ สามารถที่จะติดตามเกมการแข่งขันไปพร้อมๆ กันเป็นครั้งแรก ผ่านเครื่องรับวิทยุที่มีอยู่ตามบ้าน ร้านค้าและผับบาร์ สื่อสมัยใหม่นี้เองที่ถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยผลักดันการแพร่กระจายให้ฟุตบอลสมัยใหม่ขยายวงกว้างออกไปในทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงสังคม โดยเฉพาะหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อวัฒนธรรมโทรทัศน์ได้ถือ “กำเนิด” ขึ้นมา

การขยายตัวของอุตสาหกรรมโทรทัศน์และการแพร่กระจายของเครื่องรับส่ง (คือโทรทัศน์) ที่ในปัจจุบันน่าจะมียู่โดยทั่วแทบทุกที่ แม้จะไม่ครบทุกหลังคาเรือน (ในกรณีของประเทศไทยประมาณได้ว่ามีอยู่ราวๆ 22 ล้านครัวเรือน) ได้ทำให้การติดตามการแข่งขันฟุตบอลบ่ายวันเสาร์ของเหล่าคนงานชาวอังกฤษ (และพนักงาน ลูกจ้างเอกชน คนชั้นกลางเกือบทั่วโลก) กลายมาเป็นเกมกีฬาที่พวกเขา (หรือผู้ชมทางบ้าน) สามารถติดตามไปพร้อมๆ กันกับกลุ่มแฟนบอลในสนามแข่งขัน การถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันทำให้ ฟุตบอล กลายเป็นเรื่องราวที่สามารถรับชมติดตามตามที่ต่างๆ ได้ทั่วประเทศและทั่วโลก เมื่อฟุตบอลดิวิชั่น 1 ในอังกฤษ ถูกยกระดับปรับเปลี่ยนการลงทุนมาเป็น Premiere League ในปี 1992 และการจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายที่สหรัฐอเมริกาเป็นเจ้าภาพในปี 1994 ประสบความสำเร็จอย่างล้นหลาม โทรทัศน์ คือกลไกการสื่อสารสมัยใหม่ที่เชื่อมต่อระหว่างเวลา กับความห่างไกลให้ไปด้วยกันได้ และโทรทัศน์ยังได้รื้อถอนความเป็นถิ่นฐานปลดปล่อยวัฒนธรรมการบริโภคออกจากบริบทประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นได้อย่างพิสดาร ฟุตบอลบนจอโทรทัศน์จึงทั้งสองสะท้อนและสนับสนุน กฎเกณฑ์และหลักการอันถือเป็นโครงสร้างรากฐานของระบบอุตสาหกรรมและความเป็นเหตุผล ซึ่งช่วยให้กำเนิดและคำนวณการก่อตัวขึ้นมาของฟุตบอลสมัยใหม่

หากฟุตบอลคือกระจกส่องสะท้อนพัฒนาการของระบบแรงงานและการทำงานในระบบการผลิตเชิงอุตสาหกรรม และการเกิดขึ้นของชีวิตแบบเมืองในสังคมสมัยใหม่ โทรทัศน์ก็คือสถาบันวัฒนธรรมใหม่ที่สนับสนุนพลังขับเคลื่อนของการปรับเปลี่ยนเชิงโครงสร้างจากระบบอุตสาหกรรมที่เน้นการผลิต มาสู่ระบบทุนนิยมที่เน้นการบริโภค

ปัจจุบันฟุตบอลสมัยใหม่ได้กลายมาเป็นเกมกีฬาและอุตสาหกรรมวัฒนธรรมระดับโลก ทุกๆ 4 ปี ที่จะมีการจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย (World Cup Final) ประมาณการกันว่า จะมีจำนวนผู้คนที่มีส่วนร่วมโดยตรงอย่างน้อย 250 ล้านคน และอีกราวๆ 1.4 พันล้านคนที่สนใจติดตามเกมการแข่งขันระดับโลกที่ว่่านี้ และเมื่อรวมกับ “ผู้ชม” ที่ติดตามการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันที่ถูกส่งสัญญาณจาก “สนาม” ไปยังทวีปต่างๆ ทั่วโลกรายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย น่าจะมีผู้ชมผ่านจอโทรทัศน์รวมแล้วกว่า 33.4 พันล้านคน ในปี 1998 เมื่อครั้งที่ฝรั่งเศสเป็นประเทศเจ้าภาพจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย สมาพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ หรือ FIFA ได้เซ็นสัญญาควบคุมลิขสิทธิ์สินค้าการจัดการต่างๆ รวมเป็นมูลค่ากว่า 4 พันล้านปอนด์ (หรือประมาณ 2.4 ล้านล้านบาท) ถึงต้นศตวรรษที่ 21 ประมาณกันว่า รายได้ต่างๆ จากการจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกทั้งหมดน่าจะมีมูลค่ารวมราวๆ 250,000 ล้านปอนด์ (หรือราวๆ 150 ล้านล้านบาท) ซึ่งอาจเทียบเท่ากับรายได้ประจำชาติของเนเธอร์แลนด์ ฟุตบอลสมัยใหม่ที่ถือกำเนิดขึ้นในอังกฤษและเติบโตพัฒนาควบคู่ไปกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมและการเปลี่ยนผ่านสังคมเข้าสู่สภาวะสมัยใหม่ในยุโรป ปลายศตวรรษที่ 19 นั้น ปัจจุบันได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมกีฬาและปรากฏการณ์สังคมที่ช่วยส่องสะท้อนให้เราได้ติดตามกระบวนการโลกาภิวัตน์อย่างสลับซับซ้อนยิ่ง (Giulianotti, R. and Roland Robertson 2004 .)

2.2 วิทยุรุ่นศึกษา

การศึกษาเรื่องราวของวิทยุรุ่น หรือ “วิทยุรุ่นศึกษา” นั้นถือเป็นประเด็นปัญหาที่ได้รับความสนใจศึกษากันอย่างกว้างขวางในทางสังคมศาสตร์ นับตั้งแต่ช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา ในทางมานุษยวิทยา งานเขียนสำคัญที่ถือเป็น “ต้นแบบ” และได้วางรากฐานของการศึกษาวัฒนธรรมวิทยุรุ่นไว้อย่างสำคัญคือ งานศึกษาของ Margaret Mead เรื่อง *Coming of Age in Samoa: a Psychological Study of Primitive Youth for Western Civilisation* และ *The Sexual Life of Savages in North-Western Melanesia* ของ Brownislav Malinowski ซึ่งตีพิมพ์ออกมาในช่วงเวลาใกล้เคียงกันคือในปี 1928 และ 1929 ตามลำดับ งานศึกษาของ Mead และ Malinowski ถึงแม้จะพัฒนาขึ้นมาจากรากฐานทางความคิดและความสนใจเชิงทฤษฎีที่แตกต่างกัน (กล่าวคือ Mead สนใจศึกษาในแนววัฒนธรรมและบุคลิกภาพ ขณะที่ความสนใจของ Malinowski คือทฤษฎีระบบสังคม) ทว่า มีจุดร่วมกันอยู่อย่างสำคัญ คือเป็นงานศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณาที่ดำเนินการศึกษาวิจัยผ่านการทำงานภาคสนามอย่างเข้มข้น

งานเขียนทั้งสองเรื่องได้กระตุ้นให้เกิดความสนใจศึกษาเรื่องราวของวัยรุ่นในฐานะที่เป็น “ช่วงเปลี่ยนผ่านของชีวิต” ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์ไปกับโครงสร้างสังคม หรือระบบวัฒนธรรม กล่าวคือการทำ ความเข้าใจเรื่องราวของวัยรุ่นนั้นต้องเข้าใจในบริบทของท้องถิ่นนั้นๆ เอง ชีวิตวัยรุ่นถือเป็นช่วงเปลี่ยน ผ่านสถานภาพทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับกลไกทางวัฒนธรรมต่างๆ ที่อาจแยกพิจารณาได้ ไม่ว่าจะเป็น กระบวนการเปลี่ยนผ่าน (initiation) พิธีกรรม, การกระทำหรือกิจกรรมเรื่องเพศ (sexual practices) การเกี่ยวพาราสี ธรรมเนียมการแต่งงาน หรือการครองเรือน และความสัมพันธ์ระหว่างคนต่างรุ่น (Bucholtz 2002) ที่ผ่านมา ความสนใจของนักมานุษยวิทยาในการศึกษาวัยรุ่น จึงมักเป็นเรื่องของการ มุ่งพิจารณา ช่วงของวัยรุ่น ในฐานะที่เป็นขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจของบุคคล กระทั่งนักมานุษยวิทยารุ่นหลังๆ ได้หันมาสนใจศึกษา ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นมากขึ้น กล่าวคือมุ่งที่จะสนใจศึกษาวัยรุ่นในฐานะที่เป็นกลุ่มวัฒนธรรมหนึ่งๆ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็น การศึกษาวัฒนธรรมวัยรุ่น (Youth Culture)

ส่วนการศึกษาวัยรุ่น/วัฒนธรรมวัยรุ่น ทางด้านสังคมวิทยานั้น อันที่จริงได้มีการศึกษาวิจัยกัน มาอย่างต่อเนื่อง ทว่าที่ผ่านมา จะพิจารณาเรื่องของวัยรุ่นผ่านแนวคิดพฤติกรรมเบี่ยงเบน (deviance) และการกระทำผิดของเด็กและเยาวชน เป็นเสียส่วนมาก (ดู วารุณี 2531 ด้วย) วัยรุ่นศึกษาของนัก สังคมวิทยาในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้น มุ่งศึกษาปรากฏการณ์พฤติกรรมเบี่ยงเบนและผลกระทบทาง สังคมของพฤติกรรมหรือวัฒนธรรมเบี่ยงเบนนั้นๆ ของวัยรุ่น กล่าวได้ว่า นักสังคมวิทยาแห่งสำนักคิด มหาวิทยาลัยชิคาโก คือนักวิชาการกลุ่มแรกๆ ที่เน้นใช้วิธีการศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณาในการศึกษา วัฒนธรรมวัยรุ่น (ช่วงทศวรรษ 1930-1950) การศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณาดังกล่าวมุ่งศึกษาทำความเข้าใจ วิถีทางหรือกระบวนการต่างๆ ที่ วัฒนธรรมย่อย ที่กลุ่มวัยรุ่นสร้างสรรค์ขึ้นมาในฐานะที่เป็น กลไกผลิตซ้ำอุดมการณ์ หรือระบบความหมายในฐานะเป็น “ทางเลือก” ของสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรม ย่อยนั้นๆ แม้ว่าสังคมส่วนใหญ่จะตีตราว่าพวกเขาเป็นพวกเบี่ยงเบนการศึกษาวัฒนธรรมย่อยของ วัยรุ่นในเชิงชาติพันธุ์วรรณาดังกล่าว มีอิทธิพลอย่างมากต่อการวางรากฐานให้กับการศึกษา วัฒนธรรมเยาวชนของกลุ่มนักวัฒนธรรมศึกษาแห่งมหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮมในประเทศอังกฤษโดย เฉพาะงานศึกษาเรื่อง *Learning to Labour* ของ Paul Willis (ดังจะได้กล่าวถึงข้างหน้า)

2.2.1 วัยรุ่นคือใคร?

วัยรุ่น เยาวชน คนหนุ่มสาว คือคำที่มักใช้แทนสลับกันไปมา ในแวดวงการศึกษาวัยรุ่น ชอบเขตความหมายของคำว่า วัยรุ่น เยาวชน หรือ คนหนุ่มสาว เอาเข้าจริงๆ จึงมักกำหนดขึ้นจาก เงื่อนไขทางสังคมที่แวดล้อม มากกว่า อายุขัยทางชีววิทยา อย่างไรก็ตาม คำว่า วัยแรกเริ่ม วัยรุ่น

เยาวชน คนหนุ่มสาว ก็ยังสะท้อนให้เห็นถึงการใส่ใจต่อเงื่อนไขที่เฉพาะเจาะจงของ “ช่วงวัย” หรือการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจในช่วงอายุหนึ่งๆ ที่ยังจะต้องพิจารณากันไปในบริบททางสังคมหนึ่งๆ เช่นคำว่า “ยุวชนทหาร” หรือ “คุณแม่ยังสาว” คือคำที่มีความหมายเชิงสังคม มากกว่าความหมายทางชีววิทยา กล่าวคือสิ่งที่สังคมให้ความหมาย ต่อพฤติกรรม หรือการกระทำของ คนหนุ่มสาว จะต้องพิจารณาไปตามเงื่อนไขทางสังคมการเมืองชุดหนึ่งๆ เช่น ในทำนองเดียวกันกับคำว่า “แรงงานเด็ก” (ซึ่งขึ้นอยู่กับว่ากำลังใช้เกณฑ์อะไรของใครมากำหนด และจากพื้นฐานของสังคมวัฒนธรรม หรือศาสนาอะไร) ความหมายของคำว่า ผู้เยาว์ (youngsters) ในสังคมของคนอังกฤษนั้นมีส่วนอย่างสำคัญต่อการที่ เพศวิถีของเยาวชน ถูกตีความ เป็นที่เข้าใจ และให้บรรณาธิบาย โดยผู้ให้การศึกษาทางด้านเพศ (sex educators) และผู้ให้บริการทางด้านสุขภาพอนามัยจากการมีเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่น (West 1999) ขณะที่วัยรุ่นบางกลุ่ม เช่นวัยรุ่นชนชั้นล่างในอังกฤษยุคสังคมอุตสาหกรรมตอนปลาย อาจจะไม่เคยมีประสบการณ์ หรือมีโอกาสก้าวผ่านช่วงเวลาที่เราเรียกว่า “ช่วงวัยรุ่น” (ซึ่งในหลายๆ สังคมถือเป็นช่วงสำคัญของชีวิต) ทั้งนี้เนื่องจากเงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และแรงกดดันเชิงโครงสร้างต่างๆ (เช่น สงครามโลก) ที่นำพาพวกเขาก้าวผ่านช่วงเวลาของวัยรุ่นหนุ่มสาว หรือการเติบโตเปลี่ยนผ่านจากวัยเด็กไปสู่วัยผู้ใหญ่ไปอย่างรวดเร็ว กลายเป็นผู้ใหญ่ที่เต็มไปด้วยภาระต่างๆ

อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปเป็นที่ยอมรับกันว่า คำว่า วัยรุ่น หรือ “ช่วงวัยรุ่น” ในตัวของมันเองหมายถึง การเติบโต กำลังจะก้าวผ่าน หรือสภาวะที่ “ยังไม่บรรลุ หรือสำเร็จ” ขณะที่คำว่า ผู้ใหญ่ หรือการเป็นผู้ใหญ่ นั้นมีนัยหมายถึง “การทำสำเร็จ” หรือ ความเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ช่วงวัยรุ่นหรือวัยรุ่นหนุ่มสาว จึงถูกมองว่า คือช่วงเวลาเตรียมการสำหรับการกลายเป็นผู้ใหญ่ เป็นช่วงเวลา “หัวเลี้ยวหัวต่อ” ที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ทั้งทางด้านการเปลี่ยนแปลงของร่างกายและการเปลี่ยนผ่าน (สถานภาพ) ทางสังคม แนวคิดดังกล่าวได้รับอิทธิพลจากสาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ ที่เชื่อว่า ช่วงวัยรุ่น นั้นมีลักษณะเป็นสากล สามารถที่จะเปรียบเทียบข้ามวัฒนธรรมได้ ภายใต้แนวคิดนี้ ที่ผ่านมามีการศึกษาของนักมานุษยวิทยา จึงมุ่งที่จะศึกษา กระบวนการต่างๆ ที่ร่างกายและจิตใจของวัยรุ่นถูกหล่อหลอมขัดเกลา เพื่อเตรียมการเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ หรือการเป็นผู้ใหญ่ในอนาคต ในระบบสังคมวัฒนธรรมหนึ่งๆ แม้จะนับจากช่วงทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา แนวการศึกษานี้จะถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวาง ทว่าคุณูปการของแนวศึกษาดังกล่าวก็คือ การทำความเข้าใจช่วงวัยรุ่น ในฐานะที่เป็นขั้นตอนหนึ่งในพัฒนาการทางด้านจิตวิทยาและชีววิทยาของปัจเจกบุคคล และการสนับสนุนทฤษฎีที่ว่าอัตลักษณ์หรือตัวตนนั้นเป็นเรื่องเชิงกระบวนการ มากกว่าจะเป็น “สภาวะหยุดนิ่ง”

2.2.2 วัยรุ่นกับช่วงวัยแห่งการเปลี่ยนผ่านในสภาวะสมัยใหม่

ผลกระทบจากการพัฒนา การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สภาวะสมัยใหม่ และการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในสังคมแบบจารีตที่มีต่อ คนหนุ่มสาว นั้นเชื่อกันว่า มีส่วนอย่างสำคัญต่อการสร้างแรงกดดันทางจิตวิทยาที่จะมีต่อ วัยรุ่น โดยเฉพาะการที่พวกเขาต้องเผชิญกับสภาวะ “วิกฤติอัตลักษณ์” (identity crises) ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการพัฒนา หรือการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในสังคมจารีตไปสู่สภาวะสมัยใหม่นั้น ส่งผลอย่างสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมต่างๆ ที่เกี่ยวพันไปกับกระบวนการขัดเกลาทางสังคม และพิธีกรรม หรือกระบวนการขั้นตอนต่างๆ ที่ “ทำหน้าที่” ประคับประคองการเปลี่ยนผ่าน จากวัยรุ่นไปสู่ผู้ใหญ่ ไม่ว่าจะเป็น การเสื่อมสลายของจารีตดั้งเดิม การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสถาบันครอบครัว ภาวะกดดันทางเศรษฐกิจ การแพร่กระจายของบริโภคนิยม การเปลี่ยนแปลงจากสังคมจารีตประเพณีไปสู่สังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่อย่างรวดเร็ว ยังอาจนำไปสู่การก่อตัวของปรากฏการณ์สังคมอื่นๆ ตามมา เช่น การแก่งแย่งแข่งขันเพื่อเข้าสู่อะคาเดมิก การสอบเข้ามหาวิทยาลัย บริโภคนิยมและการเลื่อนฐานะทางสังคม เหล่านี้อาจกลายเป็นที่มาของปัญหาสุขภาพจิต โรคซึมเศร้า จนไปถึงแนวโน้มการฆ่าตัวตาย ในกลุ่มวัยรุ่น หรือภาวะกดดันเหล่านั้นอาจ “แปรรูป” กลายเป็นพฤติกรรมความก้าวร้าว เก็บกด ตีดยา หมกมุ่นทางเพศ ก่อวัฒนธรรมต่อต้าน และการใช้ความรุนแรง (ทั้งในและนอกสถานศึกษา) รวมจนถึง เข้าลัทธิ เป็นสมาชิกเด็กแก๊ง “เด็กแนว” จนไปถึงวัฒนธรรมแฟนคลับนานาสารพัน

สำหรับนักมานุษยวิทยา ชีวิตวัยรุ่น จึงถือเป็นช่วง “หัวเลี้ยวหัวต่อ” หรือ “ครึ่งๆ กลางๆ” (Liminality) ระหว่าง การเป็นเด็กกับการเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งสามารถสังเกตศึกษาได้ในเกือบทุกๆ วัฒนธรรม ซึ่งมักจะกำหนดช่วงเวลานี้ขึ้นผ่านพิธีกรรมเปลี่ยนผ่าน (rite of passage – Van Gennep 1960) แต่เดิมงานศึกษาของนักมานุษยวิทยาจำนวนไม่น้อย จึงมักสนใจวิเคราะห์กลไกทางวัฒนธรรม หรือ “พิธีกรรมเปลี่ยนผ่าน” ในฐานะที่เป็นตัวกำหนดและสร้างความหมายให้กับ “ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อ” ของชีวิตวัยรุ่น อย่างไรก็ตาม ในสภาวะสมัยใหม่ (modernity) การมุ่งพิจารณาพิธีกรรมเปลี่ยนผ่าน (จากวัยรุ่นสู่ผู้ใหญ่) เริ่มมีข้อจำกัด ทั้งการเสื่อมสลายของพิธีกรรมนั้นๆ เอง และการที่ไม่อาจสะท้อนให้เห็นหรือทำความเข้าใจ วิถีทางอื่นๆ ที่อาจปฏิบัติแบบเป็นไปเองของวัยรุ่น รวมไปถึงกระบวนการทางวัฒนธรรมต่างๆ ที่ประกอบสร้างขึ้นมาเองในอันที่จะช่วยประคับประคองพวกเขาให้ก้าวผ่าน “ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อ” ไปสู่การเป็นผู้ใหญ่ ต่อมานักมานุษยวิทยารุ่นหลังที่สนใจศึกษาวัยรุ่นจึงได้ขยายมุมมองความสนใจที่มีต่อวัยรุ่นศึกษา จากการพิจารณาชีวิตวัยรุ่นในฐานะที่เป็น “ช่วงวัยของการเปลี่ยนผ่าน” มาสู่การมองวัยรุ่นในฐานะที่เป็นกลุ่มวัฒนธรรม หรือชีวิตวัยรุ่นก็คือวิถีชีวิตแบบหนึ่ง การศึกษาของนักมานุษยวิทยาในแนวนี้นับว่าการตีความทำความเข้าใจประสบการณ์ของวัยรุ่น “การแสวงหาตัวตน”

รวมจนถึง ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมต่างๆ ที่พวกเขาแสดงออก หรือประกอบสร้างโลกของพวกเขาขึ้นมา จากมุมมองของวัยรุ่นเอง

2.2.3 วัยรุ่น เพศวิถี และความเป็นหญิง/ความเป็นชาย

เพศวิถี (Sexuality) กับวัยรุ่น ถือเป็นอีกประเด็นปัญหาหนึ่ง ซึ่งนักมานุษยวิทยาได้หันมาสนใจศึกษากันอย่างกว้างขวางต่อเนื่อง ในทางมานุษยวิทยาการศึกษาวัยรุ่นกับเพศวิถี อาจแยกพิจารณาออกเป็น 2 กลุ่มสำคัญด้วยกันคือ (1) กลุ่มที่รับอิทธิพลทางความคิดจากจิตวิทยาพัฒนาการโดยเฉพาะงานศึกษาของ Margaret Mead เรื่อง *Coming of Age in Samoa* นั้นเอง นักมานุษยวิทยาในกลุ่มนี้จะมุ่งเน้นทำความเข้าใจกิจกรรมทางด้านเพศ หรือเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่น ในบริบททางสังคมหนึ่งๆ รวมจนไปถึงการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานว่าจะถูกกำหนดเป็น “ข้อห้าม” เป็นที่รับได้ หรือเป็นสิ่งที่พึงกระทำในระบบวัฒนธรรมหนึ่งๆ หรือไม่ อย่างไร ขณะที่ (2) นักมานุษยวิทยาอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งได้รับอิทธิพลจากแนวคิดทางการแพทย์ กลุ่มนี้จะมุ่งความสนใจไปที่การทำความเข้าใจกระบวนการต่างๆ ที่วัยรุ่น หรือคนหนุ่มสาว วางท่าที่ต่อเรื่องเพศ หรือทัศนคติของพวกเขาต่อกิจกรรมต่างๆ ทางด้านเพศสัมพันธ์ รวมจนไปถึง ความรู้ความเข้าใจของวัยรุ่นเกี่ยวกับโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ โดยเฉพาะ AIDS (Bucholtz 2002: 534-535)

การศึกษาทางมานุษยวิทยาเกี่ยวกับวัยรุ่นกับเพศวิถี ข้างต้นนับว่า ก้าวหน้าไปกว่าการศึกษาของนักสังคมวิทยาอยู่มาก ทั้งนี้สืบเนื่องจากนักสังคมวิทยาส่วนมาก ยังคงมีแนวโน้มที่จะมองว่าพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น โดยเฉพาะการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน หรือเพศสัมพันธ์นอกสมรส นั้นเป็นเรื่องของ “พฤติกรรมเบี่ยงเบน” หรือเป็น “อาการป่วยไข้ทางสังคม” (social pathology) ทั้งนี้โดยเฉพาะเมื่อกิจกรรมเบี่ยงเบนทางเพศต่างๆ ดังกล่าว มีแนวโน้มที่จะนำไปสู่การทำลาย หรือสั่นคลอนโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น “เด็กใจแตก” ที่อก่อนแต่ง หรือเพศสัมพันธ์นอกสมรสที่นำไปสู่การทำแท้ง หรือกรณีเด็กสาวอายุ 13 เดือนเปลี่ยออกกลางงานเทศกาลสงกรานต์ปี 2554 บนถนนสีลม) ในขณะที่นักมานุษยวิทยา เสนอว่าทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเหล่านี้ (ที่มักถูกมองว่าเป็นเรื่องส่วนบุคคลนั้น) จะต้องนำเอาเงื่อนไขทางสังคมและมิติทางวัฒนธรรมเข้ามาร่วมพิจารณาด้วย ทว่าที่ผ่านมาการทำความเข้าใจเรื่องเพศวิถีของวัยรุ่นมักยังคงมองผ่านสายตาของผู้ใหญ่เป็นสำคัญ เช่นประเด็นปัญหา “วัยรุ่นกับการตั้งครรภ์” งานศึกษาของนักวัฒนธรรมศึกษาพบว่า “การมีท้องสาว” หรือการตั้งครรภ์ของวัยรุ่น นั้นในหลายๆ กรณี เอาเข้าจริงไม่ใช่เรื่องของ “อุบัติเหตุ” หรือที่มักพูดกันแบบไทยๆ ว่า “รู้เท่าไม่ถึงการณ์” ทว่ามีแนวโน้มที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลวิธี (tactics) ของการต่อรองเชิงอัตลักษณ์ของหญิงสาว เช่นในหนังสือเรื่อง *Feminism and Youth*

Culture Angela McRobbie (2000) ชี้ให้เห็นว่า ในเขต South Birmingham ช่วงภาวะเศรษฐกิจถดถอยของอังกฤษ บรรดาคุณแม่วัยรุ่น ต่างมองว่าการตั้งท้องเป็นเรื่องของการยืนยันความเป็นผู้หญิง และการสร้างความชอบธรรมให้กับการมีเพศสัมพันธ์ของพวกเธอ ทั้งนี้เนื่องจากการ(จะ)มีลูกนั้น คือ ภาพลักษณ์ของการมีพฤติกรรมที่อยู่ในทำนองคลองธรรมคือ “การมีผัวเดียวเมียเดียว” (monogamy) หรือในสังคมของชาวอะบอริจิน ประเทศออสเตรเลีย การตั้งครรภ์ อาจกลายเป็นวิถีทางของการต่อรอง เพื่อสร้างอำนาจในการดูแลตนเองของเด็กสาว และการปฏิเสธการแต่งงานแบบคลุมถุงชนที่กำหนดขึ้นโดยพ่อแม่ (Burbank 1987) ส่วนในสังคมภาคเหนือของไทยในอดีต “การมีท้องสาว” ก็หาใช่เรื่องผิดปกติ (ดู Potter 1976 และ Potter 1977) และอันที่จริงกล่าวได้ว่าเป็นเรื่องที่สังคมได้สร้างบรรทัดฐานและกลไกทางวัฒนธรรมขึ้นมารองรับอยู่ เช่น ธรรมเนียมการเสียผี (จากการที่หนุ่มสาวคู่รักมักมีเพศสัมพันธ์และตั้งท้องก่อนแต่งงาน) จนไปถึงความรู้พื้นบ้านเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การทำคลอด การเลี้ยงดูเด็กทารก และแม่ที่ “มีท้องสาว” อย่างไรก็ตามในยุคปัจจุบัน “การมีท้อง” กลับกลายเป็นสิ่งที่ต้องชดเชย และหาเหตุผลที่จะยืดเวลาการตั้งครรภ์กันออกไป (จนกลายเป็นปัญหาการมีลูกยากของหญิงสาวไทย - แน่นนอนว่านี่ไม่นับรวมผู้หญิงที่ไม่อยากมีลูก) และเอาเข้าจริงๆ อาจกล่าวได้ว่าในสังคมไทย “การมีท้องสาว” ได้กลายเป็น “ข้อห้าม” โดยเฉพาะในแวดวงคนชั้นกลางผู้มีการศึกษาไปโดยปริยาย กล่าวอีกอย่างหนึ่ง การตั้งครรภ์ของเด็กสาว (และกิจกรรมทางสังคมอื่นๆ ของวัยรุ่น) จะเป็นปัญหาสังคมหรือไม่ในระบบวัฒนธรรมหนึ่งๆ แท้ที่จริงแล้วขึ้นอยู่กับท่าทีหรือปฏิกิริยาของสังคมที่มีต่อเรื่องเหล่านั้น นั่นเอง

ในสังคมบริโภคนิยมเพศวิถีกับวัยรุ่นยังเกี่ยวข้องสัมพันธ์ไปกับสื่อ (media) และเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ซึ่งปัจจุบันแพร่กระจายอย่างแพร่หลายและกว้างขวาง โดยมีรัฐและทุนอุตสาหกรรมสื่อเป็นตัวปฏิบัติการขับเคลื่อน ปฏิเสธไม่ได้ว่า ทั้งในและนอกแวดวงวัยรุ่นศึกษาสื่อมักจะถูกมองว่าเป็นตัวคุกคามสุขภาพอนามัยของเด็กและเยาวชน (เช่น สมาริสัน สติปัญญาตื่นขึ้น ไปจนถึงโรคอ้วน เพราะดูทีวีมากเกินไป) และบ่อนทำลายวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัยรุ่น งานศึกษาจำนวนไม่น้อยชี้ให้เห็นว่า สื่อสมัยใหม่มีแนวโน้มที่จะนำเสนอและสร้างภาพด้านลบให้กับวัยรุ่น และในฐานะที่เป็นเครื่องมือของรัฐ สื่อมักทำหน้าที่สถาปนาอำนาจ วาทกรรม (เพื่อกำกับควบคุมพฤติกรรมของเยาวชน) อีกทั้งยังเป็นพื้นที่เป้าหมายของการรณรงค์ส่งเสริมอุดมการณ์และ “คำสั่งสอนต่างๆ” ที่จะส่งต่อไปยังกลุ่มวัยรุ่นโดยเฉพาะกลุ่มเด็กสาว สื่อยุคบริโภคนิยม (เช่น ละครน้ำเน่า วรรณกรรมพาฝัน เพลงป๊อปโรแมนติค และนิตยสารแฟชั่น) มักมุ่งสร้างภาพแทนความจริงเกี่ยวกับ “ความเป็นผู้หญิง” (femininity) และส่งต่อ “สินค้า” เหล่านั้นไปยังกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นแรกเริ่มความเป็นผู้หญิงที่ถูกสร้างภาพขึ้นดังกล่าวในสื่อ มักเกี่ยวพันไปกับเรื่อง ความรัก เรือนร่าง ความงาม แรงปรารถนา และเรื่องทางเพศของพวกเธอ ที่ชวน

ให้เชื่อว่าควรเป็นเรื่อง “ภายในบ้าน” และ “อ่านหนังสือง่าย” กล่าวอีกอย่างหนึ่ง ในโลกของเด็กสาว สื่อสมัยใหม่นั้นเกี่ยวข้องกับพัวพันอย่างสำคัญทั้งต่ออัตลักษณ์ บทบาททางเพศ และสถานะทางสังคม ของพวกเธอ อย่างไรก็ตามงานศึกษาทางด้านวัฒนธรรมศึกษาชี้ให้เห็นว่า “สื่อบันเทิง” ก็อาจจะ กลายเป็นที่มาของความรู้และตัวกระทำกร เพื่อสร้างสรรค์อัตลักษณ์และความหมายต่างๆ ในชีวิต สำหรับวัยรุ่นได้เช่นกัน

2.2.4 วัยรุ่นกับวัฒนธรรมสมัยนิยม

งานศึกษาชิ้นสำคัญของ Paul Willis เรื่อง *Learning to Labor: How Working Class Kids Get Working Class Jobs* (1977) ถือเป็นงานศึกษานุกเบิกเชิงชาติพันธุ์วรรณา ที่มีคุณภาพการอย่าง กว้างขวางต่อการศึกษาวัยรุ่นในทางวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) กระทั่งกลายมา เป็นงาน “ต้นแบบ” ของการศึกษาวัยรุ่นของวัฒนธรรมศึกษานานาชาติอังกฤษยุคหนึ่ง ในงาน ศึกษาชิ้นนี้ Willis ได้สร้างแบบอย่างของการศึกษา “วัฒนธรรมย่อย” ของกลุ่มวัยรุ่นชายลูกหลานชนชั้น แรงงานอังกฤษ ผ่านการวิเคราะห์เปรียบเทียบกระบวนการต่างๆ ที่วัยรุ่น 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มเด็ก ‘lads’ ซึ่งพยายามสร้างความแตกต่างให้กับตนเองผ่านการประกอบสร้าง “วัฒนธรรมต่อต้านโรงเรียน” ขึ้นมา กระทั่งวิถีชีวิตไปไม่พ้นจากวงจรของชนชั้นแรงงาน (ในโลกของการทำงาน) ซึ่งเป็นวิถีที่สวนทาง กับ (2) กลุ่มเด็ก “ear’oles” ที่ยอมรับกฎเกณฑ์ต่างๆ ของทางโรงเรียน รวมจนไปถึงเป้าหมายสูงสุด ของการเรียนรู้ คือการได้ทำงานดีๆ (เพื่อการเลื่อนชั้นทางสังคม) แนวการวิเคราะห์ตีความ ปฏิบัติการ ต่างๆ ของกลุ่มวัยรุ่นในฐานะที่เป็นแบบแผนที่แตกต่างและแยกออกมาจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอื่นๆ ได้กลายเป็นแนวการวิเคราะห์สำคัญของนักวัฒนธรรมศึกษาที่ทำงานด้านเยาวชนศึกษาดังสะท้อน ผ่านงานศึกษาชิ้นต่อไป มา เช่นในงานศึกษาของ Dick Hebdige (1979) ที่ใช้วิธีการตีความเชิงสัญลักษณ์ มาศึกษา “แนว” (styles) การแต่งตัวของบรรดา “เด็กแนว” ชนชั้นล่างผิวขาวกลุ่มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Teddy boy, Mod, Skinhead, และ Glam rocker, และเสนอว่า “แนวต่างๆ” เหล่านั้นคือวิถีทาง ของการโต้ตอบเพื่อสร้างความแตกต่างและแยกกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของพวกเขาออกจาก วัฒนธรรมของกลุ่มวัยรุ่นผิวดำและการเมืองเรื่องเชื้อชาติบนเกาะอังกฤษ

แนวคิดเรื่อง “แนว” (style) ที่พัฒนาขึ้นมาในงานศึกษาของ Hebdige ข้างต้น คล้ายคลึงกับ มโนทัศน์ bricolage ที่ Clarke สร้างขึ้น bricolage หรือในที่นี้ผมขอแปลไปก่อนว่า “การหยิบยืม” คือ แนวคิดที่นักวัฒนธรรมศึกษาทั้งคู่ “ยืม” มาจากงานศึกษาของ C. Levi-Strauss อีกต่อหนึ่ง หัวใจ สำคัญของแนวคิด “การหยิบยืม” ดังกล่าวก็คือการทำความเข้าใจกระบวนการต่างๆ ที่กลุ่มวัยรุ่น (หรือ the bricoleur) “หยิบยืม” คว้าใช้ และประกอบส่วนต่างๆ ขึ้นมาจากสิ่งที่มีอยู่เดิมออกไปในแนวทาง

ใหม่ๆ เพื่อที่จะสร้างสรรค์ “แนวทางที่แตกต่าง” จากคนอื่น ปฏิบัติการต่างๆ ของการสร้างคามหมายใหม่เชิงสัญลักษณ์ที่ว่านี้ ก็คือการกลับหัวกลับหาง หรือ “เล่น” กับความหมายดั้งเดิมของวัตถุ สิ่งของเหล่านั้นเสียใหม่ ทว่ายังคงเป็นกระบวนการโต้ตอบอยู่ในระบอบอำนาจนั้นๆ ในแง่นี้ ปฏิบัติการเชิงสัญลักษณ์ดังกล่าวจึงกลายเป็นวิถีทางที่ท้าทายต่อการจัดลำดับชั้นทางสังคมนั่นเอง ทั้งงานศึกษาของ Willis และ Hebdige จึงมีจุดร่วมกันอยู่ตรงที่ได้ชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมย่อยที่กลุ่มวัยรุ่นชนชั้นแรงงานอังกฤษผิวขาวสร้างสรรค์ขึ้นมานั้น คือปฏิบัติการทางวัฒนธรรมที่พวกเขาแสดงโต้ตอบต่อต้านแห่งทางสังคมที่ถูกกำหนดจากโครงสร้างทางชนชั้น และพยายามที่จะสร้างพื้นที่เชิงสัญลักษณ์ของพวกเขาขึ้นมาใหม่ ในระบบชนชั้นของอังกฤษนั่นเอง

สำหรับนักวัฒนธรรมศึกษา วัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่น คือกระบวนการทางวัฒนธรรมที่โต้ตอบต่อ ความขัดแย้งทางชนชั้นในสังคม โดยเฉพาะสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ ทั้งนี้ภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจซึ่งเกี่ยวพันไปกับการปิดตัวลงของโรงงานอุตสาหกรรมในช่วงทศวรรษ 1970 และ 1980 บนเกาะอังกฤษ มักจะถูกหยิบยกมาเป็นเงื่อนไขในการอธิบาย การก่อตัวขึ้นของวัฒนธรรมต่อต้านในกลุ่มวัยรุ่น รวมจนไปถึงวัฒนธรรม “เด็กแนว” ต่างๆ ของกลุ่มวัยรุ่นลูกหลานชนชั้นแรงงานอังกฤษผิวขาว (ในงานของ Hebdige ดังที่กล่าวมาข้างต้น) ข้อสังเกตเชิงทฤษฎีที่ว่าเงื่อนไขเชิงโครงสร้างและชนชั้นทางเศรษฐกิจมีความเกี่ยวพันไปกับวัฒนธรรมต่อต้าน หรือการก่อตัวของวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่น อาจลองนำมาพิจารณาเปรียบเทียบกับกรณีของสังคมไทย ที่มักจะพบว่า วัฒนธรรมความรุนแรงในกลุ่ม “เด็กข้างกล/อาชีวะ” ในกรุงเทพฯ หรือกลุ่มวัยรุ่นชนชั้นล่างย่านชานเมืองที่เรียกว่า “เด็กแว้น” ซึ่งมักออกรวมตัวเป็นแก๊งขับขี่มอเตอร์ไซด์เสี่ยงตายแข่งกันยามค่ำคืนนั้น มักจะเป็นปรากฏการณ์ที่อุบัติขึ้นอย่างแพร่หลายในช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ หรือกรณีแฟนบอลตีกันบ่อยๆ จนถึงขั้นปางตาย และกลายเป็นสีสันของฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ก็มักจะเกิดขึ้นในยามที่ระบอบการเมืองของไทยอยู่ในสถานะที่ “ไม่ปกติ”

ลักษณะเด่นในงานศึกษาวัฒนธรรมเยาวชนของนักวัฒนธรรมศึกษาในอังกฤษ ก็คือการประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ตัวบท ผ่านการศึกษากระบวนการสร้างภาพแทนความจริงในสื่อ ที่ (เชื่อว่า) ผลิตสร้างมายาคติเกี่ยวกับ “ปัญหาเยาวชนกับการใช้ความรุนแรง” กระทั่งนำไปสู่สถานะ “ตื่นตระหนกทางศีลธรรม” (moral panics) ขึ้นมาในสังคมอังกฤษ (ยุค 1980) ในทำนองเดียวกันกับที่ “ปัญหาเด็กข้างกลตีกัน” หรือ “การเสียชีวิตของเด็กสาวในวันวาเลนไทน์” ที่เมื่อกลายเป็นข่าว ก็มักจะก่อให้เกิดอาการหวุ่นวิตกของผู้คนไปโดยทั่วในสังคมไทยยุคข้อมูลข่าวสารว่าข้อวิจารณ์ ที่มีต่องานศึกษาของนักวัฒนธรรมศึกษา (แนวสัญลักษณ์) ก็คือ ข้อจำกัดของวิธีการศึกษาที่ยังไม่สามารถเปิดพรมแดนการศึกษาไปสู่เรื่อง อัตลักษณ์วัยรุ่น ได้อย่างแหลมคม อีกทั้งมีแนวโน้มที่

จะแข็งแกร่งให้ “วัยรุ่นศึกษา” เป็นเพียงเรื่องของเด็กผู้ชาย รวมจนไปถึงการขาดงานศึกษาในมิติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญกับวัฒนธรรมวัยรุ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง เจนเดอร์ เพศวิถี เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ที่วัยรุ่นหรือคนหนุ่มสาว อาจเกี่ยวข้องพัวพันและแสดงออกมาเช่นกันในปฏิบัติการเพื่อ แสวงหาตัวตนของพวกเขาปัญหาเชิงทฤษฎีดังกล่าว ต่อมาได้รับการปรับปรุงแก้ไขผ่านการประยุกต์ใช้โมโนทัศน์ New Ethnicities หรือ “นวชาติพันธุ์” ที่เสนอขึ้นมาโดย Stuart Hall

แนวคิดสำคัญของ “นวชาติพันธุ์” ก็คือการต่อต้านลักษณะสารัตถะนิยมของอัตลักษณ์ กล่าวคือไม่มีอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ใด ที่หยุดยั้งตายตัวและเป็นสารัตถะ ทว่าต่างก่อตัวขึ้นใหม่ ผสมผสาน และมีความหมายในบริบทท้องถิ่น (Local) กระบวนการสำคัญของ “นวชาติพันธุ์” ก็คือปฏิบัติการของการ “หยิบยืม” และฉวยใช้ “ทรัพยากรวัฒนธรรม” (cultural resources) ของตนและของคนอื่น นำมาดัดแปลง สร้างสรรค์ชีวิตวัฒนธรรม อัตลักษณ์ หรือ “ชาติพันธุ์ใหม่” ของตนขึ้นมา กระบวนการดังกล่าวดำเนินไปในทำนองเดียวกันกับที่ ขบวนการ “นวจาริตนิยม” (Neo-traditionalism) ก่อตัวขึ้นในกลุ่มผู้อพยพรุ่นที่หนึ่งและรุ่นที่สองจากเอเชีย (เช่น ชาวม้งในประเทศไทยลาว) ที่โยกย้ายเข้าไปตั้งรกรากในประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ดำเนินกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรม ด้วยการกลับไปค้นหารมรดกทางวัฒนธรรมของบรรพบุรุษ (จากบ้านเกิด) และเลือกที่จะหยิบยืมฉวยใช้บางสิ่งบางอย่างมาสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ขึ้นใหม่ในขบวนการรื้อฟื้นจาริตประเพณี และสร้างสรรค์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพวกเขาในบริบทใหม่ สำหรับ Stuart Hall หัวใจสำคัญของ “นวชาติพันธุ์” จึงอยู่ที่กระบวนการประกอบสร้างทางวัฒนธรรมที่ปฏิบัติการอยู่ในท้องถิ่นหนึ่งๆ นั่นเอง

ราวๆ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงระดับโลก การเคลื่อนตัวเข้าสู่สภาวะสมัยใหม่ ตลอดจนการเคลื่อนไหวตื่นตัวของกลุ่มวัยรุ่นในท้องถิ่นนั้นๆ เอง ส่งผลให้การศึกษาวัยรุ่น พยายามสร้างวิธีวิทยาใหม่ๆ และขยายพรมแดนการศึกษาที่สลบซับซ้อนและกว้างขวางมากขึ้นไปสู่การศึกษาวัยรุ่นและชีวิตวัฒนธรรมของคนหนุ่มสาว ที่เน้นบทบาทของวัยรุ่นในฐานะ “ผู้กระทำการ” (agency) และความพยายามที่จะศึกษามันที่เรื่องราวต่างๆ ของชีวิต ประสบการณ์ ปฏิบัติการต่างๆ และ “การแสวงหาตัวตน” ของเยาวชนคนหนุ่มสาว หรือการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นในบริบทใหม่ ที่สะท้อนให้เห็นถึงการเชื่อมประสาน การหยิบยืม ฉวยใช้ “ทรัพยากรวัฒนธรรม” ไม่ว่าจะเป็น สื่อ สินค้า เทคโนโลยีการสื่อสาร วัฒนธรรมเพลง แฟชั่นสมัยนิยมต่างๆ รวมจนไปถึง จาริตประเพณีและมรดกทางวัฒนธรรม ทั้งของตนเองและของคนอื่น กล่าวได้ว่าประเด็นปัญหาท้าทายที่น่าจะศึกษากันต่อไป ในแวดวงวัยรุ่นศึกษาก็คือ

(1) ชีวิตวัฒนธรรมของวัยรุ่นในบริบทของการปะทะประสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับระบบทุนนิยมโลก เช่น วัฒนธรรมแฟนบอลในสังคมไทย วัฒนธรรมแฟนคลับเพลงเกาหลี K-Pop

(2) การผสมผสานรูปแบบทางวัฒนธรรมตามจารีตไปสู่ปฏิบัติการ และ “แนวต่างๆ” (style) หรือการหยิบยืมช่วยให้ทรัพยากรวัฒนธรรมของตน (ในท้องถิ่น) เพื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมจารีตใหม่ๆ ขึ้นมาของวัยรุ่น (ในกรณีนี้ วัฒนธรรมแฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก ในปัจจุบันดูจะเป็นตัวอย่าง ปรากฏการณ์ที่เด่นชัดมาก) และ

(3) ความเป็นไปได้ต่างๆ ในการสร้างสรรค์ชีวิตวัฒนธรรม (ของวัยรุ่น) ในสภาวะข้ามชาตินิยม ที่เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่หยิบยื่นให้ ที่สำคัญ ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นคือ ปรากฏการณ์ที่จำต้องพิจารณาทำความเข้าใจในบริบทของท้องถิ่น แม้ว่าบรรดาวัยรุ่นจะได้รับแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ จากสื่อ สินค้า ข่าวสารและชีวิตวัฒนธรรม ความบันเทิง ที่ส่งผ่าน มาอย่างรวดเร็วและเข้มข้นจากช่องทางการติดต่อสื่อสารต่างๆ ในโลกปัจจุบัน

2.3 พนันบอลในสังคมไทย

การเล่นพนันหรือทายผลเกมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ หรือเรียกสั้นๆ ว่า “พนันบอล” ผ่านระบบและรูปแบบการเล่นทั้งแบบง่าย ๆ ระหว่างกลุ่มเพื่อน รวมจนถึงที่เล่นผ่านเจ้ามือหรือ “โต๊ะบอล” ในประเทศไทยนั้น น่าจะมีมานานแล้วไม่น้อยกว่า 4 ทศวรรษ พนันบอลเป็นกิจกรรมของผู้เล่นที่ ดำเนินควบคู่ไปกับการติดตามชมรายการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันฟุตบอลทางจอโทรทัศน์ แม้ว่า การถ่ายทอดเทปบันทึกเกมการแข่งขันฟุตบอลโลกจะมีขึ้นราวๆ ปี 2509 และราวๆ ครึ่งทศวรรษต่อมา (คือ 2515-2516) จะมีการถ่ายทอดเกมการแข่งขันฟุตบอลดิวิชั่นหนึ่งของอังกฤษ (คือ “พรีเมียร์ลีก” ใน ปัจจุบัน) ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 (วรวิทย์ 2540, 46) ทว่าความนิยมที่มีต่อรายการ ถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันฟุตบอล การเล่นพนันบอล และการให้ความสนใจต่อ “ข่าวสาร” อัน เกี่ยวกับการกีฬาชนิดนี้อย่างแพร่หลายในสังคมไทยนั้น กล่าวได้ว่า ก่อตัวขึ้นอย่างสำคัญในช่วงเวลา เดียวกันกับการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยปลายทศวรรษ 2530 ทั้งนี้โดยเฉพาะหลังเกมการแข่งขัน “ฟุตบอลโลก 1994” (2537) รอบสุดท้ายที่สหรัฐอเมริกาเป็นเจ้าภาพ นับแต่นั้นมา พนันบอลและการ ติดตามข่าวสารและชมเกมการแข่งขันฟุตบอลทางจอโทรทัศน์ได้กลายมาเป็นกิจกรรมยอดนิยมใน กลุ่มผู้ชมชาวไทย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชายวัยทำงานที่ดำเนินชีวิตอยู่ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่ๆ ของ ประเทศไทย

ความนิยมและเฟื่องฟูของการเล่นพนันบอล และการบริโภคข่าวสาร หรือเรื่องราวที่เกี่ยวกับการฟุตบอลและ “ราคา” พนันขันต่อในแวดวงพนันบอลในสังคมไทย ซึ่งก่อตัวขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ตั้งแต่ราวๆ ต้นทศวรรษ 2540 เป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่นักวิชาการและสื่อมวลชนบางส่วน ชวนกันนามกันว่าเป็น “การพนันทางอากาศ” เป็นการพนันยุคโลกาภิวัตน์ข้ามชาติ ทั้งนี้เนื่องจากทั้งผู้

เล่นและเจ้ามือ “โต๊ะบอล” ผู้รับแทงจะต้องใช้สื่อและเทคโนโลยีการสื่อสารแขนงต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ กีฬา รายการโทรทัศน์ วิทยุ (และวิทยุติดตามตัว ที่นิยมใช้กันอยู่ช่วงหนึ่งในยุคนั้น) โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ติดตามตัว ที่ทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือการสื่อสารโทรคมนาคม เป็น “คู่มือ” หรือตัวช่วยในการเล่นพนันชนิดนี้ งานศึกษาของ วสันต์ (2543) ชี้ให้เห็นว่า ในชีวิตประจำวันของนักพนัน “พนันบอล” นอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิต การทำมาหากินในสังคมเมือง การเล่นพนันชนิดนี้ยังได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตสมัยใหม่ (modern life) เป็นเรื่องของอำนาจ อัตลักษณ์ทางสังคม (social identity) และการกำหนดโชคชะตาผ่านกิจกรรมการเสี่ยงได้เสี่ยงเสีย และบรรดานักพนันผู้เล่นต่างตระหนักกันดีว่า พนันบอลนั้นยังเป็นกิจกรรมที่ผิดกฎหมายและเจ้ามือซึ่งเป็นผู้กำหนดราคาพนันขึ้นต่อมักเป็นฝ่ายได้เปรียบเสมอ

ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงที่ระบบเศรษฐกิจและสังคมการเมืองไทยที่ผนวกเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจโลกอย่างซับซ้อนมากขึ้น ควบคู่ไปกับการเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อการกีฬา และกระแสความนิยมที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอล Thai Premiere League หรือ “ไทยลีก” นับจากปี 2552 เป็นต้นมา (ปีแรกของการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ Thai Premiere League) การขยายตัวของอุตสาหกรรมฟุตบอล (soccer industry) และความนิยมของผู้คนในสังคมไทยที่มีต่อเกมการแข่งขันฟุตบอลจึงสะท้อนถึงความสำคัญของธุรกิจกีฬาฟุตบอลและการที่ฟุตบอลได้กลายมาเป็นอาชีพ หรืองานในสังคมสมัยใหม่ เป็นสินค้าความบันเทิงยอดนิยม และกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวพันไปกับฟุตบอล (เช่นการรวมกลุ่มของแฟนบอลสโมสรเดียวกัน วัฒนธรรมการเชียร์ของแฟนบอล หรือแม้แต่การเล่นพนันบอล) กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการใช้สื่อและบริโภคข่าวสารของผู้คนในสังคมไทย งานศึกษาวิจัยครั้งนี้เสนอให้พิจารณา “พนันบอล” ในฐานะที่เป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึง ปฏิบัติการ (practice) และความหมายที่ซับซ้อนของอุตสาหกรรมการกีฬาและธุรกิจสื่อในสังคมการเมืองไทยยุคปัจจุบัน

นับจากช่วงปี พ.ศ. 2533 การแข่งขันฟุตบอลโลกในปีนั้น มีการถ่ายทอดสดมากถึง 41 นัด (จากทั้งหมด 52 นัด) การเล่นพนันบอลในสังคมไทย เริ่มแพร่หลายและได้รับความนิยมมาก กระทั่งการแข่งขันฟุตบอลโลก พ.ศ.2537 ย้อนกลับมาอีกครั้งหนึ่ง (ทุกๆ 4 ปี) ก็ปรากฏโต๊ะพนันบอลกระจายไปตามพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพฯ รวมถึงหัวเมืองขนาดใหญ่อย่างเชียงใหม่และหาดใหญ่ ซึ่งในช่วงนั้นเริ่มมีโต๊ะพนัน ที่เปิดรับแทงเกมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ (ที่มีทุกปี) โดยเฉพาะฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ที่เริ่มมีการถ่ายทอดสดเป็นประจำทุกสัปดาห์ตลอดฤดูกาลแข่งขัน

การเติบโตขึ้นมาของการพนันฟุตบอลในสังคมไทยนั้น วางอยู่บนฐานของการพนันฟุตบอลต่างประเทศ โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาขึ้นทำให้การถ่ายทอดสดการแข่งขัน

แพร่หลายอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้เกิดยุคสมัยที่คนในสังคมไทยบริโภคฟุตบอลผ่านการ “ดู” เป็นหลัก การพนันฟุตบอลในสังคมไทยจึงโด่งขึ้นมาโดยสัมพันธ์อยู่กับการดูการถ่ายทอดสดฟุตบอลซึ่งในแง่หนึ่ง ก็คือการบริโภคฟุตบอลที่ถูกดึงออกมาจากบริบทของท้องถิ่นและประวัติศาสตร์ของแหล่งกำเนิดกีฬาฟุตบอล ขณะที่การบริโภคเกมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย หรือ “ไทยลีก” ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมานั้น กล่าวได้ว่าเป็นการบริโภคของแฟนบอล (ทั้งที่เป็นผู้ชมหรือนักพนัน) ที่เต็มไปด้วยบริบท หรือการที่แฟนบอลมีความสัมพันธ์อย่างซิดิใกล้ในเกมการแข่งขันและนักเตะผู้เล่น จนเกิดกระแสวัฒนธรรมแฟนที่ก่อตัวขึ้นอย่างเฟื่องฟูในปัจจุบัน

ด้วยเหตุดังนั้น โครงการวิจัยนี้เสนอว่า การพยายามทำความเข้าใจปรากฏการณ์พนันบอลในสังคมไทยยุคปัจจุบัน จึงควรใส่ใจต่อการพิจารณาการก่อตัวขึ้นมาของ สนามฟุตบอลของไทยลีกและวัฒนธรรมการบริโภคฟุตบอลของแฟนบอลไทยที่อาจแตกต่างออกไปจากการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศ ที่เคยมีมาในยุคก่อนหน้านี้ “ไทยลีก” (ดังที่อภิปรายมาข้างต้น) ด้วย

ที่ผ่านมามีงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปรากฏการณ์พนันบอลในสังคมไทยอยู่จำนวนไม่น้อยแล้ว อย่างไรก็ตาม ส่วนมากงานศึกษาวิจัยเหล่านั้นจะตั้งอยู่บนฐานคิดและมุมมองเกี่ยวกับแรงจูงใจของการเล่นพนันและการมองว่าการเล่นพนันบอลเป็นปัญหาสังคม โดยอาจสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. การศึกษาแรงจูงใจของการเล่นพนัน โดยการใช้แบบสอบถามไปถามผู้ที่เล่นพนันถึงสาเหตุที่ทำให้เล่นพนัน จากนั้นจึงนำข้อมูลมาหาความสัมพันธ์ทางสถิติกับเพศ อายุ หรืออื่นๆ เพื่อสรุปเป็นแรงจูงใจของการเล่นพนันของกลุ่มต่างๆ ออกมา โดยงานประเภทนี้แม้จะทำให้ทราบถึงสาเหตุของการเล่นพนัน แต่ก็ขาดข้อมูลในเชิงลึก เช่น ชีวประวัติ ความสัมพันธ์ของการเล่นพนันกับปัจจัยทางสังคมอื่นๆ ทำให้ขาดการทำความเข้าใจถึงสาเหตุที่แท้จริงของการเล่นพนันบอล

2. การศึกษาการเล่นพนันบอลในฐานะที่เป็นปัญหาทางสังคม โดยงานศึกษาในกลุ่มนี้มุ่งเน้นที่จะทำให้สังคมเกิดความตระหนักเพื่อให้เกิดความตระหนักว่าการเล่นพนันบอลเป็นปัญหาใหญ่ของสังคมไทย ลักษณะของการศึกษาจึงเน้นไปที่การนำผู้ที่เคยประสบปัญหาจากการเล่นพนันมาให้ข้อมูล จากนั้นจึงเลือกนำเสนอถึงผลเสียต่างๆ จากการเล่นพนันบอล ซึ่งงานศึกษาประเภทนี้มักจะได้รับความสนใจจากสื่อที่จะนำไปเสนอข่าว โดยเฉพาะในช่วงที่มีการแข่งขันทัวร์นาเมนต์ใหญ่ๆ เช่น ฟุตบอลโลก ฟุตบอลยูโร เป็นต้น ข้อดีของงานศึกษาประเภทนี้คือ การนำเสนอให้สังคมเห็นถึงปัญหาของการเล่นพนันบอล แต่บางครั้งการเลือกนำเสนอแต่เพียงผลร้ายเพื่อให้ผู้คนตระหนักนั้นก็นำไปสู่อคติบางอย่าง

ได้เช่นกัน ซึ่งอคติเหล่านั้นสุดท้ายแล้วมักจะไปบดบังแง่มุมอื่นๆ ที่อยู่รายรอบปรากฏการณ์การเล่น
พนันบอล

วสันต์ ปัญญาแก้ว และคณะ (2557) เสนอว่า พนันบอลจะต้องถูกพิจารณาในฐานะที่เป็น
ปรากฏการณ์วัฒนธรรม ที่สะท้อนให้เห็นถึงปฏิบัติการ (ของการแสดงออกซึ่งความเป็นชายใน
สังคมไทย) และความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของอุตสาหกรรมการกีฬาและธุรกิจสื่อในสังคมเศรษฐกิจการ
เมืองไทยยุคปัจจุบัน งานศึกษาของวสันต์และคณะฯ พบว่านักพนันส่วนใหญ่คือ ชนชั้นกลางใหม่ผู้ชาย
(ทำงานประจำ เงินเดือนประมาณ 10,000 – 15,000) ที่ชีวิตเต็มไปด้วยความซ้ำซากจำเจจากการ
ทำงาน นอกจากนั้นยังเริ่มถูกผู้หญิงเข้ามายุ่งแย่งพื้นที่ทางสังคมต่างๆ เช่น ในพื้นที่การทำงานที่ผู้หญิง
ขึ้นมามีบทบาทมากขึ้น ในแง่นี้ การเล่นพนันบอลจึงเป็นกิจกรรมที่คนกลุ่มนี้ใช้เพื่อหลบหนีออกจาก
ความน่าเบื่อในชีวิตประจำวันผ่านการได้เสี่ยงได้ตื่นเต้นในช่วงขณะที่ได้เล่นพนัน นอกจากนี้ยังใช้พื้นที่
ดังกล่าวในการยืนยันความเป็นผู้ชายที่ผู้หญิงไม่สามารถเข้ามามีอำนาจในพื้นที่นี้ได้ อย่างไรก็ตาม ใน
งานศึกษาของวสันต์และคณะฯ ยังคงจำกัดขอบเขตการศึกษาไว้ที่กลุ่มคนวัยทำงานและยังไม่ได้ศึกษา
ทำความเข้าใจพนันบอลในกลุ่มเด็กและเยาวชน ทั้งนี้จากสถิติข้อมูลการสำรวจ (และข่าวที่ปรากฏตาม
สื่อ) ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มวัยรุ่นไทยมีแนวโน้มที่เล่นพนันบอลมากขึ้น หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งอายุเริ่มแรก
ของนักพนันบอลไทยนั้นมีแนวโน้มที่พบในกลุ่มที่มีอายุเฉลี่ยที่น้อยลงเรื่อยๆ ดังนั้นการศึกษาทำความเข้าใจ
การเล่นพนันบอลในกลุ่มวัยรุ่นเยาวชนไทยจึงถือเป็นเรื่องใหญ่และจะมีนัยสำคัญยิ่งต่อการทำ
ความเข้าใจปรากฏการณ์พนันบอลในสังคมไทย



วิธีการศึกษา

วสันต์ ปัญญาแก้ว

โครงการศึกษาวิจัยครั้งนี้เสนอให้พิจารณา “พนันบอล” ในฐานะที่เป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่สะท้อนและพัวพันไปกับปฏิบัติการ ความหมาย และระบบความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของอุตสาหกรรมฟุตบอล วัฒนธรรมแฟน ธุรกิจสื่อการกีฬา และกิจกรรมทางสังคมต่างๆ ในสังคมไทยยุคปัจจุบัน การศึกษาปรากฏการณ์ “พนันบอล” ในฐานะที่เป็นปฏิบัติการ หรือกิจกรรมระดับชีวิตประจำวันที่มีความหมายยิ่งของกลุ่มผู้ชาย ในบริบทของอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอล นอกจากจะสะท้อนให้เห็นระบบความสัมพันธ์และอำนาจการเมืองในสังคมสมัยใหม่ การศึกษาในแนวนี้น่าจะช่วยให้สร้างความเข้าใจที่มีต่อกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์ไปกับวัฒนธรรมแฟน การบริโภค (รายการ/การแข่งขัน) ฟุตบอล ตลอดจนเส้นทางเข้าสู่วงการพนันของกลุ่มผู้เล่น โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชายวัยทำงานและวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ที่ใช้ชีวิตพัวพันไปกับธุรกิจสื่อ กีฬาฟุตบอล และพนันบอล คำถามพื้นฐานสำคัญคือ บรรดานักพนันบอลพวกเขาคือใครกัน? แบบแผนการดำเนินชีวิตของพวกเขาเป็นอย่างไร? พนันบอลเกี่ยวข้องกับพัวพันไปกับชีวิตประจำวันของพวกเขาอย่างไร? คือคำถามที่ควรค่าแก่การหาคำตอบเพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์พนันบอลและแฟนบอลในสังคมไทย ทั้งนี้ในการดำเนินงานวิจัย (ระหว่างเดือนมีนาคม 2558-เมษายน 2559) หัวหน้าโครงการวิจัยได้ออกแบบชุดโครงการ และแยกดำเนินการทำงานวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย 3 โครงการวิจัยย่อย ดังนี้

3.1 การวิจัยสำรวจ

การวิจัยสำรวจ (โดยหัวหน้าโครงการ คือ ผศ.ดร. วสันต์ ปัญญาแก้ว) มุ่งศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแฟนบอลไทยและการสำรวจภาพรวมเบื้องต้นของพื้นที่ของการวิจัยคือสนามฟุตบอลของสโมสรต่างๆ ในไทยพรีเมียร์ลีกและยามาฮาลีก 1 ทั้งหมด 5 สนามดังนี้ 1. สนาม SCG Stadium สโมสรเมืองทองยูไนเต็ด 2. สนาม PAT Stadium สโมสรการทำเรือ (ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และเขต

ปริมาตร) 3. สนาม I-Mobile Stadium สโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ด (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง) 4. สนาม United Stadium สโมสรเชียงรายยูไนเต็ด และ 5. สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี สโมสรเชียงใหม่เอฟซี (ภาคเหนือตอนบน) โดยพิจารณาจากงบประมาณและระยะเวลาของการดำเนินงาน หัวหน้าโครงการ ได้ออกแบบ “แบบสอบถาม” (ดูรายละเอียดในภาคผนวก 1) ตั้งคำถามและตัวแปรชี้วัดให้สอดคล้องไปกับการกำหนดกรอบแนวคิด (ในบทที่ 2) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแฟนบอลไทย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามไว้ที่ 400 ตัวอย่าง

จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โครงการวิจัยสำรวจ ได้ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยกำหนดจำนวนตัวอย่างแต่ละสนามให้สอดคล้องกับจำนวนประชากร (ความจุของผู้ชมในสนามฟุตบอลทั้งหมด 5 สนาม คือ 79300 ที่นั่ง) โดยอาศัยการคำนวณทางสถิติ ได้ดังนี้

1. สนาม SCG Stadium มีความจุประมาณ 20000 ที่นั่ง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 101ชุด
2. สนาม PAT Stadium มีความจุประมาณ 10,300 ที่นั่ง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 52 ชุด
3. สนาม I-Mobile Stadium มีความจุประมาณ 24,000 ที่นั่ง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 121 ชุด
4. สนาม United Stadium มีความจุประมาณ 15,000 ที่นั่ง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 76 ชุด
5. สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี มีความจุประมาณ 10,000 ที่นั่ง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 50ชุด

หลังจากการทำ Pretest เพื่อทดสอบคำถามและแบบสอบถามและซักซ้อมทำความเข้าใจกันภายในคณะทีมวิจัย (คือหัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยนักวิจัย และนักวิจัยโครงการย่อย) และพนักงานเก็บแบบสอบถาม (นักศึกษาคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) ได้อ่านและทำความเข้าใจแบบสอบถามดีแล้ว ได้เดินทางลงพื้นที่เพื่อดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามหลายครั้งระหว่างเดือน มิถุนายน-สิงหาคม 2558 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยสำรวจด้วยแบบสอบถามโดยมีพนักงานเป็นผู้สัมภาษณ์ อ่านคำถามให้ผู้ตอบ ตอบคำถาม ได้ลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม ในพื้นที่ 5 สนามตามสัดส่วนที่กล่าวไปข้างต้น โดยทีมวิจัยและพนักงานเก็บแบบสอบถาม ได้เดินทางไปยังสนามก่อนการแข่งขันอย่างน้อย 1 วันและมุ่งดำเนินการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามกับบรรดาแฟนบอลผู้ที่ตั้งใจเดินทางมาชมเกมการแข่งขันฟุตบอลนัดนั้นๆ บริเวณรอบๆ สนามการแข่งขัน ก่อนที่จะเริ่มขึ้นราวๆ 2-3 ชั่วโมง โดยอาศัยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือทักทายแฟนบอลผู้ตอบแบบสอบถาม แนะนำวัตถุประสงค์ และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับวัน เวลา และการเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยแบบสอบถามจากพื้นที่ 5 สนามของ 5 สโมสรฟุตบอล ระหว่างเดือนมิถุนายน – กันยายน 2558 ดังนี้

สนามฟุตบอล/สโมสร	วัน/เดือน/ปี ที่เก็บข้อมูล	จำนวน
สนาม United Stadium (สโมสรฟุตบอลเชียงรายยูไนเต็ด)	21 มิถุนายน พ.ศ.2558	29
	25 กรกฎาคม พ.ศ.2558	33
	13 กันยายน พ.ศ.2558	14
สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี (สโมสรฟุตบอลเชียงใหม่ เอฟซี)	24 มิถุนายน พ.ศ.2558	32
	27 มิถุนายน พ.ศ.2558	18
สนาม SCG Stadium (สโมสรฟุตบอลเอสซีจี-เมืองทอง ยูไนเต็ด)	5 กรกฎาคม พ.ศ.2558	52
	9 สิงหาคม พ.ศ.2558	49
สนาม I-mobile Stadium (สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด)	1 สิงหาคม พ.ศ.2558	121
PAT Stadium (สโมสรฟุตบอลการทำเรือ เอฟซี)	20 กันยายน พ.ศ.2558	52

3.2 การวิจัยภาคสนาม

การทำงานวิจัยภาคสนาม นักวิจัยเริ่มต้นดำเนินการอย่างเข้มข้นต่อเนื่อง ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2558 (ก่อนหน้านี้คือระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม 2558 ที่มิวิจัยได้ประชุมวางแผนและทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติม) จนถึงราวๆ เดือนมกราคม 2559 ตั้งแต่แรกเริ่ม นักวิจัยใน 2 โครงการย่อยคือ พงศกร สงวนศักดิ์ และอาจินต์ ทองอยู่คง ได้ร่วมกับหัวหน้าโครงการ สำรวจพื้นที่เบื้องต้น วางกรอบคิด แนวทางการศึกษา และแผนงาน และการทำงานวิจัยภาคสนาม แยกตามโครงการย่อยดังนี้

3.2.1 โครงการวิจัย “วัฒนธรรมแฟนบอลไทยในมิติของการพนันและการบริโภค”

โดย อาจินต์ ทองอยู่คง

งานศึกษานี้มองว่ากลุ่มแฟนบอลไม่ได้เพียงแค่ติดตามชมการแข่งขันฟุตบอล แต่ยังรวมถึงการจับจ่ายสินค้าเกี่ยวกับฟุตบอล การเสพข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในแวดวงฟุตบอล กล่าวอีกอย่างหนึ่ง การเป็นแฟนบอลก็คือการบริโภคฟุตบอล เพื่อประกอบสร้างตัวตน จนไปถึงการแสดงออกซึ่งความเป็นชาย และการเล่นพนันทายผลการแข่งขันฟุตบอล หรือที่เรียกว่า “พนันบอล” ในฐานปฏิบัติการ โดยพื้นฐานการเล่นพนันบอลจึงเกี่ยวข้องพัวพันไปกับการติดตามเกมการแข่งขัน การ

บริโภควัฒนธรรม และกิจกรรมทางสังคมต่างๆ ในแง่การเล่นพนันบอลก็คือส่วนหนึ่งของการบริโภคในวัฒนธรรมพนันบอลนั่นเอง วสันต์ ปัญญาแก้ว (2557: 211-241) ศึกษาการเล่นพนันบอลในฐานะที่เป็นปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน และเสนอว่าปฏิบัติการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการประกอบสร้าง “ชุมชนของผู้ชาย” ภายใต้สภาพสังคมไทยปัจจุบัน ที่พื้นที่ของผู้ชายกำลังถูกทำลาย ขณะที่อาจินต์ ทองอยู่คง (2557: 153-210) ศึกษาการดื่มแอลกอฮอล์กับความรุนแรงในฟุตบอลไทย และเสนอว่าความรุนแรงที่ปรากฏนั้นมีส่วนที่สัมพันธ์อยู่กับความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันภายในชุมชนพนันบอล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงภาวะโหยหาความสัมพันธ์แบบ “มิตรสหาย” หรือการเป็นคนกลุ่มเดียวกันของผู้คนในสังคมสมัยใหม่ อาจกล่าวได้ว่างานศึกษาสองชิ้นนี้เป็นการพยายามทำความเข้าใจการก่อตัวขึ้นมาของวัฒนธรรมพนันบอลในสังคมไทย กล่าวโดยย่อ งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการเล่นพนันบอล ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการบริโภคในวัฒนธรรมพนันบอลไทย ภายใต้เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลงเปลี่ยนแปลงผ่านเข้าสู่สังคมไทยยุคเสรีนิยมใหม่ ยุคสมัยที่ชีวิตทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจทุนนิยม และบริโภคนิยม เกี่ยวข้องพัวพันกับชีวิตประจำวันของผู้คน

ขอบเขตการวิจัย พื้นที่ และกรณีศึกษา

การวิจัยนี้มุ่งศึกษากลุ่มพนันบอลสโมสรไทย (ในไทยพรีเมียร์ลีก 2015) ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งเป็นเขตมหานครที่มีพนันบอลจำนวนมากและมีความหลากหลาย กลุ่มพนันบอลกรณีศึกษาในที่นี้คือพนันบอลสโมสรฟุตบอลการทำเรือ เอฟซี ซึ่งซ้อนทับเกือบเป็นส่วนหนึ่งของพนันบอลทีมชาติไทยที่ติดตามเชียร์อย่างเหนียวแน่น พนันบอลกลุ่มนี้ส่วนใหญ่คือผู้ชายโสด อายุระหว่าง 21-40 ปี เนื่องจากพนันบอลสโมสรไทยมักจะไปชมการแข่งขันที่สนามร่วมกันเสมอ (คือที่สนาม Pat Stadium) ทำให้แฟนกลุ่มนี้มีกิจกรรมร่วมกันหลากหลายและมีการติดตามอย่างเอาจริงเอาจัง ทำให้สามารถแสดง “ภาพตัวตน” ของวัฒนธรรมพนันบอลได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้พื้นที่ของการศึกษาภาคสนาม ยังครอบคลุมไปถึง สนามแข่งขันของสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกทีมอื่นๆ (ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล) ที่มีการแข่งขันแบบนัดเหย้า-นัดเยือน พื้นที่สนามดังกล่าวนี้จะมีทั้งพนันบอลทีมเหย้า-ทีมเยือน โดยเฉพาะจากย่านต่างๆ ในกรุงเทพฯ และบางส่วนจากต่างจังหวัด ทำให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่หลากหลาย รวมถึงกล่าวได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตในเมืองสมัยใหม่ ซึ่งวิถีชีวิตของผู้คนล้วนผูกอยู่กับการบริโภค ดังนั้นจึงสามารถที่จะแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมพนันซึ่งเป็นกิจกรรมที่วางอยู่บนฐานของการบริโภคและการพนันได้เป็นอย่างดี

การทำงานภาคสนาม (doing fieldwork)

การทำงานวิจัยภาคสนามครั้งนี้ ใช้วิธีวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาหลายสนาม (multi-sited ethnography) ติดตามศึกษาชีวิตสุดสัปดาห์และการบริโภคฟุตบอลของกลุ่มพนันบอลสโมสรการ

ท่าเรือ เอฟซี สนามแพตสเตเดียม และรวมทั้งแฟนบอลในสนามอื่นๆ ของกรุงเทพฯและปริมณฑล การศึกษาติดตามประยุกต์ใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมในการชมการแข่งขันที่สนามฟุตบอลและ กิจกรรมต่างๆของแฟนบอล (เช่น การผลิตอุปกรณ์เชียร์ การท่องเที่ยวพักผ่อน กิจกรรมประจำปีต่างๆ รวมถึงกิจกรรมในสังคมออนไลน์) นอกจากนั้นจะใช้วิธีสัมภาษณ์ ศึกษาข้อมูลผ่านเอกสาร รวมไปถึงการวิเคราะห์ทัศนคติการบริโภคสื่อ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของแฟนบอล และเพื่อให้ได้ข้อมูลครบวงจรของการแข่งขันในแต่ละฤดูกาล การเก็บข้อมูลภาคสนามครั้งนี้ใช้เวลาทั้งหมด 1 ฤดูกาลแข่งขัน ไทยพรีเมียร์ลีก 2558 โดยแบ่งเป็น การทำงานสำรวจเพิ่มเติมและงานภาคสนามเบื้องต้น 3 เดือน (มีนาคม – พฤษภาคม 2558) การทำงานภาคสนามแบบต่อเนื่อง 6 เดือน (มิถุนายน – พฤศจิกายน 2558) และการเขียนรายงานวิจัย 3 เดือนสุดท้าย ในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล การวิจัยนี้ ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) จาก 1. การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม 2. การสัมภาษณ์ และ 3. ข้อมูลจากเอกสาร ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้จะเป็นการรายงานข่าวจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับ วัฒนธรรมแฟนบอลในสังคมไทยในลักษณะต่างๆตามแต่ที่ปรากฏ รวมไปถึงการใช้สื่อออนไลน์ของ แฟนบอล ทั้งในลักษณะของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมและกระดานสนทนาออนไลน์ ในส่วนของการ เข้าถึงผู้ให้ข้อมูลนั้น ใช้เทคนิค snowballing ด้วยการขยายเครือข่ายผู้ให้ข้อมูลผ่านความสัมพันธ์ที่ แฟนบอลมีต่อกัน ทั้งภายในแฟนบอลแต่ละสโมสรและระหว่างแฟนบอลต่างสโมสร ซึ่งแฟนบอลไทย จะมีเครือข่ายความสัมพันธ์กันอยู่ (ผลการศึกษานำเสนอในบทที่ 7)

3.2.2 โครงการวิจัย “ฟุตบอล วัยรุ่น การพนัน และวัฒนธรรมความเป็นชาย”

โดย พงศกร สงวนศักดิ์

การศึกษานี้ มองว่า การพนันและการบริโภคสื่อ/สินค้า ของ อุตสาหกรรมฟุตบอล นอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมวัยรุ่น ยังกลายเป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับ ชีวิตประจำวันของแฟนบอลไทย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นวัยเรียน (อายุระหว่าง 15-20 ปี) ที่ใช้ชีวิตอยู่ใน สังคมที่เต็มไปด้วยการไหลเวียนของข่าวสาร เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ กล่าวคือการเล่นพนัน บอลและวัฒนธรรมแฟนบอลไทย นอกจากจะเป็นกิจกรรมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ไม่ผิด กฎหมาย ยังถือเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของวัยรุ่นที่สังเกตพบเห็นได้ทั้งในสนามแข่งขันฟุตบอลและ พื้นที่สาธารณะ เช่น ผับ บาร์ ยามค่ำคืน

วัยรุ่น หรือ “ช่วงวัยรุ่น” โดยทั่วไปหมายถึง การเติบโต กำลังจะก้าวผ่าน หรือสถานะที่ “ยังไม่ บรรลุ หรือไม่สำเร็จ” วัยรุ่นหรือวัยรุ่นหนุ่มสาวจึงถูกมองว่าเป็นช่วงเวลาเตรียมการสำหรับการกลายเป็น “ผู้ใหญ่” เป็นช่วงเวลา “หัวเลี้ยวหัวต่อ” ที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ทั้งการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย

และการเปลี่ยนผ่านสถานภาพทางสังคม ผลกระทบจากการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ภาวะสมัยใหม่ในสังคมไทยยุคปัจจุบัน ไม่มากนักน้อยมีส่วนอย่างสำคัญต่อการสร้างแรงกดดันต่อวัยรุ่นโดยเฉพาะการเผชิญกับสภาวะวิกฤติอัตลักษณ์ เนื่องจากการพัฒนาเข้าสู่ภาวะสมัยใหม่นั้น ส่งผลอย่างสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง สถาบันที่ทำหน้าที่ขัดเกลาทางสังคม โดยเฉพาะครอบครัวและโรงเรียน การอบรม บ่มเพาะจารีต ความคิด ความเชื่อ ผ่านพิธีกรรม กระบวนการทางสังคมต่างๆ ที่ (เคย) “ทำหน้าที่” ควบคุมระบอบการเปลี่ยนผ่านจากวัยรุ่นไปสู่ผู้ใหญ่ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสถาบันครอบครัวไทย ภาวะกดดันทางเศรษฐกิจ การแพร่กระจายของบริโภคนิยม ระบบการศึกษาที่เน้นการแข่งขันในปัจจุบันจึงมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่การก่อตัวขึ้นของ วัฒนธรรมต่อต้าน วัฒนธรรมย่อย และวัฒนธรรมสมัยนิยม ในชีวิตของวัยรุ่น (ดูเพิ่มเติมในบทที่ 2 หัวข้อ 2.2)

ขอบเขตการวิจัย พื้นที่ และกรณีศึกษา

กลุ่มวัยรุ่นที่งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาคือ กลุ่มแฟนบอลวัยรุ่น (ส่วนใหญ่ติดตามชมการแข่งขันของทีมเชียงใหม่เอฟซี - Chiang Mai FC) ที่ยังศึกษาเล่าเรียนในสถานศึกษา อายุระหว่าง 15-20 ปี โดยพื้นที่การศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ เลือกศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มวัยรุ่นในโรงเรียนมัธยม (แห่งหนึ่ง) และกลุ่มวัยรุ่นที่ศึกษาในวิทยาลัยเทคนิค ในเมืองเชียงใหม่ โดยมุ่งเน้นศึกษาเปรียบเทียบ 1. แบบแผนการใช้เวลาและการบริโภคสื่อ ที่เกี่ยวข้องพัวพันไปกับ วัฒนธรรมแฟนบอลของกลุ่มแฟนบอลวัยรุ่น และ 2. วิธีการดำเนินชีวิต ภูมิหลังของครอบครัว บทบาทของครอบครัว โดยเฉพาะต่อความสนใจในเกมกีฬาฟุตบอล ตลอดจนการป้องกันจากการพนัน แบบแผนการเล่นพนันและการบริโภคสื่อ/สินค้า ในกลุ่มวัยรุ่น 2 กลุ่มนี้ ว่ามีส่วนสัมพันธ์ไปกับการเล่น หรือไม่เล่น พนันบอล หรือไม่อย่างไร

การวิจัยนี้ประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาหลายสนาม (multi-sited ethnography) โดยการติดตามชีวิตกลุ่มวัยรุ่น ใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ชีวิตประวัติ ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นกรณีศึกษาสามารถติดตามยังสถานที่ต่างๆ อาทิ สถานศึกษา สนามฟุตบอล (ทั้งสนามเล็กๆ และสนามเชียงใหม่ 700 ปี) สถาบันเทิง ต่างๆ นอกจากนั้นจะใช้วิธีศึกษาข้อมูลจากสื่อและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่น/แฟนบอล

การทำงานภาคสนาม (doing fieldwork)

พื้นที่ของการศึกษาวิจัยนี้คือเมืองเชียงใหม่ โดยมีกลุ่มวัยรุ่นที่มุ่งศึกษาคือแฟนบอลที่ยังศึกษาเล่าเรียนในสถานศึกษาอายุระหว่าง 15-20 ปี โดยพื้นที่การศึกษาของการวิจัยครั้งนี้จะเลือกศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มวัยรุ่นในโรงเรียนมัธยม (แห่งหนึ่ง) และกลุ่มวัยรุ่นที่ศึกษาในวิทยาลัยเทคนิค ในเมืองเชียงใหม่ การทำงานภาคสนาม ผู้ศึกษา (คือพงศกร สงวนศักดิ์) ได้เข้าไปติดต่ออย่างเป็นทางการกับโรงเรียนมัธยมแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลกับเด็ก

นักเรียนในโรงเรียน ซึ่งทางโรงเรียนได้อนุญาตให้เก็บข้อมูลได้ จากนั้นจึงเข้าไปติดต่อกับครูที่สอนวิชาพลศึกษาของโรงเรียนแห่งนี้ เพื่อจะขออนุญาตเข้าหาเยาวชนที่เป็นนักฟุตบอลตัวแทนโรงเรียนในการติดต่อสัมภาษณ์ต่อไป โดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี ผู้ศึกษาได้เริ่มต้นเข้าหากลุ่มเยาวชนโดยการเข้าไปพบก่อนเวลาที่น้องๆ จะซ้อมฟุตบอลในตอนเย็น จากนั้นได้พูดคุยทำความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย และทำความรู้จักขอเบอร์โทรศัพท์ของน้องกลุ่มหนึ่งไว้ เพื่อติดต่อนัดหมายในการสัมภาษณ์ต่อไป หลังจากทำการสัมภาษณ์น้องๆ กลุ่มแรกแล้ว (3 คน) ผู้ศึกษาได้ขอให้น้องๆ แนะนำเพื่อนที่กำลังเรียนอยู่ในวิทยาลัยเทคนิคให้ หลังจากได้เบอร์ติดต่อมาแล้วจึงได้นัดหมายและทำการสัมภาษณ์น้องๆ จากวิทยาลัยเทคนิคอีก 3 คน จากนั้นได้สัมภาษณ์เยาวชนจากโรงเรียนมัธยมแห่งเดิมอีก 2 คน นอกจากเยาวชนแล้วผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์เจ้าของโต๊ะพนันบอลคนหนึ่งในเมืองเชียงใหม่ เพื่อต้องการทราบถึงสถานการณ์ความเคลื่อนไหวเรื่องการเล่นพนันบอลในเชียงใหม่ นอกจากการสัมภาษณ์แล้ว ผู้ศึกษาได้เข้าไปสังเกตการณ์ที่โต๊ะพนันบอลแห่งหนึ่ง รวมถึงสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมที่สนามฟุตบอลเชียงใหม่ 700 ปี ช่วงสุดสัปดาห์ หรือในช่วงกลางสัปดาห์ ซึ่งมีรายการแข่งขันฟุตบอลของทีมเชียงใหม่เอฟซี กับทีมเยือน (ผลการศึกษานำเสนอในบทที่ 8)



ฟุตบอลในสังคมไทย

วสันต์ ปัญญาแก้ว

4.1 บทนำ

ฟุตบอลสมัยใหม่ คือเกมการแข่งขันที่พัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบและกลายเป็นอุตสาหกรรมอาชีพอย่างหนึ่งในสังคมอังกฤษตั้งแต่ยุคพัฒนาอุตสาหกรรม ราวๆ ปลายศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา และปัจจุบันฟุตบอลน่าจะกลายมาเป็นเกมกีฬาที่มีจำนวนผู้คนนิยมให้ความสนใจติดตามกันอย่างล้นหลามทั่วโลก กีฬาสมัยใหม่ชนิดนี้เริ่มแพร่กระจายออกจากเกาะอังกฤษไปยังทวีปต่างๆ ตามเส้นทางการแผ่ขยายอำนาจของอังกฤษยุคอาณานิคม กระทั่งกลายเป็นเกมกีฬาที่ลงหลักฝังรากและเติบโตขึ้นควบคู่ไปกับการสร้างความศิวิไลซ์ในเครืออาณานิคมทวีปต่างๆ เกือบทั่วโลก กรณีของสยาม ฟุตบอลสมัยใหม่เริ่มมีการนำมาเล่นกันตั้งแต่ช่วงรอยต่อสมัยรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 (พระยาศรีวิสารวาท 2509, อ้างใน สิทธิ 2540: 10) ทว่าฟุตบอลก็ยังเป็นกีฬาที่เล่นกันเฉพาะในแวดวงชาวต่างชาติ จนมาถึงสมัยรัชกาลที่ 5 จึงเริ่มเป็นที่รู้จักในหมู่ชนชั้นนำชาวสยาม กีฬาซึ่งเป็นตัวแทนของโลกสมัยใหม่ชนิดนี้ถูกนำเข้ามาหัดเล่นและเผยแพร่โดย สนั่น เทพหัสดิน ณ อยุธยา นักเรียนนอกจากเกาะอังกฤษ กระทั่งต่อมาเกมกีฬาสมัยใหม่ชนิดนี้ได้แพร่กระจายและเป็นที่รู้จักกันไปโดยทั่วของสังคม ผ่านสถาบันการศึกษาสมัยใหม่ โดยเฉพาะโรงเรียนประถมและกรมพลศึกษา ซึ่งได้ถูกสถาปนาขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 6 ฟุตบอลและสถาบันการศึกษากลายเป็นกลไกของการพัฒนาประเทศนับแต่นั้นมา

ควบคู่ไปกับระบบการศึกษา การบริหารรัฐกิจ และเทคโนโลยีความเจริญสมัยใหม่ด้านต่างๆ (อาทิ การรถไฟ ไฟฟ้า สถานีโทรคมนาคม ระบบโรงเรียนประจำ และการสื่อสารโทรคมนาคม) ฟุตบอลสมัยใหม่ถูกนำเข้าโดยชนชั้นนำสยาม นับจากสมัยรัชกาลที่ 4 ชนชั้นนำสยามที่สำเร็จการศึกษากลับมาจากยุโรป ได้เริ่มนำเอาวิถีคิดและการปฏิบัติเรื่องการพักผ่อนหย่อนใจ (leisure) อันเป็นสัญลักษณ์ของความศิวิไลซ์แบบตะวันตก เข้ามาสู่สังคมสยาม กิจกรรมใหม่ๆ เช่น การท่องเที่ยวตากอากาศ การสะสมของเก่า การใช้กล้องถ่ายรูป หรือการเล่นกีฬาแบบตะวันตก ได้กลายเป็นมาตรฐานใหม่ของ การแสดง “หน้าตา” ในหมู่ชนชั้นสูง กีฬาสมัยใหม่ ที่นำเข้ามาในช่วงนั้นมีทั้ง โครเกตต์ กอล์ฟ เทนนิส ขี่ม้า และฟุตบอล (วิญญู 2549, ชาญ 2557.)

เกมการแข่งขันฟุตบอลอย่างเป็นทางการครั้งแรกในสยามประเทศนั้นมีขึ้นในวันเสาร์ที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2443 ที่ท้องสนามหลวง เป็นการแข่งขั้ระหว่าง “ชุดศึกษาธิการ” กับ “ชุดบางกอก” โดย

สมาชิกของ “ชุด” หรือทีมศึกษาธิการนั้นมีชาวสยามเพียงแค่ 4-5 คน (ซึ่งส่วนมากคือลูกหลานชนชั้นกลุ่มแรกๆ ที่ได้เข้าเรียนในระบบการศึกษาสมัยใหม่) ส่วนสมาชิกของทีมบางกอกทั้งหมดเป็นชาวอังกฤษในพระนคร ผลการแข่งขันฟุตบอลนัดแรกในประวัติศาสตร์สยามครั้งนั้นเสมอกันไป 2-2 (สวสดี 2520: 41-46)

4.2 ฟุตบอลกับการสร้างชาติและความศิวิไลซ์ในสยาม

การสนับสนุนให้ชาวสยามเล่นฟุตบอลอย่างจริงจังเริ่มขึ้นในช่วงทศวรรษ 2440 โดยกรมศึกษาธิการได้จัดการแข่งขันแบบแพ้คัดออกเพื่อชิงชัยกันระหว่างโรงเรียนชั้นนำในกรุงเทพฯ และธนบุรี ระหว่างปี พ.ศ. 2444 ถึง 2453 มีโรงเรียนที่เข้าร่วมเกมแข่งขันราวๆ 30 โรงเรียน ทั้งหมดเป็นโรงเรียนในกรุงเทพฯ และธนบุรี (ชาญ 2557: 44-55) แม้จะยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก ทว่าก็สะท้อนถึงการที่ฟุตบอลได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่รัฐราชการใช้อบรมบ่มเพาะวินัยและสร้างความศิวิไลซ์ให้แก่พลเมืองของชาติ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานและส่งเสริมการแพร่กระจายของกีฬาฟุตบอลในสังคมสยามคือเจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรีหรือ “ครูเทพ” ท่านได้รับทุนเรียนไปศึกษาต่อที่ Borough Road College ประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นโรงเรียนฝึกหัดครู และเป็นสถานศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการก่อตั้งกีฬาสมัยใหม่ในอังกฤษยุคนั้น หลังกลับสู่สยาม “ครูเทพ” ได้เข้ารับราชการในกระทรวงธรรมการ มีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานการศึกษาสมัยใหม่ ช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 และต่อมาท่านก็ได้ดำรงตำแหน่งเป็นเสนาบดีกระทรวงธรรมการและภายหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ก็ได้เป็นประธานสภาผู้แทนราษฎรคนแรกและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ บทบาทของท่านเกี่ยวกับกีฬาในชาติไทยนั้นมีหลายด้าน ทั้งการทำวารสาร/เขียนบทความเกี่ยวกับกีฬา เผยแพร่ เป็นผู้แต่งเนื้อเพลง “กราวกีฬา” ที่สำคัญคือเป็นผู้ริเริ่มให้โรงเรียนต่างๆ ฝึกหัดเล่นฟุตบอลและเริ่มจัดการแข่งขันฟุตบอลระหว่างโรงเรียน (สวสดี 2520: 19)

กล่าวอีกอย่างหนึ่ง ระบบการศึกษาหรือโรงเรียนรัฐที่ครูเทพเป็นผู้วางรากฐานนั่นเองคือกลไกสำคัญในการปลูกฝังวัฒนธรรมการเล่นฟุตบอลในสังคมไทยยุคต่อๆ มา บทบาทของกรมพลศึกษานั้นมีทั้งที่เป็น ผู้ริเริ่มจัดการแข่งขันฟุตบอลระหว่างโรงเรียน กำหนดกติกาหลักของการเล่นและรูปแบบการแข่งขัน อีกทั้งในปี พ.ศ. 2480 ยังได้กำหนดให้ฟุตบอลเป็นหนึ่งในวิชาบังคับเลือกในหลักสูตรพลศึกษาระดับมัธยมต้นอีกด้วย โรงเรียนจึงกลายเป็น “ช่องทาง” ของการแพร่กระจายกีฬาฟุตบอลออกไปสู่พื้นที่ต่างๆ ที่ห่างไกลนอกเขตพระนคร และเกมกีฬาฟุตบอลกลายเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการสร้างวินัย ความเป็นชาย ที่แข็งแรง ว่องไว รวมถึงการเรียนรู้และเคารพกฎกติกา มารยาท ภายใต้การปกครองของรัฐสมบูรณาญาสิทธิราชย์ (ชาญ 2557: 37-55) หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง

พ.ศ. 2475 แม้ว่าการแข่งขันกีฬานานาชาติต่างๆ จะถูกละเลิกไป แต่ว่า “พลศึกษา” ก็ยังคงเป็นกลไกในระบบการศึกษาที่กลุ่มคณะราษฎรให้ความสำคัญมาโดยตลอด และในแผนการศึกษาชาติ พ.ศ. 2494 ยุคจอมพล ป.พิบูลสงคราม จึงกำหนดให้จัดระบบ “การศึกษาไทย”¹ เป็น 4 ส่วนให้สมดุลกันคือ “จริยศึกษา พลศึกษา พุทธิศึกษา และหัตถศึกษา”

การขยายตัวของสถาบันการศึกษาสมัยใหม่ ส่งผลให้กีฬาสมัยใหม่ได้แพร่หลายออกไปในวงกว้าง และการเล่นฟุตบอลกลายเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายในสังคมไทย มรดกของระบบการศึกษาในฐานะกลไกสำคัญที่ช่วยแพร่กระจายความนิยมของกีฬาฟุตบอลยังคงดำรงอยู่มาจนถึงปัจจุบัน ดังสะท้อนผ่านการมีสนามฟุตบอลของโรงเรียน การแข่งขันฟุตบอลในโรงเรียน และระหว่างโรงเรียน

4.3 โทรทัศน์ อุตสาหกรรมสื่อ และการบริโภคฟุตบอลในสังคมไทย

หลังทศวรรษ 2500 จากความนิยมในเกมฟุตบอลที่แพร่กระจายผ่านโรงเรียนสถานศึกษาไปเกือบทั่วประเทศ ระลอกต่อมาของกระแสความนิยมที่ผู้คน โดยเฉพาะเยาวชนไทย มีต่อเกมกีฬานานาชาติก็คือการบริโภคฟุตบอลผ่านจอโทรทัศน์ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโทรทัศน์นับจากทศวรรษ 2520 ทำให้สามารถที่จะส่งสัญญาณถ่ายทอดเกมการแข่งขันฟุตบอลจากต่างประเทศข้ามทวีปมาสู่สังคมไทย ฟุตบอลต่างประเทศที่เริ่มมีการถ่ายทอด (เทปบันทึกภาพ) ทางโทรทัศน์เป็นครั้งแรกในประเทศไทยนั้นคือ การแข่งขันฟุตบอลโลก (FIFA World Cup) ในปีพ.ศ. 2509 นัดชิงชนะเลิศระหว่างทีมชาติอังกฤษและทีมชาติเยอรมนีตะวันตก ต่อมาในปีพ.ศ. 2513 จึงเริ่มมีการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกเป็นครั้งแรก (เนตรนภา 2545) หลังจากนั้น รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับกีฬาจึงมีเพิ่มมากขึ้น กระทั่งมีการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลสโมสรต่างประเทศ ควบคู่ไปกับการเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อด้านกีฬา โดยเฉพาะบริษัทสยามสปอร์ตพรีนติ้งจำกัด *สตาร์ชอคเกอร์รายสัปดาห์* วางจำหน่ายมาตั้งแต่ พ.ศ. 2518 จนในปี พ.ศ. 2535 *สตาร์ชอคเกอร์รายวัน* ก็ถูกผลิตออกมา อันเป็นปีเดียวกันกับที่สื่อโทรทัศน์ข้ามชาติและสมาคมฟุตบอลอังกฤษ ยกกระดับเกมการแข่งขันฟุตบอลให้ทีมจากดิวิชั่น 1 ขึ้นมาแข่งขันกันในลีกระดับสูงสุดคือ “พรีเมียร์ลีกอังกฤษ” และมีการผลิตรายการถ่ายทอดเกมการแข่งขันสดๆ ผ่านโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Pay TV) ซึ่งกระตุ้นความสนใจในฟุตบอลรายการนี้ไปทั่วโลก และสำหรับแฟนบอลไทย “พรีเมียร์ลีกอังกฤษ” กลายเป็นเกมการแข่งขันฟุตบอลยอดนิยมสูงสุดที่ติดตามชมกัน

¹ รัฐบาลคณะราษฎรเปลี่ยนชื่อประเทศ จาก ราชอาณาจักรสยาม เป็นราชอาณาจักรไทย หรือประเทศไทย ในปี พ.ศ.

โทรทัศน์ การปฏิวัติทางด้านเทคโนโลยีสื่อสาร และการส่งสัญญาณผ่านระบบดาวเทียมทำให้ฟุตบอลกลายเป็นเกมกีฬาและรายการบันเทิงยอดนิยมที่ขยายตัวออกสู่สังคมวงกว้าง มีผู้ชม/แฟนบอล ซึ่งมีทั้งความแตกต่างทางเชื้อชาติและชนชั้น (วสันต์ 2557: 8-10) กระแสความนิยมที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอล และความสนใจที่มีต่อเรื่องราว ข่าวสาร ด้านการกีฬาชนิดนี้ในสังคมไทย ก่อตัวขึ้นในช่วงเวลาเดียวกันกับการขยายตัวของเศรษฐกิจฟองสบู่ ในปี พ.ศ.2533 บริษัทในเครือสยามสปอร์ต โดยนายระวี โหลทอง ประธานบริษัท (และปัจจุบันคือเจ้าของทีมสโมสรเมืองทองยูไนเต็ด) ได้ยื่นขอจดทะเบียน บริษัทสยามสปอร์ตซินดิเคทจำกัดในเดือนกุมภาพันธ์ ที่ทุนเริ่มแรก 5 ล้านบาท กระทั่งต่อมาในเดือนมิถุนายนปีเดียวกันนั้น สยามสปอร์ตซินดิเคท ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 50 ล้านบาท²

นับจากทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ฟุตบอลได้เริ่มแปรเปลี่ยนความหมายจากที่เคยเป็น กีฬาสร้างวินัย เป็นกลไกของรัฐ ค่อยๆ กลายมาเป็นเกมในรายการโทรทัศน์ เป็นสินค้าเพื่อความบันเทิง ซึ่งตอบสนองต่อวิถีชีวิต วัฒนธรรมการพักผ่อนหย่อนใจของผู้คน ชนชั้นกลาง ที่กำลังก่อตัวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ควบคู่ไปกับการขยายตัวของพื้นที่แบบเมืองในสังคมไทย การชมเกมการแข่งขันฟุตบอล กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการบริโภค และ “ฟุตบอล” กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คน ชนชั้นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและชายไทยวัยทำงาน การบริโภคฟุตบอล ทั้งที่ปฏิบัติการผ่านการชมโทรทัศน์และการเชียร์แบบรวมหมู่ ค่อยๆ พัฒนากลายมาเป็น “วัฒนธรรมแฟน” ที่แสดงออกในหลายรูปแบบ เช่น การรวมตัวของกลุ่มแฟนฟุตบอลที่ชื่นชอบนักฟุตบอล ทีมสโมสรเดียวกัน กระทั่งพัฒนาเป็นกลุ่มแฟนคลับขนาดใหญ่ระดับประเทศ มีการจัดกิจกรรมร่วมกันตามพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะเมื่อมีรายการแข่งขันนัดสำคัญ เช่น “ศึกแดงเดือด” อันเป็นการโคจรมาพบกันระหว่าง 2 ทีมสโมสรชั้นนำของพรีเมียร์ลีกอังกฤษคือ แมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดและลิเวอร์พูล

เมื่อฟุตบอลเป็นสินค้า ทำให้เกมกีฬาชนิดนี้ค่อยๆ หลุดออกจากการกำกับควบคุมของรัฐ กลายเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่มีกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคจำนวนมากมาย นอกจากรูทกิจสื่อขนาดใหญ่ยักษ์ อุตสาหกรรมบันเทิงอื่นๆ ที่ก่อเกิดตามมา มีอาทิ กิจการเสื้อผ้า อุปกรณ์กีฬา ของสะสม การท่องเที่ยว และธุรกิจการพนัน

การเล่นพนันทายผลเกมการแข่งขันฟุตบอล หรือเรียกสั้นๆ ว่า “พนันบอล” ในสังคมไทยนั้น กล่าวได้ว่า พัฒนาก่อตัวขึ้นควบคู่มากับวัฒนธรรมการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศนั่นเอง ทั้งนี้โดยมีสื่อสิ่งพิมพ์อุตสาหกรรมกีฬา (ผ่านธุรกิจสื่อโทรทัศน์ข้ามชาติ) และเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นปัจจัยเกื้อหนุนสำคัญที่กระตุ้นให้ธุรกิจการพนันชนิดนี้ขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว พนันบอลในสังคมไทยคือ

² อ้างจาก http://www.siamsport.co.th/siamsport_history.html

ส่วนหนึ่งกิจกรรมการบริโภคสื่อยุคโลกาภิวัตน์ที่ก่อตัวขึ้นควบคู่ไปกับวัฒนธรรมสมัยนิยม (popular culture) กระแสความนิยมที่ผู้คนมีต่อเกมการแข่งขันฟุตบอล (วสันต์ 2557) การบริโภคฟุตบอลและความบันเทิงใน “พื้นที่แบบใหม่” ที่ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ในโลกยุคเสรีนิยมใหม่

4.4 ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก (Thai Premiere League) ความขัดแย้ง และวัฒนธรรมแฟน

ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก หรือ “ไทยลีก” คือรายการแข่งขันฟุตบอลอาชีพที่ก่อตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2552 เมื่อ The Asia Football Confederation – AFC หรือสมาพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (ฟีฟ่า) แห่งเอเชีย ได้เข้ามากำกับควบคุมกิจการด้านต่างๆ ผ่านการบังคับใช้ข้อกำหนด กฎเกณฑ์ของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย³ ทั้งในส่วนของบริหาร (เช่นการเลือกตั้งนายกสมาคมฯ) การเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลระดับนานาชาติ และการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพของประเทศสมาชิกเป็นต้น ในส่วนที่เกี่ยวกับ “ไทยลีก” มีประเด็นสำคัญคือการที่ AFC กำหนดว่าการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพของสมาคมฟุตบอลในประเทศสมาชิกรายนั้น จะต้องดำเนินการแบบเอกชน มีการระดมทุนจัดตั้งบริษัท (ปัจจุบันคือบริษัทพรีเมียร์ลีกไทยแลนด์) และทุกๆ ทีมสโมสรฟุตบอลในระบบอาชีพจะต้องดำเนินการจัดตั้งเป็นนิติบุคคล ตลอดจนสนามแข่งขัน กรรมการผู้ตัดสิน ที่จะต้องได้มาตรฐานผ่านการตรวจสอบของคณะกรรมการที่มีสมาพันธ์ฟุตบอลนานาชาติแห่งเอเชียเป็นผู้กำกับดูแล⁴

นับจากปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา การจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก หรือ “ไทยลีก” ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเพิ่มขึ้นของจำนวนทีมสโมสรฟุตบอลและสนามแข่งขันที่

³ สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2458 หลังการก่อตั้ง FIFA ในปี พ.ศ. 2447 ราวๆ 10 ปี พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงก่อตั้งทีมชาติไทยและพระราชทานตราสัญลักษณ์ของสมาคมฟุตบอลฯ ประทับบนอกเสื้อที่ใช้สวมลงแข่งขันในนามทีมชาติสยามในปี พ.ศ. 2458 ดังนั้นในปี 2558 ที่ผ่านมา การจัดการแข่งขันฟุตบอลจึงด้วยพระราชทานฯ หรือที่เดิมเรียกว่า “ฟุตบอลถ้วย ก.” (ระหว่างทีมแชมป์ไทยพรีเมียร์ลีกกับทีมแชมป์ฟุตบอลถ้วยสมาคมฟุตบอล - เอฟเอคัพ) ซึ่งจะจัดขึ้นก่อนการเปิดฤดูกาลแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกไทยแลนด์ 2559-2560 จึงมีความหมายเป็นประวัติศาสตร์การเฉลิมฉลอง 1 ศตวรรษฟุตบอลไทยด้วย

⁴ กรณีสนามแข่งขันไม่ผ่านมาตรฐาน ได้มีตัวอย่างเกิดขึ้นแล้วในฤดูกาลแข่งขันปีที่ผ่านมา (2557-2558) เมื่อสุพรรณบุรี เอฟซี ซึ่งจบการแข่งขันในฤดูกาล 2557 เป็นทีมอันดับ 3 ได้สิทธิ์เล่นเพลย์ออฟ รายการแข่งขันฟุตบอลสโมสรระดับเอเชีย (AFC Champion League) ทว่าสนามแข่งขันของสโมสรสุพรรณบุรี เอฟซี ไม่ผ่านมาตรฐาน ในที่สุดทีมจึงไม่ได้สิทธิ์เข้าร่วมการแข่งขัน ต้องปล่อยให้สโมสรชลบุรี เอฟซี ซึ่งเป็นทีมอันดับ 4 เลื่อนขึ้นมาแข่งขันแทน

มีอยู่แทบทุกจังหวัด⁵ จนไปถึงกระแสความนิยมและชื่นชอบของแฟนบอลไทยที่มีต่อทีมสโมสรและนักเตะฟุตบอลชื่อดัง อาทิ ธีรศิลป์ แดงดา เคลตัน ซิลวา ทริสตอง โด ธีราทร บุญมาทัน ดิโอโก หลุยส์ ซานโต้ และชนาธิป สงประสินธุ์ เป็นต้น ทั้งนี้ในปีที่ผ่านมา (คือ พ.ศ. 2558) สถิติจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขัน หรือแฟนบอลไทยลีก ตามสนามแข่งของทีมสโมสรทั่วประเทศ 18 ทีม ประเมินการได้ว่าจะมีราวๆ 2 ล้านคน หรือเฉลี่ยต่อสัปดาห์มีแฟนบอลที่ติดตามชมเชียร์ในสนามแข่งขันประมาณ 5 หมื่นคน ซึ่งถือเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากในปีแรกตั้งที่มีอยู่ราวๆ 9 แสนคน คือเพิ่มขึ้นเป็น 1.1 ล้าน 1.3 ล้าน 1.4 ล้าน 1.6 ล้าน และ 1.9 ล้าน จากปี พ.ศ. 2553 ถึง ปี พ.ศ. 2557 ตามลำดับ ในจำนวนนี้ยังไม่รวมจำนวนผู้ชมแฟนบอลที่ติดตามชมเชียร์อยู่ทางบ้านผ่านรายการถ่ายทอดสดทางจอโทรทัศน์ ซึ่งนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา สถิติจำนวนผู้ชมทางบ้านน่าจะเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด หากวัดเอาจากค่าลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันตลอดฤดูกาลที่เพิ่มขึ้นจาก 2 ปีแรก (พ.ศ. 2552-2553) ซึ่งมีมูลค่าอยู่ที่ 40 ล้านบาท เป็น 200 ล้านบาทในช่วงปี พ.ศ. 2554-2556 และเป็น 600 ล้านบาทใน 2 ปีที่ผ่านมา (คือ พ.ศ. 2557-2558) และในอีก 4 ปีข้างหน้า (คือระหว่างปี พ.ศ. 2560-2563) บริษัท True Visions ซึ่งเป็นผู้ได้ลิขสิทธิ์ดำเนินการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขัน ได้ประเมินเพิ่มค่าลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด “ฟุตบอลไทย” ทั้ง 4 รายการ (คือโตโยต้าไทยลีก ยามาฮ่าลีกวัน ช้างเอฟเอคัพ และโตโยต้าลีกคัพ) รวมเป็นมูลค่า 4,200 ล้านบาท ในแง่นี้อาจคาดการณ์ได้ว่าจำนวนผู้ชมทางบ้านที่ถือได้ว่าเป็นแฟนฟุตบอลไทยกลุ่มใหญ่ที่ติดตามชมเกมการแข่งขันในแต่ละสัปดาห์ ปัจจุบันน่าจะมีไม่น้อยกว่าจำนวนแฟนบอลที่เข้าไปชมในสนาม 3 ถึง 4 เท่าตัว⁶

เมื่อการเดินทางเข้าไปชมเกมฟุตบอลในสนามช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และการติดตามชมการแข่งขันผ่านจอโทรทัศน์ทางบ้าน ได้กลายมาเป็นกิจกรรมในชีวิตประจำวันของผู้คนที่ส่วนมากหากไม่อาศัยอยู่ตามย่าน หรือชานเมืองกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ซึ่งจำนวนทีมสโมสรในลีกระดับบนมากกว่าพื้นที่ต่างจังหวัดราวๆ 3-4 เท่าตัว) ก็คือเยาวชน คนทำงาน ชนชั้นใหม่ตามหัวเมืองต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ การสวมใส่เสื้อทีมสโมสรฟุตบอลไทย ออกไปเดินตามห้างสรรพสินค้า พื้นที่สาธารณะ หรือตลาดสด กลายเป็นปรากฏการณ์ชินตา การรวมตัวของกลุ่มแฟนและการแลกเปลี่ยน หรือประดิษฐ์ใหม่ในวัฒนธรรมการชมเชียร์ที่สร้างสีสันให้กับวงการฟุตบอลไทยอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน อันเป็น

⁵ ปัจจุบันในประเทศไทยมีสนามฟุตบอลที่ได้มาตรฐานระดับสากลอยู่ไม่กี่สนาม คือ I-mobile Stadium SCG Stadium และสนามของราชบุรีมิตรผล เป็นต้น

⁶ นอกจากฟุตบอลไทยลีก ปัจจุบันทิวทัศน์ยังเป็นสถานีโทรทัศน์ที่เน้นรายการด้านกีฬาเป็นหลัก ในฤดูกาลแข่งขัน 2016-2018 ทิวทัศน์ยังเป็นผู้ได้ลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดรายการฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ซึ่งเป็นรายการฟุตบอลต่างประเทศยอดนิยมอันดับหนึ่งของแฟนบอลไทย

กระบวนการที่เกิดขึ้นควบคู่ไปกับวัฒนธรรมการบริโภคสร้างความหมาย แสวงหาความปรารถนา เข้าใจในพื้นที่บันเทิงแห่งใหม่ที่กำลังสถาปนาขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับนักสังคมวิทยา พัฒนาการของ “ไทยลีก” ในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา น่าสนใจยิ่งว่าอุบัติขึ้นในบริบทของการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ณ จุดเปลี่ยนของประวัติศาสตร์เศรษฐกิจการเมืองไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนับจากวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 จนมาถึงช่วงวิกฤติการณ์การเมือง กระทั่งเกิดรัฐประหารในเดือนกันยายน 2549 ช่วงเวลาดังกล่าว ถือเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับที่ทุนเสรีนิยมใหม่เริ่มเข้ามาคุกคามระบบเศรษฐกิจการเมืองไทย แม้ว่าฟุตบอลจะอยู่กับสังคมไทยมานานนับศตวรรษ การอุบัติขึ้นของ “ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก” ในบริบทการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ถือเป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญ ณ จุดเริ่มต้นของศตวรรษที่ 2 ของฟุตบอลไทย ขณะที่ประเทศมีปัญหาค่าความขัดแย้งทางอุดมการณ์การเมืองอย่างแยกขั้วสุดโต่ง ในยุคสมัยเดียวกันกับที่เศรษฐกิจไทยกลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจโลก ปัญหาค่าความขัดแย้งทางอุดมการณ์และการเมืองนับจากช่วงต้นทศวรรษ 2550 ที่ผ่านมานี้ ถือเป็นเรื่องของความขัดแย้งอย่างอำนาจ เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างทางชนชั้นและความไม่เท่าเทียม ที่เกิดขึ้นในหลายระดับ เหตุการณ์ความรุนแรง ความขัดแย้งทางการเมืองซึ่งอันที่จริงพัวพันไปกับเรื่องของชาติและชาตินิยมอย่างแยกไม่ออก ที่ระบอบออกไปทั่วทุกมุมเมืองและหมู่บ้าน กลายเป็นเรื่องเดียวกันกับการที่ “รัฐไทย” ต้องปรับตัวครั้งใหญ่ ภายใต้การท้าทายและคุกคามจากระบบตลาดหรือเศรษฐกิจแนวเสรีนิยมใหม่

ข้อกำหนดหรือแรงกดดันจากนานาชาติหลากหลายเรื่อง ที่ถูกโยนโยให้กลายเป็นปัญหาการเมืองระดับชาติ หรือเป็นที่มาของความขัดแย้งระหว่างชนชั้นนำไทย คือเงื่อนไขจากระบบตลาดและสถาบันการเงินระหว่างประเทศที่กำกับให้รัฐไทยจะต้อง “แปรรูป” กิจกรรมหลายๆ ที่รัฐเคยเป็นเจ้าของและเคยให้บริการ หรือสวัสดิการแก่ประชาชน การแปรรูปกิจการต่างๆ ของรัฐให้กลายเป็นเรื่องของธุรกิจเอกชน (Privatization) ที่เกิดขึ้นไปแล้วหลายภาคส่วน (อาทิ การแปรรูปกิจการโทรคมนาคม สวัสดิการรักษายาบาล จนไปถึงการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย) คือส่วนหนึ่งของภาคปฏิบัติการของอุดมการณ์เศรษฐกิจเสรีนิยมใหม่ ที่ได้คืบคลานเข้ามากำกับควบคุมและคุกคามอำนาจหลายๆ ด้านของรัฐไทย

ในแง่นี้ การตั้งบริษัทและจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “ไทยพรีเมียร์ลีก” ของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ในปี พ.ศ. 2552 จึงเป็นส่วนหนึ่งของการสถาปนาอำนาจนั้นเช่นกัน กล่าวอีกอย่างหนึ่ง ฟุตบอลหรือกีฬา (ที่เคย) สร้างความศรัทธาใจของชนชั้นนำสยามเมื่อราวๆ 100 กว่าปีที่แล้ว คือกลไกสำคัญที่เชื่อมประสานรัฐไทยให้เข้าไปเชื่อมโยงพัวพันกับเวทีการแข่งขันระดับโลก และ FIFA คือองค์กรโลกบาลของกีฬาฟุตบอล ที่ปัจจุบันกำลังย้อนกลับเข้ามากำกับวงการธุรกิจกีฬาชนิดนี้ในรัฐ

ไทย การเกิดขึ้นของฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ณ จุดเริ่มต้นของทศวรรษ 2550 จึงกลายเป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่สะท้อนให้เราเห็นทั้ง การเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย และการเคลื่อนไหวของสังคมไทยที่เข้าไปเชื่อมโยงกับสังคมโลก

“ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก” กำลังคลี่คลายกลายเป็นสถาบันวัฒนธรรมที่ถูกผันไปกับชีวิตประจำวันของผู้คนอย่างติดใกล้ ในแง่ “ไทยลีก” หรือฟุตบอลอาชีพในสังคมไทยจึงกลายเป็นอุตสาหกรรมกีฬาที่กำลังถูก “แปรรูป” ให้กลายเป็นสินค้าอย่างเต็มรูปแบบ ก่อนหน้าทศวรรษ 2550 อาจมีความพยายามที่จะจัดรายการแข่งขันฟุตบอลอาชีพขึ้นหลายครั้ง เช่น การแข่งขันฟุตบอลยามาฮ่าไทยแลนด์คัพ และ Johnny Walker's Thailand Soccer League (เริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2539) ทว่าหลังปี พ.ศ. 2552 การเกิดขึ้นของ “ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก” ได้นำการเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญมาสู่วงการฟุตบอลไทย ปรากฏการณ์ดังกล่าวได้รับการตอกย้ำผ่าน การจัดตั้งสโมสรฟุตบอล ตามหัวเมืองใหญ่ ต่างจังหวัดซึ่งมักจะบริหารจัดการโดยนักการเมืองในท้องถิ่น (ณัฐกรณ์ 2557)

การจัดตั้งบริษัทและดำเนินธุรกิจสร้างทีมฟุตบอลไทยในส่วนภูมิภาค ทั้งของนักการเมืองและกลุ่มทุนไทย จะว่าไปจึงอาจ “อ่าน” ได้ว่าเสมือนการสร้างฐานอำนาจในต่างจังหวัด เพื่อต่อรองกับ “ส่วนกลาง” และการสร้างขุมกำลังของกลุ่มทุนเพื่อต่อสู้กับรัฐราชการ

ตลอดประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาของวงการฟุตบอลไทย ทีมสโมสรต่างๆ ซึ่งตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ เดิมทีมักเป็นทีมของหน่วยงานราชการ นายธนาคาร หรือรัฐวิสาหกิจ ปัจจุบันถูกแปรรูปกลายเป็นทีมสโมสรฟุตบอลที่ดำเนินการโดยเอกชน มหาเศรษฐี ในหลายๆ จังหวัด สโมสรฟุตบอลและสนามฟุตบอลที่สร้างขึ้นใหม่ มีการลงทุนก่อสร้างและบริหารกิจการโดยกลุ่มอดีตนักการเมืองระดับชาติที่ถูกตัดสิทธิ์ทางการเมืองหลังรัฐประหาร 2549 เช่น เนวิน ชิดชอบ (ประธานสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด) ยงยุทธ ตียะไพรัช (บิดาของประธานสโมสรฟุตบอลเชียงใหม่ยูไนเต็ด) สนธยา คุณปลื้ม (เจ้าของสโมสรฟุตบอลชลบุรีเอฟซี) และสุวัฒน์ ลิขิตพัลลภ (เจ้าของสโมสรฟุตบอลนครราชสีมา เอฟซี)

จากสนามฟุตบอลของโรงเรียนหรือสถานศึกษาที่สร้างโดยรัฐ ที่ต่อมาคลี่คลายกลายมาเป็นสนามฟุตบอลประจำตำบล อำเภอ หรือจังหวัด ที่สร้างขึ้นตามงบประมาณของทางราชการ กระทั่งปัจจุบันการสร้างสนามฟุตบอล กลายเป็นเรื่องการลงทุนของเอกชน ที่เริ่มแพร่กระจายไปตามภูมิภาคต่างๆ จะว่าไปในเชิงสัญลักษณ์การสร้างสนามฟุตบอลก็คือการสร้างพื้นที่ของภาคประชาสังคม เป็นพื้นที่สาธารณะใหม่ที่กำลังก่อตัวขึ้น กระแสความนิยมและการเกิดขึ้นของทีมสโมสรฟุตบอล (ของย่านในเมืองใหญ่ ของเมือง หรือของจังหวัด) ที่มาพร้อมกับสนามฟุตบอล ในอีกมิติหนึ่งจึงสะท้อนกระบวนการที่อาจจะเรียกว่า “การขยายตัวของพื้นที่เมืองแบบไร้ศูนย์กลาง” (decentralizing urban space) นำสังเกตว่า ที่ตั้งหรือฐานสนับสนุนของทีมสโมสรฟุตบอลใหญ่ๆ ในต่างจังหวัด เช่นบุรีรัมย์

โคราช เชียงราย สุโขทัย ภูเก็ต อุบลราชธานี นั้นในอดีตล้วนเป็นเมืองหรือจังหวัดที่ถูกมองข้ามจากแผนการพัฒนาเมืองหลักในส่วนภูมิภาค

ที่ผ่านมากีฬาหลายชนิด เช่น มวยสากล เทนนิส แบดมินตัน จนไปถึงกีฬายกน้ำหนัก อาจเป็นพื้นที่ผลประโยชน์ที่นักการเมืองบางส่วนมีบทบาทสำคัญและมุ่งให้ความสนใจ (ทั้งในฐานะที่ปรึกษาสมาคมกีฬา และการบริหารจัดการระบบประมาณต่างๆ) มานาน ทว่าการหันหน้าเข้าสู่ “สนามฟุตบอล” ของนักการเมืองและกลุ่มทุนระดับชาติ ซึ่งต้องใช้เงินจำนวนมหาศาลและอาศัยเครือข่ายธุรกิจการค้า ผู้สนับสนุนที่เข้มแข็ง ในการสร้างทีมและดำเนินกิจการระดับสโมสร คงไม่ใช่เพียงแค่เพราะนักการเมืองซึ่งส่วนใหญ่มีฐานเสียงจากต่างจังหวัด ถูกตัดสิทธิ์ทางการเมือง หรือกำลังสูญเสียอำนาจในพื้นที่การเมือง ทว่าการเข้าสู่ธุรกิจกีฬาและ “สนามฟุตบอล” ยังหมายถึงการสร้างภาพลักษณ์ และบางกรณีคือการสร้างพื้นที่การเมืองใหม่ (เช่น เนวิน ชิดชอบกับสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด วราวุธ ศิลปอาชา บุตรชายของนายบรรหาร อดีตนายกรัฐมนตรีกับสโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรีเอฟซี สมศักดิ์ เทพสุทิน กับสโมสรฟุตบอลสุโขทัยเอฟซี และตระกูลดิยะไพรัชกับสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด) ในสถานการณ์ของสังคมการเมืองไทยที่ “ฝ่ายก้าวหน้า” กำลังถูกตีโต้กลับจาก “ฝ่ายขวา” ในบริบทของกระบวนการทำให้เป็นประชาธิปไตยในสังคมไทยยุคเสรีนิยมใหม่

อย่างไรก็ตาม การเกิดขึ้นของฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก หรือ “ไทยลีก” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา ก่อเกิดกระแสที่ผู้คนหรือแฟนบอลไทยได้หันกลับมาสนใจติดตามการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย จนกล่าวได้ว่ายุค “แฟนบอลไทย” นั้นกำลังหวนคืนกลับมา ผลการสำรวจของนิด้าโพล ช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2558 ระบุว่า ในปีที่ผ่านมาสถิติแฟนบอลไทยที่ติดตามชมฟุตบอลสโมสรไทยลีกเพิ่มขึ้นและมีมากกว่าฟุตบอลสโมสรอังกฤษเป็นครั้งแรก แม้อัตราส่วนผู้ติดตามชมฟุตบอลไทยอาจยังไม่สูงกว่าฟุตบอลอังกฤษมากนัก แต่ข้อมูลอีกส่วนหนึ่งจากผลการสำรวจนี้ก็ชี้ให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบผลการสำรวจในช่วง 3 ปีหลังแล้วพบว่าฟุตบอลอังกฤษมีผู้ติดตามน้อยลงทุกปี สวนทางกับฟุตบอลไทยที่มีผู้ติดตามมากขึ้นทุกปี (นิด้าโพล 2558)

ความแตกต่างระหว่างกระแสความนิยมฟุตบอลไทยในปัจจุบันกับความนิยมที่แฟนบอลไทยมีต่อฟุตบอลต่างประเทศก็คือการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศนั้นเป็นเรื่องของการชมผ่านจอโทรทัศน์ และการติดตาม “เรื่องเล่า” ข่าวสารผ่านสื่อสมัยใหม่เป็นหลัก ขณะที่การติดตามชมเชียร์ทีมสโมสรฟุตบอลไทยที่มีอยู่เกือบทุกจังหวัดนั้น แฟนบอลไทยลีก นอกจากจะมีโอกาสแสดงออกผ่านการเชียร์เป็นหมู่คณะ การรวมตัวในนามกลุ่มแฟนคลับ และการมีส่วนร่วมโดยตรงด้วยตนเองทั้งในสนามและหลังเกมการแข่งขัน (ทางสื่อสังคมออนไลน์) จนก่อเกิดวัฒนธรรมแฟน ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันไปในแต่ละสโมสร กระทั่งกล่าวได้ว่าการบริโภคฟุตบอลในสังคมไทยนั้น นับจากต้นทศวรรษ 2550 เป็นต้น

มาได้เคลื่อนไหวคลี่คลายจากการเป็นแฟนบอลผู้บริโภค (ผ่านการติดตามดู) ทางสื่อโทรทัศน์ มาสู่การเป็นแฟนบอลที่ “ซิดไกล้” หรือมีความรู้สึกผูกพันกับสโมสรฟุตบอล (และนักเตะ) ที่พวกเขานิยมชมชอบ หรือกล่าวได้ว่าเป็นการบริโภคฟุตบอลในสถานการณ์สังคมที่เต็มไปด้วยสีสัน ความปรารถนา และบันเทิงใจ



แฟรนไชส์ไทยพรีเมียร์ลีก

วสันต์ ปัญญาแก้ว

5.1 บทนำ

การดำเนินการจัดรายการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก โดยบริษัทไทยพรีเมียร์ลีก⁷ อย่างเป็นธุรกิจเต็มรูปแบบ ภายใต้การกำกับของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (AFC) ในปี พ.ศ. 2552 นั้น ถือเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของวงการฟุตบอลไทย การบริหารจัดการวงการกีฬาและการแข่งขันฟุตบอลอาชีพดังกล่าวนอกจากจะนำไปสู่ (1) การปฏิรูประบบการจัดตั้งสโมสรฟุตบอลที่จะต้องจัดตั้งในนามนิติบุคคลและดำเนินการแบบบริษัทเอกชน (2) การลงทุนด้านอุตสาหกรรมการกีฬาฟุตบอล การสร้างสนามแข่งขัน การสร้างตลาดฐานแฟนบอล การใช้สื่อ/ผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น รายการ Thai Premiere League World และการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันประจำสัปดาห์ ยังมี (3) การจัดระบบการแข่งขันที่มีมาตรฐาน ทั้งการกำหนดให้มีสนามแข่งขันของทีมเหย้าและกรรมการผู้ตัดสินที่ได้มาตรฐาน ตารางการแข่งขันที่ต้องสอดคล้องไปกับรายการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลระดับภูมิภาค และการแข่งขันของทีมชาติในระดับนานาชาติของฟีฟ่า และ (4) การเกิดขึ้นของระบบนักฟุตบอลอาชีพ การพัฒนาโรงเรียนฝึกหัดนักฟุตบอลของสโมสร (Football Academy) จนรวมไปถึงซื้อขายนักเตะ “ค้าแข้ง” ข้ามชาติ สตาฟโค้ชทีมงาน จากต่างประเทศ ข้ามทวีป (ทั้งอเมริกาใต้ แอฟริกา ตะวันออกกลาง เอเชีย และเพื่อนบ้านอาเซียน) เป็นต้น

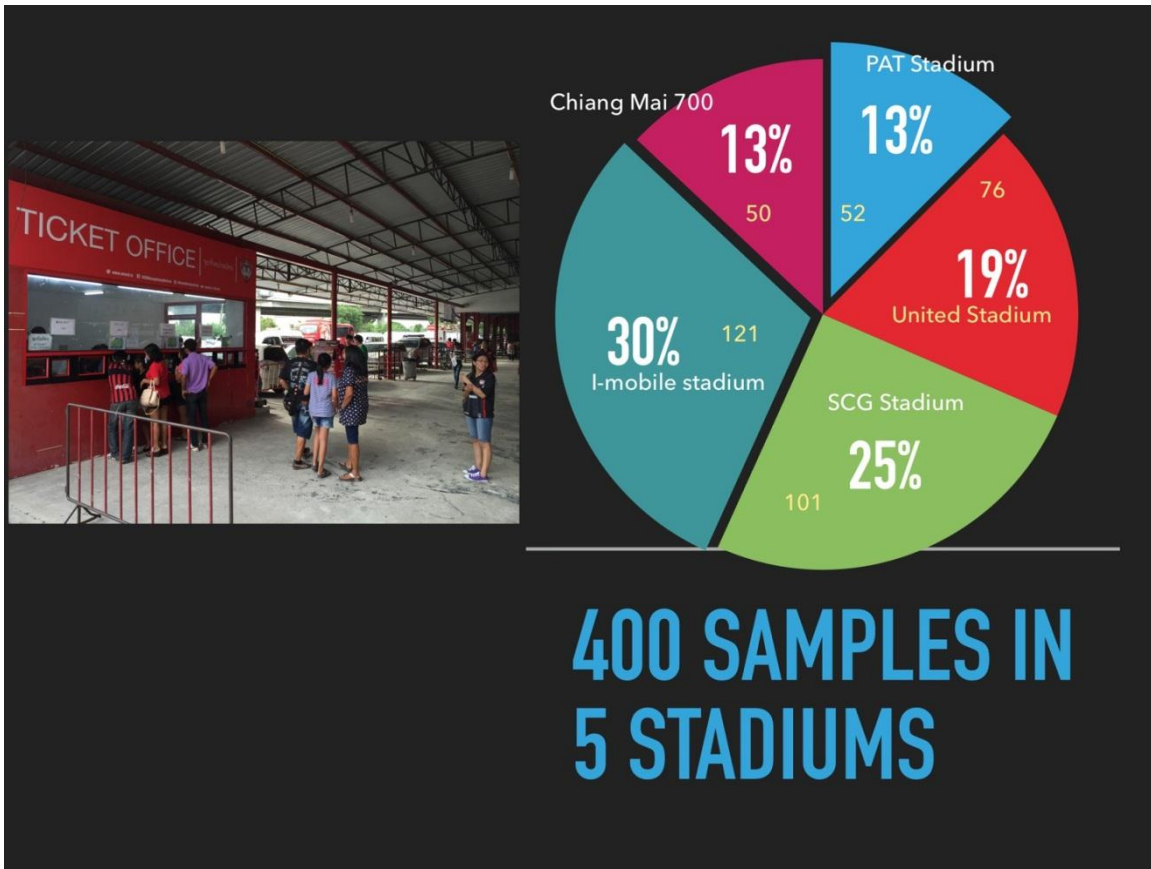
กระแสความนิยมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก หรือ “ไทยลีก” ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ก่อเกิดแพร่กระจาย เชื่อมโยงไปกับการก่อตัวขึ้นมาของคนชั้นใหม่ วัฒนธรรมแฟน การบริโภคสินค้าและความบันเทิงแบบใหม่ ในพื้นที่สาธารณะใหม่ ทั้งในสนามและนอกสนาม อันดำเนินควบคู่ไปกับการขยายตัวของพื้นที่แบบเมือง วิธีการดำเนินชีวิตในสังคมเมืองของผู้คน ในบริบทสถานการณ์สังคมที่เต็มไปด้วยการแพร่กระจายของข่าวสาร สื่อออนไลน์ และวัฒนธรรมดิจิทัล (Digital Culture) ซึ่งโน้มนำไปสู่การประกอบสร้างพื้นที่ทางสังคมใหม่ๆ ที่หลากหลายซับซ้อนมากขึ้น

⁷ เปลี่ยนเป็นฟุตบอลไทยลีก และชื่อบริษัทใหม่ พรีเมียร์ลีกไทยแลนด์ ในฤดูกาลแข่งขัน 2559

เนื้อหาในบทนี้ นำเสนอผลการวิจัยสำรวจจากโครงการวิจัย “ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก: ความเป็นชาย วัยรุ่น และวัฒนธรรมบริโภคนิยม” (2558) ซึ่งมุ่งศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มแฟนบอลไทยลีก ภูมิภาคหลังทางเศรษฐกิจสังคม แบบการดำเนินชีวิต การใช้สื่อ และการพักผ่อนหย่อนใจช่วงสุดสัปดาห์ จากพื้นที่ 5 สนาม คือ 1. สนาม SCG Stadium 2. สนาม PAT Stadium 3. สนาม I-Mobile Stadium 4. สนาม United Stadium และ 5. สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี⁸

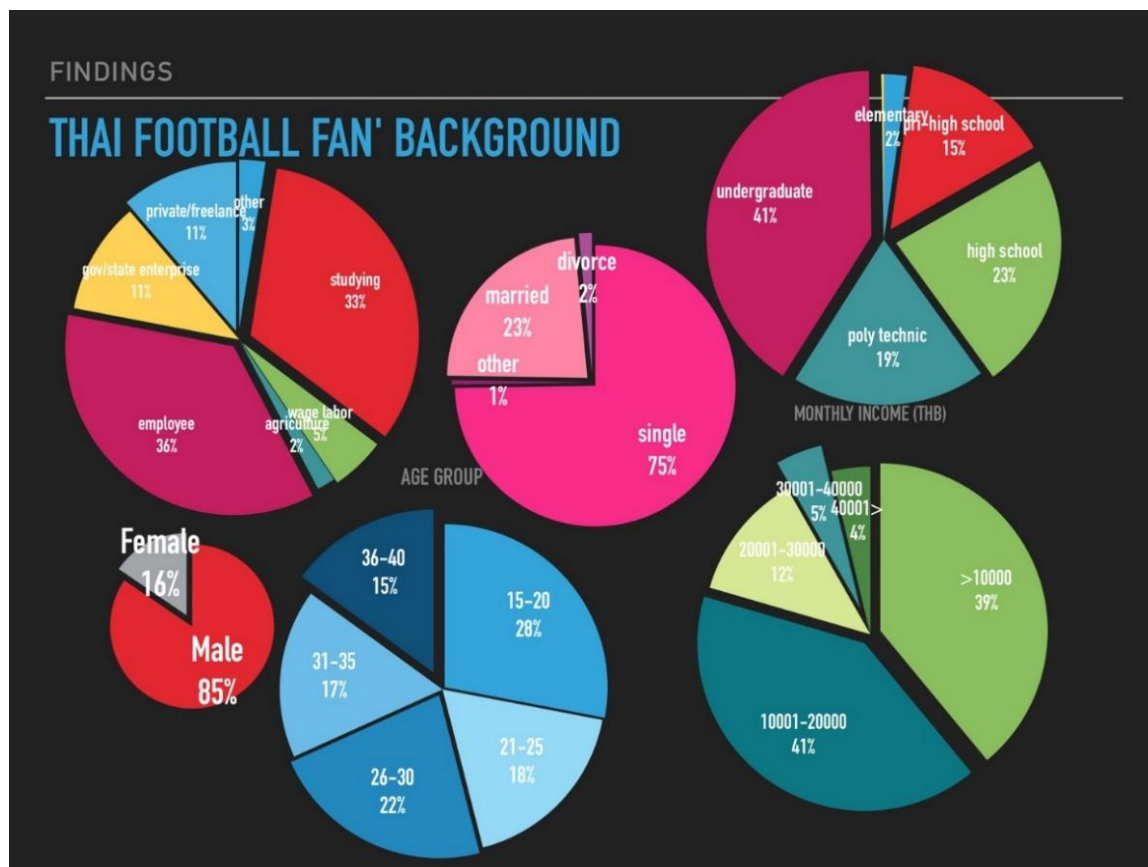
ในการวิจัยสำรวจแฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก ครั้งนี้โครงการได้ใช้แบบสอบถามและกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 400 ตัวอย่าง การรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยพนักงานสัมภาษณ์ดำเนินการระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2558 แยกเป็น 1. สนาม SCG Stadium – เมืองทองธานีในเต็ด แบบสอบถาม 101 ชุด 2. สนาม PAT Stadium - การท่าเรือ เอฟซี แบบสอบถาม 51 ชุด 3. สนาม I-Mobile Stadium - บุรีรัมย์ยูไนเต็ด แบบสอบถาม 121 ชุด 4. สนาม United Stadium – เชียงรายยูไนเต็ด แบบสอบถาม 76 ชุด และ 5. สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี - เชียงใหม่ เอฟซี แบบสอบถาม 50 ชุด (ดูเพิ่มเติมในแผนภาพ 1 ข้างล่าง) ในส่วนต่อจากนี้จะได้นำเสนอผลการสำรวจแฟนบอลไทยลีก เริ่มจากภูมิภาคหลังทางเศรษฐกิจสังคมของกลุ่มแฟนบอลไทย

⁸ ตามระบบการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ปัจจุบันมีจำนวนทีมที่แข่งขันระดับสูงสุด คือไทยพรีเมียร์ลีก/ไทยลีก 18 ทีม ซึ่งจะแข่งขันกันเพื่อชิงแชมป์และจัดอันดับตารางคะแนน โดยจะมีทีมที่ได้คะแนนสูงสุด 3 ทีมได้ไปเล่นในรายการแข่งขันระดับทวีปของสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย คือ AFC Champion League ส่วนทีมที่ได้คะแนนต่ำสุด 3 ทีม จะตกชั้นลงไปเล่นในระดับดิวิชั่น 1 ในฤดูกาลถัดไป ในเวลาเดียวกันทีมสโมสรที่แข่งขันในระดับดิวิชั่น 1 ซึ่งมี 18 ทีมเช่นกัน ก็ จะแข่งขันกันเพื่อหาแชมป์และจัดอันดับตารางคะแนน เพื่อหาทีมที่ได้คะแนนจากอันดับสูงสุด 3 ทีมเพื่อเลื่อนชั้นขึ้นมาเล่นในลีกระดับสูงสุด ในฤดูกาลถัดไป ในแง่นี้ แฟนบอลและสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีกและดิวิชั่น 1 จึง ถือได้ว่าอยู่ภายใต้ “ระบบการแข่งขัน” หรือในอุตสาหกรรมฟุตบอลอาชีพเดียวกัน ดังนั้นกลุ่มแฟนบอลไทยลีก เน้นอนว่าส่วนใหญ่คือแฟนบอลของทีมสโมสรในไทยพรีเมียร์ลีก ทว่าก็มีแฟนบอลของทีมสโมสรที่เล่นในระดับดิวิชั่น 1 ด้วยที่ติดตาม โครงการวิจัยสำรวจนี้ จึงกำหนดให้กลุ่มตัวอย่าง ครอบคลุมไปถึงแฟนบอลไทยลีก ที่เข้ามาชมการแข่งขันในสนามของทีมสโมสรฟุตบอลระดับดิวิชั่น 1 ด้วย คือ สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี เชียงใหม่ เอฟซี และระหว่างที่ดำเนินการวิจัยในฤดูกาลแข่งขัน 2557-2558 ทีมสโมสรการท่าเรือ เอฟซี ยังไม่ตกชั้นจากไทยพรีเมียร์ลีก (และหลังการแข่งขันรายการยามาฮ่าลีกวัน ฤดูกาล 2558-2559 สิ้นสุดลง ทีมการท่าเรือ เอฟซี ได้คะแนนเป็นทีมอันดับ 3 จากหัวตาราง ในฤดูกาลแข่งขัน 2560 ที่จะมาถึงนี้ ทีมการท่าเรือ เอฟซี จึงได้เลื่อนชั้นมาเป็นทีมสโมสรไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกอีกครั้งหนึ่ง)



แผนภาพ 1

5.2 ภูมิหลังทางเศรษฐกิจสังคมของกลุ่มแฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก



แผนภาพ 2

ผลการวิจัยสำรวจพบว่า แฟนบอลไทยกลุ่มใหญ่ คือผู้ชาย (ร้อยละ 85) ส่วนที่เหลือเป็นผู้หญิง (ร้อยละ 15) ส่วนมากสถานภาพโสด (คือร้อยละ 75) ขณะที่ที่เหลืออีก 1 ใน 4 แต่งงานแล้ว ทั้งนี้จากการสำรวจประมาณได้ว่า สัดส่วนแฟนบอลหญิง/ชาย คิดเป็นราวๆ 6 ต่อ 1 กล่าวคือ ส่วนเรื่องของกลุ่มอายุชัดเจนมากกว่า จากผลการสำรวจสัดส่วนของแฟนบอลส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนต้น คืออายุระหว่าง 15-20 ปี (ร้อยละ 28 ของแฟนบอลทั้งหมด) รองลงมาคือวัยรุ่นตอนกลางและตอนปลาย หรือกลุ่มที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-25 และระหว่าง 26-30 ปี (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18 และ 22 ตามลำดับ) ทั้งนี้เมื่อรวมสัดส่วนแฟนบอลกลุ่มที่เรียกว่าวัยรุ่นหรือเยาวชนเข้าด้วยกัน จะเห็นว่าในทางสถิติ แฟนบอลวัยรุ่นคิดรวมเป็นจำนวนเกินกว่าครึ่งของแฟนบอลไทยทั้งหมด คือประมาณ 68 เปอร์เซ็นต์ หรือเกือบราวๆ 2 ใน 3 ส่วนกลุ่มแฟนบอลที่จัดอยู่ในกลุ่มช่วงอายุที่สูงมากขึ้น คือ 31-35 ปี และ 36-40 ปี จะมีสัดส่วนของแฟนบอลลดลงไป (คือร้อยละ 17 และ 15) ตามลำดับ (ดูแผนภาพ 2)

ส่วนรายได้ของกลุ่มแฟนบอลไทยน่าสนใจมากกว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้มีรายได้สูงมากนัก โดยเฉพาะกลุ่มใหญ่อยู่ที่ประมาณ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน คือ 41 % ซึ่งเมื่อรวมกับกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 1,000 บาทอีก 39 % จะเห็นว่าเป็นสัดส่วนเกินกว่าครึ่ง (คือ 80 %) ของแฟนบอลทั้งหมดที่ได้ศึกษาสำรวจ (ดูแผนภาพ 2 ข้างบนประกอบ) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเรื่องรายได้ประกอบกับการประกอบอาชีพหรือการทำงานของแฟนบอลไทย ก็พบว่าเกือบราวๆ 1 ใน 3 ของแฟนบอลไทยทั้งหมดคือพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท (36 %) รองลงมาคือนักเรียนนักศึกษา (33 %) นอกจากนั้นคือกลุ่มราชการ เจ้าหน้าที่รัฐ และงานธุรกิจส่วนตัว (คิดเป็นร้อยละ 11 เท่ากัน) และกลุ่มที่เหลือคือพวกแรงงานรับจ้างทั่วไปและทำงานภาคเกษตร ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก (คือร้อยละ 5 และ 2 ตามลำดับ)

ในส่วนของตัวเองแปรผันระดับการศึกษา เนื่องจากแฟนบอลส่วนใหญ่อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียน และส่วนมากเป็นกลุ่มที่มีช่วงอายุระหว่าง 15-20 ปี ฉะนั้นจึงสัมพันธ์ไปกับสถานภาพทางการศึกษา ที่แฟนบอลส่วนใหญ่ซึ่งศึกษาในระดับปริญญาตรี (คิดเป็นร้อยละ 41) ส่วนกลุ่มที่รองลงมาคือมีการศึกษาในระดับมัธยมคือร้อยละ 24 ส่วนกลุ่มนักศึกษาในวิทยาลัยโพลิเทคนิค หรือสายที่เน้นวิชาชีพ (ที่เดิมนักวิจัยคาดว่าน่าจะมีสัดส่วนเป็นคนกลุ่มใหญ่) น่าสนใจว่ามีสัดส่วนที่น้อยกว่า คือราวๆ ร้อยละ 19 ส่วนกลุ่มที่เหลือมีการศึกษาในระดับมัธยมต้น (ร้อยละ 5) และประถมศึกษา (ร้อยละ 2) ทั้งนี้จากผลการสำรวจจะเห็นว่าสถานภาพการศึกษาของแฟนบอลไทยนั้น ไม่ได้อยู่ในระดับต่ำสักเท่าใดนัก จะว่าไปกลับจัดอยู่ในระดับเดียวกันกับกลุ่มที่เรียกว่า “ชนชั้นกลาง” นั่นเอง อย่างไรก็ตามเมื่อนำระดับการศึกษาไปพิจารณาร่วมกับฐานะทางเศรษฐกิจ (จากรายได้ต่อเดือนที่น่าเสนอมาข้างต้น) จะพบว่าส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 10,000 ถึง 20,000 บาท อันเป็นรายได้ที่ในปัจจุบันเมื่อเทียบกับชนชั้นกลางในกรุงเทพฯ ถือได้ว่าไม่ใช่รายได้ที่สูงมากนัก ทว่าก็เป็นรายได้มาจากอาชีพการงานที่น่าจะมั่นคง เพราะส่วนใหญ่ทำงานเป็นลูกจ้างบริษัท ราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นบาทซึ่งคิดเป็นร้อยละ 39 นั้นแน่นอนว่าส่วนใหญ่ก็คือกลุ่มแฟนบอลที่ยังอยู่ในวัยเรียนนักศึกษา คือส่วนมากยังไม่น่าจะมีรายได้เป็นของตัวเอง (หรือหากมีก็มาจากการงานพิเศษ ก็ไม่ใช่รายได้ที่มั่นคงมากนัก) ทั้งนี้เมื่อนำเอาจำนวนแฟนบอลกลุ่มนี้ไปคิดรวมกับสัดส่วนของแฟนบอลส่วนใหญ่ที่มีรายได้ไม่เกิน 2 หมื่นบาท/เดือน จะเห็นว่าแฟนบอลไทยพรีเอียร์ลีกส่วนใหญ่คือกลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจจัดอยู่ “กลุ่มรายได้ระดับกลาง” (ค่อนข้างมาข้างล่าง) คิดเป็นร้อยละ 80 เลยทีเดียว และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดควบคู่ไปกับการประกอบอาชีพการงาน (ดังที่สรุปไปในตอนต้น) พบว่าข้อมูลรายได้ของกลุ่มแฟนบอลไทยสอดคล้องไปกับอาชีพการงานที่พวกเขาทำอยู่มาก กล่าวคือแฟนบอลไทยส่วนใหญ่ทำงานเป็นลูกจ้างบริษัท (ร้อยละ 36) ขณะที่กลุ่มที่สองคือยังศึกษาเล่าเรียนอยู่ (ร้อยละ 30) ที่เหลือคือกลุ่มที่ทำงานราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 11) ทำธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ

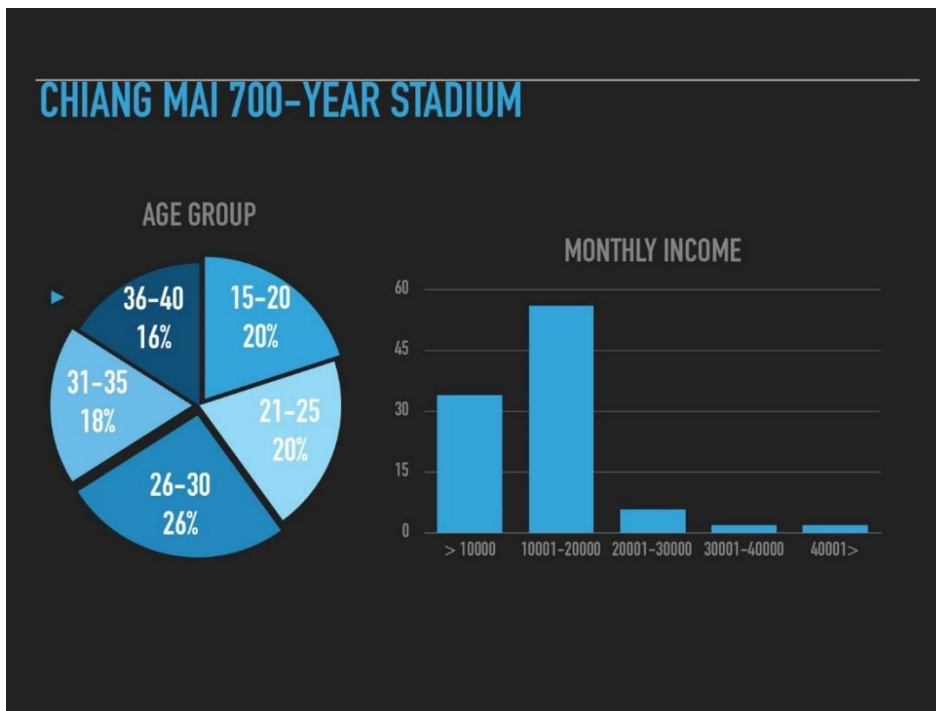
ละ 9) รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 5) และทำงานในภาคเกษตร ซึ่งมีน้อยที่สุด (ร้อยละ 2) ทั้งๆ ที่สนามฟุตบอลที่ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามนั้นอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดถึง 3 สนาม (คือ เชียงใหม่ เชียงราย และบุรีรัมย์)

จากผลการสำรวจ ในเบื้องต้นจึงอาจสรุปได้ว่าในเชิงเศรษฐกิจสังคมแฟนบอลไทยคือ กลุ่มคนระดับกลาง (ค่อนข้างมาล่าง) ที่มีรายได้ต่อเดือนไม่มากนักคือไม่เกิน 20,000 บาท ทว่าทำงานมั่นคงอยู่ในระบบ (คือเป็นลูกจ้างบริษัทและเจ้าหน้าที่รัฐ รัฐวิสาหกิจ) อีกส่วนหนึ่งคือกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่ใช้ชีวิตอยู่ในสังคมเมือง หรือพื้นที่ที่กำลังกลายเป็นเมือง (ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเกิดขึ้นของสนามฟุตบอลไทยลีกและวัฒนธรรมแฟนนั่นเอง) กล่าวได้ว่าแทบที่จะไม่มีกลุ่มคนที่ทำงานในภาคเกษตรกรรม ทั้งนี้เมื่อแยกพิจารณาในรายละเอียดต่อไปตามสนามแข่งขัน 5 สนาม (ที่โครงการวิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม) ซึ่งกระจายจังหวัดใหญ่ในกรุงเทพฯ ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือย่านเมืองทอง และคลองเตย เชียงใหม่ เชียงราย บุรีรัมย์ ย่านเมืองทอง พบว่ากรณี สนามเชียงใหม่ ซึ่งตั้งอยู่ในเมืองใหญ่อันดับ 2 ของประเทศ รายได้ของแฟนบอลส่วนใหญ่อยู่ที่ประมาณ 10,000-20,000 บาท/เดือน (ดูแผนภาพ) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสนามเชียงราย จะเห็นว่าในเชียงรายจะมีกลุ่มแฟนบอลส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่อเดือนระดับเดียวกันนี้ในสัดส่วนที่ต่ำกว่า ทว่ามีกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 สูงกว่ามาก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นไปได้ว่าแฟนบอลในเชียงรายส่วนใหญ่่นอกจากจะมีรายได้ไม่มาก อีกมิติหนึ่งคือส่วนใหญ่ยังอยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนเป็นกลุ่มเยาวชน

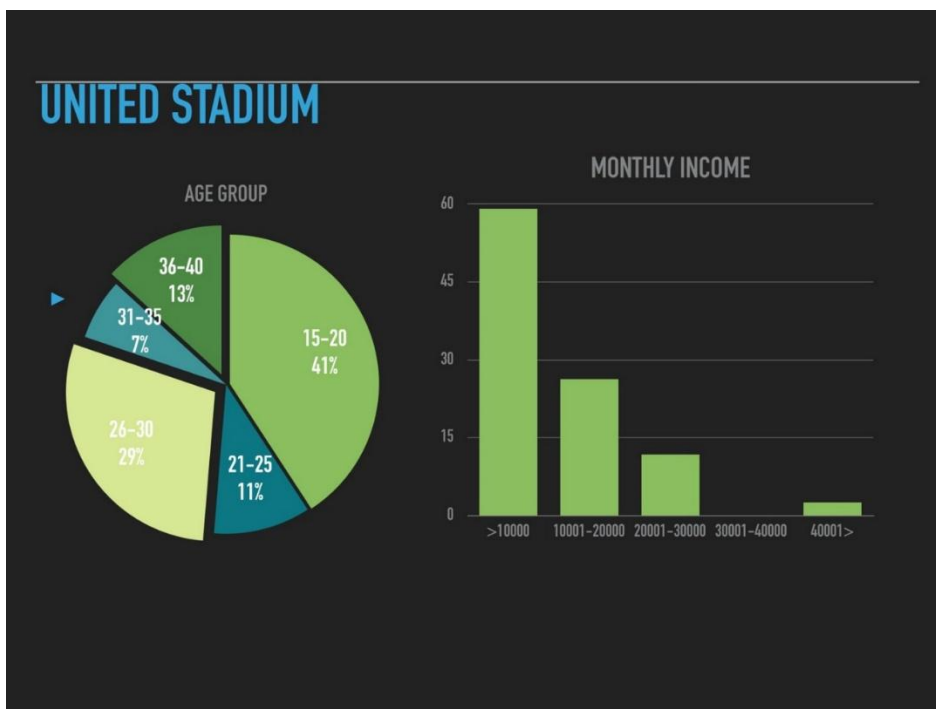
สำหรับสนาม SCG เมืองทอง และสนาม PAT Stadium การทำเรื่อ มิติทางเศรษฐกิจของกลุ่มแฟนบอลจะมีรูปแบบคล้ายๆ กับสนามเชียงใหม่ คือส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้ 10000-20000 บาท ต่อเดือน และน่าสนใจว่าในกรณีของสนาม PAT Stadium การทำเรื่อ สัดส่วนของกลุ่มแฟนบอลวัยทำงานที่มีรายได้สูงขึ้นจะมีมากกว่าสนามอื่นๆ (ดูแผนภาพ 3-7 ประกอบข้างล่าง)

ขณะที่สนาม I Mobile Stadium บุรีรัมย์ ที่ดูเหมือนจะเป็นสนามใหญ่ แต่ตั้งอยู่ห่างไกลจากเมืองใหญ่อื่นๆ กลับพบว่ารายได้ของกลุ่มแฟนบอลส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ ไม่เกิน 10,000 ต่อเดือน และอีกส่วนหนึ่งของ 10000-20,000 บาท ขณะที่ในระดับรายได้ต่อเดือนที่สูงขึ้นไปกว่านี้ (คือ 2-30000 บาท ต่อเดือน) มีสัดส่วนใกล้เคียงกับสนามอื่นๆ

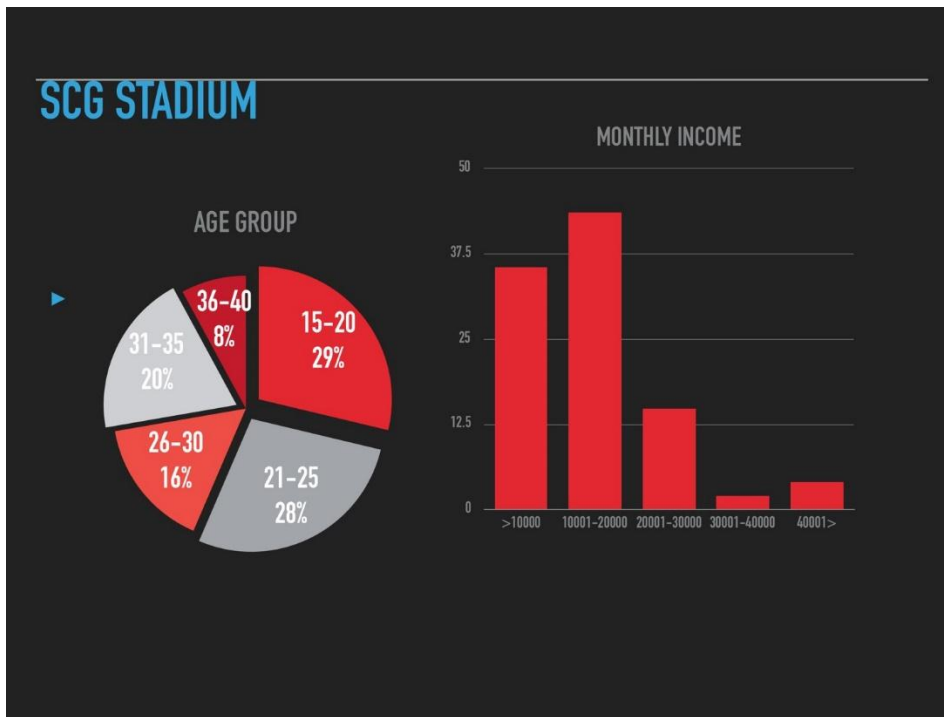
ทั้งนี้ในกรณีของสนามฟุตบอลในกรุงเทพฯ (คือท่าเรื่อ) ชัดเจนว่าสัดส่วนของแฟนบอลที่มีรายได้ต่อเดือนสูง (20000-40000 บาท) ในสัดส่วนที่มากกว่าสนามอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด



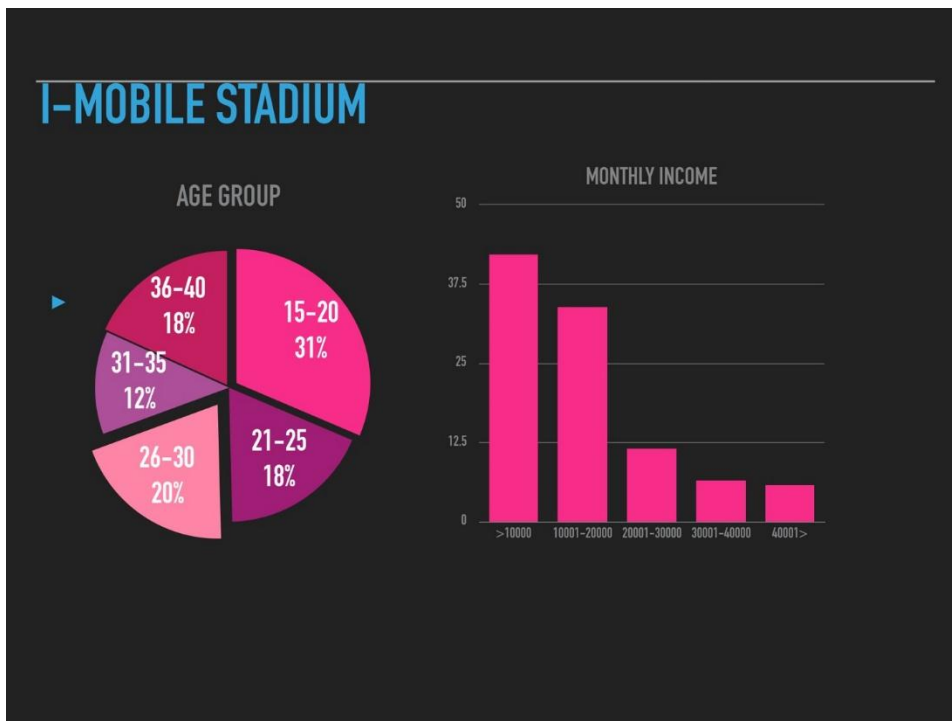
แผนภาพ 3



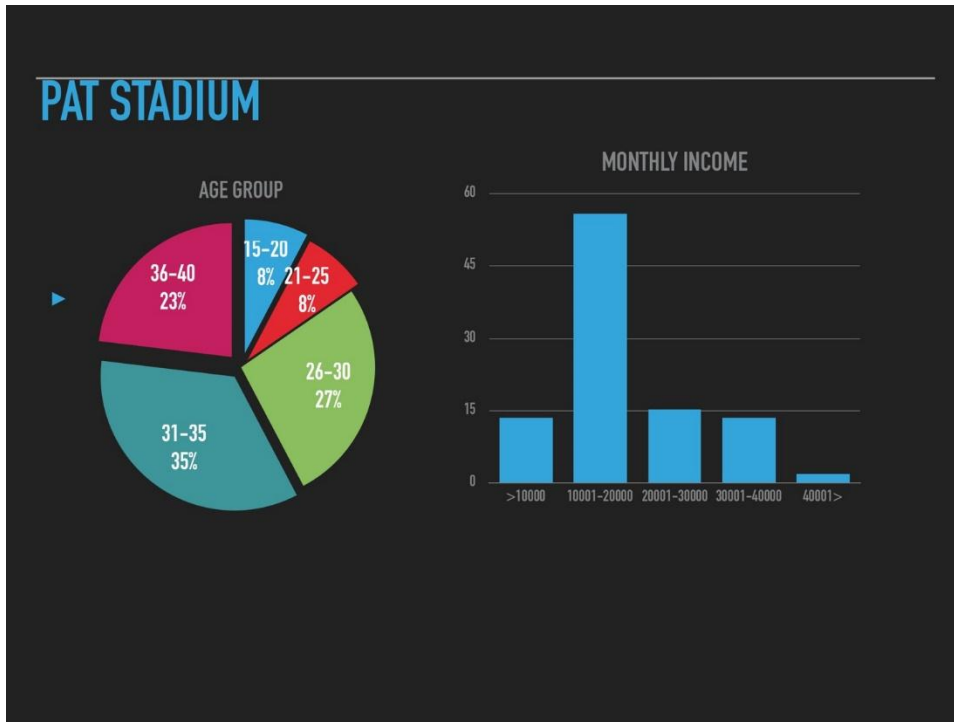
แผนภาพ 4



แผนภาพ 5



แผนภาพ 6



แผนภาพ 7

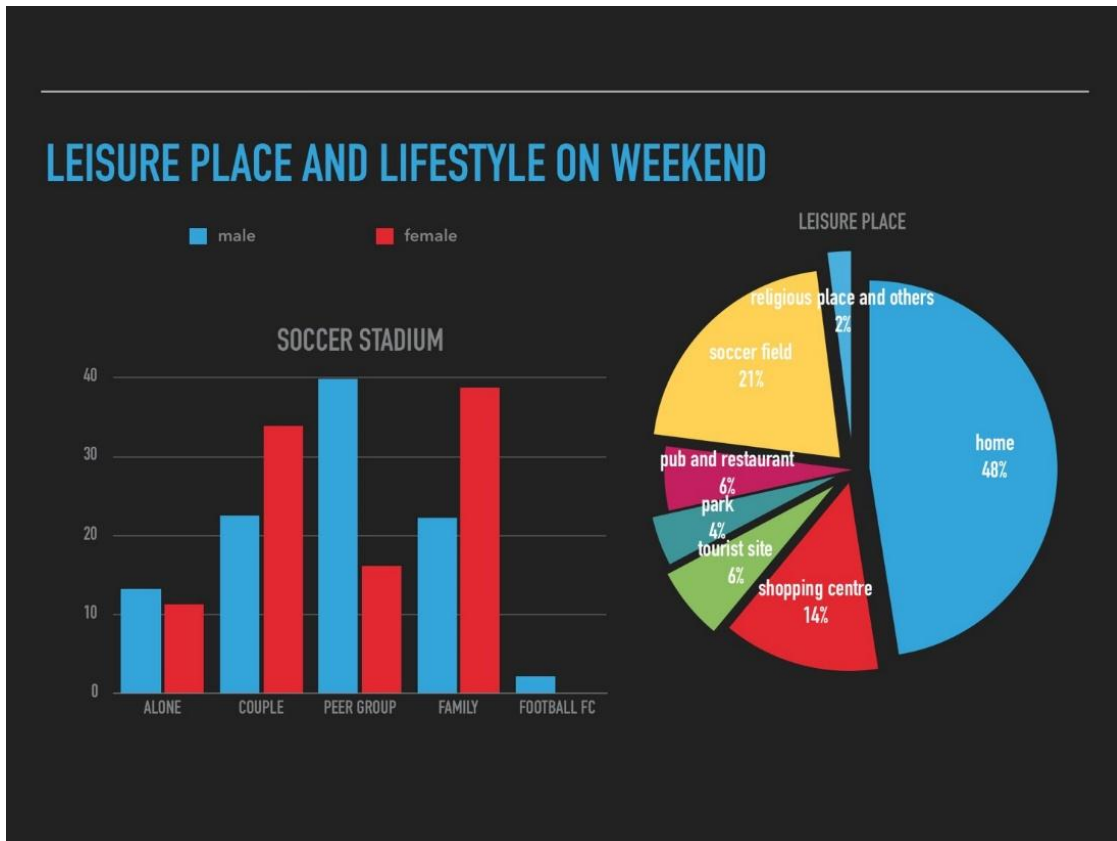
มิติทางเศรษฐกิจสังคมเหล่านี้ น่าสนใจอย่างยิ่งในเชิงสังคมวิทยา ที่สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มแฟนบอลไทย หรือกระแสความนิยมในฟุตบอลไทยที่เติบโตขึ้นในช่วง 6-7 ปีที่ผ่านมา นั่นคือเรื่องราวของกลุ่มคนที่เติบโตมากับโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทยนับจากช่วงทศวรรษ 2540 ที่ไปสัมพันธ์เชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจระดับนานาชาติมากขึ้น ปรากฏการณ์ฟุตบอลไทยคือ “พื้นที่วัฒนธรรมใหม่” ที่ก่อตัวขึ้นและช่วยให้เราเข้าใจและเห็นความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในสังคมไทย กระแสความนิยมในฟุตบอลไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา นอกจากจะสะท้อนให้เราเห็นถึงพัฒนาการ การเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอลในสังคมไทย ยังอาจจะช่วยให้เราเห็นและสามารถติดตามการขยายตัวเพิ่มขึ้นของคนกลุ่มใหม่ หรืออาจจะเรียกว่า “ชนชั้นใหม่” ทั้งกลุ่มคน ช่วงเวลา สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม ฟุตบอลไทยจึงกลายเป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่ซ้อนทับกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (คือตั้งแต่ 2549 ซึ่งเกิดรัฐประหาร) กล่าวให้ถึงที่สุดแฟนบอลไทยฟรีเมียร์ลีก คือคนกลุ่มใหม่ที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมซ้อนทับกับคนกลุ่มเดียวกันกับที่นักสังคมวิทยาการเมืองและนักรัฐศาสตร์ เรียกว่า “คนเสื้อแดง” (ดู อภิชาติ และคณะ 2556 เป็นต้น) ซึ่งถือเป็นตัวละครสำคัญในเวทีการเมืองภาคประชาชน ที่นักสังคมศาสตร์พยายามนำมาอธิบายความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้นในสังคมไทยในรอบทศวรรษที่ผ่านมา

5.3 กิจกรรม การใช้เวลาว่าง ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

หากแฟนบอลไทยลีก คือคนกลุ่มใหม่ หรือ “ชนชั้นใหม่” ที่เติบโตขึ้นมาพร้อมกับเงื่อนไขของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาที่จำต้องไปผูกพัน ผูกติดกับการพัฒนาระดับภูมิภาคและระบบทุนนิยมโลกมากขึ้น น่าสนใจว่าวิถีการดำเนินชีวิต (Life style) ของพวกเขาจะเป็นอย่างไร น่าสนใจว่าแฟนบอลไทยกลุ่มนี้ใช้ชีวิตอย่างไร

เกี่ยวกับเวลาว่าง ผลจากการสำรวจพบว่าการใช้ช่วงเวลาค้นคว้าที่สำคัญที่สุดเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของแฟนบอลไทยนั่นก็คือช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งเป็นตารางเวลาที่พัฒนาสอดคล้องไปกับการเติบโตของฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ที่นอกจากจะจัดการแข่งขันในช่วงสุดสัปดาห์เป็นหลัก ปฏิทินการแข่งขันตลอดฤดูกาลยังต้อง เริ่มและจบ และหยุดระหว่างทาง เช่น หยุดช่วงการแข่งขันฟุตบอลโลก ทั้งรอบคัดเลือก รอบแบ่งกลุ่ม จนถึงรอบสุดท้าย

จึงไม่น่าแปลกใจที่เกมนัดเตะกลางสัปดาห์ (คือวันพุธ) จำนวนแฟนบอลหรือคนเข้าไปชมการแข่งขันในสนามฟุตบอลจะมีสัดส่วนน้อยมาก เพราะแฟนบอลไทยกลุ่มใหญ่คือกลุ่มคนที่ทำงานอยู่ในระบบสมัยใหม่ (ทั้งลูกจ้างบริษัท ราชการ เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ) ทั้งนี้เมื่อลองถามว่า ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ บรรดาแฟนบอลไทยจะใช้ “เวลาว่าง” ทำอะไร หรืออยู่ที่ใดเป็นสำคัญ พบว่า 1. ส่วนมากจะใช้เวลาอยู่ที่บ้าน (ร้อยละ 48) รองลงมาคือการไปดูเกมการแข่งขันฟุตบอลในสนาม (ร้อยละ 21) 3. ไปเดินเล่นบนห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 14) และ 4. สถานที่อื่นๆ (คือสถานที่ทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยว ผับ บาร์) เมื่อถามต่อไปว่า กรณีการใช้เวลาว่างช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (นอกจากพักผ่อนที่บ้าน) ส่วนมากจะไป “นอกบ้าน” กับใคร คำตอบที่ได้คือ ส่วนใหญ่จะเดินทางไป สนามแข่งขันฟุตบอลกับ 1. เพื่อน สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของกลุ่มเพื่อนและในสังคมไทยนั้นเป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้ชาย 2. รองลงมาเป็นครอบครัว ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย (ในกลุ่มแฟนบอล) พบว่าสำหรับแฟนบอลชาย การเดินทางไปสนามแข่งฟุตบอลกับเพื่อน คิดเป็นสัดส่วนที่สูงขึ้นคือร้อยละ 40 ขณะที่สัดส่วนของกลุ่มแฟนบอลหญิงมีเพียงร้อยละ 16 และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างหญิง/ชายกับการเดินทางไปชมเกมในสนามแข่งขัน พบว่าแฟนบอลหญิงส่วนมากมักจะเดินทางไปกับครอบครัว และแฟนหนุ่ม ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่สูงมากและสวนทางกับแบบแผนการเดินทางในสนามฟุตบอลช่วงสุดสัปดาห์ของกลุ่มแฟนบอลชาย ที่จะมีสัดส่วนน้อยกว่ามาก (ดูแผนภาพ 7 ข้างล่าง)



แผนภาพ 8

อาจกล่าวได้ว่า หากฟุตบอลคือกีฬาที่เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมสมัยใหม่ แฟนบอลส่วนใหญ่จึงเป็นกลุ่มคนที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในเมือง ซึ่งมีวิถีการดำเนินชีวิตที่ผูกติดกับเวลา ฉะนั้นกิจกรรมช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์จึงสำคัญและมีความหมายในวิถีทางสังคมของพวกเขา การรวมตัวของแฟนบอลจำนวนมากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ที่มีเกมการแข่งขันในเชิงสังคมวิทยาอาจตีความได้ว่า หรือการพยายามรวมตัวกันของกลุ่มคนที่แสวงหา “ความเป็นชุมชน” ซึ่งในสังคมสมัยใหม่แทนที่จะไม่มีพื้นที่เหล่านี้ให้กับพวกเขา ผู้คนในสังคมสมัยใหม่เผชิญกับชีวิตประจำวันที่ทำให้พวกเขารู้สึกว่า ชีวิตไม่มั่นคง ไม่แน่นอน ไม่มีตัวตน ไร้อำนาจ กิจกรรมที่จะตอบสนองได้ ก็การรวมตัวกันในพื้นที่สาธารณะ และ “วัฒนธรรมแฟน” (ดูบทที่ 8 บทที่ 9 และบทที่ 10 ของหนังสือเล่มนี้ด้วย) การบริโภคฟุตบอล การเล่นพนันบอล ก็เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการดังกล่าว ซึ่งจะได้นำเสนอในบทต่อไป



พนันบอลกับไทยพรีเมียร์ลีก

วสันต์ ปัญญาแก้ว

6.1 บทนำ

ฟุตบอลกลายเป็นธุรกิจ เป็นอุตสาหกรรมกีฬาและความบันเทิง ที่พัวพันไปกับตลาดขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงสังคมไทยกับความเป็นไปในสังคมโลก ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกซึ่งก่อตั้งขึ้นราวๆ 7 ปีที่ผ่านมาจึงเป็นเสมือนปรากฏการณ์ที่สะท้อนให้เราเห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมและแวดวงการฟุตบอลไทยได้อย่างน่าสนใจ กระแสความนิยมในฟุตบอลไทยลีกที่ลุกลามไปทั่วประเทศ การบริโภคฟุตบอลของผู้คนที่เต็มไปด้วยสีสัน ความปรารถนา และบันเทิงใจ สะท้อนถึงการเคลื่อนไหวและคลี่คลายจากสถานะของ “ผู้ชม” ผู้บริโภคฟุตบอลต่างประเทศผ่านการติดตามเกมการแข่งขันทางสื่อโทรทัศน์ มาสู่การเป็น “แฟนบอลไทย” ผู้ติดใจ มีส่วนร่วม มีความรู้สึกผูกพัน กับทีมสโมสรและนักฟุตบอลที่พวกเขานิยมชมชอบ วัฒนธรรมแฟนและการบริโภคสินค้ากีฬาฟุตบอล คือความบันเทิงแบบใหม่ ที่ก่อเกิดควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์พื้นที่วัฒนธรรมใหม่ วิธีการดำเนินชีวิตแบบเมือง ทั้งที่แสดงออกในพื้นที่สาธารณะ เช่น สนามฟุตบอลริมทางข้างถนน และที่แสดงปฏิบัติการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่แพร่กระจายและเข้าถึงกันได้ง่ายในปัจจุบัน

ผลจากการวิจัยสำรวจ (ดังที่เสนอไปในบทที่ 5) ชี้ให้เห็นว่า แฟนบอลไทยลีกส่วนใหญ่คือ กลุ่มผู้ชายวัยทำงานและเยาวชน จากครอบครัวชนชั้นใหม่ หรือคนกลุ่มใหม่ที่มีรายได้ระดับกลาง แฟนบอลเหล่านี้ส่วนใหญ่ทำงานและอาศัยใช้ชีวิตอยู่ในกรุงเทพมหานครและหัวเมืองใหญ่ในต่างจังหวัด มีวิถีการดำเนินชีวิตอยู่ภายใต้เงื่อนไขของเวลาและการทำงานในโลกสมัยใหม่ อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ (2556)⁹ ตั้งข้อสังเกตว่า ผู้ชายไทยกลุ่มนี้กำลังเผชิญกับภาวะวิกฤติอัตลักษณ์ ทั้งจากชีวิตการทำงานที่อยู่ภายใต้ระบบอุตสาหกรรม หรือการจัดองค์กรสมัยใหม่ ความสัมพันธ์เชิงชุมชนแบบจารีตที่เสื่อมทรมลง มีอัตราเร่งของการเดินทางย้ายถิ่นที่เข้มข้นมากขึ้น ทว่าชีวิตที่ผูกโยงกับรากเหง้าดั้งเดิมนั้น กำลังล่มสลาย จนไปถึงการถูกเบียดขับเชิงพื้นที่จากการ “ทำหาย” ของผู้หญิงที่ปัจจุบันก็มีโอกาสในสังคมมากขึ้น ผู้ชายจากชนชั้นใหม่ หรือคนกลุ่มใหม่ ที่ชีวิตหลุดออกจากภาคเกษตรกรรมชนบท

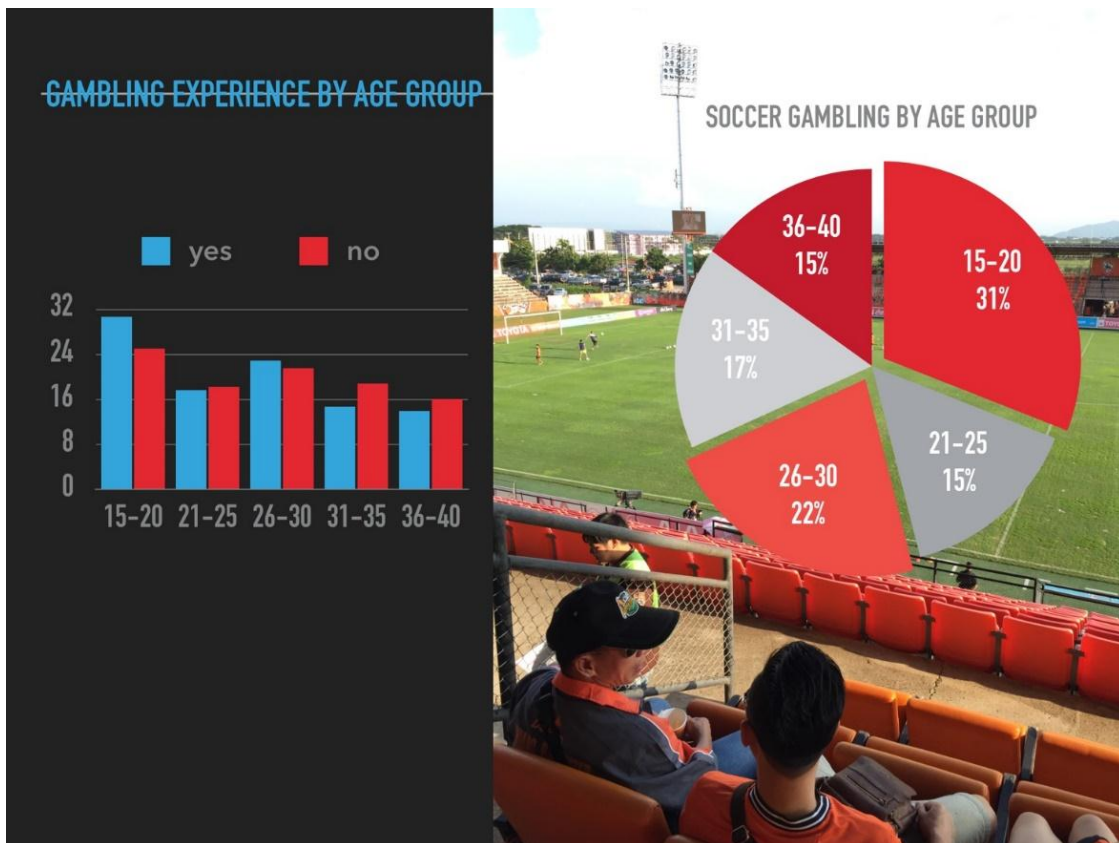
⁹ ดู อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ (2556). “ความตกต่ำของผู้ชายกับอนาคตสังคมไทย”. กรุงเทพฯธุรกิจ. (www.bangkokbiznews.com/blog/detail/486294)

เกือบจะถาวรจึงอาจต้องการพื้นที่ใหม่ๆ เพื่อแสดงตัวตน เพื่อปลอบประโลม และค้าจนสภาวะวิกฤติอันตลัษณ์ที่ว่านี้ และส่วนหนึ่งของพื้นที่ทางสังคมนั้นก็คือการเป็น “แฟนบอลไทยลีก”

ในงานวิจัยสำรวจของโครงการ “ฟุตบอลไทยฟรีเมียร์ลีก: การพนัน ความเป็นชาย วัยรุ่น และวัฒนธรรมบริโภคนิยม” โครงการได้ทดลองออกแบบคำถามเพื่อสอบถามแฟนบอลไทยลีกเกี่ยวกับประสบการณ์ แบบแผน และความคิดเห็นเกี่ยวกับการเล่นพนันบอลของพวกเขา ผลจากการวิจัยสำรวจพบว่า ร้อยละ 52 หรือเกินกว่าครึ่งของกลุ่มแฟนบอลไทย ตอบว่า “เคยเล่นพนัน” และเมื่อถามต่อไปในกลุ่มที่ตอบว่าเล่นพนัน หรือเคยมีประสบการณ์ในการเล่นพนัน (คือกันกลุ่มที่ไม่เล่นพนันออกไปแล้ว) ว่า “เคยเล่นพนันบอลหรือไม่?” ก็พบว่า ร้อยละ 60 เคยเล่นพนันบอล ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงขึ้นกว่าการเล่นพนันๆ ทั่วไป กล่าวอีกอย่างหนึ่ง ในกลุ่มแฟนบอลชายไทยลีกทั้งหมด มีสัดส่วนจำนวนเกินกว่าครึ่งที่นิยมเล่นพนัน และในกลุ่มที่เล่นพนันนี้ราวๆ 6 ใน 10 เล่น หรือเคยเล่นพนันบอล (ดูแผนภาพ 9 ข้างล่าง)

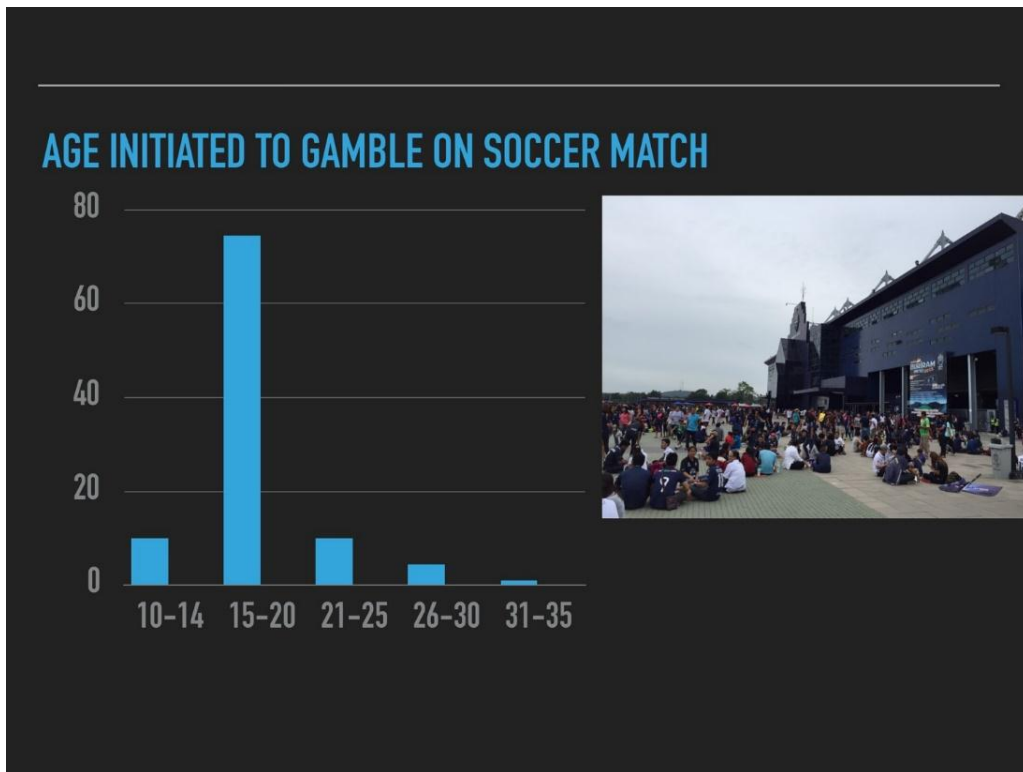


แผนภาพ 9



แผนภาพ 10

การวิจัยสำรวจยังได้ออกแบบคำถามเพื่อหาคำตอบ เกี่ยวกับประสบการณ์ของการเล่นพนันบอลในกลุ่มแฟนบอลไทยลีกต่อไป เพื่อค้นหา “แบบแผนของการเล่นพนันบอล” ก็พบว่า ช่วงอายุแรกที่แฟนบอลไทยตอบว่า เริ่มเล่นพนันบอลนั้น อายุที่น้อยที่สุดคือ 10 ปี ส่วนกลุ่มที่มีอายุมากที่สุด (ของแฟนบอลผู้ตอบแบบสอบถาม) ที่เพิ่งเริ่มเล่นพนันบอล (ครั้งแรก) นั้นคือ 30 ปี ผลการสำรวจดังกล่าวตีความได้ว่า ปัจจุบันแนวโน้มที่เยาวชนไทยจะเข้าสู่การพนันบอลเมื่ออายุน้อยนั้นมีโอกาสสูงมากขึ้น ขณะเดียวกันกลุ่มแฟนบอลที่อายุอยู่ในวัยทำงาน ซึ่งน่าจะเป็นกลุ่มแฟนบอลที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก พร้อมๆ มากับกระแสความนิยมที่มีต่อฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ถือเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่น่าจับตา ทั้งนี้เมื่อเพื่อจำแนกแยกแยะประสบการณ์ของกลุ่มแฟนบอลที่เล่นพนันบอล โดยนำไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับช่วงอายุก็พบแบบแผนจากผลการสำรวจที่น่าสนใจว่า อายุโดยเฉลี่ยของกลุ่มแฟนบอลที่เริ่มเข้าสู่แวดวงการพนันบอลนั้นคือช่วงวัยรุ่นมัธยมต้น หรือระหว่างอายุ 12-15 ปี ซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดคือร้อยละ 70 รองลงมาคือช่วงอายุ 10-14 ปี และ 21-25 ปี ซึ่งคิดเป็นราวๆ ร้อยละ 10 เท่ากัน นอกเหนือไปจากนี้ เป็นกลุ่มแฟนบอลที่มีช่วงอายุที่มากขึ้นซึ่งจะมีสัดส่วนลดลงไปตามลำดับ (ดูแผนภาพ 11)



แผนภาพ 11

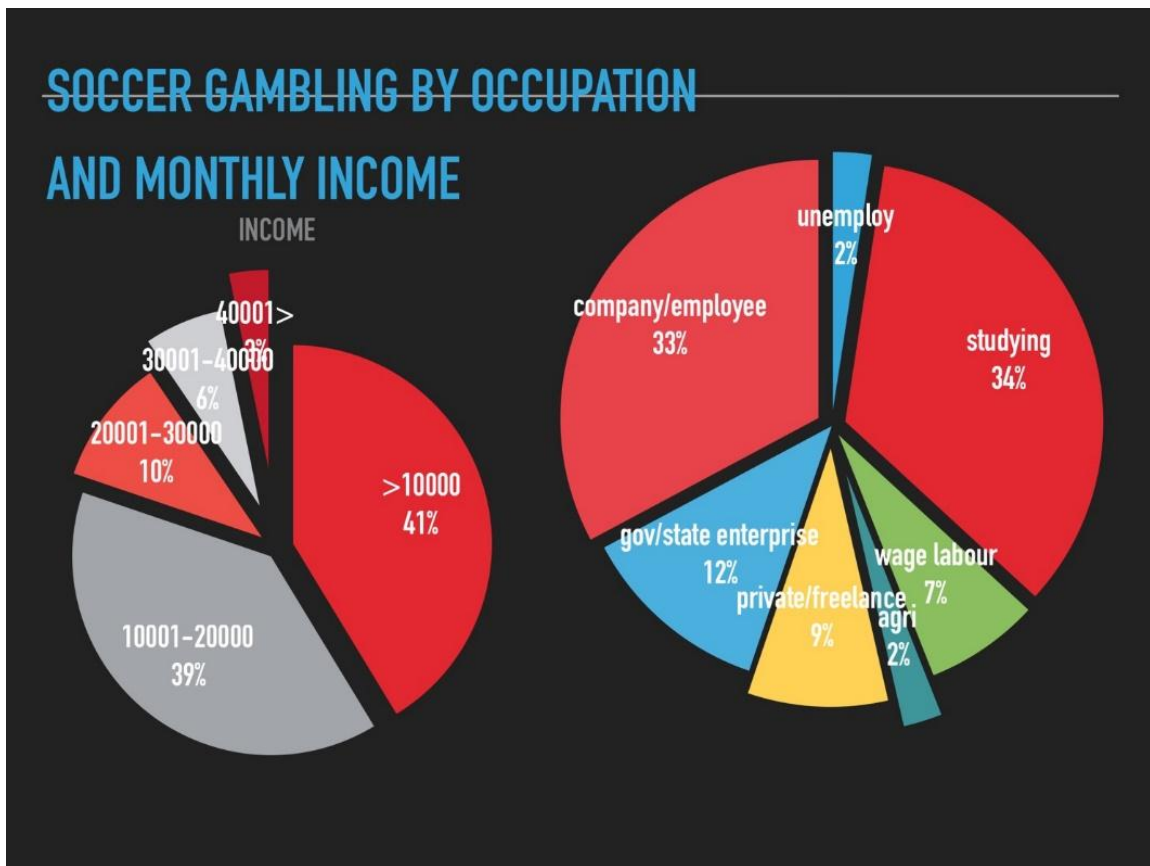
อาจกล่าวได้ว่า พนันบอลยังคงเป็นเรื่องของผู้ชาย ทว่าผลจากการสำรวจก็ยืนยันว่า ไม่ใช่ผู้ชายทุกกลุ่ม และดูเหมือนแนวโน้มของการเล่นพนันบอลในปัจจุบัน เริ่มจำกัดวงแคบลงเรื่อยๆ เป็นในกลุ่มของผู้ชายวัยทำงาน อย่างไรก็ตามเยาวชนวัยรุ่นก็ยังคงเป็นกลุ่มที่ต้องเฝ้าระวัง โดยเฉพาะกลุ่มเด็กชายวัยรุ่นตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 15-18 ปี ซึ่งถือเป็นช่วงเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญช่วงหนึ่งของวัยรุ่นไทย ผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่า เยาวชนไทยหรือวัยรุ่นตอนต้นนั้นคือกลุ่มเสี่ยง ที่มีแนวโน้มจะหันหน้าเข้าสู่แวดวงการเล่นพนันบอล อย่างไรก็ตามผลการวิจัยสำรวจยังชี้ชวนให้คิดต่อไปได้อีกว่า แฟนบอลไทยอีกกลุ่มหนึ่ง ที่เพิ่งหลุดออกจากสถาบันการศึกษา คือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี กำลังเริ่มทำงาน โดยที่ระหว่างเรียนอาจไม่มีประสบการณ์การเล่นพนันบอลมาก่อน ถือเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่อาจจะกลายมาเป็น “นักพนันหน้าใหม่” ที่กำลังหันหน้าเข้าสู่วงการพนันบอล

ในการวิจัยสำรวจครั้งนี้ โครงการยังได้ออกแบบคำถามเพื่อหาคำตอบมาวิเคราะห์ หรือจำแนกแยกแยะภูมิหลังทางเศรษฐกิจ สังคม และอาชีพการงานของกลุ่มนักพนันบอลไทย โดยมีสมมุติฐานว่า

รายได้และอาชีพการงาน (ซึ่งเป็นตัวแปรทางเศรษฐกิจสังคม) น่าจะสัมพันธ์ไปกับวิถีการดำเนินชีวิต และการทำความเข้าใจภาพรวมทั้งหมดของวัฒนธรรมแฟนและการเล่นพนันบอล

ผลจากการวิจัยสำรวจพบว่า แฟนบอลไทยลีกที่เล่นพนันบอลด้วยนั้นส่วนใหญ่ (คือร้อยละ 80) มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระดับกลาง คือระหว่าง 10,000 - 20,000 บาทต่อเดือน โดยแยกเป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 41 และกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39 ของนักพนันบอลทั้งหมด (ดูแผนภาพ 12 ข้างล่าง) สัดส่วนของแฟนบอลที่มีรายได้ระดับกลางดังกล่าวสอดคล้องไปกับผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่พบว่า ประชากรไทยที่มีงานทำ ส่วนใหญ่คือราวๆ ร้อยละ 60 (หรือประมาณ 40 ล้านคน) คือกลุ่มที่มีรายได้อยู่ในระดับเดียวกันนี้

เมื่อพิจารณาจำแนกตามกลุ่มอาชีพ การทำงาน หรือสถานภาพทางการศึกษา ผลการสำรวจก็พบว่า กลุ่มแฟนบอลไทยที่เล่นพนันบอลส่วนใหญ่นั้นคือกลุ่มที่ประกอบอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33 (ของนักพนันบอลทั้งหมด) ขณะที่กลุ่มแฟนบอลนักพนันที่กำลังศึกษาเล่าเรียนนั้นมีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือร้อยละ 34 ส่วนกลุ่มแฟนบอลนักพนันที่อยู่ในสาขาอาชีพอื่นๆ เป็นกลุ่มที่ทำงานประจำคือราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12 กลุ่มธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 9 รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 7 และว่างงานหรือทำงานภาคเกษตร อีกร้อยละ 2 (เท่ากัน) ผลการสำรวจนี้ชี้ชัดว่ากลุ่มแฟนบอลนักพนันนั้นส่วนใหญ่คือกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับกลาง-ค่อนข้างต่ำ และพวกเขาทำงานเป็นลูกจ้าง พนักงานบริษัท หรือหน่วยงานราชการ อันเป็นงานในระบบนั่นเอง (ไม่ว่าจะเป็นโรงงาน บริษัทเอกชน สถานศึกษา หรือหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ) ส่วนกลุ่มแฟนบอลที่เป็นเยาวชน ยังศึกษาเล่าเรียน จะว่าไปชีวิตประจำวันของพวกเขาเยาวชนเหล่านี้ไม่ได้ต่างไปจากการดำเนินชีวิตในแบบแผนเดียวกัน คือการอยู่ภายใต้การกำกับควบคุมเชิงสถาบันและตารางเวลาสมัยใหม่

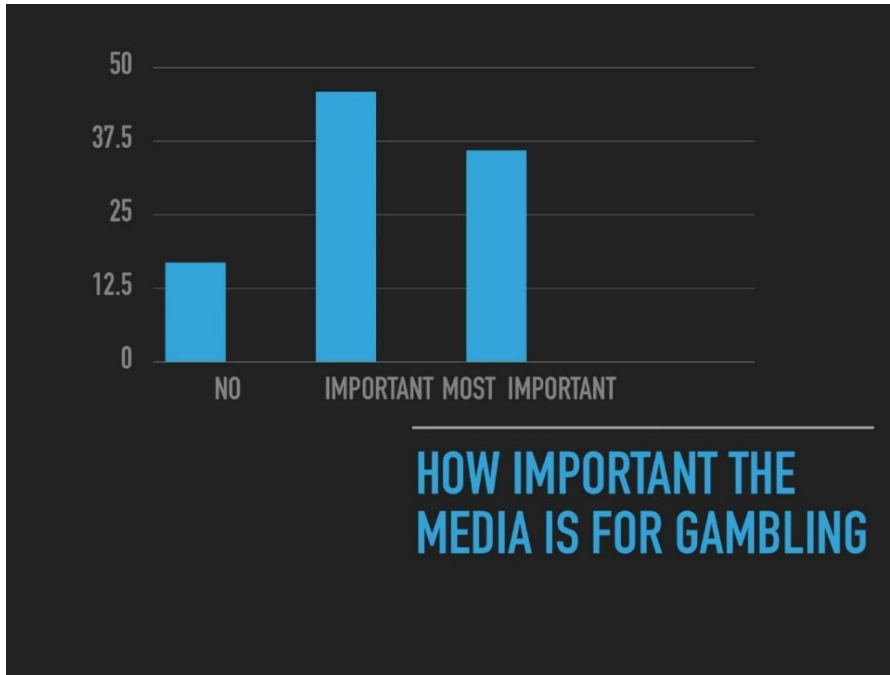


แผนภาพ 12

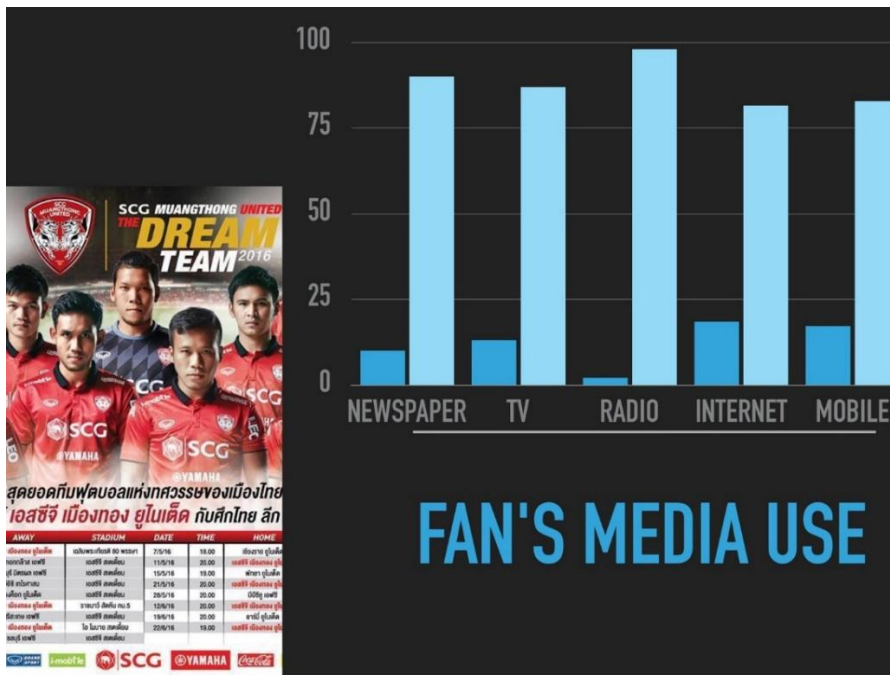
6.2 พนันบอล การพักผ่อนหย่อนใจ และการบริโภคสื่อ

ผลจากการวิจัยสำรวจด้านภูมิหลังทางเศรษฐกิจ สังคม และอาชีพการงานของแฟนบอลนักพนันข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ชีวิตการเป็นแฟนบอลนักพนันบอลนั้นยังสอดคล้องไปกับเรื่องของเวลา และการพักผ่อนหย่อนใจ ภายใต้การกำกับควบคุมด้วยระบบการทำงาน การจัดองค์กรสมัยใหม่ และการบริโภคสื่อ คือกระบวนการที่มีความหมายและเกี่ยวข้องอย่างสำคัญกับรูปแบบการเล่นพนันของแฟนบอลไทย กล่าวคือเมื่อถามว่า สื่อสมัยใหม่ (หมายถึง การบริโภคข่าวสาร การใช้สื่อ) มีความสำคัญมากน้อยเพียงใดต่อการเล่นพนันบอล คำตอบที่ได้พบว่า แฟนบอลนักพนันส่วนใหญ่ ร้อยละ 85 ตอบว่า สำคัญมากและสำคัญที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 48 และร้อยละ 37 ตามลำดับ) ทั้งนี้มีเพียง ร้อยละ 15 ที่ตอบว่าไม่สำคัญ (ดูแผนภาพ 13) และเมื่อถามว่าสื่อประเภทใดที่สำคัญ หรือใช้ไปกับการบริโภคข่าวสาร เพื่อติดตามเรื่องราวในแวดวงการพนันและวงการฟุตบอล ผลการสำรวจพบว่า อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ ถือเป็นสื่อหลักที่พวกเขาใช้ติดตามบริโภคข่าวสาร รองลงมาคือ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ดูแผนภาพ 14) เน้นอนว่าปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นช่องทาง

สื่อสารสำคัญสำหรับการติดตามข่าวสาร อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเฉพาะสื่อสมัยใหม่ที่แฟนบอลใช้ติดตามชมเกมการแข่งขันก็พบว่า โทรศัพท์ยังคงมีความสำคัญมากที่สุด และถือเป็นสื่อหลักที่แฟนบอลไทยใช้ในการติดตามการชมถ่ายทอดสด รวมจนถึงข่าวแวดวงข่าวสารกีฬาฟุตบอล



แผนภาพ 13



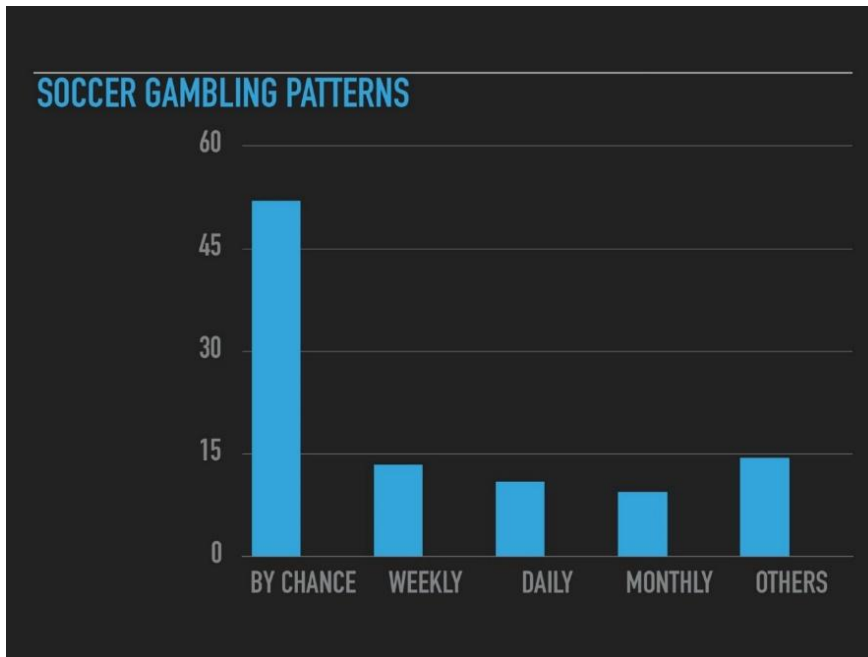
แผนภาพ 14

การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับวงการฟุตบอลนั้น คือกิจกรรมรายวัน หรือเกิดขึ้นได้ทุกวัน ทว่า (หากไม่นับเกมการแข่งขันนัดกลางสัปดาห์ ที่มีขึ้นเพื่อชดเชยตารางการแข่งขันปกติ ที่อาจไปชนกับรายการแข่งขันระดับอื่นๆ) เวลาของเกมการแข่งขันและการบริโภคฟุตบอลของบรรดาแฟนนั้น โดยทั่วไปคือช่วงสุดสัปดาห์ อย่างไรก็ตามเมื่อลองสอบถามเกี่ยวกับแบบแผน หรือความถี่ของการเล่นพนันบอล แฟนบอลไทยส่วนใหญ่กลับตอบว่า มักจะเป็นการเล่นพนัน “ตามโอกาส” อย่างไรก็ตามความหมายของ “การเล่นตามโอกาส” นี้อาจจะหมายถึงการเล่นพนันในช่วงสุดสัปดาห์ หรือช่วงเวลาที่ มีเกมการแข่งขันฟุตบอลนั่นเอง (ดูแผนภาพ 15)

ประเด็นที่น่าสนใจกว่าผลการสำรวจข้างต้นคือ เราอาจตั้งคำถามต่อไปได้ว่า ในกลุ่มแฟนบอลไทยลีกที่เล่นพนันบอลนั้น พวกเขา “นิยม” ที่จะแทงพนันรายการแข่งขันฟุตบอลประเภทใด

ผลการวิจัยสำรวจพบว่า (1) นักพนันบอลส่วนใหญ่ “นิยม” ที่จะเล่นพนันทายผลการแข่งขันรายการแข่งขันฟุตบอลอาชีพต่างประเทศ โดยเฉพาะ English Premiere League ซึ่งเป็นการแข่งขันฟุตบอลที่ฤดูกาลยาวนานราวๆ 8 เดือน และยังเป็นรายการแข่งขันฟุตบอลที่แฟนบอลไทยติดตามชม และบริโภคข่าวสารมาอย่างยาวนาน (คือมีมาตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา) กิจกรรมการชมเชียร์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการพักผ่อนหย่อนใจในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ของแฟนบอลที่ส่วนใหญ่ทำงานประจำนั่นเอง ทั้งนี้โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75 ของทั้งหมด (2) ส่วนรายการแข่งขันฟุตบอลที่นิยมแทงพนันกันในลำดับรองลงมา (ร้อยละ 18) คือการแข่งขันฟุตบอลแบบทัวร์นาเมนต์ ซึ่งเป็นรูปแบบรายการแข่งขันฟุตบอลที่ต่อเนื่อง ทว่ามีระยะเวลาสั้นกว่าฤดูกาลแข่งขันฟุตบอลอาชีพ เช่น การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย World Cup และการแข่งขันฟุตบอลระดับภูมิภาค เช่น EURO และ AFF Suzuki Cup (ซึ่งปัจจุบันถือเป็นรายการแข่งขันฟุตบอลที่ได้รับความนิยมสูงสุดของอาเซียน) ส่วนรายการแข่งขันฟุตบอลที่เรียกว่า “บอลถ้วย” เช่น FA Cup นั้น แฟนบอลไทยลีกนิยมแทงพนันกันในสัดส่วนที่น้อยที่สุด (ดูแผนภาพ 16)

สุดท้ายเมื่อถามแฟนบอลนักพนันว่า ในกรณีที่จะแทงพนันบอลในรายการแข่งขันฟุตบอลหนึ่งนั้นๆ พวกเขา “นิยม” ที่จะแทงพนันทีมไหน หรือทีมประเภทใด คำตอบที่ได้ก็คือ การแทง “ทีมรัก” หรือทีมที่พวกเขาเชียร์ในฐานะ “แฟน” นั่นเอง คำตอบในเรื่องนี้ แม้ดูเหมือนว่าจะจะเป็นไปตามสามัญสำนึกธรรมดาทั่วไป ทว่ายืนยันถึงประเด็นที่มีความหมายยิ่งว่า แบบแผนของการเล่นพนันบอลในสังคมไทยนั้น นอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของ การบริโภคสื่อและกิจกรรมสุดสัปดาห์ พนันบอลนั้นก็คือส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมแฟน



แผนภาพ 15



แผนภาพ 16



แผนภาพ 17

6.3 ฟุตบอล วัฒนธรรมแฟน และความหมายของการพนันในสังคมสมัยใหม่

ฟุตบอลคือกีฬาที่เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงในสังคมสมัยใหม่ แฟนบอลส่วนใหญ่คือกลุ่มคนที่อาศัยใช้ชีวิต ทำงานอยู่ในเมือง ซึ่งวิถีการดำเนินชีวิตผูกติดกับพื้นที่และเวลา ด้วยเหตุฉะนั้น กิจกรรมช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ จึงกลายเป็นสิ่งสำคัญและมีความหมายอย่างยิ่งในชีวิตทางสังคมของพวกเขา ในกรณีของการเล่นพนันบอล ซึ่งงานศึกษานี้เสนอให้มองว่าเป็นส่วนหนึ่งของ “วัฒนธรรมแฟน” ภายใต้สถานการณ์สังคมดังกล่าว เราอาจตีความได้ว่า การเดินทางเข้าสู่สนามของการแข่งขันฟุตบอลของแฟนบอลจำนวนมากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คือการพยายามรวมตัวกันของกลุ่มคนที่กำลังแสวงหา “ความเป็นชุมชน” ซึ่งชีวิตในสังคมสมัยใหม่แทบที่จะไม่มีพื้นที่เหล่านี้ให้

ผู้คนในสังคมเมืองสมัยใหม่ เผชิญกับชีวิตประจำวันที่กดดันให้พวกเขารู้สึกว่า ไม่มีความมั่นคง ชีวิตไม่แน่นอน ไม่มีตัวตน ไร้อำนาจ กิจกรรมที่พอจะตอบสนองได้ก็คือการรวมตัวกันในพื้นที่สาธารณะ ในวันนี้ “วัฒนธรรมแฟน” และการบริโภคฟุตบอลก็คือส่วนหนึ่งของกระบวนการดังกล่าว และการเล่นพนันบอลก็น่าจะเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสังคมดังกล่าวนี้ด้วย

การเล่นพนันบอล ในสายตาของแฟนบอลส่วนใหญ่จึงน่าจะมีความหมายที่มากกว่า “การเล่นเพื่อเงิน” ทว่าคือเรื่องของปฏิบัติการสังคม เป็นการแสดงความสามารถ ทำนายผล การคาดคะเน และ

ได้ความสนุกสนานจากการทำนายผลการแข่งขัน ในทำนองเดียวกันกับ “การเล่นหอย” พนันบอล อาศัยทักษะความสามารถ การใช้สื่อ การติดตามเรื่องราวข่าวสารข้อมูล ตัวเลข สถิติต่างๆ ของผู้เล่น จนไปถึงการติดตามแผนการและเรื่องราวของนักเตะ สต๊าฟโค้ช และทีมงานสโมสร มากไปกว่านั้น ผลลัพธ์ก็เป็นสิ่งที่ไม่มีใครสามารถควบคุมได้ สำหรับแฟนบอลไทยนี้อาจจะกลายเป็น “เสน่ห์” หรือ ความหมายของการเล่นพนันบอลในสังคมไทยยุคเสรีนิยมใหม่

การรวมตัวของกลุ่มแฟนบอลจำนวนมากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ตามพื้นที่สาธารณะ คือ สนามฟุตบอล หรือร้านค้าผับบาร์ถ่ายทอดสดเกมการแข่งขัน ทีมสโมสรที่พวกเขาชื่นชอบ สร้างและแสดงอัตลักษณ์กลุ่มที่แตกต่างหลากหลาย จนไปถึงความเป็นชายและมิตรสหาย ในกลุ่มเพื่อน ในแง่หนึ่งจึงสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการที่กลุ่มแฟนบอลชายเหล่านี้พยายามที่จะแสวงหา “ชุมชน” ซึ่งในสังคมสมัยใหม่แทบที่จะไม่มีพื้นที่เหล่านี้ให้ กล่าวอีกอย่างหนึ่ง ชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมเมืองใหญ่มีแนวโน้มที่จะกดดันให้ผู้คน รู้สึกไม่มั่นคง ไม่แน่นอน ไม่มีตัวตน ไร้อำนาจ การตกอยู่ภายใต้เงื่อนไข คือตัวการที่ผลักดันให้พวกเขาออกจากบ้านมาแสวงหาพื้นที่และกิจกรรมที่จะยืนยันความเป็นคน ร่วมกันสร้าง “พื้นที่ชุมชน” ที่ตอบสนองอารมณ์ ความโหยหาของพวกเขาได้ การบริโภคฟุตบอลไทย การรวมตัวกันในพื้นที่สาธารณะ การรวมกลุ่มแฟนบอล และแม้แต่การเล่นพนันบอล จึงอาจตีความได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์กลุ่ม และ “ความเป็นชุมชน” ของแฟนบอลไทยเล็ก

มองในแง่นี้ การเล่นพนันทายผลการแข่งขันฟุตบอลจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมแฟนและอุตสาหกรรมฟุตบอล ที่เติบโตขึ้นควบคู่ไปกับการขยายตัวขึ้นของพื้นที่แบบเมืองและการก่อตัวของชนชั้นใหม่ในสังคมไทย กล่าวอีกอย่างหนึ่ง การเล่นพนันบอลนั้นเป็นกิจกรรมวัฒนธรรมที่มีความหมายมากกว่าเพียงแค่ “การเล่นเพื่อเอาชนะ” หรือหาเงิน ทว่าคือปฏิบัติการทางสังคม หรือกิจกรรมวัฒนธรรมของ “การเล่นเพื่อใช้ชีวิต” เพื่อแสดงความสามารถ การคาดคะเน ทำนายผลการแข่งขัน และความสนุกสนาน จากการทำนายเมื่อทราบผลการแข่งขัน

ในทำนองเดียวกันกับ “การเล่นหอย” ของแม่บ้าน หรือผู้หญิง การเล่นพนันบอลของแฟนบอลชายต้องอาศัยทักษะความสามารถ การใช้สื่อ การติดตามเรื่องราว ข้อมูลสถิติต่างๆ และที่สำคัญคือผลลัพธ์ของเกม 90 นาที และ “เลขที่ออก” ที่กล่าวอย่างถึงที่สุดไม่มีใครสามารถควบคุมได้ สำหรับนักพนันนี้อาจจะถือเป็น “เสน่ห์” หรือความหมายที่แท้จริงของการได้เล่นพนันบอลในสังคมไทย

การบริโภคฟุตบอลในสังคมไทย จึงกลายเป็นพื้นที่สองสะท้อนให้เห็นถึง การแสดงปฏิบัติการของผู้คนในยุคสมัยที่ใช้เวลาวางเป็นเสมือนกิจกรรมภาคบังคับอย่างหนึ่ง อันเป็นภาคปฏิบัติของการทำงาน ภายใต้เงื่อนไขดังกล่าว อุตสาหกรรมกีฬาและสื่อบันเทิงต่างๆ กำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

และกีฬาก็เป็นหนึ่งในธุรกิจนั้น การเป็นแฟนบอลในสังคมไทย อาศัยทั้งอัตลักษณ์กลุ่ม หรือความเป็นท้องถิ่น ความเป็นชาย เครือข่ายทางสังคม ไปจนถึงศักยภาพของการใช้และบริโภคสื่อ

การก่อตัวขึ้นของกระแสความนิยมที่มีต่อฟุตบอลไทยลีก และแบบแผนต่างๆ ของการบริโภคฟุตบอล จึงเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบสร้าง “สนามความสัมพันธ์” หรือพื้นที่ของการบริโภคฟุตบอลแบบใหม่ๆ ในสังคมไทย อันเป็นการเคลื่อนย้ายจากพื้นที่การบริโภคฟุตบอลต่างประเทศ ที่แฟนบอลมีสถานะเป็นเพียงผู้ชม มาสู่พื้นที่ของการบริโภคฟุตบอลที่พวกเขาสามารถมีส่วนร่วม มีอารมณ์ร่วม และเกี่ยวข้องกับพัวพันไปกับบริบทแวดล้อมรอบข้างที่จับต้องได้ในชีวิตประจำวันของพวกเขา

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงจากกระแสการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศด้วยการดู (ผ่านจอโทรทัศน์) ในยุคพรีเมียร์ลีกอังกฤษ มาสู่การบริโภคฟุตบอลไทย (ในสนาม) ในยุคไทยลีก กล่าวได้ว่า กิจกรรมการเล่นพนันบอลกำลังถูกเบียดขับและลดความสำคัญลงไป จากการทำงานภาคสนามเราพบว่า สำหรับแฟนบอลไทยลีกแล้ว พนันบอลกำลังจะกลายเป็นเพียง “กิจกรรมชายขอบ” ของการบริโภคฟุตบอล สำหรับแฟนบอลไทยลีก การบริโภคฟุตบอล เช่น การเชียร์ทีมสโมสรที่เป็นตัวแทนของท้องถิ่นบ้านเกิด คือส่วนหนึ่งของการมีชีวิตในชุมชนแบบใหม่ อันเป็นพื้นที่ของผู้ชายและความเป็นมิตรสหาย การเชียร์และบริโภคฟุตบอลในบริบทดังกล่าว นอกจากจะตีความได้ว่าเป็นเรื่องของการต่อสู้เชิงสัญลักษณ์และการสร้างอัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) การบริโภคฟุตบอลยังอาจจะถูกกลุ่มแฟนบอลไทย ตีความให้ความหมาย และยกให้เป็นเรื่องที่มีความสำคัญเหนือกว่าการเล่นพนันบอล

การเล่นพนันบอล ในบริบทดังกล่าวจึงอาจเป็นไปเพื่อเสริมสร้างความท้าทายให้กับกิจกรรมการบริโภคฟุตบอลเท่านั้น แต่กระนั้น ก็ไม่ได้หมายความว่า กระแสความนิยมที่ผู้คนชนชั้นใหม่มีต่อฟุตบอลไทยลีกจะทำให้การเล่นพนันบอลหายไปจากสังคมไทยโดยสิ้นเชิง เพราะในอีกด้านหนึ่ง ธุรกิจการพนันก็มีการปรับตัวที่ได้ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงในสังคมและที่เกิดขึ้นกับกลุ่มแฟนบอลนักพนันทั้งในด้านประชากรศาสตร์ ชนชั้น อาชีพการงาน รวมจนไปถึงเรื่องเพศ หรือความเป็นหญิงชาย และในกรณีของธุรกิจพนันบอล คงต้องมองการเปลี่ยนแปลงที่เชื่อมโยงไปกับเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ และอุตสาหกรรมการพนันระดับโลก ดังจะเห็นได้จาก การพัฒนารูปแบบของการเล่นพนัน หรือ “การแทงบอล” ในปัจจุบัน การออกราคาต่อรองของเจ้ามือหรือโต๊ะพนันที่ซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้น จนไปถึงการโปรโมตผ่านเว็บไซต์รับพนัน ที่ก็ขยายตัวมากขึ้นในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ปრაกฏการณ์เหล่านี้ถือเป็นสัญญาณบ่งชี้ว่า การเล่นพนันบอลมีแนวโน้มที่จะกลายเป็นแค่เพียงส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมแฟนและวิถีแห่งการบริโภคฟุตบอล และในกรณีของแฟนบอลไทยลีกการที่พนันบอลเริ่มถูกเบียดขับให้ไปอยู่ในพื้นที่ชายขอบของการบริโภคฟุตบอล เส้นแบ่งระหว่างการเป็น “แฟนบอล” กับ “นักพนันบอล” ก็ดูเหมือนว่าจะมีที่ทางที่ชัดเจนมากขึ้นด้วย



วัฒนธรรมแฟนบอลไทยในมิติของการพนันและการบริโภค

อาจินต์ ทองอยู่คง

7.1 บทนำ

7.1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่ฟุตบอลเข้ามาในสังคมไทยช่วงรัชกาลที่ 4-5 (พระยาศรีวิสารวาจา 2509, อ้างใน สิทธิ 2540: 10) การเริ่มถ่ายทอดฟุตบอลต่างประเทศทางโทรทัศน์ในช่วงปี 2509 (เนตรนภา 2545) ไปจนถึงการเติบโตขึ้นมาของฟุตบอลสโมสรไทยในช่วงปี 2552 ความนิยมต่อฟุตบอลในสังคมไทยก็ได้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จากสถิติในปี 2558 สามารถประมาณการได้ว่า เฉพาะผู้ที่เข้าไปชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรไทยที่สนามมีมากกว่าสัปดาห์ละ 100,000 คน หากคิดจากฐานดังกล่าวแล้ว พอจะกล่าวได้ว่าผู้ติดตามชมฟุตบอลต่างประเทศซึ่งได้รับความนิยมสูงกว่านั้นย่อมมีจำนวนมากกว่าอีกหลายเท่าตัว เรียกได้ว่าปัจจุบันการติดตามชมฟุตบอลกลายเป็นกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจที่สำคัญประการหนึ่งของผู้คนจำนวนมากสังคมไทย และมีกลุ่มคนที่เรียกว่า “แฟนบอล” เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก

ในแง่หนึ่งฟุตบอลเป็นที่นิยมในการติดตามชม ในอีกแง่หนึ่งนั้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องมาพร้อมๆ กันก็คือการพนันทายผลฟุตบอล ไม่ว่าจะเป็นมีมุมมองอย่างไรต่อกิจกรรมที่เรียกว่าการพนัน คำถามสำคัญข้อหนึ่งก็คือ การเกิดขึ้นมาของแฟนบอลหรือผู้ติดตามชมฟุตบอลจำนวนมากนั้นเกี่ยวข้องกับ การเกิดขึ้นของพฤติกรรมกรรมการพนันทายผลฟุตบอลหรือไม่/อย่างไร

การเป็นแฟนฟุตบอลไม่ได้เป็นเพียงแค่การติดตามชมการแข่งขันฟุตบอล แต่มันยังรวมถึงการจับจ่ายสินค้าเกี่ยวกับฟุตบอล การเสพข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอล การแสดงออกถึงความเป็นแฟนบอล ซึ่งหากพิจารณากิจกรรมเหล่านี้แล้ว ในด้านหนึ่งการเป็นแฟนบอลก็คือการบริโภคฟุตบอลเพื่อประกอบสร้างตัวตนในฐานะแฟนบอลขึ้นมานั่นเอง และหากพิจารณาการพนันทายผลฟุตบอลในฐานะปฏิบัติการอย่างหนึ่งซึ่งโดยพื้นฐานต้องเกี่ยวข้องพัวพันไปกับการติดตามเกมการแข่งขัน การ

บริโภคว่าสาร และกิจกรรมทางสังคมต่างๆแล้ว การพนันทายผลฟุตบอลก็คือส่วนหนึ่งของการบริโภคในวัฒนธรรมแฟนบอลดังที่กล่าวมาข้างต้น

การบริโภคไม่ได้หมายความว่าความถึงการจับจ่ายสินค้าเท่านั้น แต่ในอีกแง่หนึ่งการบริโภดยังกินความรวมถึงการใช้งานสินค้าเหล่านั้นหรือเรียกอีกอย่างได้ว่ากระบวนการบริโภคด้วย ระหว่างกระบวนการบริโภคนั้นแฟนบอลมีปฏิบัติการเลือกจับ ตัดต่อ ดัดแปลง รวมไปถึงการผลิตสินค้าขึ้นมาเพื่อบริโภคกันเองในกลุ่มแฟนบอล อย่างเช่นที่แฟนบอลไทยใช้ผ้าพันคอเพื่อเป็นอุปกรณ์ประกอบการเชียร์มากกว่าเพื่อสร้างความอบอุ่นแก่ร่างกาย หรือผลิตอุปกรณ์ ธง และเสื้อเชียร์กันเองภายในกลุ่มแฟน ซึ่งปฏิบัติการต่างๆที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริโภคนี้นั้นเองที่จะสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยม ตัวตนหรือวิถีคิดของแฟนบอลคน/กลุ่มนั้นๆได้

ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจในกระแสความนิยมต่อฟุตบอลในสังคมไทยคือการรวมตัวกันเป็นกลุ่มแฟนบอลหรือแฟนคลับ การรวมตัวเป็นกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลในสังคมไทยช่วงแรกมักจะเป็นแฟนคลับของฟุตบอลต่างประเทศ อย่างเช่นตั้งแต่ปี 2537 ที่ได้มีการก่อตั้งกลุ่มแฟนคลับของฟุตบอลต่างประเทศ (เยอรมัน) ในชื่อ “สยามกีฬาฟุตบอลเยอรมันแฟนคลับ” และมีการจัดกิจกรรมหลายอย่าง (ณัฐสุพงศ์ 2548: 124-161) หรือรวมถึงแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลต่างประเทศหลายสโมสรที่มีการรวมตัวกันอย่างแพร่หลาย ต่อมาเมื่อฟุตบอลสโมสรไทยเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น ก็เริ่มมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มแฟนบอล/แฟนคลับเช่นกัน เช่นกลุ่มอุลตราเมืองทองและกลุ่ม N-Zone แฟนบอลสโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด กลุ่ม The Sh@rk Power และกลุ่มฉลามกรุง แฟนบอลสโมสรชลบุรี เอฟซี การรวมตัวของกลุ่มแฟนบอลเหล่านี้ไม่เพียงนำมาซึ่งกิจกรรมต่างๆจำนวนมากที่พวกเขาทำร่วมกัน แต่ยังก่อให้เกิดการสอดสาน-ปะติดปะต่อค่านิยมต่างๆเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นแบบแผนวิถีคิด-วิถีปฏิบัติในบางลักษณะ หรืออาจเรียกว่าก่อให้เกิด “วัฒนธรรมแฟนบอล” ในลักษณะต่างๆขึ้นมา (อาจินต์ 2555)

ไม่เพียงแต่กลุ่มแฟนบอลประจำสโมสรเท่านั้น ในช่วงเดียวกันนี้ยังเกิดมีแฟนบอลไทยหรือการบริโภคฟุตบอลไทยในลักษณะอื่นๆขึ้นมาอีก อย่างเช่นแฟนบอลนักสะสมที่นิยมสะสมสินค้าเกี่ยวกับฟุตบอล, แฟนบอลผู้ผลิตเสื้อสมัครเล่น¹⁰ที่เปลี่ยนบทบาทจากผู้บริโภคมาเป็นผู้บริโภคที่ผลิตเสื้อด้วยตัวเอง, กลุ่มแฟนบอลอุลตราส์ (Ultras) ที่เป็นกลุ่มแฟนบอลซึ่งรับวัฒนธรรมแฟนบอลแบบในยุโรปเข้า

¹⁰ อย่างเช่นแฟนบอลที่ทำเสื้อปักเพชฌัญหหรือเสื้ออื่นๆที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลแล้วเผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ตรวมถึงสื่อช่องทางอื่นๆ

มาจนมีลักษณะหลายอย่างต่างจากแฟนบอลไทยโดยทั่วไป, หรือแฟนบอลพลัดถิ่นที่ใช้ฟุตบอลเป็นตัวยึดโยงตนเองเข้ากับบ้านเกิดที่พวกเขาจากมา การเกิดขึ้นของแฟนบอลหลายลักษณะเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงและความหลากหลายของการบริโภคฟุตบอลในสังคมไทยปัจจุบัน

งานวิจัยนี้มองว่า แฟนบอลที่ไปชมการแข่งขันที่สนามเป็นผู้ที่ติดตามชมฟุตบอลอย่างเข้มข้น เอาใจจริงเอาจัง และการติดตามสังเกตการรวมตัวกันของแฟนบอลไทยผ่านการไปชมการแข่งขันที่สนามเป็นประจำทุกสัปดาห์นั้นจะยิ่งช่วยให้เข้าใจวัฒนธรรมแฟนบอลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้นการวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษากลุ่มแฟนบอลสโมสรไทยเป็นหลัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โสด อายุประมาณ 18-35 ปี และเลือกศึกษาในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑลซึ่งมีแฟนบอลจำนวนมากและมีความหลากหลาย

ก่อนหน้านี้ วสันต์ ปัญญาแก้ว (2557: 211-241) ศึกษาการพนันทายผลฟุตบอลในฐานะที่เป็นปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน และเสนอว่ามันสะท้อนให้เห็นถึงการประกอบสร้าง “ชุมชนของผู้ชาย” ภายใต้อาณัติของสังคมไทยปัจจุบันที่พื้นที่ของผู้ชายกำลังถูกทำลาย ขณะที่อาจินต์ ทองอยู่คง (2557) ศึกษาการดื่มแอลกอฮอล์กับความรุนแรงในฟุตบอลไทย และเสนอว่าความรุนแรงที่ปรากฏนั้นมีส่วนที่สัมพันธ์อยู่กับความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันภายในชุมชนแฟนบอลซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงภาวะโหยหาความสัมพันธ์ต่อกันของผู้คนในสังคมสมัยใหม่ อาจกล่าวได้ว่างานศึกษาสองชิ้นนี้เป็นการพยายามทำความเข้าใจการเกิดขึ้นมาของวัฒนธรรมแฟนบอลในสังคมไทย อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมแฟนบอลยังมีมิติสำคัญอีกประการหนึ่งซึ่งควรทำการศึกษา คือการทำความเข้าใจพฤติกรรมการพนันทายผลฟุตบอลในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการบริโภค ซึ่งพัวพันอยู่กับวัฒนธรรมแฟนบอลอย่างสลับซับซ้อนและแยกออกจากกันได้อย่างยิ่ง

กล่าวโดยสรุปคือ งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการพนันในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการบริโภคในวัฒนธรรมแฟนบอลไทย ภายใต้อาณัติของบริบททางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจยุคปัจจุบันที่การบริโภคเป็นกิจกรรมที่สำคัญของผู้คน โดยศึกษาผ่านแฟนฟุตบอลไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล และมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1. เพื่อทำความเข้าใจว่า ภายใต้อาณัติของสังคมการเมือง เศรษฐกิจ ไทยยุคปัจจุบันนั้น วัฒนธรรมแฟนบอลในสังคมไทยมีลักษณะอย่างไร โดยศึกษาผ่านมิติของการบริโภค และ 2. เพื่อทำความเข้าใจว่า การพนันมีส่วนเกี่ยวข้องกับพัวพันไปกับวัฒนธรรมแฟนบอลไทยและการบริโภคฟุตบอลในระดับชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมไทยอย่างไร

7.1.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงแนวคิดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้เพื่อที่จะใช้เป็นฐานในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

แฟนกีฬาในฐานะการบริโภค

แม้ว่ากิจกรรมเชียร์กีฬาที่แยกไม่ออกจากพิธีกรรมหรือกิจกรรมรวมหมู่ของมนุษย์จะพบได้ในสังคมต่างๆมาเป็นเวลานาน แต่กีฬาสมัยใหม่ (modern sport) อย่างที่เป็นอยู่ในทุกวันนี้เป็นสิ่งที่เพิ่งจะเกิดขึ้นในอังกฤษและแพร่หลายออกไปทั่วโลกพร้อมกับลัทธิจักรวรรดินิยมในช่วงครึ่งหลังของคริสต์ศตวรรษที่ 19 บริบททางประวัติศาสตร์ในการเกิดขึ้นมาของกีฬาสมัยใหม่คือยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรมซึ่งทำให้เกิดการแบ่งแยกระหว่างเวลาว่างกับเวลางานอย่างชัดเจนขึ้นมา กีฬาสมัยใหม่จึงมีหน้าที่ในการช่วยจัดการเวลาว่างให้กับมนุษย์ในสังคมสมัยใหม่ โดยเฉพาะเมื่อมีชีวิตการทำงานในระบบอุตสาหกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น ดังที่ Norbert Elias and Eric Dunning (2008[1986]) เสนอว่าความตื่นต้นจากการชมกีฬาช่วยลดความเครียดจากการทำงานที่จำเจของผู้คนในสังคมอุตสาหกรรมระดับสูง (highly industrial society) หรือกล่าวในอีกแบบได้ว่าลักษณะของกีฬาสมัยใหม่คือการแยกระหว่างผู้เล่นกับผู้ชมออกจากกันอย่างชัดเจน (ซึ่งกิจกรรมเชียร์กีฬาในยุคก่อนหน้านี้ไม่ได้แยกผู้เล่นกับผู้ชมออกจากกัน แต่ผู้เข้าร่วมทั้งหมดต่างมีส่วนร่วมในกิจกรรม ยกตัวอย่างเช่นพิธีกรรมทางศาสนาต่างๆ) (Bale 2003: 133-137) ซึ่งนั่นหมายความว่ามันทำให้กีฬากลายเป็นวัตถุแห่งการบริโภค

ปรากฏการณ์ปัจจุบันที่เป็นตัวแทนที่ชัดเจนของการบริโภคกีฬาคือการเกิดขึ้นมาของแฟนกีฬาจำนวนมาก โดยตัวศัพท์แล้ว คำว่าแฟน (fan) ถูกเริ่มนำมาใช้เป็นครั้งแรกในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 โดยสื่อมวลชนในอเมริกา เพื่อเรียกกลุ่มผู้คลั่งไคล้ในทีมกีฬาต่างๆโดยเฉพาะเบสบอลอาชีพ ในช่วงที่ผู้ชมเริ่มมีส่วนร่วมกับการดำเนินงานในสโมสรน้อยลงและกลายเป็นลูกค้าของธุรกิจบันเทิง เดิมคำว่า fan นั้นมาจากคำว่า fanatic ซึ่งมีรากจากภาษาละตินว่า fanaticus ซึ่งหมายถึงการเป็นส่วนหนึ่งของวัด ผู้อุทิศตนให้กับวัด (temple servant) หรือสาวก (devotee) ทำให้คำนี้ถูกตีความไปในแง่ลบว่าเป็นผู้ที่ถูกชักจูงโดยพิธีกรรมอันเกี่ยวกับความมัวเมา ลุ่มหลง และศรัทธาอย่างบ้าคลั่ง (Jenkins 1992: 12) งานศึกษาเกี่ยวกับแฟนในช่วงแรกจึงมุ่งที่จะตั้งคำถามต่อตราบาปนี้ โดยมีข้อถกเถียง

สำคัญว่า แฟนเป็นผู้บริโภคที่เฉื่อยชาและถูกควบคุมโดยผู้ผลิต (passive consumer) หรือเป็นผู้บริโภคที่ตื่นตัว (active consumer) (Hills 2002: 27-45)

นอกจากนี้แล้วงานศึกษาแฟนก็มักจะถูกนับเป็นสาขาหนึ่งของสื่อศึกษา (media studies) เนื่องจากแฟนคือผู้บริโภคของอุตสาหกรรมการผลิตแบบมวลชน (mass production) ลักษณะดังกล่าวจึงสอดคล้องกันเป็นอย่างดีกับการสื่อสารมวลชน ดังที่จะเห็นได้ว่าแฟนมักจะบริโภคสื่อเป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นการบริโภคโดยตรง เช่นการฟังเพลง ดูภาพยนตร์ หรือดูการแข่งขันกีฬา รวมไปถึงการบริโภคทางอ้อมที่หมายถึงการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งที่พวกเขาชื่นชอบนั้นด้วย ดังนั้นแล้วสถานะอีกประการหนึ่งของแฟนคือการเป็นผู้รับสื่อด้วย

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าลักษณะพื้นฐานประการหนึ่งของแฟนคือการเป็นผู้บริโภค อย่างที่ Cornel Sandvoss เสนอว่า แฟนเป็นเสมือนกระจกที่ส่องสะท้อนการบริโภค และนิยามของ “ความเป็นแฟน” (fandom) โดยพื้นฐานแล้วหมายถึง การบริโภคสิ่งที่มีลักษณะสมัยนิยม (popular narrative or text) อย่างต่อเนื่องและมีอารมณ์ร่วม ทั้งในลักษณะของแฟนหนังสือ ภาพยนตร์ ดนตรี รายการโทรทัศน์ รวมไปถึงแฟนสโมสรกีฬาและผู้มีชื่อเสียงต่างๆ (Sandvoss 2005) ดังนั้นแล้ว การเป็นแฟนจึงเป็นกิจกรรมที่วางอยู่บนฐานของการบริโภคในลักษณะใดลักษณะหนึ่งอยู่เสมอ และการทำความเข้าใจวัฒนธรรมแฟนบอลผ่านมิติของการบริโภคจึงน่าจะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยให้ความเข้าใจวัฒนธรรมแฟนบอลได้ดี

การบริโภค (consumption) นั้นเกี่ยวพันอย่างแยกไม่ออกกับระบบทุนนิยม/อุตสาหกรรมการผลิตแบบมวลชนและมักจะถูกมองในความหมายด้านลบอยู่เสมอ ในหนังสือ Keywords: A Vocabulary of Culture and Society นั้น Raymond Williams ชี้ให้เห็นถึงที่มาของคำ consumer ในภาษาอังกฤษว่าเริ่มปรากฏในคริสต์ศตวรรษที่ 14 โดยมีรากมาจากภาษาลาตินคือ consumere ซึ่งมีความหมายว่า ใช้ให้หมดไปอย่างสิ้นเชิง (to take up completely), กินอย่างตะกละ/ผลาญให้หมดไปอย่างรวดเร็ว (devour), สูญเปล่า (waste), หรือใช้จ่าย/ใช้ให้หมด (spend) ซึ่งโดยมากแล้วถูกใช้ในแง่ที่ไม่ดีนัก จนกระทั่งคริสต์ศตวรรษที่ 18 consumer เริ่มถูกนำมาใช้เกี่ยวกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากขึ้น และในช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 20 ก็ถูกใช้อย่างแพร่หลายทั่วไป (Williams 1983[1976]: 78-79) ที่มาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความหมายทางลบของการบริโภคที่แฝงอยู่ในรากศัพท์มาจนถึงปัจจุบัน

ด้วยมุมมองดังกล่าวจึงไม่ใช่เรื่องแปลกอะไรที่การบริโภคซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบทุนนิยมนั้น จะตกเป็นเป้าของการวิพากษ์ กลุ่มแนวคิดหนึ่งที่มีบทบาทอย่างสูงในการวิพากษ์ดังกล่าวคือแนวคิด ทฤษฎีวิพากษ์ (critical theory) หรือที่รู้จักในอีกชื่อหนึ่งว่าสำนักแฟรงก์เฟิร์ต (The Frankfurt School) ซึ่งโดยสรุปแล้วสำนักแฟรงก์เฟิร์ตมองว่าการบริโภคในระบบทุนนิยมนี้เป็นกลไกหนึ่งในการควบคุม มนุษย์ ทั้งการควบคุมความต้องการบริโภคไปจนถึงการควบคุมสังคมในระดับใหญ่ ซึ่งในท้ายที่สุดจะ ทำให้มนุษย์สูญเสียศักยภาพในการคิดอย่างวิพากษ์และถูกควบคุมอย่างเบ็ดเสร็จ (สมสุข 2540: 6-14)

แม้แนวคิดของสำนักแฟรงก์เฟิร์ตจะมีอิทธิพลอย่างสูงในการทำให้การบริโภคและผู้บริโภคถูก มองในแง่ลบมาตลอด แต่ก็มีข้อวิพากษ์ว่าแนวคิดดังกล่าวให้ความสนใจเฉพาะกระบวนการผลิต แนวคิดในอีกกลุ่มหนึ่งจึงเสนอให้หันมาสนใจกระบวนการบริโภคมากขึ้น อย่างเช่นงานเรื่อง Consumer Culture ของCelia Lury (1996) ที่มองว่าการบริโภคได้เข้ามามีบทบาทน่าสนใจมากกว่า การผลิต และเสนอว่าวัฒนธรรมผู้บริโภค (consumer culture) นั้นก่อให้เกิดวัฒนธรรมทางวัตถุ (material culture) ในลักษณะหนึ่งขึ้นมา ดังนั้นแล้ว ประเด็นสำคัญในการทำความเข้าใจการบริโภค จึงอยู่ที่การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งของที่เขากินบริโภค หรือกล่าวในอีกแง่หนึ่งก็ คือสนใจกระบวนการบริโภคมากกว่ากระบวนการผลิตนั่นเอง

แนวคิดหนึ่งที่มุ่งศึกษากระบวนการบริโภคและได้รับความสนใจมากคือแนวคิดของ Michel de Certeau (1984) โดย de Certeau เสนอว่า ภายใต้วิธีคิดแบบสมัยใหม่ที่ต้องการความเป็นอันหนึ่ง อันเดียวกันนั้น ความหลากหลายในกระบวนการบริโภคมักจะถูกอำพรางเอาไว้ภายใต้ตรรกะของกลไก การผลิตจนปฏิบัติการของมนุษย์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริโภคถูกมองข้ามไป ดังนั้นแล้ว de Certeau จึงเสนอว่า เพื่อที่จะทำความเข้าใจปฏิบัติการของมนุษย์ได้นั้นต้องพิจารณาที่กระบวนการ บริโภค/ใช้งานในฐานะที่เป็น “การผลิตขั้นที่สอง” (secondary production) เพราะวิธีที่ผู้บริโภคใช้งาน (ways of using) สิ่งต่างๆนั้นมีความเป็นไปได้ในหลายรูปแบบ ไม่จำเป็นต้องตายตัวไปตามประโยชน์ ใช้สอยดั้งเดิมของสินค้าเสมอไป และปฏิบัติการของมนุษย์จะแสดงตัวออกมาผ่านวิธีที่เขาใช้งาน สินค้าเหล่านั้น¹¹

¹¹ หรือหากอธิบายในอีกลักษณะหนึ่งด้วยแนวคิดของ de Certeau ซึ่งเป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปก็คือ เราสามารถศึกษาปฏิบัติการใน ชีวิตประจำวันของมนุษย์ได้ผ่านการพิจารณาความแตกต่างระหว่าง “อุบาย” (tactic) กับ “ยุทธศาสตร์” (strategy) โดยยุทธศาสตร์

จากแนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคทั้งหมดที่กล่าวมา งานวิจัยนี้จึงมองว่า การศึกษาการบริโภคของแฟนบอลไทยนั้นไม่ใช่แค่การศึกษาว่าแฟนบอลบริโภคสินค้า “อะไร” บ้างเท่านั้น แต่ต้องพิจารณากระบวนการบริโภคว่าพวกเขาบริโภคสินค้าเหล่านั้น “อย่างไร” อันจะทำให้เห็นความหลากหลายของการบริโภค

การบริโภคในฐานะสนามแห่งการผลิตซ้ำและสร้างตัวตน

การบริโภคไม่เพียงแต่เป็นการดื่มกิน สวมใส่ ใช้งาน หรือมีไว้ในครอบครองเท่านั้น แต่การบริโภคยังสัมพันธ์อยู่กับตัวตนและตำแหน่งแห่งที่ในสังคมของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับตัวตนของผู้บริโภคในแง่ที่ว่า “มีคือเป็น” (to have is to be) (Dittmar 1992) หรือการมองว่าวัตถุที่บริโภคนั้นบรรจุไปด้วยสัญลักษณ์ที่บ่งบอกความหมายทางวัฒนธรรมของสินค้านั้นๆ (Baudrillard 1981)

กีฬาไม่ใช่เป็นแค่พื้นที่แห่งการพักผ่อนหย่อนใจ แต่มันยังเป็นพื้นที่แห่งการผลิตซ้ำ, สร้าง, ไปจนถึงต่อสู้เรื่องอัตลักษณ์ (Dyck and Archetti 2003: 2) การฝึกฝนของนักกีฬาไม่ได้แค่ทำให้พวกเขาเชี่ยวชาญเชิงกีฬา แต่มันได้แฝงฝัง (embodied) ตัวตนในฐานะนักกีฬาลงไปในร่างกายของพวกเขาผ่านการฝึกฝนกีฬาในลักษณะที่ Marcel Mauss เรียกว่าเป็นเทคนิคแห่งร่างกาย (techniques of the body) (Mauss 1973) และไม่เฉพาะแค่นักกีฬาเท่านั้น ผู้ชมซึ่งเป็นอีกส่วนหนึ่งของกีฬาก็ได้มีการผลิตซ้ำ, สร้าง, และต่อสู้เรื่องอัตลักษณ์ในฐานะผู้ชมกีฬาด้วยเช่นกัน การบริโภคกีฬาจึงเป็นการประกอบสร้างตัวตนของแฟนกีฬาภายใต้ “ระเบียบ” ของกีฬาแต่ละชนิด (เช่นผู้ชมฟุตบอลกับผู้ชมกอล์ฟก็จะมีอัตลักษณ์และการแสดงออกที่ต่างกันไป)

ในบทความเรื่อง How can one be a Sports Fan? Pierre Bourdieu (1993: 427-440) ชี้ให้เห็นถึงจริต (habitus) ที่ส่งผลต่อรสนิยมในการบริโภคกีฬาของคนในชนชั้นต่างๆ อย่างเช่นประเภทกีฬาที่ชนชั้นสูงนิยมกอล์ฟหรือเทนนิสขณะที่ชนชั้นแรงงานนิยมมวยหรือฟุตบอล รวมถึงลักษณะการบริโภคกีฬาที่ชนชั้นสูงเล่นกีฬาเพื่อพัฒนาศักยภาพทางกายและผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ (อันนำไปสู่วิธีคิดแบบกีฬาอาชีพ) ขณะที่ชนชั้นสูงเล่นกีฬาเพื่อกีฬา คือไม่ได้คิดถึงผลประโยชน์ในทาง

นั้นหมายถึงสถานะที่ตั้งต้นของผู้คนในโครงข่ายความสัมพันธ์หรือกฎเกณฑ์โดยทั่วไป ส่วนอุบายหมายถึงการปฏิบัติในสถานการณ์จริงที่แปรผันไปตามบริบทโดยไม่ต้องเป็นไปตามกฎเกณฑ์เสมอไป

อื่นจากการเล่นกีฬา นอกจากการพัฒนาจิตใจของผู้เล่น (อันนำไปสู่วิธีคิดแบบ “น้ำใจนักกีฬา” และ กีฬาสมัครเล่น) Bourdieu เสนอว่าความแตกต่างนี้เป็นผลมาจากจิตและบริบททางประวัติศาสตร์ของ กีฬาที่ก่อให้เกิดธรรมเนียมทางกีฬาของแต่ละชนชั้นที่ต่างกันขึ้นมา กล่าวโดยคร่าวก็คือกีฬาของชนชั้นสูง เติบโตขึ้นจากการนำเอาการเล่นพื้นบ้าน (folk game) มาปรับให้เป็นส่วนหนึ่งของระบบ การศึกษาที่มุ่งฝึกความเป็นผู้นำให้กับลูกหลานชนชั้นสูง ขณะที่กีฬาของชนชั้นแรงงานนั้นยึดโยงอยู่กับ ความเป็นกิจกรรมพื้นบ้านที่สัมพันธ์กับบริบททางสังคมซึ่งต่อมาก็ได้พัฒนามาเป็นกิจกรรมบันเทิงใน ยามว่างจากการทำงาน

วิธีวิเคราะห์ของ Bourdieu ในบทความดังกล่าวเริ่มจากการมองกีฬาในฐานะที่เป็นอุปทาน (supply) ที่ตอบสนองต่ออุปสงค์ทางสังคม (social demand) โดยเขาเสนอให้พิจารณาบริบททาง ประวัติศาสตร์ของกีฬาที่ทำให้เกิดสนามแห่งการต่อสู้ (a field of competition) อันมีตรรกะเฉพาะของ ตัวมันเองขึ้นมา ซึ่งเมื่อจิต (รวมถึง “ทุน” ในลักษณะต่างๆ) ได้เข้ามาทำงานในสนามแห่งการต่อสู้นี้ก็ ทำให้เกิดธรรมเนียมการบริโภคกีฬาของแต่ละชนชั้นที่ต่างกันขึ้นมา

หากพิจารณาตามวิธีวิเคราะห์ดังกล่าว แนวคิดที่สำคัญในการศึกษาการบริโภคกีฬาแบบ Bourdieu ประกอบไปด้วยแนวคิดเรื่องสนาม, จิต, และทุน

สนาม (field) สำหรับ Bourdieu สนามไม่ได้หมายถึงพื้นที่ทางกายภาพ แต่หมายถึงแวดวง ทางสังคมที่มีกฎเกณฑ์ ระบบคุณค่า หรือตรรกะของตัวมันเอง สนามเป็นพื้นที่ที่ตัวกระทำการ (agent) บรรทุกเอาจิตและทุนของตนเองเข้ามาปะทะสังสรรค์กันภายในตรรกะเฉพาะของสนาม ซึ่งจะทำให้ เกิดเป็นโครงสร้างความสัมพันธ์ภายในสนามหนึ่งๆขึ้นมา (Bourdieu 1992)

จิต (habitus) หมายถึงความโน้มเอียงทางอุปนิสัยอันเป็นผลมาจากสถานะของบุคคลใน โครงสร้างความสัมพันธ์ (Bourdieu 1977: 72) อย่างเช่นที่ชนชั้นสูงกับชนชั้นแรงงานจะมีจิตที่ต่างกัน หรืออาจกล่าวในอีกแบบว่าจิตนั้นคือประวัติศาสตร์ที่ปรากฏขึ้นเป็นรูปร่างในตัวตนของมนุษย์ (Bourdieu 1990, cited in Besnier and Brownell 2012: 449)

สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต (2553: 69-80) อธิบายถึงแนวคิดจิตว่า การกล่าวถึงฮาบิทัส (จิต) ของ Bourdieu นั้นประกอบด้วยคำที่ขัดแย้งกันอยู่กลุ่มหนึ่ง เช่น คงทนยาวนาน-ปรับเปลี่ยนระดับได้, โครงสร้างที่ถูกสร้าง-ผู้วางโครงสร้าง, ถูกทำให้เป็นกฎ-ผู้วางกฎ สุนีย์จึงอธิบายว่า แม้จิตจะเป็น

โครงสร้างที่กำหนดความโน้มเอียงทางอุปนิสัยของบุคคล แต่มันก็เป็นโครงสร้างที่ไม่ตายตัว สามารถยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงได้ โดยจิตนั้นมีการบวนการทำงานแบบวิภาษวิธี (dialectic) คือคนสามารถที่จะปฏิสัมพันธ์กับโลกภายนอก แล้วสังเคราะห์ และหล่อหลอมเอาปัจจัยนั้นเข้ามาในตนเอง จิตจึงเป็นสิ่งที่สามารถสั่งสมได้ ดังเช่นที่การศึกษาเป็นการสั่งสมความรู้

ทุน (capital) สำหรับ Bourdieu ไม่ได้หมายถึงแค่ทรัพย์สินหรือตัวเงิน แต่มีความหมายครอบคลุมกว่านั้น ทุนสามารถแสดงตัวออกมาได้ใน 3 รูปแบบและสามารถที่จะโยกย้ายถ่ายเทไปมาระหว่างกันได้ คือ 1. ทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ซึ่งหมายถึงทุนที่มาจากการครอบครองทรัพย์สิน เช่น ที่ดิน เงินตรา หรือของมีค่าต่างๆ 2. ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) หมายถึงทุนจากคุณลักษณะทางวัฒนธรรม ได้แก่ ลักษณะนิสัยที่แสดงออกผ่านการปฏิบัติตัวของมนุษย์ วัตถุประสงค์ทางวัฒนธรรมอย่างหนังสือหรือภาพวาด และลักษณะทางสถาบันอย่างเช่นความรู้หรือคุณสมบัติพิเศษที่ถูกรับรองผ่านสถาบันการศึกษา และ 3. ทุนทางสังคม (social capital) หมายถึงทุนที่มาจากตำแหน่งแห่งที่ของมนุษย์ในโครงข่ายความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง (Bourdieu 1986: 241-258)

หากเชื่อมแนวคิดทั้งหมดเข้าด้วยกัน กล่าวได้ว่าการศึกษากการบริโภคนิยมในรูปแบบของ Bourdieu คือการพิจารณาการทำงานของจิตและทุนภายใต้ตรรกะของสนามแห่งการบริโภคนิยม ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้เรียกได้ว่าเป็นปฏิบัติการ (practice) ซึ่งเป็นทั้งการผลิตซ้ำ และสร้างตัวตนใหม่ๆ ของผู้บริโภค ซึ่งการวิเคราะห์การบริโภคของแฟนบอลไทยในงานวิจัยนี้จะอาศัยแนวคิดดังกล่าวเป็นหลัก

การพนันในมิติทางสังคมและประวัติศาสตร์

โดยทั่วไปแล้วการพนันไม่ได้เป็นประเด็นศึกษาที่ได้รับความสนใจจากแวดวงสังคมวิทยามากนัก อย่างไรก็ตามยังมีงานจำนวนหนึ่งที่ศึกษาถึงมิติทางสังคมของการพนันอยู่บ้าง ในส่วนนี้จะเป็นการกล่าวถึงภาพโดยคร่าวของงานทางสังคมศาสตร์ที่ศึกษาการพนัน เพื่อเป็นฐานในการสร้างกรอบคิดต่อไป

งานทางสังคมวิทยาชิ้นแรกๆ ที่ศึกษาการพนันคือวิทยานิพนธ์ปริญญาเอกของ Edward C. Devereux ที่ชื่อว่า Gambling and the Social Structure: A Sociological Study of Lotteries and Horseracing in Contemporary America โดยเป็นการศึกษากิจกรรมการพนันในสังคมอเมริกาและ

เสนอว่าการพนันดำรงอยู่ในสังคมในฐานะของสถาบันที่เป็นวาล์วนิรภัย (safety-valve institution) ซึ่งทำให้สังคมสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ผ่านการช่วยผ่อนคลายความเครียดให้กับชีวิตของผู้คนในสังคม อุตสาหกรรม (Devereux 1949, cited in Frey 1984: 107-121)

นอกจากงานของ Devereux ที่ศึกษาการพนันด้วยแนวคิดแบบโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (structural-functionalism) แล้ว ยังมีการศึกษาการพนันด้วยแนวคิดอื่นซึ่งก็ได้เผยให้เห็นมิติทางสังคมของการพนันที่มากขึ้น งานศึกษาที่ใช้แนวคิดแบบมาร์กซิสต์ (marxism) มองว่าเงื่อนไขทางสังคมในยุคทุนนิยม-อุตสาหกรรมทำให้ผู้คนเล่นการพนันเพื่อคลายความเครียดจากการงาน ซึ่งจะยังเป็นการทำให้นายทุนขูดรีดชนชั้นแรงงานได้มากขึ้นไปอีก ข้อแตกต่างระหว่างแนวคิดมาร์กซิสต์กับโครงสร้าง-หน้าที่นิยมคือมาร์กซิสต์มองว่า การพนันนั้นเป็นเหมือนศาสนาหรือกีฬาที่เป็นเสมือนฝันที่มอมเมาชนชั้นแรงงานและขัดขวางการปฏิบัติของชนชั้นแรงงาน กลุ่มแนวคิดความเบี่ยงเบนทางสังคม (social deviance) มองว่ามนุษย์เล่นการพนันเพื่อชดเชยในสิ่งที่ไม่สามารถทำได้ในภาวะปกติ การพนันช่วยให้พวกเขามองเห็นโอกาสประสบความสำเร็จรวมทั้งการได้ควบคุมทางเลือกของตัวเองอย่างอิสระซึ่งเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยากในชีวิตจริง รวมไปถึงแนวคิดในการศึกษาสังคมวิทยาในระดับจุลภาคที่มุ่งศึกษาการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์อย่างแนวคิดของ Erving Goffman ที่มองว่าการเล่นการพนันนั้นเป็นการแสดงออกทางสังคมอย่างหนึ่ง¹² (Frey 1984: 107-121)

งานศึกษาทางมานุษยวิทยาเกี่ยวกับการพนันที่โดดเด่นที่สุดน่าจะเป็นงานศึกษาเรื่องการชนไก่ของชาวบาห์ลีโดย Clifford Geertz (1973: 412-453) ในบทที่ชื่อว่า Deep Play: Notes on the Balinese Cockfight ในงานชิ้นนี้ Geertz พยายามตีความว่าความนิยมในการชนไก่นั้นแสดงถึงตัวตนของชาวบาห์ลีอย่างไร ชื่อต้นของงานนี้ที่ว่า deep play มาจากแนวคิดของ Jeremy Bentham ที่เสนอว่า เมื่อมองจากแนวคิดอรรถประโยชน์นิยม (utilitarianism)¹³ แล้ว deep play หรือพฤติกรรมการเล่นด้วยเงินเดิมพันที่เป็นสัดส่วนมากเทียบกับเงินที่เจ้าตัวมีนั้นเป็นสิ่งที่ไม่คุ้มค่า¹⁴ แต่สิ่งที่เกิดขึ้นในบาห์ลี

¹² ซึ่งสำหรับสังคมตะวันตกนั้นการกล้าได้กล้าเสียถูกให้คุณค่าในแง่ดี

¹³ กล่าวโดยย่อที่สุดแล้ว หลักของแนวคิดอรรถประโยชน์นิยมคือการคิดคำนวณถึงผลต่างระหว่างความสุขและความทุกข์ ซึ่งทางปฏิบัติที่ทำให้เกิดผลบวกในทางที่เป็นความสุขได้มากที่สุดคือทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

¹⁴ เนื่องจากความสุขที่เกิดจากกรณีที่ได้พนันจะเป็นอัตราส่วนที่น้อยกว่าความสุขที่เกิดในกรณีที่เสียพนัน ยกตัวอย่างเช่น หากคนหนึ่งมีเงินอยู่ 100 หน่วย แล้วลงเดิมพันไป 80 หน่วย ถ้าเขาได้พนันเขาจะมีความสุขที่ได้เงิน 80 หน่วย ขณะที่เขามีเงินทั้งหมด 180 หน่วย ซึ่งเงิน 80 หน่วยที่ได้มานั้นไม่ถึงครึ่งของเงินที่เขาเสีย แต่ถ้าวางหากเขาเสียพนัน เขาจะเสียเงิน 80 หน่วย ขณะที่เขามีเงินทั้งหมด

นั่นคือชาวบาหลีมักจะเล่นพนันไถ่ชนด้วยวงเงินจำนวนที่สูงมากเมื่อเทียบกับค่าแรงของพวกเขา ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่เป็นเหตุเป็นผล จากปรากฏการณ์ดังกล่าว Geertz ศึกษากิจกรรมทางสังคมต่างๆของชาวบาหลิแล้วพบว่าการเล่นพนันไถ่ชนของชาวบาหลิไม่ได้วางอยู่บนตรรกะของอรรถประโยชน์ทางเศรษฐกิจ แต่มันมีความหมายทางอื่นต่อชาวบาหลิเสียมากกว่า กล่าวคือไถ่ชนในสังคมบาหลินั้นเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นชายและวีรบุรุษ ชาวบาหลีมักจะใช้เวลาและทรัพย์สินจำนวนมากไปกับการพุ่มพักไถ่ชนของตัวเอง ส่วนการเล่นพนันไถ่ชนเป็นพื้นที่แสดงออกซึ่งสถานภาพทางสังคมของชาวบาหลิ อย่างเช่นผู้ที่เล่นพนันไถ่ชนจะแบ่งออกเป็นวงนอกและวงใน เจ้าของไถ่และคนที่มิใช่สถานภาพทางสังคมสูงจะเล่นพนันในวงในซึ่งเล่นกันเป็นจำนวนมาก ส่วนวงนอกจะเป็นสถานที่พนันของคนอื่นที่วงเงินน้อยกว่า หรือยังเป็นพื้นที่ของความสัมพันธ์ที่ถ้ามีไถ่ของญาติพี่น้องหรือคนจากหมู่บ้านเดียวกันลงแข่ง ผู้พนันจะต้องลงเงินพนันฝ่ายให้กับนั้น จากทั้งหมดนี้ Geertz จึงเสนอว่าการชนไถ่ชนนั้นแสดงออกถึงตัวตนที่ซ่อนอยู่ของชาวบาหลิที่ไม่ได้เรียบร้อยอ่อนโยนอย่างที่แสดงออกในชีวิตประจำวันโดยทั่วไป แต่เบื้องลึกนั้นพวกเขาเต็มไปด้วยความรุนแรง มุ่งอำนาจ และมีการแข่งขันทางสถานภาพกันอยู่ตลอดเวลา ในแง่ของการศึกษาการเล่น งานชิ้นนี้ของ Geertz ช่วยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยนอกเศรษฐกิจอีกลักษณะหนึ่ง (และนอกจากภาวะสมัยใหม่หรือระบบอุตสาหกรรมดังที่กล่าวมาก่อนหน้านี้ด้วย) ที่สัมพันธ์อยู่กับการพนัน นั่นคือบริบททางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

หากพิจารณามิติทางประวัติศาสตร์ของการพนันในสังคมไทย จะเห็นได้ว่าการพนันนั้นอยู่ในสังคมไทยมาอย่างยาวนาน งานเรื่อง *Gambling, the State and Society in Thailand, c.1800-1945* ของ James A. Warren เสนอว่า ในศตวรรษที่ 19 การพนันในสยามได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและมีส่วนในการขับเคลื่อนการขยายตัวในช่วงเริ่มแรกของการค้าแบบเศรษฐกิจเงินตรา เนื่องจากในช่วงนั้นไพร่นิยมเก็บเงินเอาไว้เพื่อจ่ายแทนการเข้าเดือน ทำให้ไม่มีเงินหมุนเวียนในตลาดมากนัก ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 3 และ 4 จึงมีการออกหวย เพื่อโน้มน้าวให้ราษฎรนำเงินออกมาใช้ นอกจากนี้แล้วในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 ที่มาของรายได้ของรัฐบาลก็ได้เปลี่ยนจากภาษีชาเข้ามาเป็นภาษีภายในประเทศ โดยมีภาษีบ่อนเบี้ยเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้ที่สำคัญ และในศตวรรษที่ 20 รัฐบาลก็เข้ามาควบคุมกิจการพนันเองก็ยิ่งทำให้รัฐรายได้จากการพนันสูงขึ้น ก่อนที่ต่อมาจะได้เริ่มมีการออกกฎหมายห้ามพนันและ

แค่ 20 หน่วย ซึ่งหมายความว่าเงิน 80 หน่วยที่เขาเสียไปนั้นคิดเป็นถึง 4 เท่าของเงินที่เขา มีอยู่ ดังนั้นแล้วการเล่นพนันแบบ deep play จึงเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสมตามหลักอรรถประโยชน์นิยม

ปิดกิจการพนันของรัฐ (บางส่วน) ลงเพื่อที่จะแสดงถึงความ “ศิวิไลซ์” (Warren 2013, อ้างใน ปรีดี 2557: 129-136)

นอกจากที่งานของ Warren จะชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการพนันในประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย แล้ว ความน่าสนใจอีกอย่างหนึ่งคือมันชี้ให้เห็นว่าความหมายของการพนันในสังคมไทยได้เปลี่ยนไปตามยุคสมัยด้วย งานศึกษาอีกชิ้นหนึ่งที่ชี้ให้เห็นถึงประเด็นเดียวกันนี้ โดยเฉพาะกับกิจกรรมการพนันที่เกี่ยวข้องอยู่กับกีฬาคือบทความเรื่อง “การเมืองเรื่องชักว่าว: การให้ความหมายใหม่ต่อการเล่นว่าวพนันในสมัยรัชกาลที่ 5” ของปรีดี หงส์ตัน (2553: 144-155) งานนี้แสดงให้เห็นถึงความหมายของการเล่นว่าวที่เปลี่ยนไปในประวัติศาสตร์ไทย เริ่มตั้งแต่ก่อนสมัยรัตนโกสินทร์นั้นการเล่นว่าวมักจะเกี่ยวข้องอยู่กับการประกอบพิธีกรรมของราชสำนัก พอล่วงเข้าสมัยรัตนโกสินทร์ก็เริ่มลดบทบาทในพิธีกรรมและกลายเป็นการละเล่นโดยทั่วไป จนกระทั่งช่วงรัชกาลที่ 4-5 การเล่นว่าวก็เริ่มได้รับความนิยมในฐานะการพนันโดยเฉพาะในชนชั้นนำ มีการจัดสนามว่าวพนันขึ้นหลายที่ในพระนคร กระทั่งช่วงปลายรัชกาลที่ 5 ได้มีแข่ง “ว่าวพนันสนามสวนดุสิต” เป็นประจำทุกปี ก่อนที่ต่อมาความหมายของการพนันในการเล่นว่าวจะค่อยๆ ลดลงและเปลี่ยนความหมายไปเป็นการแข่งขันกีฬาที่เป็นระบบมากขึ้น

แนวคิดและงานศึกษาเกี่ยวกับการพนันที่กล่าวมาในส่วนนี้ชี้ให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของการพิจารณาการพนันในสองด้าน ด้านแรกคือการมองถึงมิติทางสังคมของการพนัน ที่ไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เสี่ยงได้เสี่ยงเสียอย่างไม่เป็นเหตุเป็นผลหรือกิจกรรมผิดกฎหมายเท่านั้นแต่มันยังมีความหมายอื่นๆ ให้พิจารณาอยู่อีก ด้านที่สองคือการมองการพนันอย่างมีประวัติศาสตร์ หรือการมองว่าการพนันไม่ได้มีความหมายเดียวอย่างตายตัวตลอดไป แต่มันมีความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางประวัติศาสตร์ด้วย

7.1.3 กรอบการวิจัย

เพื่อที่จะทำความเข้าใจการพนันของแฟนบอล งานวิจัยนี้เสนอให้เริ่มจากการศึกษาการบริโภคของแฟนบอลเพื่อทำความเข้าใจตรรกะของ “สนาม” แห่งการบริโภคฟุตบอล จากนั้นจึงพิจารณาว่าการพนันมีตำแหน่งแห่งที่อย่างไรในสนามแห่งการบริโภคฟุตบอลนั้น

ในส่วนการศึกษาการบริโภคนั้นจะพิจารณาว่าพวกเขามีการบริโภคฟุตบอลอย่างไรบ้าง ทั้งตัวสินค้าที่บริโภค วิธีบริโภค และความหมายของการบริโภค โดยหน่วยในการวิเคราะห์อยู่ที่ปฏิบัติการของแฟนบอล ว่าจิตและทุนของแฟนบอลได้แสดงตัวออกมาอย่างไรในสนามของการบริโภค มันมีการปะทะกันอย่างไรและทำให้เกิดสนามในลักษณะใดขึ้นมา

ในส่วนการศึกษาการพนัน จะพิจารณาการพนันในฐานะที่เป็นปฏิบัติการหนึ่งของแฟนบอลว่า มันมีตำแหน่งอย่างไรในสนามของการบริโภคฟุตบอล แฟนบอลให้ความหมายกับการพนันอย่างไร ความหมายของการพนันได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมหรือไม่ ทั้งในแง่ความเปลี่ยนแปลงทางประวัติศาสตร์และความแตกต่างของสนามแห่งการบริโภค

โดยสรุปแล้ว งานนี้จะศึกษาการพนันในฐานะที่เป็นปฏิบัติการในการบริโภคฟุตบอล เพื่อที่จะศึกษาว่าภายใต้บริบทของสังคมสมัยใหม่ที่กีฬาเป็นวัตถุแห่งการบริโภคและมีการบริโภคในหลากหลายรูปแบบนั้น การพนันมีตำแหน่งแห่งที่อย่างไรในการบริโภคฟุตบอลของแฟนบอลไทย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ฟุตบอลไทย หมายถึง การแข่งขันฟุตบอลลีกของประเทศไทยในระดับไทยพรีเมียร์ลีก, ดิวิชั่น 1, และดิวิชั่น 2 และรวมถึงการแข่งขันฟุตบอลทีมชาติไทยด้วย

แฟนบอลไทย หมายถึง ผู้ติดตามชมการแข่งขันฟุตบอลไทยที่สนามเป็นประจำ

วัฒนธรรมแฟนบอลไทย หมายถึง วิถีปฏิบัติและค่านิยมในลักษณะต่างๆของแฟนบอลไทย ซึ่ง “วัฒนธรรม” ในแง่นี้ไม่ได้หมายถึงสิ่งดั้งเดิมที่ตกทอดมาแต่โบราณอย่างตายตัว แต่หมายถึงวัฒนธรรมในความหมายกว้างที่เป็นแบบแผนการปฏิบัติและค่านิยมอันเป็นผลผลิตจากปฏิบัติการต่างๆของมนุษย์ในแต่ละสังคมซึ่งไม่หยุดนิ่งและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

การบริโภค หมายถึง การครอบครอง ดื่มกิน สวมใส่ ใช้งาน ดัดแปลง ไปจนถึงการปฏิสัมพันธ์ของผู้คนที่เกิดขึ้นระหว่างการบริโภค

พนันบอล หมายถึง กิจกรรมการเสี่ยงได้เสียเสียจากการทำนายผลการแข่งขันฟุตบอลของกลุ่มผู้เล่นพนัน โดยจะนับรวมทั้งที่มีการเดิมพันเป็นตัวเงินและเดิมพันด้วยสิ่งอื่นๆ

7.2 ประวัติศาสตร์การบริโภคฟุตบอลและการพนันในสังคมไทย

แม้ว่างานวิจัยนี้จะมุ่งศึกษาการบริโภครวมถึงการพนันของแฟนบอลไทยในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2558 แต่ถึงที่สุดแล้วฟุตบอลรวมถึงการพนันเองก็ไม่ได้มีความหมายที่หยุดนิ่งเป็นหนึ่งเดียวข้ามยุคข้ามเวลา หากแต่มีการเปลี่ยนแปลงความหมายอยู่ตลอดเวลาตามแต่บริบทของยุคสมัย ดังนั้นแล้วในส่วนนี้จะเป็นการพิจารณาประวัติศาสตร์ของกิจกรรมทั้งสอง เพื่อเป็นฐานสำหรับการทำความเข้าใจในส่วนต่อไป

7.2.1 ประวัติศาสตร์การบริโภคฟุตบอลในสังคมไทย

ฟุตบอลเป็นประติมากรรมอันหนึ่งของอังกฤษที่เข้ามาในสังคมไทยช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 พร้อมกับกีฬาสมัยใหม่อีกหลายประเภท ในฐานะที่เป็นวัตถุแห่งการบริโภค ความหมายในการบริโภคของมันจึงเปลี่ยนไปตามยุคสมัยหรือบริบทของสังคม ซึ่งงานศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงและธำรงรักษาโครงสร้าง “ชนชั้น”: ศึกษากรณีการบริโภควัฒนธรรมฟุตบอลในสังคมไทย” ของณัฐสุพงศ์ สุขโสด (2553) ก็ได้เสนอว่าความหมายผ่านการเข้ารหัสและถอดรหัสของฟุตบอลในสังคมไทยนั้นเปลี่ยนไปตามแต่ละบริบทของยุคสมัย ด้วยเหตุนี้ ในส่วนประวัติศาสตร์การบริโภคฟุตบอลในสังคมไทยนี้จึงจะปรับใช้แนวทางการพิจารณาตามข้อเสนอในงานดังกล่าวของณัฐสุพงศ์เพื่อทำความเข้าใจการบริโภคฟุตบอลของแฟนบอลไทยที่เปลี่ยนไปในแต่ละช่วงเวลา โดยจะเริ่มตั้งแต่การบริโภคกีฬาในสังคมไทยตั้งแต่ก่อนที่จะมีการนำเข้าฟุตบอลจนถึงการเกิดขึ้นมาของกระแสความนิยมฟุตบอลไทยในปัจจุบัน

1. กีฬาในสังคมไทยก่อนการเข้ามาของฟุตบอล

ฟุตบอลถูกนำเข้าสู่สังคมไทยในฐานะกีฬาสมัยใหม่ประเภทหนึ่ง แต่อย่างไรก็ดีก่อนหน้านี้ในสังคมไทยก็มีกิจกรรมที่มีลักษณะเสมือนกีฬาอยู่บ้างแล้ว อย่างเช่นการเล่นว่าว การชนไก่ มวยไทย กระบี่กระบอง หรือการแข่งพายเรือ

กิจกรรมก่อนกีฬาสมัยใหม่เหล่านี้ไม่ได้มีระบบระเบียบหรือกฎกติกาอย่างชัดเจน แตกต่างกันไปตามท้องถิ่น และมักจะเป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องอยู่กับความเชื่อทางศาสนา อย่างเช่นในพิธีสงฆ์ในรัชสมัยของพระนารายณ์ที่จะมีการแข่งขันพายเรือเข้าเมืองอันเป็นการแข่งขันของเรือจากแต่ละชุมชนอยู่ด้วย (วีต 2548: 182-200) จนกระทั่งในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 ที่

สยามได้มีการติดต่อกับชาวตะวันตกมากขึ้น รวมทั้งมีชนชั้นสูงที่ไปศึกษาในตะวันตกกลับมาและได้นำกิจกรรมแบบหนึ่งเข้ามาในสังคมสยามซึ่งเรียกกันว่าเป็นกีฬาสากลหรือในอีกแง่หนึ่งคือกีฬาสสมัยใหม่

กีฬาสสมัยใหม่ (modern sport) เป็นประดิษฐ์กรรมที่เกิดขึ้นมาในอังกฤษและแพร่หลายไปทั่วโลกพร้อมกับอิทธิพลของลัทธิจักรวรรดินิยมช่วงครึ่งหลังของคริสต์ศตวรรษที่ 19 เป็นการผสมผสานระหว่างกิจกรรมพื้นบ้านของชนชั้นล่างเข้ากับกิจกรรมของชนชั้นสูงโดยผ่านกระบวนการทำให้เป็นอารยะ (civilising process) หรือผลงานวิพากษ์แบบสมัยใหม่เข้าไป (Elias and Dunning 2008[1986]) ลักษณะของกีฬาสสมัยใหม่สรุปได้ว่าแตกต่างจากกิจกรรมเหมือนกีฬาในยุคก่อนหน้าคือ 1. เป็นเรื่องทางโลกที่แยกออกจากพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ (secular) 2. มีความเท่าเทียม (equality) 3. เป็นความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (specialization) 4. มีความเป็นเหตุเป็นผล (rationalization) 5. มีการจัดการองค์กรเป็นระบบแบบองค์กรสมัยใหม่ (bureaucratic organization) 6. มีเกณฑ์การวัดที่พิสูจน์ได้ในเชิงปริมาณ (quantification) และ 7. มีเป้าหมายอยู่เพื่อการสร้างสถิติ (quest for record) (Guttmann 1978)

ในแง่นี้กิจกรรมเหมือนกีฬาในสังคมสยามยุคนั้นที่มักจะเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางศาสนา และไม่มีกฎกติกาชัดเจนจึงอาจนับได้ว่าเป็น “กีฬาพื้นบ้าน” (folk sport หรือ traditional sport) อันเป็นกิจกรรมท้องถิ่นซึ่งยังไม่ใช่กีฬาสสมัยใหม่อย่างในปัจจุบัน

2. ฟุตบอลสู่สยาม: การบริโภคความศิวิไลซ์ของชนชั้นสูง

ในสมัยรัชกาลที่ 4 ชนชั้นนำสยามโดยเฉพาะลูกหลานชนชั้นสูงที่จบการศึกษากลับมาจากยุโรปได้นำเอาวิถีคิดเรื่องการพักผ่อนหย่อนใจ (leisure) อันเป็นสัญลักษณ์ของความศิวิไลซ์แบบตะวันตกหรือความเป็นสมัยใหม่เข้ามาในสังคมสยาม กิจกรรมใหม่ๆ อย่างเช่นการท่องเที่ยวดูดาวอากาศ การสะสมของเก่า การใช้กล้องถ่ายรูป หรือกีฬาแบบตะวันตกได้กลายเป็นมาตรฐานใหม่ของความมีหน้ามีตาในหมู่ชนชั้นสูง โดยกีฬาสสมัยใหม่ที่เข้ามาในช่วงนั้นมีตั้งแต่โครเกต์ กอล์ฟ เทนนิส ซี่มบ้า และรวมไปถึงฟุตบอล (วิริยกุล 2549)

ฟุตบอลเริ่มมีเล่นกันในสยามตั้งแต่ประมาณสมัยรัชกาลที่ 4-5¹⁵ การแข่งขันฟุตบอลอย่างเป็นทางการครั้งแรกมีขึ้นเมื่อวันเสาร์ที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2443 ที่ท้องสนามหลวง เป็นการแข่งขันระหว่างชุดศึกษาธิการกับชุดบางกอก โดยสมาชิกของชุดศึกษาธิการมีชาวสยามเพียงแค่ 4-5 คน ส่วนสมาชิกของชุดบางกอกทั้งหมดเป็นชาวอังกฤษที่อยู่ในพระนครและไม่ได้เป็นข้าราชการกรมศึกษาธิการ ซึ่งผลการแข่งขันในครั้งนั้นเสมอกันไป 2-2 (สวัสดิ์ 2520: 41-46) จะเห็นได้ว่าในช่วงแรกเข้าของฟุตบอลในสยามนั้นผู้เล่นส่วนมากจะเป็นชาวต่างชาติที่อยู่ในสยาม ข้าราชการ รวมไปถึงลูกหลานชนชั้นสูงที่เป็นกลุ่มแรกๆที่ได้เข้าเรียนในระบบการศึกษาสมัยใหม่

การพักผ่อนหย่อนใจรวมถึงกีฬาสมัยใหม่ที่เข้ามาสยามในช่วงนั้นเป็นเสมือนสัญลักษณ์ของความศิวิไลซ์แบบตะวันตก ชาญ พนารัตน์ (2557: 25-81) เสนอว่าในพิธีรับเสด็จรัชกาลที่ 5 กลับมาจากประจักษ์ศิลปยุโรปในพ.ศ. 2440 ที่ท้องสนามหลวงนั้น กิจกรรมต่างๆอย่างเช่นการกล่าวถวายรายงานเป็นภาษาอังกฤษหรือการใช้รถยนต์พระที่นั่งล้วนแต่เป็นกิจกรรมที่สื่อถึงความศิวิไลซ์แบบตะวันตกและรวมไปถึงการจัดแข่งกีฬาสมัยใหม่ที่มีขึ้นในวันเดียวกันนั้นด้วย

เหตุที่กีฬาได้กลายมาเป็นสัญลักษณ์ของความศิวิไลซ์ก็เพราะสังคมสยามในช่วงนั้นเริ่มมีการติดต่อและพบกับวิทยาการของตะวันตกมากขึ้น ชนชั้นสูงสยามได้ไปยุโรปหรือรู้จักกิจกรรมหลายอย่างของชาวตะวันตกโดยเฉพาะการพักผ่อนหย่อนใจอย่างเช่นการสะสมของเก่า การถ่ายรูป การท่องเที่ยวตากอากาศ รวมถึงกีฬามากขึ้น กิจกรรมเหล่านี้จึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของความศิวิไลซ์ และที่สำคัญบริบทของยุคนั้นที่ทำให้ชนชั้นนำสยามพยายามแสดงออกซึ่งความศิวิไลซ์คือการล่าอาณานิคม ซึ่งข้ออ้างหนึ่งในการล่าอาณานิคมคือความล้าหลังของดินแดนต่างๆ ทำให้ชนชั้นนำสยามพยายามที่จะแสดงออกซึ่งความศิวิไลซ์ผ่านกิจกรรมต่างๆ ซึ่งรวมถึงกีฬาสมัยใหม่อันมีต้นกำเนิดจากอังกฤษอย่างฟุตบอลด้วย

3. การแพร่กระจายของฟุตบอลในสังคมไทย: การขยายตัวของการศึกษาสมัยใหม่กับการเล่นฟุตบอลของสามัญชน

¹⁵ การบันทึกถึงฟุตบอลสังคมไทยมักจะกล่าวว่าฟุตบอลเข้ามาในประเทศไทยสมัยรัชกาลที่ 5 แต่ก็มีบันทึกบางฉบับที่บันทึกไว้ว่าเริ่มมีชาวต่างชาตินำฟุตบอลเข้ามาเล่นแล้วตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 (พระยาศรีวิสารวาจา 2509, อ้างในสิทธิ 2540: 10) แต่ก็ยังเป็นการเล่นกันเฉพาะในหมู่ชาวต่างชาติ จนเมื่อรัชกาลที่ 5 จึงเริ่มเป็นที่รู้จักในชาวไทย

ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการแพร่กระจายของฟุตบอลในสังคมไทยคือเจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี เขาได้รับทุนเรียนจบการศึกษาจาก Borough Road College ประเทศอังกฤษ ซึ่งเรียกกันว่าเป็น โรงเรียนฝึกหัดครู รวมทั้งเป็นสถานศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการก่อตัวขึ้นมาของกีฬาสมัยใหม่ใน อังกฤษ ดังนั้นแล้วเมื่อเจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรีกลับมาสยามก็ไม่ได้มีแค่ความรู้ด้านการศึกษาแต่ยัง รวมไปถึงกีฬาด้วย

หลังกลับสู่สยามเจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรีก็ได้เข้ารับราชการในกระทรวงธรรมการ มีบทบาท สำคัญในการวางรากฐานการศึกษาสมัยใหม่ในสยามช่วงปฏิรูปการศึกษาสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งต่อมาก็ ได้ดำรงตำแหน่งเป็นเสนาบดีกระทรวงธรรมการ (เทียบเท่ารัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการใน ปัจจุบัน) และภายหลังเปลี่ยนแปลงการปกครองพ.ศ. 2475 ก็ได้เป็นประธานสภาผู้แทนราษฎรคนแรก และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ

เจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรีมีบทบาทสำคัญต่อกีฬาในสยามหลายด้าน ทั้งการเขียนบทความ เกี่ยวกับกีฬาเผยแพร่ในนามปากกาว่า “ครูเทพ” เป็นผู้แต่งเนื้อเพลงกราวกีฬา¹⁶ ที่สำคัญก็เป็นผู้ ริเริ่มให้โรงเรียนต่างๆฝึกหัดเล่นฟุตบอลและเริ่มจัดการแข่งขันฟุตบอลระหว่างโรงเรียน (สวัสดี 2520: 19) บทบาทของเจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรีทั้งในด้านการศึกษาสมัยใหม่และการส่งเสริมกีฬานี้แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนถึงบทบาทของระบบการศึกษาสมัยใหม่ที่ช่วยในการแพร่กระจายของกีฬาใน สังคมไทย

มีบันทึกว่าเริ่มมีการเรียนเกี่ยวกับพลศึกษาหรือกีฬาในโรงเรียนตั้งแต่ปี 2430 คือโรงเรียนนาย ร้อยทหารบกมีวิชาการฝึกหัดกายกรรม ว่ายน้ำ พันดาบสากล ส่วนปี 2438 โรงเรียนสุนันทาลัย (ปัจจุบันคือโรงเรียนราชินี) มีวิชาฝึกหัดร่างกาย (drill) และวิชาเอ็กเซอร์ไซซ์ แต่ก็ยังไม่ได้ถูกบรรจุอยู่ใน หลักสูตรอย่างเป็นทางการ (วิรัช 2549: 85) กระทั่งมีการบรรจุพลศึกษาเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการ ศึกษาครั้งแรกใน “โครงการแผนการศึกษาในกรุงสยามร.ศ.117” (พ.ศ.2441) ซึ่งเริ่มใช้จริงพ.ศ. 2443 ก็ทำให้ผู้ที่เข้าอยู่ในระบบการศึกษาได้เล่นกีฬามากขึ้น

¹⁶ ท่อนหนึ่งของเพลงกราวกีฬามีอยู่ว่า “กีฬา กีฬา เป็นยาวิเศษ แก้กองกิลเลส ทำคนให้เป็นคน ผลของการฝึกตน เล่นกีฬาสากล ตะละล้า” ซึ่งคำว่า “กีฬาสากล” ในที่นี้แสดงให้เห็นว่าเป็นกีฬาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ไม่ใช่กีฬาพื้นบ้าน หรือในอีกแง่หนึ่งก็คือ กีฬาสมัยใหม่นั้นเอง

หลักสูตรวิชาพลศึกษาปี 2448 ระบุว่าระดับประถมและมัธยมศึกษาชั้นมี การัดกาย เพื่อให้เส้นเอ็นแข็งแรง, หัดวิ่ง กระโดด ในวิธีต่างๆเพื่อซ่อมกำลัง, หัดยิมนาสติกคือหกโหนดโยนไกว ต่างๆเพื่อให้ร่างกายแข็งแรง กระทั่งเมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติประถมศึกษาพ.ศ.2464 ที่ บังคับให้เด็กทุกคนต้องเข้าเรียนก็ยิ่งทำให้กีฬาแพร่กระจายไปในวงกว้าง

นอกจากที่อยู่ในหลักสูตรการศึกษาแล้ว การแข่งขันกีฬาระหว่างโรงเรียนก็มีมากขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน อย่างเช่น ปี 2443 เริ่มมีการจัดแข่ง “กรีฑา (ร.ศ.) 119” ณ สนามโรงเรียนเลี้ยงเด็ก ปี 2444 เริ่มจัดแข่ง ฟุตบอลโรงเรียนรุ่นไม่เกิน 20 ปีชื่อ “ฟุตบอลชิงโล่ของกระทรวงธรรมการ” รวมถึงมีการกระจายตัวไปยังต่างจังหวัดด้วยเช่นปี 2465 มีการแข่งขันฟุตบอลโรงเรียนที่เชียงใหม่

จนถึงช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองพ.ศ. 2475 ที่แม้ว่าการแข่งขันกีฬารายการต่างๆ จะถูกจัดไปเป็นจำนวนมากแต่ว่าการพลศึกษาก็ยังคงอยู่ในระบบการศึกษาที่คณะกรรมการราษฎรให้ความสำคัญมาโดยตลอด¹⁷ กระทั่งในแผนการศึกษาชาติ พ.ศ.2494 ยุคจอมพล ป.พิบูลสงครามก็ กำหนดให้จัดการศึกษาเป็นส่วนให้สมดุลกันคือ “จริยศึกษา พลศึกษา พุทธิศึกษา และหัตถศึกษา”

จากที่กล่าวมานี้จะเห็นได้ว่าการขยายตัวของการศึกษสมัยใหม่ได้ส่งผลให้กีฬาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในระบบการศึกษาได้แพร่หลายออกไปในวงกว้าง ทั้งการเป็นส่วนหนึ่งของพลศึกษาที่มีแนวคิดว่าจะจิตใจที่ดีอยู่ในร่างกายที่ดี (a sound mind in a sound body) รวมไปถึงค่านิยมของความแข็งแรงแบบคริสต์ (muscular Christianity) อันเป็นอีกสถาบันหนึ่งที่โยงใยอยู่กับการแพร่กระจายของการศึกษสมัยใหม่อย่างใกล้ชิด (Stoddart 1988: 654-655) ทำให้การเล่นฟุตบอลเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายในสังคมไทย ซึ่งมรดกของระบบการศึกษาในฐานะกลไกสำคัญที่ช่วยแพร่ในการขยายของกีฬานี้ก็ยังคงอยู่มาจนถึงปัจจุบัน ดังที่จะเห็นได้ว่ากีฬาเป็นกิจกรรมสำคัญอันหนึ่งในสถาบันการศึกษาและพื้นที่ใช้สอยของโรงเรียนไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือใหญ่ก็มักจะมีสนามกีฬา (โดยเฉพาะฟุตบอล) อยู่ด้วยเสมอ

¹⁷ หลัก 6 ประการของคณะราษฎรข้อที่ 6 คือ “จะต้องให้การศึกษาอย่างเต็มที่แก่ราษฎร” ซึ่งรัฐธรรมนูญได้กำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับการศึกษาของประชาชนไว้ด้วยว่า เมื่อประชาชนได้รับการศึกษาจนจบชั้นประถมศึกษาเกินครึ่งหนึ่งของจำนวนประชากรทั้งหมดหรืออย่างช้าก็ไม่เกิน 10 ปี ประชาชนชาวไทยจะมีโอกาสเลือกสภาผู้แทนราษฎรทั้งหมด สมาชิกประเภท 2 (สมาชิกแต่งตั้ง) จะไม่มีอีกต่อไป

4. ยุคอุตสาหกรรมฟุตบอลต่างประเทศ: การถ่ายทอดทางโทรทัศน์กับการบริโภคฟุตบอลด้วยการดู

หลังจากที่ความนิยมเล่นฟุตบอลแพร่กระจายผ่านระบบการศึกษา ช่วงถัดไปเป็นการเติบโตของการบริโภคฟุตบอลผ่านการดู โดยเฉพาะอิทธิพลของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทำให้มีการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศมายังสังคมไทยและสื่อสิ่งพิมพ์ด้านกีฬาที่ให้ความสำคัญกับฟุตบอลต่างประเทศ

งานศึกษาของเนตรนภา ประกอบกิจ (2545) เรื่อง “พัฒนาการของวัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย พ.ศ. 2509-2544” ซึ่งชี้ให้เห็นว่าวัฒนธรรมการติดตามชมฟุตบอลต่างประเทศได้ลงหลักปักฐานในสังคมไทยผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารและการพาณิชย์ของอุตสาหกรรมฟุตบอลต่างประเทศ โดยฟุตบอลต่างประเทศเริ่มมีการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ในสังคมไทยครั้งแรกคือการแข่งขันฟุตบอลโลก (FIFA World Cup) นัดชิงชนะเลิศซึ่งทีมชาติอังกฤษชนะทีมชาติเยอรมนีตะวันตก 4-2 เมื่อปีพ.ศ. 2509 ต่อมาในปีพ.ศ. 2513 ก็เริ่มมีการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกเป็นครั้งแรก หลังจากนั้นก็มีรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับกีฬาเพิ่มมากขึ้นและมีการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลสโมสรต่างประเทศตามมา นอกจากนี้แล้วผู้ที่มีบทบาทอีกส่วนหนึ่งก็คือสื่อมวลชนด้านกีฬา โดยเฉพาะบริษัทสยามสปอร์ตพริ้นต์ซึ่งจำกัดที่มีการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิทยุ-โทรทัศน์เกี่ยวกับกีฬาอย่างต่อเนื่อง อย่างเช่นนิตยสารสตาร์ชอคเกอร์รายสัปดาห์ที่วางจำหน่ายมาตั้งแต่พ.ศ. 2518 และหนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์รายวันที่วางจำหน่ายมาตั้งแต่พ.ศ. 2535 (ทั้งสองฉบับยังวางจำหน่ายอยู่จนถึงปัจจุบัน) ซึ่งกระตุ้นความสนใจในฟุตบอลต่างประเทศให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ติดตามชมฟุตบอลชาวไทยเป็นจำนวนมากจนกลายเป็นกระแสหลักของการติดตามชมฟุตบอลสังคมไทย

การสื่อสารมวลชนโดยเฉพาะการถ่ายทอด (broadcasting) สดทางโทรทัศน์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการขยายตัวของวัฒนธรรมการชมกีฬา¹⁸ ตัวอย่างที่สำคัญคือกรณีของฟุตบอลพรีเมียร์ลีก

¹⁸ ความพยายาม “ถ่ายทอด” การแข่งขันกีฬามีมาตั้งแต่ยุคที่เทคโนโลยีการกระจายภาพและเสียงยังไม่เติบโตเต็มที่ ในปี 1911 มีการถ่ายทอดการแข่งขันอเมริกันฟุตบอลระดับมหาวิทยาลัยระหว่างทีม Kansas Jayhawks กับ Missouri Tigers โดยใช้การรายงานสถานการณ์ในสนามแข่งขันผ่านโทรเลขอย่างต่อเนื่อง โดยให้ปลายทางเตรียมแบบจำลองของสนามแข่งเอาไว้แล้วมีการจัดตำแหน่งของผู้เล่นให้ผู้ชมดูตามสถานการณ์ที่ได้รับรายงาน ซึ่งมีการบันทึกไว้ว่าผู้ชมมีการร้องเพลงและส่งเสียงเชียร์ราวกับอยู่ในสนามจริงด้วย, ดู Sarah St. John (2011)

อังกฤษ (Premier League) ที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก หลังจากที่เน้นการทำตลาดผ่านการถ่ายทอดสดในช่วงทศวรรษ 1990s (รังสรรค์ 2544: 119-127)

ความนิยมต่อการชมฟุตบอลผ่านการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ในด้านหนึ่งมันแสดงให้เห็นถึงภาวะโลกาภิวัตน์ที่มีการเชื่อมโยงการแข่งขันฟุตบอลไปทั่วโลกผ่านเทคโนโลยีการสื่อสาร ขณะเดียวกันในอีกด้านหนึ่งนั้นมันก็ทำให้การบริโภคฟุตบอลกลายเป็นกิจกรรมที่ทำผ่านการดูเป็นหลัก และยังคงเป็นการดึงเอาการแข่งขันฟุตบอลออกมาจากบริบทเชิงพื้นที่ (รวมถึงประวัติศาสตร์) แล้วส่งต่อไปยังผู้ชมในดินแดนห่างไกล การบริโภคกีฬาจึงกลายเป็นการดูกีฬาโดยตัวมันเองอย่าง que ผู้ชมไม่ได้เชื่อมโยงบริบทของตนเองเข้ากับการแข่งขันมากนัก¹⁹

5. ยุคอุตสาหกรรมฟุตบอลไทย: การบริโภคฟุตบอลที่เต็มไปด้วยบริบท

จากเดิมที่กระแสความนิยมต่อฟุตบอลในสังคมไทยนั้นอยู่ที่การดูการถ่ายทอดฟุตบอลสโมสรต่างประเทศมาหลายสิบปี แต่ตั้งแต่เข้าทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา กระแสความสนใจในฟุตบอลก็เริ่มหันมาสู่ฟุตบอลสโมสรไทย จุดเปลี่ยนที่สำคัญคือในฤดูกาลแข่งขัน 2552 ที่จำนวนผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลลีกระดับสูงสุดอย่าง “ไทยพรีเมียร์ลีก” เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จำนวนผู้ชมที่สนามเฉลี่ยนัดละประมาณ 4,100 คน และกลายเป็นมาตรฐานที่ยืนระยะมาจนถึงปัจจุบัน

	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ผู้ชมรวมทั้ง ฤดูกาล	ประมาณ 984,000	1,132,057	1,399,094	1,475,769	1,657,887	1,915,592	1,940,378
จ ำ น ว น สโมสร	16	16	18	18	17	20	18
จำนวนนัดที่ แข่ง	240	240	306	306	272	380	306
ผู้ชมเฉลี่ย ต่อนัด	ประมาณ 4,100	4,717	4,572	4,823	6,095	5,041	6,341
รายได้จาก	ประมาณ	63,682,858	100,625,503	119,025,040	133,063,960	164,542,593	159,609,594

¹⁹ อย่างเช่นกรณีผู้ชมชาวไทยที่ติดตามชมการแข่งขันของสโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดโดยที่ไม่จำเป็นต้องเป็นชาวเมืองแมนเชสเตอร์และไม่จำเป็นต้องมีสำนึกทางประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงตนเองเข้ากับเมืองหรือสโมสร

ค่าบัตร	50 ล้าน						
รายได้จาก สินค้า	ประมาณ 24 ล้าน	35,125,173	56,774,962	52,702,135	68,295,832	73,045,343	66,683,904
งบประมาณ รวมทุก สโมสร	ประมาณ 250 ล้าน	ประมาณ 500 ล้าน	ประมาณ 1,000 ล้าน	มากกว่า 1,000 ล้าน	ประมาณ 1,500 ล้าน	ประมาณ 2,000 ล้าน	ประมาณ 2,200-2,280 ล้าน
ค่าสิทธิ ถ่ายทอด	40 ล้าน	40 ล้าน	200 ล้าน	200 ล้าน	200 ล้าน	600 ล้าน	600 ล้าน

ตาราง 2.1 สถิติยอดผู้ชมและรายได้ของการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2552-2558²⁰

สถิติในฤดูกาลแข่งขัน 2558 แสดงให้เห็นว่าเฉพาะการแข่งขันระดับไทยพรีเมียร์ลีกมียอดผู้เข้าชมรวมทั้งปีเกือบ 2 ล้านคน เฉลี่ยแล้วในแต่ละสัปดาห์จะมีผู้เข้าชมการแข่งขันมากกว่า 50,000 คน และยิ่งเมื่อรวมกับการแข่งขันระดับดิวิชัน 1 และ ดิวิชัน 2 ที่มีจำนวนสโมสรมากกว่าอีกหลายเท่าตัวแล้ว ผู้วิจัยประมาณการว่าโดยเฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์จะมีผู้ชมเข้าสนามฟุตบอลไทยมากกว่า 100,000 คนทั่วประเทศ ยังไม่รวมผู้ชมทางโทรทัศน์ที่กำลังเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจนฝ่ายจัดการแข่งขันสามารถสร้างรายได้จากค่าสิทธิการถ่ายทอดหลายพันล้านบาท²¹

ผลการสำรวจของนิต้าโพลช่วงเดือนสิงหาคมพ.ศ. 2558 ระบุว่า ชาวไทยที่ติดตามชมฟุตบอลสโมสรไทยมีมากกว่าฟุตบอลสโมสรอังกฤษเป็นครั้งแรก แม้อัตราส่วนผู้ติดตามชมฟุตบอลไทยอาจยังไม่สูงกว่าฟุตบอลอังกฤษมากนัก แต่ข้อมูลอีกส่วนหนึ่งจากผลการสำรวจนี้ก็ชี้ให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบผลการสำรวจในช่วง 3 ปีหลังจากพบว่าฟุตบอลอังกฤษมีผู้ติดตามน้อยลงทุกปี สวนทางกับฟุตบอลไทยที่มีผู้ติดตามมากขึ้นทุกปี (นิต้าโพล 2558) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจ

รากฐานสำคัญของความนิยมในฟุตบอลสโมสรไทยไม่ใช่แค่วงเงินหมุนเวียนและยอดผู้ชมจำนวนมากในการแข่งระดับสูงสุดอย่างไทยพรีเมียร์ลีกเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการเกิดขึ้นมาของการ

²⁰ เรียบเรียงจาก อาจินต์ (2557), สิงหนก (2557), Thai Premier League (2557), ไทยพับลิก้า (2558), และมติชนออนไลน์ (2558)

²¹ ค่าสิทธิถ่ายทอดการแข่งขันเป็นแหล่งรายได้หลักอันหนึ่งของการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ โดยมักจะมีการทำสัญญาฉบับสิทธิ์ให้กับผู้ถ่ายทอดครั้งละ 3-4 ปี โดยรอบสัญญาของฤดูกาล 2556-2559 ฝ่ายจัดการแข่งขันฟุตบอลสโมสรไทยได้ค่าตอบแทน 1,800 ล้านบาท และรอบสัญญาของปี 2560-2563 ที่ทำล่วงหน้าไปแล้วนั้นมีค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นเป็น 4,200 ล้านบาท (สยามกีฬา 2558)

แข่งขันฟุตบอลลีกภูมิภาค ดิวิชัน 2 ในปีพ.ศ. 2552 ซึ่งทำให้มีสโมสรฟุตบอลเกิดขึ้นกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ ปัจจุบันเกือบทุกจังหวัดในประเทศไทยล้วนแต่มีสโมสรฟุตบอลตั้งอยู่อย่างน้อยจังหวัดละ 1 สโมสร²²

ความแตกต่างระหว่างฟุตบอลสโมสรไทยในปัจจุบันกับกระแสความนิยมฟุตบอลต่างประเทศในช่วงก่อนหน้าคือ การบริโภคฟุตบอลต่างประเทศมีฐานอยู่บนการชมการแข่งขันผ่านการถ่ายทอดสดหรือติดตามข่าวสารผ่านสื่อเป็นหลัก ในแง่นี้แฟนฟุตบอลต่างประเทศจึงอยู่ในสถานะผู้ชมหรือผู้ดูเสียมาก ขณะที่ความเปลี่ยนแปลงของฟุตบอลสโมสรไทยทำให้เกือบทุกจังหวัดมีสโมสรของตนเอง แฟนบอลมีโอกาสแสดงออกผ่านการเชียร์ในสนาม ไปจนถึงการที่แฟนบอลได้รวมกลุ่มกันทำกิจกรรมต่างๆ ในแง่นี้แฟนบอลไทยจึงสามารถมีส่วนร่วมได้มากกว่า จนเกิดวัฒนธรรมแฟนบอลซึ่งมีลักษณะต่างๆ กันไปในแต่ละสโมสรหรือกระทั่งแต่ละกลุ่ม อย่างเช่นงานศึกษาเกี่ยวกับแฟนสโมสรฟุตบอลไทยเรื่อง “การใช้สื่อเพื่อสร้างและธำรงรักษาอัตลักษณ์ของแฟนสโมสรฟุตบอลจังหวัดชลบุรี” ของกุลวิชัย สำแดงเดช (2551) และ “Football culture and politics of localism: A case study of Chonburi Football Club” ของ Chuenchanok Siriwat (2012) ที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยสำคัญอันหนึ่งในการเป็นแฟนบอลสโมสรชลบุรี เอพีคือความรู้สึกนิยมในท้องถิ่นของชาวชลบุรี หรืองานเรื่อง “ฟุตบอลแฟนคลับในสังคมไทยสมัยใหม่: ศึกษากรณีสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด” ของสายชล ปัญญาจิต (2553) ที่เสนอว่ากิจกรรมนอกสนามที่แฟนบอลทำร่วมกันก็เป็นปัจจัยหนึ่งของการเป็นแฟนบอล ซึ่งทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นได้ว่าการบริโภคฟุตบอลสโมสรไทยนั้นไม่ได้เป็นเพียงแค่การดูฟุตบอล แต่มันเป็นการบริโภคที่เต็มไปด้วยบริบท

7.2.2 ประวัติศาสตร์การพนันในสังคมไทย

การพนันไม่ได้เป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน หากแต่การพนันเป็นกิจกรรมอันหนึ่งที่ดำรงอยู่มาแต่อดีต และที่สำคัญในแต่ละช่วงเวลานั้นการพนันก็มีความหมายต่อสังคมในลักษณะที่เปลี่ยนไปตามแต่ละยุคสมัย

²² ยกเว้นแม่ฮ่องสอนและบึงกาฬที่ยังไม่มีสโมสรฟุตบอล

ก่อนหน้าที่ยุคสมัยไทยรวมถึงแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะรับเอาฟุตบอลเข้ามา การพนันก็มีบทบาทอยู่ในสังคมมาก่อนแล้ว และเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่นับได้ว่าเป็นการแข่งขันมาอย่างต่อเนื่อง บันทึกของ John Crawford ชาวยุโรปที่เดินทางมาในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 ได้ระบุถึงค่านิยมต่อการพนันของผู้คนในแถบนี้ไว้ว่า

“ชาวหมู่เกาะอินเดีย... หลงใหลการพนัน... วันที่ติดตลาด ทุกแห่งในประเทศที่มีได้ห้ามการพนันอย่างเด็ดขาด ชายและหญิง คนแก่ และคนหนุ่มสาวแยกกันไปเป็นกลุ่มๆตามถนนในตลาดเพื่อเล่นพนัน... ลักษณะนิสัยของคนพื้นเมืองดูเหมือนว่าจะเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิงชั่วขณะหนึ่ง เพราะว่ากิจกรรมร่ายรำที่เคร่งขรึม มีความเป็นระเบียบและสงบเสงี่ยมได้กลายเป็นความกระวนกระวาย ลุกพล และเสียงเอะอะอีกที” (Crawford 1820, อ้างใน ริด 2548: 200)

ขณะที่ในสังคมไทยเอง “จดหมายเหตุ ลา ลูแบร์: ราชอาณาจักรสยาม” หรือบันทึกของ Simon de La Loubère ราชทูตจากฝรั่งเศสที่เข้ามาในสมัยสมเด็จพระนารายณ์ช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 17 ก็ระบุถึงการพนันของชาวสยามไว้ว่า กิจกรรมที่เป็นการแข่งขันต่างๆเช่นการวิ่งวัวหรือการแข่งขันเรือนั้นจะมีการเล่นพนันอยู่ด้วย โดยกล่าวถึงค่านิยมและผลของการพนันต่อชาวสยามในช่วงนั้นเอาไว้ว่า “ชาวสยามรักเล่นการพนันเสียเหลือเกิน จนกระทั่งฉิบหายขายตนหรือไม่ก็ขายบุตรธิดาของตน” (เดอะ ลา ลูแบร์ 2548: 159)

แอนโทนี ริด (2548: 200-203) เสนอว่า จากบันทึกของชาวยุโรปที่เข้ามาในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 16-17 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีลักษณะนิสัยที่ชอบพนันในการแข่งขันเกือบทุกประเภท โดยในช่วงแรกๆกิจกรรมการแข่งขันส่วนใหญ่ก็นักจะจัดขึ้นโดยราชสำนักอย่างเช่นการแข่งขันเรือที่จัดขึ้นเพื่อเหตุผลทางความเชื่อและยืนยันสถานะของกษัตริย์ ซึ่งก็มักจะมีการพนันเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมด้วย นอกจากนี้กิจกรรมที่มีการแข่งขันส่วนใหญ่ก็มักจะมีการเล่นพนัน โดยอาจมีลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มดินแดนหมู่เกาะทางตอนใต้ของภูมิภาคที่นิยมการชนไก่กับดินแดนส่วนแผ่นดินใหญ่ที่ไม่นิยมกิจกรรมที่มีการหั่นเลือดมากนักอันเนื่องมาจากอิทธิพลของศาสนาพุทธแบบเถรวาท

กระทั่งช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 ที่การพนันในสยามเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะหวยและการเล่นพนันในบ่อนเบี้ย งานเรื่อง Gambling, the State and Society in Thailand, c.1800-

1945 ของ James A. Warren เสนอว่าในต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 ที่เป็นช่วงแรกของระบบเศรษฐกิจแบบเงินตรานั้น การพนันเป็นกลไกหนึ่งที่รัฐสยามใช้ช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจแบบเงินตรา เนื่องจากช่วงนั้นไพร่มักจะเลือกเก็บเงินเอาไว้จ่ายแทนการเข้าเดือนจนเงินที่หมุนเวียนในตลาดมีน้อย ด้วยเหตุนี้สมัยรัชกาลที่ 3 และ 4 รัฐจึงออกหวย ซึ่งต้องเล่นด้วยเงิน เพื่อที่จะทำให้ชาวสยามนำเงินออกมาใช้จ่าย กระทั่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ระบบเศรษฐกิจแบบเงินตราสามารถเดินต่อไปได้ (Warren 2013, อ้างใน ปรีดี 2557: 129-136)

งานศึกษาเรื่อง “บ่อนเบี้ยในสังคมไทย พ.ศ. 2367-2460: การศึกษาเชิงสังคมวัฒนธรรม” ของ ญัฐยา อัสวพงษ์อนันต์ (2548: 61-80) เสนอว่า ในช่วงตั้งแต่หลังพ.ศ. 2367 เป็นต้นมา รัฐสยามมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตขึ้นของกิจการบ่อนเบี้ย²³ เนื่องจากหลังจากที่รายได้จากการค้าระบบบรรณาการกับจักรวรรดิจีนและการค้าผูกขาดก่อนทำสนธิสัญญาเบาริงลดบทบาทลง รัฐจึงหันมาหารายได้จากภาษีเศรษฐกิจภายในประเทศ ดังจะเห็นได้จากที่สมัยรัชกาลที่ 3 มีการเก็บภาษีอากรเพิ่ม 33 อย่าง และสมัยรัชกาลที่ 4 เก็บเพิ่มอีก 48 อย่าง จากบทบาทดังกล่าวทำให้จากเดิมที่พ.ศ. 2379 ในกรุงเทพฯมีบ่อนเบี้ยประมาณ 100 แห่ง แต่เมื่อเข้าสู่ช่วงต้นรัชกาลที่ 5 ก็มีบ่อนเบี้ยเพิ่มขึ้นเป็น 413 แห่ง และภาษีอากรจากกิจการบ่อนเบี้ยก็เป็นหนึ่งในแหล่งรายได้สำคัญของรัฐสยาม อย่างไรก็ตาม เมื่อสยามเปิดรับเอาแนวคิดเรื่องความเจริญแบบตะวันตกเข้ามามากขึ้น ประกอบกับที่เกิดปัญหาอาชญากรรมอันเนื่องมาจากการพนันบ่อยครั้งขึ้น ก็ทำให้รัฐสยามเริ่มเปลี่ยนวิธีคิดเกี่ยวกับการจัดการกับกิจการบ่อนเบี้ย หลังพ.ศ. 2430 รัฐสยามเริ่มหันมาจำกัดจำนวนบ่อนเบี้ยลง จนในพ.ศ. 2434 เหลือบ่อนเบี้ยในกรุงเทพฯเพียงแค่ 16 แห่งเท่านั้น แม้ว่าในช่วงแรกรัฐสยามจะยังคงให้ความสำคัญกับรายได้จากอากรบ่อนเบี้ยอยู่²⁴ แต่เมื่อรัฐเริ่มสามารถหารายได้จากส่วนอื่นโดยเฉพาะกิจการฝิ่นและการทำนาที่กำลังเฟื่องฟูขึ้นมาได้แล้ว รายได้จากบ่อนเบี้ยก็ลดความสำคัญลงจน กิจการบ่อนเบี้ยลดจำนวนลงเรื่อยๆ กระทั่งในปีพ.ศ. 2459 ก็มีการประกาศยกเลิกบ่อนเบี้ยพร้อมทั้งห้ามเล่นการพนันที่เคยมีในบ่อนเบี้ย และมีผลในทางปฏิบัติในปีต่อมา (พ.ศ. 2460) อันนับได้ว่าเป็นจุดสิ้นสุดยุคเฟื่องฟูของบ่อนเบี้ยในสังคมไทย

²³ การพนันที่เล่นเป็นหลักในบ่อนเบี้ยได้แก่ ถั่ว โป่น โปกำ เป็นต้น

²⁴ โดยปรับไปเป็นการเก็บภาษีอากรอย่างเข้มงวดเป็นระบบมากขึ้น ทำให้ในช่วงแรกที่ลดจำนวนบ่อนเบี้ยลงไปแล้วนั้นแต่ก็ยังคงมีรายได้จากภาษีอากรบ่อนเบี้ยในจำนวนมากอยู่

ส่วนการเล่นการพนันในกิจกรรมประชันแข่งขันในสังคมไทยก็มีมาอย่างยาวนาน ดังที่ลา ลูแบร์เคยบันทึกไว้ถึงการพนันวิ่งวัวและแข่งเรือ บทความ “การเมืองเรื่องชักว้าว: การให้ความหมายใหม่ต่อการเล่นวัวพนันในสมัยรัชกาลที่ 5” ของปรีดี หงส์ตัน (2553: 144-155) ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการพนันในกีฬาชักว้าวว่าแต่เดิมนั้นการชักว้าวเป็นพิธีกรรมของราชสำนัก จนช่วงรัชกาลที่ 4-5 เมื่อการชักว้าวเริ่มลดบทบาทในแง่พิธีกรรมลงและมีการจัดแข่งขันมากขึ้นโดยเฉพาะในหมู่ชนชั้นนำ การแข่งขันชักว้าวก็เริ่มมีนัยยะของการพนันเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น แต่หลังจากนั้นการเล่นว้าวก็ลดมิติทางการพนันลงไป

หากพิจารณามิติทางประวัติศาสตร์ของการพนันในสังคมไทย จะเห็นได้ว่าในด้านหนึ่งนั้นการพนันเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมาอย่างต่อเนื่อง แต่ในอีกด้านหนึ่งนั้นบทบาทของการพนันก็เปลี่ยนแปลงไปตามแต่บริบทสังคม จากช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 16-17 ที่พิธีกรรมของราชสำนักซึ่งกิจกรรมที่เป็นการแข่งขันอยู่ด้วยก็มักจะมีการเล่นพนัน ต่อมาในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 การพนันก็ถูกรัฐสยามใช้ทั้งในแง่ของการกระตุ้นการใช้จ่ายเงินตราในช่วงแรกของการเริ่มเศรษฐกิจระบบเงินตรา และการใช้เป็นแหล่งรายได้ของรัฐในยุคเฟื่องฟูของบ่อนเบี้ย ก่อนที่ต่อมาเมื่อรัฐมีแหล่งรายได้อื่นมาทดแทนแล้ว การพนันก็ถูกยกเลิกไป

7.2.3 การพนันฟุตบอลในสังคมไทยจากมิติทางประวัติศาสตร์

ตั้งแต่ที่ฟุตบอลเข้ามาในสังคมไทยความหมายของการบริโภคฟุตบอลก็เปลี่ยนรูปมาตลอด นับตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4-5 อันเป็นช่วงแรกที่ฟุตบอลถูกนำเข้าสู่สยามและเล่นกันในกลุ่มชนชั้นสูงในฐานะกีฬาสมัยใหม่อันเป็นสัญลักษณ์ของความศิวิไลซ์ จนถึงช่วงต่อมาที่มีการปฏิรูประบบการศึกษาสมัยใหม่ทำให้ฟุตบอลเริ่มแพร่หลายให้คนทั่วไปได้บริโภคฟุตบอลด้วยการเล่นฟุตบอลผ่านโรงเรียน กระทั่งต่อมาเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาขึ้นในช่วงทศวรรษ 2510-20 ความนิยมบริโภคฟุตบอลต่างประเทศผ่านการดูก็กลายเป็นกิจกรรมยอดนิยมในสังคมไทย

หลักฐานที่กล่าวถึงการพนันฟุตบอลในสังคมไทยมีมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 โดยบทความเรื่อง “ระวังฟีพนัน” ของอศวพาหุ²⁵ได้เขียนเตือนถึงการพนันฟุตบอลไว้ว่า

“เมื่อเริ่มมีการเล่นฟุตบอลสำหรับรางวัลถ้วยทอง ข้าพเจ้าหวังอยู่ว่าจะได้เห็นการเล่นอย่างสนุกเกิดขึ้นในเมืองไทยอย่างหนึ่ง ซึ่งจะไม่มีการพนันพร้อมด้วยผลร้ายต่างๆแห่งการพนัน เพราะในพระราชปรารภที่พิมพ์ไว้ในสมุดระเบียบของกรรมการฟุตบอลถ้วยทองหลวงนั้นมีข้อความชัดเจนอยู่ว่า “ฟุตบอลเป็นการเล่นอย่างดี เพราะไม่มีการพนัน” แต่ครั้นเริ่มเล่นไปได้หน่อย มีข่าวมากระทบหูข้าพเจ้ามากขึ้นทุกทีว่ามีการพนันต่อรองกันอย่างมากๆ เช่น มีรายหนึ่งพนันเอาเปียร์ 1 ขวด ต่อ 10 หีบ ว่าพวกโรงเรียนนายเรือจะชนะ ...เพราะฉะนั้น ข้าพเจ้าหวังใจว่า บรรดาคนไทยที่ชอบดูฟุตบอลโดยเชิงนักเลงกรีธาแท่งจะชวนกันแปลงเสียให้ดังพร้อมกัน ดีเถียนคนที่จะมาเอาสนามฟุตบอลเป็นบ่อน หรือที่ชุมนุมของจรจัดและนักเลงหัวไม้ ถ้าไม่ตัดรอนเสียแต่เดี๋ยวนี้ ในไม่ช้าจะไม่ได้ดูฟุตบอลจริงๆ” (อศวพาหุ 2458, อ้างในจิรัฐ 2543: 23-25)

แต่อย่างไรก็ดีการพนันฟุตบอลในสมัยนั้นก็ดูจะยังไม่ได้แพร่หลายหรือกลายเป็นปัญหามากนัก

การพนันฟุตบอลกลายเป็นสิ่งที่ถูกมองว่าเป็นปัญหาสังคมอย่างจริงจังในช่วงปลายทศวรรษ 2530 ถึงต้นทศวรรษ 2540 โดยอาจพิจารณาได้จากจำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลที่เริ่มมีในช่วงเดียวกันนี้ โดยจากการสืบค้นงานวิจัยในกลุ่มดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่างานวิจัยเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลในสังคมไทยชิ้นแรกๆคือบทความวิจัยเรื่อง “พนันฟุตบอล: การเสี่ยงโชคของชนชั้นกลาง” ของ นวลน้อย ตีรรัตน์ (2539: 429-462) และหลังจากนั้นก็มียุทธยานิพนธ์ งานวิจัย หรือบทความวิชาการเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลอีกจำนวนมากเกิดขึ้น เช่นสารนิพนธ์เรื่อง “การเสนอเนื้อหาเรื่องฟุตบอลต่างประเทศในหนังสือพิมพ์กีฬาเกี่ยวกับปัญหาการพนันฟุตบอล” ของศุภศักดิ์ ตระการรัตนกุล (2540), ยุทธยานิพนธ์เรื่อง “การบังคับใช้กฎหมายการพนัน: ศึกษากรณีการพนันผลการแข่งขันฟุตบอล” ของ องอาจ ชัยเพชรโยธิน (2541), หรือบทความวิจัยเรื่อง “การพนันฟุตบอล” ของพนิต วงษ์ยี่กุล (2546: 337-381) และงานศึกษาชิ้นอื่นๆที่ตามมาอีกเป็นจำนวนมาก

²⁵ นามแฝงของรัชกาลที่ 6

การเกิดขึ้นมาของงานศึกษาเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงการเริ่มมองว่าการพนันฟุตบอลเป็นปัญหาที่อย่างน้อยที่สุดต้องทำความเข้าใจอย่างจริงจัง งานหลายชิ้นระบุตรงกันว่าปัจจัยที่สนับสนุนให้การพนันฟุตบอลขยายตัวอย่างรวดเร็วในสังคมไทยคือเทคโนโลยีการสื่อสารที่พัฒนาขึ้น ทั้งการรายงานข่าว การถ่ายทอดสด ไปจนถึงอินเทอร์เน็ต (นวลน้อย 2539: 452-457; พินิต 2546: 352-355)

งานศึกษาของเนตรนภา ประกอบกิจ (2545: 288-316) แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการขยายตัวของการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศกับการขยายตัวของการพนันฟุตบอลในสังคมไทยได้อย่างชัดเจน โดยเนตรนภาชี้ให้เห็นว่า แม้ตั้งแต่พ.ศ.2509 จะมีสื่อที่รายงานข่าวการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศมาที่สังคมไทยแล้วแต่ก็ยังไม่มีการเล่นการพนันมากนัก เนื่องจากการเผยแพร่ภาพส่วนใหญ่ยังคงนำเสนอเป็นภาพบันทึกการแข่งขัน²⁶ จนกระทั่งในการแข่งขันฟุตบอลโลก พ.ศ.2529 การพนันฟุตบอลก็เริ่มแพร่หลายในสังคมไทยและในสื่อสิ่งพิมพ์ก็เริ่มมีการกล่าวถึงอัตราต่อรองการพนันแบบเอเชีย (asian handicap) ซึ่งเป็นอัตราต่อรองที่ได้รับความนิยมในสังคมไทย คอลัมน์ “ซูมทางนักเสี่ยงโชค” ในหนังสือพิมพ์สยามกีฬาฉบับวันที่ 22 มิถุนายนพ.ศ.2529 ที่เขียนโดย “เปาบุ้นจิ้น”²⁷ ระบุว่า

“ขณะนี้วงการเดิมพันมีหลายรูปแบบเหลือเกิน พวกปัญญาชนและผ่านเมืองนอกเมืองนาเขาก็เล่นกันแบบฝรั่ง มีการตั้งเป็น “พูล” หรือที่บ้านเราเรียกว่า “โต้ด” ...แต่พูลก็มีหลายรูปแบบ นักเรียนเก่าอเมริกาก็แบบหนึ่ง นักเรียนเก่าอังกฤษก็อีกแบบหนึ่ง แต่ที่ฮิตที่สุดก็เล่นกันแบบไทยๆ เข้าใจง่ายดี ต่อ 5-4 3-2 ต่อครึ่งลูกหรือต่อ 1 ลูก ...ที่เล่นแบบภาพรวมก็มี บางแห่งเอายุโรปไม่ได้แชมป์ต่อ 7-4 ...ถ้าจะเล่นให้สนุกต้องไปเมืองจันท ที่นั่นมีถ่ายทอดสด มีการออกตัวและลุ้นกันน่าจ้อ”²⁸

²⁶ ตั้งแต่พ.ศ. 2509 สื่อสิ่งพิมพ์ไทยก็มีการนำเสนออัตราต่อรองการพนันแล้ว แต่เป็นการนำเสนออัตราต่อรองแบบยุโรป เช่นพาดหัวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ฉบับวันที่ 8 มิถุนายนพ.ศ. 2513 ที่ว่า “ในด้านการต่อรองหรือตลาดพนันครั้งแรก หลังจากจับสลาก บราซิล เติ่งหนึ่งจ่ายสามต่อ อังกฤษอันดับสองจ่ายเจ็ดต่อ”

²⁷ เนตรนภาระบุว่า เปาบุ้นจิ้นคือนามแฝงของพิศณุ นิลกลัด

²⁸ เนตรนภาระบุว่า เหตุที่ “ถ้าจะเล่นให้สนุกต้องเมืองจันท” หรือจันทบุรีก็เพราะเป็นพื้นที่ที่มีการถ่ายทอดสดโดยรับสัญญาณภาพจากจานรับสัญญาณดาวเทียม

การพนันฟุตบอลยิ่งแพร่หลายและได้รับความนิยมมากขึ้นไปอีกในการแข่งขันฟุตบอลโลกปี พ.ศ.2533 ที่มีการถ่ายทอดสดมากถึง 41 นัด (จากทั้งหมด 52 นัด) มีบันทึกว่าในช่วงนั้นเจ้ามือรับพนันฟุตบอลหลายคนได้เปิดห้องสุทของโรงแรมม่านรูดชั้นดีย่านถนนรัชดาภิเษกเพื่อเปิดให้ลูกค้าได้มาพนันและดื่มเหล้าดูการถ่ายทอดสดฟุตบอล เก็บค่าหัวคนละ 300 บาทและหักหัวคิวจากผู้ที่ได้ร้อยละ 5 ส่วนสถานบันเทิงหลายแห่งก็จัดให้มีจอโทรทัศน์ขนาดใหญ่สำหรับถ่ายทอดสดการแข่งขัน เมื่อถึงการแข่งขันฟุตบอลโลกพ.ศ.2537 ก็ปรากฏให้รับพนันฟุตบอลกระจายไปตามพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานครถึงหัวเมืองขนาดใหญ่อย่างเชียงใหม่และหาดใหญ่²⁹ ซึ่งในช่วงนั้นก็เริ่มมีโต๊ะที่รับพนันฟุตบอลอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษที่มีการถ่ายทอดสดเป็นประจำทุกสัปดาห์

จากที่กล่าวมานี้จะเห็นได้ว่าการเติบโตขึ้นมาของการพนันฟุตบอลในสังคมไทยนั้นวางอยู่บนฐานของการพนันฟุตบอลต่างประเทศ โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาขึ้นทำให้การถ่ายทอดสดการแข่งขันแพร่หลายอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้เกิดยุคสมัยที่คนในสังคมไทยบริโภคฟุตบอลผ่านการ “ดู” เป็นหลัก การพนันฟุตบอลในสังคมไทยจึงโตขึ้นมาโดยสัมพันธ์อยู่กับการดูการถ่ายทอดสดฟุตบอลซึ่งในแง่หนึ่งมันคือการบริโภคฟุตบอลที่ถูกดึงออกมาจากบริบทเชิงพื้นที่และประวัติศาสตร์ ขณะที่การบริโภคฟุตบอลสโมสรไทยที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในช่วงหลังนี้เป็นการบริโภคที่เต็มไปด้วยบริบท ดังนั้นแล้วการจะทำความเข้าใจตำแหน่งแห่งที่ของการพนันในวัฒนธรรมแฟนบอลไทยจึงควรพิจารณาถึงการเกิดขึ้นมาของ “สนาม” ในการบริโภคฟุตบอลไทยที่อาจต่างออกไปจากการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศในยุคก่อนหน้านี้ด้วย

7.3 การบริโภคฟุตบอลไทย

หากเปรียบเทียบระหว่างการติดตามชมฟุตบอลต่างประเทศกับฟุตบอลไทย (ของคนในสังคมไทย) แล้ว ความแตกต่างสำคัญประการหนึ่งคือการติดตามฟุตบอลต่างประเทศนั้นเป็นการชมการแข่งขันผ่านสื่อโดยเฉพาะการถ่ายทอดสดเป็นหลัก ขณะที่การติดตามฟุตบอลไทยนั้นแฟนบอลมักไปที่สนามแข่ง ประกอบกับที่สโมสรฟุตบอลไทยมักเป็นสโมสรประจำจังหวัดซึ่งแฟนบอลสามารถโยง

²⁹ พื้นที่ภาคใต้ นับได้ว่าเป็นอีกศูนย์กลางของการเล่นพนันฟุตบอลขนาดใหญ่ เนื่องจากมีเครือข่ายอยู่กับโต๊ะพนันในมาเลเซียและสิงคโปร์

ตนเองเข้ากับความเป็นตัวแทนของสโมสรได้มากกว่าสโมสรต่างประเทศ ในแง่นี้การบริโภคฟุตบอลสองแบบนี้จึงมีลักษณะบางประการที่แตกต่างกันอยู่ อาจกล่าวได้ว่าการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศนั้นเป็นการบริโภคเกมการแข่งขันหรือเป็นการบริโภคด้วยการดูเป็นหลัก ขณะที่การบริโภคฟุตบอลไทยประกอบไปด้วยกิจกรรมจำนวนมากที่แฟนบอลทำรวมถึงลักษณะความเป็นตัวแทนของสโมสรที่แฟนบอลมีบริบทร่วม ทำให้การบริโภคฟุตบอลไทยนั้นมีความหมายที่มากกว่าการดูฟุตบอล³⁰ หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการบริโภคที่เต็มไปด้วยบริบท

ด้วยลักษณะของการบริโภคที่เต็มไปด้วยบริบทดังกล่าวทำให้นอกจากบริโภคด้วยการดูแล้วแฟนบอลไทยยังบริโภคฟุตบอลในอีกหลากหลายลักษณะ เช่นบริโภคฟุตบอลในฐานะตัวแทนของท้องถิ่น, ในฐานะชุมชนรูปแบบใหม่, ในฐานะพื้นที่ของผู้ชาย, หรือในฐานะพื้นที่แสดงออก³¹

7.3.1. การบริโภคฟุตบอลในฐานะตัวแทนของท้องถิ่น

ปัจจุบันเกือบทุกจังหวัดมีสโมสรฟุตบอลตั้งอยู่อย่างน้อยจังหวัดละ 1 สโมสร แม้ในทางกฎหมายแล้วสโมสรจะมีสถานะเป็นนิติบุคคลแต่ชื่อสโมสรก็มักจะมาจากชื่อจังหวัดหรือท้องถิ่นที่สโมสรตั้งอยู่ ทำให้สโมสรมีลักษณะเป็นเสมือนตัวแทนของท้องถิ่น งานศึกษาเกี่ยวกับฟุตบอลไทยหลายชิ้นเสนอไปในทางเดียวกันว่าความนิยมในสโมสรท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดกระแสนิยมฟุตบอลไทย (กุลวิชัย 2551; ภิญญพันธุ์ 2552) ในกรณีของแฟนบอลบริเวณกรุงเทพมหานครนั้น นอกจากจะมีสโมสรที่ชื่ออิงถึงกรุงเทพฯ อย่างเช่น “แบงคอก ยูไนเต็ด” และ “บางกอก เอฟซี” แล้ว ยังมีกรณีที่สโมสรเป็นตัวแทนของย่านด้วยคือกรณีของสโมสร “การทำเรือไทย เอฟซี” นอกจากนี้ยังมีกรณีเฉพาะอีกรูปแบบหนึ่งคือกลุ่มที่เรียกว่า “แฟนบอลพลัดถิ่น” ซึ่งทั้งสองกรณีนี้แสดงถึงการบริโภคฟุตบอลในฐานะตัวแทนของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

³⁰ ตัวอย่างของกรณีนี้อาจสะท้อนได้ผ่านคำอธิบายของแฟนบอลไทยที่มีบทบาทเป็นผู้นำเชียร์ ผู้นำเชียร์เหล่านี้ต้องหันหน้าเข้าอัฒจันทร์-หันหลังให้กับสนามฟุตบอลเพื่อกระตุ้นให้แฟนบอลคนอื่นร้องเพลงเชียร์ ทำให้พวกเขาแทบจะไม่เห็นเกมการแข่งขันเลย แต่พวกเขาก็เลือกที่จะรับบทบาทนี้ หรืออย่างกรณีที่แฟนบอลถูกลงโทษห้ามเข้าไปในสนาม แต่หลายครั้งก็มีแฟนบอลจำนวนมากมาที่สนามและจับกลุ่มกันร้องเพลงเชียร์อยู่ข้างสนาม ทั้งที่จริงๆ แล้วพวกเขาก็สามารถดูการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ได้, ดูประเด็นนี้เพิ่มเติมที่ “เป็นแฟนบอลมันมีอะไรมากกว่าดูบอล: ปฏิบัติการสำรวจวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย” อาจินต์ (2555: 69-104)

³¹ อย่างไรก็ตาม การบริโภคบางลักษณะก็อาจพบได้ในกลุ่มคนไทยที่นิยมฟุตบอลต่างประเทศ แต่มีปริมาณและความเข้มข้นน้อยกว่า

กรณีที่ 1: แฟนสโมสรการทำเรือฯกับความเป็นชาวคลองเตย

สโมสรฟุตบอลการทำเรือฯ เอฟซีก่อตั้งขึ้นเมื่อพ.ศ.2510 ในฐานะที่เป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของการทำเรือแห่งประเทศไทย³² และส่งทีมเข้าร่วมในการแข่งขันฟุตบอลรายการต่างๆแล้วประสบความสำเร็จเป็นจำนวนมากจนเป็นที่รู้จักของแฟนบอลไทย ปัจจุบันสโมสรทำเรือฯมีสถานะเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพ ใช้สนามแข่งขันชื่อแพท สเตเดียม (PAT stadium³³) ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ของการทำเรือฯบริเวณเขตคลองเตย กรุงเทพฯ ดังนั้นแล้วเพื่อที่จะทำความเข้าใจบริบทเชิงพื้นที่ของสโมสรทำเรือฯ จึงต้องกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการทำเรือฯกับชุมชนคลองเตยที่เกี่ยวข้องแบบแยกจากกันได้อย่าง

ด้วย

การทำเรือฯกับคลองเตย³⁴

ในช่วงทศวรรษ 2480 รัฐบาลไทยมีแผนจะก่อสร้างท่าเรือเพื่อขนส่งสินค้าบริเวณคลองเตย จึงเวนคืนที่ดินประมาณ 2,500 ไร่ แต่ระหว่างนั้นได้เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 จนโครงการหยุดชะงักไปช่วงหนึ่ง ทำให้เริ่มมีคนอพยพเข้ามาอยู่อาศัยในบริเวณที่เวนคืน ก่อนที่ต่อมาในปี 2490 จะเริ่มมีก่อสร้างอีกครั้ง แต่ด้วยงบประมาณที่มีจำกัดทำให้การทำเรือฯใช้ที่ดินไปเพียงประมาณ 400 ไร่ เกิดมีที่ดินว่างเปล่าจำนวนมาก จึงมีคนเข้ามาอยู่อาศัยและใช้ประโยชน์จากที่ดินว่างเปล่ามากขึ้น

จนในปี 2494 รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติการทำเรือแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2494 ตั้งการทำเรือแห่งประเทศไทยเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคม หลังจากที่มีการก่อสร้างและดำเนินกิจการท่าเรือคลองเตยแล้ว ทำให้บริเวณนั้นกลายเป็นศูนย์กลางธุรกิจ มีโรงงานและตลาดขนาดใหญ่ รวมถึงเมื่อมีการก่อสร้างขยายท่าเรือก็ยิ่งทำให้มีคนเข้ามาอยู่อาศัยและทำงานในบริเวณนี้มากขึ้น ซึ่งงานที่ผู้อพยพทำส่วนใหญ่ก็จะเกี่ยวข้องกับการก่อสร้างท่าเรือหรือกิจการทางเรือต่างๆ โดยเฉพาะผู้อพยพจากต่างจังหวัดที่เข้ามาหางานทำเนื่องจากเป็นแหล่งที่พักอาศัยราคาถูกและใกล้

³² จากนั้นไปจะเรียกสโมสรฟุตบอลการทำเรือ เอฟซีว่า “ทำเรือ” หรือ “สโมสรทำเรือ” และเรียกการทำเรือแห่งประเทศไทยว่า “การทำเรือฯ”

³³ PAT มาจากอักษรย่อของ Port Authority of Thailand ซึ่งเป็นชื่อในภาษาอังกฤษของการทำเรือฯ

³⁴ ข้อมูลในส่วน “การทำเรือฯกับคลองเตย” นี้เรียบเรียงจาก การทำเรือแห่งประเทศไทย (มปป.), สมพงษ์ พัดบุย (2554), และ วิชัย รูปขำดี เอลิม เกิดโมลี และสังคม คุณคณากรสกุล (2550)

แหล่งงาน ทั้งที่เป็นการสร้างที่พักอาศัยแบบชั่วคราวและถาวร ซึ่งโดยมากเป็นการเข้าไปอยู่อาศัยในพื้นที่ว่างเปล่าที่ตามกฎหมายแล้วเป็นที่ดินของการทำไร่ฯ

ช่วงประมาณปี 2500-2511 จำนวนคนที่ย้ายเข้ามาอาศัยมีจำนวนมากโดยไม่ได้มีการวางแผนโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม ทำให้เกิดเป็นชุมชนแออัดขนาดใหญ่ขึ้น ในช่วงนี้การทำไร่ฯเริ่มโล่เรือที่อยู่อาศัยของชาวบ้าน กระทั่งในช่วงปี 2515 มีการโล่เรือครั้งใหญ่ ทางด้านชาวบ้านก็มีการรวมตัวต่อสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิในการอยู่อาศัย กระทั่งเกิดการฟ้องร้องและการทำไร่ฯชนะคดี ทำให้ชาวบ้านจำนวนหนึ่งถูกจับกุมในข้อหาบุกรุก หลังจากนั้นก็มีความพยายามโล่เรือครั้งใหญ่ๆอีกหลายครั้ง ซึ่งชาวคลองเตยก็พยายามรวมกลุ่มกันเรียกร้องสิทธิในการอยู่อาศัยมาตลอด

แฟนบอลทำไร่ชาวคลองเตยสูงอายุเคยเล่าให้ผู้วิจัยฟังถึงประสบการณ์ถูกโล่เรือว่าเขาเคยประสบกับการโล่เรือมาหลายครั้ง แม้จะได้เรียงลำดับเหตุการณ์ได้ไม่แม่นยำนัก แต่ความทรงจำที่ดูจะชัดเจนที่สุดของชาวคลองเตยเกี่ยวกับการโล่เรือคือการเกิดไฟไหม้ในช่วงที่มีการพยายามโล่เรือ

จากความสัมพันธ์ระหว่างการทำไร่ฯกับผู้คนที่อาศัยอยู่บริเวณคลองเตยที่มีต่อกันมายาวนาน ทั้งในแง่ของการเป็นแหล่งงาน ที่อยู่อาศัย ไปจนถึงสถานะระหว่างผู้โล่เรือกับผู้ถูกโล่เรือดังที่กล่าวไปนั้น ไม่ว่าจะในทางลบหรือบวกมันก็สร้างความสัมพันธ์ระหว่างชาวคลองเตยกับการทำไร่ฯขึ้นมาด้วยระยะเวลายาวนานหลายสิบปี

สโมสรการทำไร่ เอฟซี

เดิมสโมสรทำไร่มีสถานะเป็นสโมสรฟุตบอลกึ่งสมัครเล่น-กึ่งอาชีพภายใต้การเป็นส่วนหนึ่งของการทำไร่ฯมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง จนเมื่อปี 2552 ได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยข้อบังคับที่สำคัญข้อหนึ่งคือทุกสโมสรในไทยพรีเมียร์ลีกซึ่งเป็นลีกระดับสูงสุดต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและดำเนินการในลักษณะของธุรกิจที่แสวงหากำไร ด้วยเหตุนี้จึงทำให้พิเชฐ มั่นคงซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูงของการทำไร่ฯจดทะเบียนตั้งบริษัทชื่อ “บริษัท ทำไร่ไทย จำกัด” เพื่อดำเนินงานสโมสรทำไร่ฯ ทำให้ในทางกฎหมายแล้วนับได้ว่าสโมสรทำไร่เป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพ โดยงบประมาณในการดำเนินงานส่วนหนึ่งมาจากการสนับสนุนของการทำไร่ฯ และกลุ่มธุรกิจท้องถิ่นอย่างเช่นบริษัท Legal Professional ซึ่งทำธุรกิจเกี่ยวกับบอสังหาริมทรัพย์บริเวณคลองเตย

หลังพิธีเชฐออกจากตำแหน่งประธาน ผู้บริหารคนอื่นๆมารวมถึงผู้สนับสนุนทางการเงินรายใหญ่ของท่าเรือก็มักจะเป็นกลุ่มทุนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่าเรือ, กิจการขนส่งทางเรือ, หรือคลองเตยแบบเดียวกับสมัยของพิธีเชฐเสมอ ไม่ว่าจะเป็นวรพงษ์ ตันติเวทยานนท์เจ้าของบริษัทซูเปอร์วิซ (แบงค์อิก) จำกัด ที่ทำกิจการเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเงินตรา³⁵ ไปจนถึงคำรณวิทย์ ฐูประจาง (ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการตำรวจนครบาล) กับตรีรุฬห์ ฐูประจางลูกชายของคำรณวิทย์

กระทั่งต้นปี 2558 มีการเปลี่ยนประธานสโมสรมาเป็นพลพรรค ล้ำซ้ำ จากตระกูล “ล้ำซ้ำ” กลุ่มทุนใหญ่ระดับประเทศ ปัจจุบันนอกจากประธานสโมสรท่าเรือแล้วพลพรรคยังดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการบริษัทเมืองไทยประกันภัยจำกัดและมีธุรกิจอื่นๆอีกจำนวนหนึ่ง แม้ว่าธุรกิจของพลพรรคและตระกูลล้ำซ้ำในปัจจุบันจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่าเรือหรือคลองเตยโดยตรง แต่ก็อาจกล่าวได้ว่าพลพรรคและตระกูลล้ำซ้ำมีสัมพันธ์บางด้านอยู่กับการท่าเรือคือเมื่อปี 2529-2534 โฟธิพงษ์ ล้ำซ้ำ พ่อของพลพรรคเคยเป็นคณะกรรมการบริหารการท่าเรือมาก่อน (ปีติดกัน 2558)

ด้วยสถานที่ตั้งของสนามทำให้แฟนบอลกลุ่มหลักของท่าเรือเป็นคนที่อาศัยอยู่บริเวณคลองเตย จนแฟนบอลท่าเรือมักจะถูกเรียกจากสื่อว่า “Klongtoey army” แต่ถึงที่สุดแล้วแฟนบอลท่าเรือก็ไม่ได้เป็นคนคลองเตยไปเสียทั้งหมด ประมาณครึ่งหนึ่งของแฟนท่าเรือเป็นคนคลองเตย นอกจากนั้นเป็นคนที่อาศัยอยู่บริเวณอื่น รวมทั้งชาวต่างชาติซึ่งนับได้ว่าท่าเรือเป็นสโมสรไทยที่มีแฟนชาวต่างชาติมากเป็นลำดับต้นๆ

แฟนท่าเรือส่วนมากเป็นเพศชาย มีทั้งที่มาจากคนเดียว มากับเพื่อน และมากับครอบครัว มีความหลากหลายของช่วงอายุตั้งแต่เด็กไปจนถึงผู้สูงอายุ (ส่วนหนึ่งเพราะสโมสรไม่เก็บค่าเข้าชมจากเด็ก ทำให้มีเด็กเข้ามาชมการแข่งขันจำนวนมาก) แต่โดยมากจะอยู่ในวัยทำงาน ส่วนใหญ่ทำงานประจำ มีจำนวนพอสมควร (โดยเฉพาะที่เป็นชาวคลองเตย) ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับกิจการเกี่ยวกับการค้าทางเรือ แม้ส่วนใหญ่จะไม่ได้ทำงานในตำแหน่งระดับสูงแต่ก็ไม่ได้จัดอยู่ในกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ เพราะอย่างน้อยที่สุดคนกลุ่มนี้ก็มีศักยภาพมากพอต่อรายจ่ายในการชมการแข่งขันฟุตบอลและดื่มกินสังสรรค์ โดยการไปที่สนามแต่ละครั้งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 500 บาท (และอาจมากกว่านี้ในกรณีของนัดเยือนที่ต้องเดินทางไกล) รวมถึงเสื้อสโมสรที่ราคาเกือบพันบาท

³⁵ วรพงษ์เคยสมัครสส.เขตคลองเตยในสังกัดพรรคเพื่อไทยเมื่อการเลือกตั้งปี 2554 ขณะที่ประธานสโมสรท่าเรือ แต่ไม่ได้รับเลือกตั้ง

การเป็นแฟนบอลท่าเรือในฐานะตัวแทนของคลองเตย

แม้สโมสรท่าเรือฯจะมีสถานะตามกฎหมายเป็นนิติบุคคลซึ่งไม่จำเป็นต้องยึดโยงกับท้องถิ่นใดเป็นการเฉพาะ แต่ในทางปฏิบัติแล้วการที่สโมสรมีสนามแข่งในเขตคลองเตยและมีประวัติมาจากการเป็นสโมสรของการท่าเรือฯซึ่งสัมพันธ์กับอาชีพการงานและชีวิตของชาวคลองเตยอย่างแนบแน่น ทำให้คลองเตยกลายเป็นอัตลักษณ์หนึ่งของสโมสร ทั้งกิจกรรมของตัวสโมสรที่มุ่งสื่อสารกับชาวคลองเตยเป็นหลัก³⁶ และการแสดงออกของแฟนบอล



ภาพ 7.1 ป้าย “เขตปกครองพิเศษคลองเตย” บนอัฒจันทร์ของแฟนท่าเรือ³⁷

“เขตปกครองพิเศษคลองเตย” เป็นข้อความบนป้ายขนาดใหญ่ผืนหนึ่งที่ติดอยู่บนอัฒจันทร์ของแฟนบอลท่าเรือ ผู้วิจัยเห็นว่าข้อความดังกล่าวแสดงลักษณะของแฟนบอลท่าเรือได้เป็นอย่างดี ในด้านหนึ่งมันราวกับจะเป็นการบ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะของชุมชนคลองเตยที่ต่างออกไปจากเขตอื่นในกรุงเทพฯ และพร้อมๆ กันนั้นมันก็แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างสโมสรฟุตบอลท่าเรือฯกับชุมชนคลองเตย

³⁶ เช่นกิจกรรมการฝึกอบรมทักษะฟุตบอลให้กับเยาวชนที่เลือกพื้นที่คลองเตยเป็นหลัก ดูได้ที่ “การทำเรือ เอฟ.ซี. เป็ดรับสมัครเยาวชนร่วม ‘โครงการฝึกอบรมทักษะฟุตบอลขั้นพื้นฐานประจำปี 2558’” จาก www.portfootballclub.com/การทำเรือ-เอฟ-ซี-เป็ด/, เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558

³⁷ ภาพจาก www.cokethai.com/forum/viewtopic.php?f=23&t=1142&start=315, เข้าถึงเมื่อ 30 ธันวาคม 2558

ส่วนประกอบที่สำคัญอันหนึ่งของบรรยากาศการแข่งขันในสนามฟุตบอลคือเสียงเชียร์ เพลงเชียร์ที่แฟนบอลไทยใช้ส่วนใหญ่ดัดแปลงมาจากเพลงของแฟนบอลต่างประเทศ มีเนื้อสั้นๆและร้องซ้ำไปมา เพลงเชียร์เพลงหนึ่งที่ถูกนำมาร้องในเกือบทุกสโมสรคือเพลงที่ร้องว่า “ที่นี่ที่ไหน...(ชื่อสโมสร)” ซึ่งแฟนท่าเรือก็มักจะนำเพลงนี้มาร้องเป็นประจำเช่นกัน โดยร้องว่า “ที่นี่ที่ไหน...ท่าเรือ” ซ้ำไปมา แต่บางครั้งจะมีเสียงร้องแทรกขึ้นมาโดยเปลี่ยนท่าเรือไปเป็นคลองเตย กลายเป็น “ที่นี่ที่ไหน...ท่าเรือ, ที่นี่ที่ไหน...คลองเตย”

เพลงเชียร์ฟุตบอลหรือ football chant เป็นผลผลิตสำคัญของวัฒนธรรมแฟนบอล นอกจากนี้เพลงเชียร์จะสะท้อนสิ่งที่แฟนบอลพยายามสื่อออกมาแล้ว การร้องเพลงเชียร์ก็เปรียบเสมือนพิธีกรรมหนึ่งที่ทำให้เกิดภาวะ communitas อันทำให้แฟนบอลมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขึ้นมา พร้อมๆกันนั้นก็เป็นการแข่งขันที่แฟนบอลฝ่ายเดียวกันที่เป็น “พวกเรา” กับแฟนฝ่ายตรงข้ามที่เป็น “พวกเขา” ออกจากกันด้วย (Armstrong and Young 2000: 173-211; Robson 2000: 161-188) ในแง่การร้องว่า คลองเตยแทรกเข้าไปในเพลงเชียร์จึงเป็นการพยายามสื่อถึงความเป็นคนคลองเตยที่เป็นแฟนบอลกลุ่มหลักของท่าเรือ และพร้อมๆกันนั้นมันก็สร้างความเป็นพวกเดียวกันของแฟนบอลภายใต้การจินตนาการถึงคลองเตยขึ้นมาด้วย

คนภายนอกมักจะรับรู้ถึงคลองเตยในแง่ลบ ในทางกลับกัน คนคลองเตยเองเองก็รับรู้ได้ถึงภาพที่พวกเขาถูกมอง แฟนท่าเรือคนหนึ่งบนในเชิงน้อยใจกับผู้วิจัยว่า เมื่อไปโรงเรียนที่อยู่บริเวณอื่น เขามักจะถูกเพื่อนมองในแง่ที่ไม่ดีนักด้วยเหตุที่ว่าเขามาจากสลัมคลองเตย ทั้งที่สำหรับเขาคลองเตยก็มีสโมสรฟุตบอลที่เก่าแก่และมีชื่อเสียงอย่างท่าเรือ นั่นทำให้เขาอยากให้สโมสรประสบความสำเร็จ (และแฟนบอลไม่ก่อเหตุรุนแรงอันจะยิ่งทำให้เขาโดนมองทางลบมากขึ้นไปอีก) ในแง่ท่าเรือจึงเปรียบเสมือนความภูมิใจอันหนึ่งของคนคลองเตย โดยเฉพาะเมื่อต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับคนภายนอกที่มักจะมองคลองเตยในแง่ลบ

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าคลองเตยนั้นแทบจะแนบสนิทเป็นเนื้อเดียวกันกับกิจการขนส่งทางเรือ บางคนเลือกที่จะเป็นแฟนท่าเรือเพราะมีความผูกพันกับการท่าเรือ อย่างเช่นเม่น³⁸ แฟนท่าเรือคนหนึ่ง ที่อาศัยอยู่บริเวณบางนาและทำงานอยู่ในการทางพิเศษแห่งประเทศไทย เม่นระบุว่าพ่อของเขาเคย

³⁸ ชื่อแฟนบอลทั้งหมดในรายงานวิจัยนี้เป็นชื่อสมมติ

ทำงานอยู่กับการท่าเรือฯ และบ่อยครั้งที่เขามาทหาพ่อและวิ่งเล่นอยู่บนพื้นที่ที่ปัจจุบันเป็นสนามแพท สเตเดียม ทำให้เขารู้สึกผูกพันและมาเชียร์สโมสรท่าเรือเป็นประจำ

กรณีของชาวคลองเตยหลายคนทีกล่าวถึงไปนี้แสดงให้เห็นถึงตัวตนแต่เดิมที่ทำให้การเชียร์
ท่าเรือสำหรับพวกเขามีความหมายมากไปกว่าแค่การดูฟุตบอล หรืออาจเรียกได้ว่ามันเป็นการบริโภค
รากเหง้าของตัวตนและความภูมิใจในท้องถิ่นที่เขาผูกตัวเองเอาไว้

กรณีที่ 2: กลุ่มกว้างกรุงกับการยึดโยงตัวเองถึงท้องถิ่นที่จามา

นอกจากการเป็นแฟนบอลสโมสรท้องถิ่นที่ตนเองอาศัยอยู่อย่างเช่นที่ชาวคลองเตยเป็นแฟนสโมสรท่าเรือแล้ว ปรากฏการณ์หนึ่งที่น่าสนใจของแฟนบอลไทยที่อาศัยบริเวณกรุงเทพฯ คือ “แฟนบอลพลัดถิ่น” ซึ่งหมายถึงกลุ่มแฟนบอลที่ย้ายจากภูมิลำเนาเดิมมาทำงานบริเวณกรุงเทพฯ และบริเวณพล แล้วมีการรวมตัวกันเพื่อเชียร์สโมสรบ้านเกิด ซึ่งการรวมตัวกันของกลุ่มแฟนบอลในรูปแบบนี้จะยิ่งแสดงให้เห็นถึงการบริโภคฟุตบอลในฐานะตัวแทนของท้องถิ่นได้ชัดเจนมากขึ้น

แม้ว่าในช่วงหลายปีหลังกาฬจะมีสโมสรประจำจังหวัดต่างๆเกิดขึ้นเกือบทั่วประเทศ แต่บริเวณกรุงเทพฯและปริมณฑลก็ยังเป็นพื้นที่ที่มีสโมสรฟุตบอลอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้เมื่อมีการแข่งขันในระบบเหย้า-เยือน สโมสรประจำจังหวัดต่างๆมักจะต้องเดินทางมาแข่งขันนัดเยือนกับสโมสรบริเวณกรุงเทพฯหลายครั้ง ทำให้เกิดมีการรวมตัวกันของแฟนบอลพลัดถิ่นเพื่อตามเชียร์ในยามที่สโมสรบ้านเกิดมาแข่งขันบริเวณกรุงเทพฯขึ้นมาหลายกลุ่ม

กลุ่มแฟนบอลพลัดถิ่นที่มีการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่นกลุ่มหนึ่งคือกลุ่ม “กว้างกรุง” แฟนบอลสโมสร “เชียงใหม่ ยูไนเต็ด”³⁹ ซึ่งกลุ่มกว้างกรุงมาจากกว้างที่เป็นสัญลักษณ์ของสโมสรและกรุงที่หมายถึงแฟนบอลที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ

39 สโมสรเชียงราย อยู่ในอดีตเป็นสโมสรในระดับไทยพรีเมียร์ลีก ก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ. 2552 โดยมีประธานสโมสรคือมิตติ ดิยะไพรัช ลูกชายของยังยุทธ ดิยะไพรัช นักการเมืองที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงราย



ภาพ 7.2 สัญลักษณ์ของกลุ่มกว๊างกรุง

“เอส” สมาชิกรุ่นก่อตั้งให้ข้อมูลว่า กลุ่มกว๊างกรุงเริ่มก่อตั้งในปีพ.ศ. 2552 เมื่อสโมสรเชียงใหม่เดินทางมาแข่งขันนัดเยือนบริเวณกรุงเทพฯ ชาวเชียงใหม่ที่ย้ายมาอยู่กรุงเทพฯจำนวนหนึ่งได้พบกันที่สนามฟุตบอลแล้วตกลงก่อตั้งกลุ่มเพื่อเป็นศูนย์รวมให้กับแฟนบอลลัดถิ่นชาวเชียงใหม่ขึ้นมา สมาชิกรุ่นก่อตั้งมี 7 คน ทั้งหมดเป็นเพศชาย อายุอยู่ในช่วง 23-32 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน⁴⁰

ปัจจุบันกลุ่มกว๊างกรุงมีสมาชิกที่ร่วมกิจกรรมเป็นประจำประมาณ 100 คน (ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย วัยทำงาน และหลากหลายอาชีพ) รวมถึงชาวเชียงใหม่ลัดถิ่นอีกจำนวนหนึ่งที่แม้ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมกับกว๊างกรุงบ่อยนักแต่ก็มาชมการแข่งขันเมื่อสโมสรเชียงใหม่มาแข่งบริเวณกรุงเทพฯเสมอ ทำให้การแข่งขันนัดเยือนบริเวณเมืองกรุงของสโมสรเชียงใหม่จะมีแฟนบอลเข้าชมจำนวนหลายร้อยคนไปจนถึงพัน กลุ่มกว๊างกรุงมีการติดต่อสื่อสารกันโดยใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมเฟซบุ๊กเป็นหลัก เฟซบุ๊กเพจ “kwangkrung (กว๊างกรุง)” มีผู้กดชื่นชอบ 5,082 คน และเฟซบุ๊กกลุ่ม “ชาวกว๊างกรุง” มีสมาชิก 2,174 คน⁴¹

⁴⁰ เอสระบุว่าอาชีพของสมาชิกรุ่นก่อตั้งทั้ง 7 คนคือ วิศวกรโยธา, วิศวกรคอมพิวเตอร์, ช่างเทคนิคไฟฟ้า, คนขับรถแท็กซี่, เจ้าหน้าที่กบว., พนักงานรถไฟใต้ดิน, และผู้บริหารฝ่ายบุคคล

⁴¹ ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2559, จากเฟซบุ๊กเพจ “kwangkrung (กว๊างกรุง)” ที่ www.facebook.com/kwangkrung-กว๊างกรุง-118654121574504/ และเฟซบุ๊กกลุ่ม “ชาวกว๊างกรุง” ที่ www.facebook.com/groups/kwangkrung

ไม่เพียงรวมตัวกันเพื่อชมการแข่งขันในยามที่สโมสรเชียงรายต้องมาเยือนกรุงเทพฯ เท่านั้น ในกรณีที่สโมสรเชียงรายฯมีการแข่งขันในบริเวณที่ห่างออกไปจากกรุงเทพฯ (เช่นต้องไปแข่งที่จังหวัดบุรีรัมย์) กลุ่มกว้างกรุงก็จะมีการรวบรวมเงินกันเช่าเหมารถตู้หรือรถบัสดูเพื่อไปชมการแข่งขันร่วมกัน หรือนัดพบเพื่อชมการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ร่วมกัน (สมาชิกกว้างกรุงมักนัดพบกันที่ร้านอาหารภาคเหนือที่ชื่อว่า “บ้านคนเมือง”) และในบางกรณีก็จะมีการจัดกิจกรรมพิเศษที่พวกเขาเรียกกันว่า “กว้างปักบ้าน” คือการเช่าเหมารถบัสดูสมาชิกกลับไปชมการแข่งขันที่จังหวัดเชียงราย

นอกจากนี้แล้วพวกเขายังมีกิจกรรมอื่นร่วมกันอีก โดยเฉพาะที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชาวเหนือ เช่นการร่วมกิจกรรม “ตานก๋วยสลากวัดเบญญฯ” ซึ่งเป็นกิจกรรมประจำปีของชาวเหนือที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่วัดเบญจมบพิตรฯ⁴² โดยกลุ่มกว้างกรุงจะรวมกลุ่มกันไปตั้งซุ้มในงานนี้เป็นประจำทุกปี

การปฏิสัมพันธ์ของกว้างกรุงนั้นจะประกอบไปด้วยสิ่งต่างๆที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชาวเหนือเป็นจำนวนมาก ทั้งกิจกรรมเชิงประเพณีที่ทำร่วมกัน ภาษาที่ใช้ ไปจนถึงอาหารการกิน



ภาพ 7.3 ข้อความบนเสื้อของสมาชิกกลุ่มกว้างกรุง

⁴² ชื่อเต็มคือวัดเบญจมบพิตรดุสิตวนารามราชวรวิหาร ตั้งอยู่ในเขตดุสิต กรุงเทพฯ

ภาษาที่กลุ่มกว้างกรุงใช้นั้นแสดงถึงอัตลักษณ์ชาวเหนืออย่างชัดเจน อย่างเช่นสโลแกนประจำกลุ่มที่ว่า “เฮาป่าละกััน” หรือ “ไผ่ป่าม่วน เฮาม่วน” การใช้ “คำเมือง” หรือสำเนียงภาคเหนือนี้ดูจะเป็นจุดร่วมสำคัญของกว้างกรุง ในการพบปะกันของกลุ่มกว้างกรุงนั้นพวกเขาจะพูดกันด้วยคำเมืองเสมอ “น้อย” สมาชิกคนหนึ่งของกลุ่มกว้างกรุงระบุว่า เมื่อย้ายมาใช้ชีวิตอยู่ในกรุงเทพฯ นั้นเขาต้องสื่อสารด้วยสำเนียงกรุงเทพฯ อยู่ตลอด แต่การมาดูฟุตบอลและทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มกว้างกรุงนั้นเขาจะได้พูดคำเมือง ซึ่งทำให้เขามีความสุขที่ได้เจอคนที่พูดภาษาสำเนียงเดียวกัน

เกือบทุกครั้งที่ย้ายมาดูฟุตบอลร่วมกันที่สนามพวกเขามักจะมีการนำเอาอาหารมาทานร่วมกัน ซึ่งส่วนใหญ่อาหารที่พวกเขานำมานั้นก็มักจะเป็นอาหารเหนือ ทั้งที่ซื้อและทำเอง อย่างเช่นขนมจีนน้ำเงี้ยว แคปหมู ไข่อั่ว ไปจนถึงลาบ-หลู้

นอกจากนี้แล้วการรวมกลุ่มกันของกลุ่มกว้างกรุงยังมีส่วนช่วยในการปรับตัวของคนเชียงใหม่ที่ย้ายเข้ามาอยู่ในกรุงเทพฯ “เมฆ” ระบุว่าเดิมเขาอยู่ที่จังหวัดเชียงรายและเป็นแฟนบอลของเชียงรายฯ ต่อมาเมื่อประมาณ 3 ปีก่อนเขาย้ายมาทำงานและเรียนต่อในกรุงเทพฯ ทำให้ได้เข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มกว้างกรุง ซึ่งการเป็นส่วนหนึ่งของกว้างกรุงนี้มีส่วนช่วยเป็นอย่างมากในการปรับตัวและใช้ชีวิตในกรุงเทพฯ เมฆกล่าวว่า “ตอนย้ายมาแรกๆผมไม่ค่อยรู้จักใคร พอได้เจอพี่ๆกว้างกรุงก็เหมือนคนห่าบ้านได้มาเจอกัน รู้สึกดี ได้กินอาหารเหนือ ทำน้ำเงี้ยวมากิน ...ช่วยหลายอย่าง อย่างเรื่องงาน ผมเป็นวิศวกรก่อสร้าง คนที่ทำงานสายเดียวกันก็แชร์งานให้ มาใหม่ๆไม่รู้ทาง จะนั่งแท็กซี่ก็บอกทางไม่ถูก พี่ที่ขับแท็กซี่ก็ช่วยบอกทางบ้าง ไปส่งบ้าง แนะนำหอบ้าง”

ปรากฏการณ์แฟนบอลพลัดถิ่นนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับกลุ่มกว้างกรุงเท่านั้น ด้วยที่สังคมไทยนั้นความเจริญมักกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ ทำให้การเดินทางย้ายถิ่นเข้ามาหาโอกาสในกรุงเทพฯ เกิดขึ้นกับคนหลายภูมิภาค ซึ่งในด้านที่เกี่ยวกับฟุตบอลมันก็ส่งผลให้เกิดแฟนบอลพลัดถิ่นในลักษณะนี้ขึ้นมากับแฟนบอลหลายสโมสรหลายกลุ่ม เช่นกลุ่ม “กู๊ปรีพลัดถิ่น” แฟนบอลสโมสรศรีสะเกษฯ หรือกลุ่ม “ว๊วนบางกอก” แฟนบอลสโมสรสงขลาฯ เป็นต้น

การเคลื่อนย้ายของผู้คนในภาวะโลกาภิวัตน์ทำให้ปรากฏการณ์คนย้ายถิ่นเกิดขึ้นมากและในช่วงหลังปี 2000 เป็นต้นมาปรากฏการณ์แฟนกีฬาย้ายถิ่นก็เป็นประเด็นหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจ

ศึกษามากขึ้น เช่นงานของ Jon Kraszewski ซึ่งศึกษาชาว Pittsburgh ที่ย้ายไปอยู่ในเมือง Fort Worth และพบว่าพวกเขามีการรวมตัวกันไปชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันของสโมสร Pittsburgh Steelers ในสปอร์ตบาร์และมักจะดื่มเฉพาะเบียร์ที่ผลิตในเมือง Pittsburgh เท่านั้น Kraszewski เสนอว่าลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการพยายามยึดโยงตนเองเข้ากับรากเหง้าเดิมของคนย้ายถิ่นโดยมีการเชียร์กีฬาเป็นสื่อกลาง (Kraszewski 2008: 139-157) หรือ Richard Giulianotti and Roland Robertson (2006: 171-198) ที่ศึกษาแฟนบอลชาวสกอตแลนด์ที่ย้ายไปอยู่อเมริกาเหนือแล้วเสนอว่าการเป็นแฟนกีฬาเป็นพื้นที่สำคัญอันหนึ่งในการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์เดิมและอัตลักษณ์เดิมนั้นจะยิ่งถูกแสดงออกอย่างเข้มข้นขึ้น โดยชาวสกอตแลนด์ที่พวกเขาศึกษานั้นมีลักษณะความเป็นชาตินิยมมากกว่าชาวสกอตแลนด์ในประเทศ กรณีที่ชัดเจนคือ แฟนบอลสโมสร Glasgow Celtic กับ Glasgow Rangers ที่ปกติแล้วจะมีความเป็นอริต่อกันมาก แต่เมื่อย้ายไปอยู่อเมริกาเหนือแล้วพวกเขาจะลดความเป็นอรินั่นลงและเชียร์ทีมชาติสกอตแลนด์ร่วมกัน

การเกิดขึ้นของกว้างกรุงและแฟนบอลพลัดถิ่นกลุ่มต่างๆไม่เพียงสะท้อนถึงความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาในสังคมไทย ในอีกส่วนหนึ่งมันยังแสดงให้เห็นการปรับตัวของคนย้ายถิ่นที่พยายามยึดโยงตนเองเข้ากับบ้านที่จากมาผ่านการเป็นแฟนบอล และยังพวกเขาแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์เดิมอย่างเข้มข้นเพียงใด มันก็ยังแสดงให้เห็นถึงการบริโภคฟุตบอลในฐานะตัวแทนของท้องถิ่น (ที่พวกเขาจากมา) มากขึ้นไปด้วย

ทั้งกรณีของแฟนสโมสรท่าเรือและแฟนสโมสรเชียงรายของกลุ่มกว้างกรุงนี้ต่างแสดงให้เห็นถึงลักษณะสำคัญประการหนึ่งของการบริโภคฟุตบอลไทย ที่ความเป็นตัวแทนท้องถิ่นของสโมสรฟุตบอลเป็นปัจจัยสำคัญในการบริโภคฟุตบอล ทั้งในแง่ของท้องถิ่นที่พวกเขาอาศัยอยู่ ไปจนถึงท้องถิ่นเดิมที่พวกเขายึดโยงตัวเองเอาไว้

7.3.2. การบริโภคฟุตบอลในฐานะชุมชนรูปแบบใหม่

การเกิดขึ้นมาของความนิยมในฟุตบอลไทยได้สร้างลักษณะการติดตามชมฟุตบอลในอีกรูปแบบหนึ่งขึ้นมาคือการไปชมการแข่งขันที่สนามฟุตบอล ซึ่งกิจกรรมที่แฟนบอลทำที่สนามฟุตบอลนั้นก็ไม่ได้มีเฉพาะการดูเกมการแข่งขันเท่านั้น แต่ก่อให้เกิดกิจกรรมทั้งในและนอกสนามอีกเป็น

จำนวนมาก และผลผลิตที่สำคัญประการหนึ่งคือมันทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างแฟนบอล ทั้งที่รวมตัวกันแบบหลวมๆผ่านความสัมพันธ์แบบเพื่อน ไปจนถึงการรวมตัวกันโดยมีชื่อหรือสัญลักษณ์ประจำกลุ่มที่ชัดเจน อย่างเช่นสโมสรเมืองทองฯมีแฟนบอลกลุ่มอุลตราเมืองทอง และ N-zone สโมสรท่าเรือฯมีแฟนบอลกลุ่มสิงห์โชนซีพันธุ์ดุ, สิงห์พระนคร, และ ULTRAS HELLGATE สโมสรเชียงใหม่มีแฟนบอลกลุ่มหมาเห่าใบตองแห้งและช้างพลาย เป็นต้น ซึ่งการรวมตัวกันในลักษณะดังกล่าวนี้ทำให้เกิดลักษณะของ “ชุมชน” รูปแบบหนึ่ง หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นชุมชนแฟน (fan communities) ขึ้นมา

โดยปกติแล้วการแข่งขันฟุตบอลจะกินเวลาตั้งแต่เริ่มเช็กลูกจนหมดเวลาประมาณ 2 ชั่วโมง แต่สำหรับแฟนบอลไทยแล้วพวกเขาใช้เวลาพบปะกันยาวนานกว่านั้นมาก พวกเขามักจะมาที่สนามประมาณ 2-3 ชั่วโมงก่อนการแข่งขันจะเริ่ม และหลังจบการแข่งขันแล้วก็อาจมีการสังสรรค์ร่วมกันต่ออีกหลายชั่วโมง หากพิจารณาตามเวลาแล้ว การชมการแข่งขันในสนามเป็นเพียงส่วนน้อยในกิจกรรมของแฟนบอลเท่านั้น

การรวมกลุ่มร่วมดื่มกินกันเป็นพื้นที่สานสัมพันธ์ที่สำคัญของแฟนบอล อย่างเช่นในกรณีของแฟนท่าเรือฯ ก่อนเริ่มการแข่งขันประมาณ 2-3 ชั่วโมง แฟนท่าเรือจะจับกลุ่มกันสังสรรค์ดื่มกินอยู่ทางด้านเหนือของสนาม บริเวณนั้นจะมีร้านค้าแผงลอยจำนวนมากวางจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม บางร้านมีการนำโต๊ะ-เก้าอี้พับมาวางให้ลูกค้าได้นั่ง เมื่อรวมกับชุดโต๊ะหินอ่อนที่มีอยู่ก่อนแล้ว บริเวณนั้นก็มิได้มีลักษณะไม่ต่างจากลานเบียร์ แฟนท่าเรือมักเรียกลานนี้ว่า “สนามเปตอง” เพราะมีสนามเปตองอยู่ หลังจบการแข่งขันพวกเขาก็มักจะออกมาร้องเพลงและสังสรรค์ต่อที่สนามเปตองนี้อีกระยะหนึ่ง การจับจ่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นไปอย่างคึกคัก เมื่อขึ้นไปบนอัฒจันทร์แล้วแฟนบอลจะร้องเพลงเชียร์และจดจ่ออยู่กับการแข่งขันจนไม่ได้พูดคุยกันมากนัก ดังนั้นแล้วลานเบียร์ที่สนามเปตองจึงเป็นพื้นที่ปฏิสัมพันธ์ต่อกันที่สำคัญของแฟนท่าเรือ การดื่มเบียร์ร่วมกันเป็นกิจกรรมหลักอีกกิจกรรมหนึ่งของแฟนบอลอย่างแทบจะเรียกได้ว่าไม่แพ้การดูฟุตบอลเลย แฟนบอลหลายคนอธิบายการดื่มเบียร์ที่สนามฟุตบอลของตัวเองในเชิงติดตลกว่า “ไม่แน่ใจเหมือนกันว่ามาดูบอลหรือมากินเบียร์” ในวันที่มีการแข่งขันทุกครั้ง ผู้วิจัยพบว่าจนกระทั่งการแข่งขันในสนามเริ่มไปแล้วแต่ที่ลานสนามเปตองด้านนอกสนามยังเต็มไปด้วยแฟนบอลจำนวนมาก และบางครั้งก็พบว่าแฟนบอลบางส่วนที่ติดลมกับการตั้งวงดื่มกินจนไม่ได้เข้าไปในสนามเลยจนการแข่งขันจบ

ในอีกส่วนหนึ่ง แฟนบอลไทยยังมักจะมีการรวมตัวกันเพื่อไปชมการแข่งขันนัดเยือน ซึ่งหากสนามของคู่แข่งไม่ได้อยู่ไกลมากนักก็อาจไป-กลับได้ภายในวันเดียวกัน แต่ถ้าเป็นสนามที่อยู่ต่างจังหวัดไกลออกไปก็อาจต้องค้างคืนและใช้เวลาหลายวัน



ภาพ 7.4 การไปดูนักฟุตบอลฝึกซ้อมในช่วงเย็นของแฟนบอลท่าเรือฯ

นอกจากนี้แล้วในวันที่ไม่มีการแข่งขันแฟนบอลก็มักจะมีการนัดหมายทำกิจกรรมร่วมกันอีก เช่นการไปดูนักฟุตบอลฝึกซ้อมในช่วงเย็นของแต่ละวัน การนัดหมายผลิต/ซ่อมแซมอุปกรณ์เชียร์ ไปจนถึงกิจกรรมประจำปีอย่างเช่นการไปออกค่ายพักแรมร่วมกัน

สำหรับแฟนบอลกลุ่มกว้างกรุงแล้ว การไปที่สนามฟุตบอลนั้นเป็นโอกาสอันดีที่คนไกลบ้านจะได้มาพบปะสานสัมพันธ์กัน พวกเขาจึงมักจะทำกิจกรรมอื่นๆนอกจากการดูฟุตบอลด้วย กิจกรรมที่กว้างกรุงทำเป็นประจำอย่างต่อเนื่องคือการเล่น “ฟุตบอลแฟนคลับ” โดยทุกครั้งทีสโมสรเชียงใหม่รายมาเยือนบริเวณกรุงเทพฯ กลุ่มกว้างกรุงจะติดต่อกับแฟนบอลสโมสรคู่แข่งเพื่อนัดหมายส่งตัวแทนแฟนบอลมาเล่นฟุตบอลร่วมกันในช่วงบ่าย ก่อนที่ทั้งสองสโมสรจะแข่งกันจริงๆในช่วงเย็น



ภาพ 7.5 การเล่นฟุตบอลแฟนคลับของกว้างกรุง

ในการทำงานภาคสนามครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นัดหมายกับกลุ่มกว้างกรุงเพื่อที่จะเก็บข้อมูลกิจกรรมที่พวกเขาทำ โดยวันนั้นเป็นวันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ.2558 ซึ่งสโมสรเชียงรายจะเดินทางมาแข่งกับสโมสรเมืองทองฯที่เอสซีจี สเตเดียมในเมืองทองธานี โดยการแข่งขันจะเริ่มเวลา 19.00 น. แต่สมาชิกของกว้างกรุงบอกให้ผู้วิจัยไปที่สนามตั้งแต่บ่ายโมง เพราะจะมีการเล่นฟุตบอลแฟนคลับระหว่างกว้างกรุงกับแฟนเมืองทองฯที่สนามหญ้าเทียมซึ่งอยู่ติดกับเอสซีจี สเตเดียม เมื่อไปถึงตามเวลานัด พบว่ามีแฟนเมืองทองฯจำนวนหนึ่งและกลุ่มกว้างกรุงอีกประมาณ 30-40 คนมาเตรียมพร้อมที่สนามแล้ว หลังทักทายกันเล็กน้อย ทั้งสองฝ่ายก็ส่งตัวแทนลงเล่นฟุตบอลแฟนคลับ บรรยากาศการเล่นฟุตบอลแฟนคลับเป็นไปอย่างสบายๆ คนที่ไม่ได้ลงเล่นก็นั่งอยู่ข้างสนามและตะโกนเชียร์คนที่ลงเล่นอยู่เป็นระยะ การแข่งไม่ได้มีกฎกติกาที่เข้มงวด สามารถเปลี่ยนตัวผู้เล่นเข้า-ออกได้อย่างไม่จำกัดเพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมและไม่ให้เหนื่อยเกินไป ระหว่างที่ในสนามกำลังเตะฟุตบอลกันอยู่ คนที่นั่งอยู่ข้างสนามก็ไม่ได้สนใจการแข่งขันมากนัก มีการจับกลุ่มพูดคุยถามถึงสารทุกข์สุกดิบทั้งในกลุ่มกว้างกรุงเองรวมถึงกับแฟนเมืองทองฯด้วย การเล่นฟุตบอลแฟนคลับดูจะไม่ได้มีจุดมุ่งหมายที่การเล่นฟุตบอลโดยตัวมันเองเท่ากับการได้สร้างพื้นที่พบปะกันระหว่างแฟนบอล

หลังจากเล่นฟุตบอลแฟนคลับเสร็จ ประมาณบ่ายสามโมงกลุ่มกว้างกรุงก็เปลี่ยนชุดและมานั่งจับกลุ่มรวมกัน 2-3 กลุ่มเพื่อทานอาหารและดื่มกินร่วมกัน แฟนบอลบางคนเตรียมอาหารมา บางคน

ซื้อเครื่องดื่ม (ซึ่งรวมไปถึงเบียร์) มาล้อมวงดื่มกินกันเพื่อรอเวลาที่ฟุตบอลจะเริ่มแข่งตอน 19.00 น. ตลอดเวลาช่วงบ่ายนี้พวกเขาพูดคุยกันหลายเรื่อง ตั้งแต่เรื่องฟุตบอลแฟนคลับ การแข่งของสโมสร ชีวิตการทำงานในช่วงสัปดาห์ที่ผ่านมา ไปจนถึงการปรึกษาปัญหาหัวใจของสมาชิกในกลุ่ม สมาชิก กว่างกรุงคนหนึ่งอธิบายถึงการรวมกลุ่มของพวกเขาว่า “คนบ้านนอกเข้ากรุงนั้นแหละครับ ตัวคนเดียว และโดดเดี่ยว หาที่พึ่งยาก เราสร้างจุดศูนย์กลางให้กับคนเหล่านั้น เรียกรถแท็กซี่ หาหอ ดิวหนังสือ สอบ ร้านอาหารเหนือ”⁴³ แม้แต่การยืมเงินในยามขัดสน เป็นความไว้วางใจ ความเชื่อที่หาได้ยากมาก ให้ปัจจุบัน เป็นบ้านหลังเล็กๆ นอกเหนือจากความบันเทิงในการดูกีฬา”

กิจกรรมที่กว้างกรุงทำร่วมกันเป็นจำนวนมากทำให้พวกเขามองมันเสมือนเป็นบ้านหลังหนึ่ง สำหรับ “คนบ้านนอกเข้ากรุง” อย่างพวกเขา เอส สมาชิกรุ่นแรกของกว้างกรุงให้ข้อมูลว่า เขาเคย บันทึกจำนวนครั้งของกิจกรรมที่พวกเขาทำร่วมกันในช่วงปีแรกของการก่อตั้งกลุ่ม (ประมาณปี 2552-2553) ปรากฏว่านอกจากดูบอลด้วยกันแล้วพวกเขายังนัดพบกันนอกกรอบอีกมากถึง 78 ครั้ง

ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มเป็นสิ่งที่แฟนบอลไทยให้ความสำคัญมาก บางครั้งอาจมากเกินไป มากกว่าการได้ไปชมการแข่งขันที่สนาม ช่วงหนึ่งของการเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยรู้จักกับแฟนบอลไทย กลุ่มหนึ่ง ในช่วงแรกความสัมพันธ์ในกลุ่มเป็นไปอย่างดี พวกเขาดูสนิทสนมและมีกิจกรรมร่วมกันอยู่ บ่อยๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล กระทั่งวันหนึ่ง สมาชิกในกลุ่มสองคนมีเรื่องผัดใจกัน หนึ่งในนั้นโทรศัพท์มาหาผู้วิจัย เขาบอกว่า เขาโทรมาเพื่อบอกลา เขาจะไม่ไปที่สนามอีกแล้ว เพราะเขารู้สึก ลำบากใจที่จะไปเจอหน้าอีกฝ่ายที่เขาผัดใจด้วย ผู้วิจัยถามว่า “ทำไมละ โกรธกันก็มาที่สนามได้นี่ พี่ก็ มาดูบอลไป ไม่เห็นเกี่ยวกันเลย” เขาตอบกลับมามีว่า “คุณจะให้ผมไปนั่งดูบอลคนเดียวหรือไง” เหตุการณ์นี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างแฟนบอลได้อย่างชัดเจน

กิจกรรมที่แฟนบอลบอลไทยทำร่วมกันเป็นจำนวนมากทั้งในและนอกสนามแสดงให้เห็นถึงความ ต้องการความสัมพันธ์ทางสังคมของพวกเขา ในด้านหนึ่งมันสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของ แฟนบอลที่ส่วนใหญ่เป็นผู้อาศัยอยู่ในเมืองและทำงานประจำ ซึ่งการใช้ชีวิตในสังคมเมืองและงาน ประจำที่การทำงานแยกขาดออกจากชีวิตประจำวัน ก็ทำให้พวกเขาก้าวเข้าสู่วิถีชีวิตแบบสมัยใหม่ที่ ความสัมพันธ์เชิงจารีตถูกลดบทบาทลงไป ชุมชนแฟนกีฬาจึงทำหน้าที่เสมือนเป็น “เผ่าใหม่” (neo-

⁴³ ในวันที่ไม่ได้ไปสนามฟุตบอล กว่างกรุงมักจะนัดพบกันเป็นประจำที่ร้านอาหารเหนือแห่งหนึ่งบริเวณรามคำแหงชื่อ “บ้านคน เมือง”

tribe) ที่แฟนกีฬาสร้างขึ้นและบริโภคเพื่อชดเชยความต้องการที่ขาดหาย (Crawford 2004: 64) ดังที่พวกเขานิยามความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนว่าเป็นครอบครัว หรือกล่าวในอีกแบบได้ว่ามันทำให้เกิดชุมชนบนฐานของการเป็นแฟนบอลขึ้นมา ซึ่งนับได้ว่าเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่แฟนบริโภคนอกเหนือไปจากการดูฟุตบอลในสนามด้วย

7.3.3. การบริโภคฟุตบอลในฐานะพื้นที่ของผู้ชาย

ลักษณะประการหนึ่งของวัฒนธรรมแฟนบอลที่คล้ายกันในหลายสังคมคือการเป็นพื้นที่ของผู้ชาย แฟนบอลโดยส่วนมากมักจะเป็นเพศชาย ซึ่งในสังคมไทยเองก็เช่นกัน เดิมทีการติดตามฟุตบอลต่างประเทศก็เป็นที่นิยมในเพศชายเป็นหลักอยู่ก่อนแล้ว เมื่อฟุตบอลไทยเติบโตขึ้นมาและเกิดพื้นที่พบปะกันของแฟนบอล เพศชายจึงเป็นประชากรกลุ่มหลักที่เข้ามาครอบครองพื้นที่นี้

แฟนบอลที่แสดงถึงการเป็นพื้นที่ของผู้ชายได้ดีคือแฟนบอลท่าเรือ แฟนท่าเรือส่วนมากเป็นเพศชายวัยทำงาน มีทั้งที่โสดและแต่งงาน แต่ส่วนใหญ่จะมาที่สนามเพียงคนเดียว มีเพียงไม่กี่คนที่พาภรรยาหรือลูกมาที่สนามด้วย ส่วนเพศหญิงซึ่งมีไม่มากนักก็มักจะมากับครอบครัวหรือแฟน⁴⁴

“จ๊ิบ” ภรรยาของแฟนบอลคนหนึ่งบอกกับผู้วิจัยว่า ในช่วงที่สามีของเธอเริ่มมาที่สนามของท่าเรือ นั้นเธอมักจะมาด้วยเสมอ แต่หลังจากนั้นเธอก็ค่อยๆ มาที่สนามน้อยลง ปล่อยให้สามีมาเพียงคนเดียว เนื่องจากเธอรู้สึกว่าที่สนามฟุตบอลนั้นเต็มไปด้วยผู้ชายและบทสนทนาหรือกิจกรรมที่ทำร่วมกัน นั้นก็มักจะเป็น “อะไรแบบผู้ชาย” ทำให้เธอไม่มีบทบาทและรู้สึกร่วมไปด้วยมากนัก จึงรู้สึกไม่สะดวกใจในการมาที่สนาม จ๊ิบอธิบายถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มแฟนบอลที่สามีเธอคบหาอยู่ว่า “เป็นเหมือนการรวมกลุ่มเล่นกันแบบเด็กผู้ชาย”

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าการดื่มเป็นกิจกรรมที่แฟนบอลทำร่วมกันอยู่เสมอ ซึ่งมันก็แสดงถึงความเป็นพื้นที่ของผู้ชายได้เป็นอย่างดี ในหลายๆ สังคมรวมถึงไทยนั้น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์หนึ่งของความเป็นชาย โดยเฉพาะการคบค้าสมาคมในกลุ่มเพศชายที่มักจะมีแอลกอฮอล์เป็นสื่อกลาง (พร้อมกับกันเพศอื่นออกไป) อยู่เสมอ (นวพรรณ 2553: 21-24, 108-109) ซึ่งผู้หญิงที่พอจะพบได้

⁴⁴ อย่างไรก็ดี ในช่วง 1-2 ปีหลังมานี้พบว่าผู้หญิงมาที่สนามฟุตบอลเยอะขึ้น ทั้งที่สนามของท่าเรือและสโมสรอื่นๆ (โดยเฉพาะทีมชาติ) เสียงในสนามก็เริ่มเป็นเสียงกรี๊ดของผู้หญิงมากขึ้น

บ้างที่สนามทำเรื่อนั้นถ้าไม่ได้มากับแฟนหรือครอบครัวก็มักจะเป็นผู้หญิงที่สามารถร่วมดื่มเบียร์กับกลุ่มผู้ชายรวมไปถึงมีการแสดงออกในลักษณะที่ “ห้าว” กว่าผู้หญิงโดยทั่วไป อาจมองได้ว่าโดยมากแล้วผู้หญิงที่จะเข้าไปในพื้นที่ของสนามฟุตบอลนี้ได้ถ้าไม่มีผู้ชายเป็นสื่อกลางก็ต้องเป็นผู้หญิงที่มีความเป็นชายแบบใดแบบหนึ่งอยู่ด้วย

แฟนท่าเรือที่มีพื้นเพเป็นชาวคลองเตยมักจะให้เหตุผลว่าที่เขามาเชียร์ท่าเรือเพราะเป็นสโมสรฟุตบอลประจำถิ่น ขณะที่แฟนท่าเรืออีกส่วนหนึ่งซึ่งไม่ได้มีพื้นเพเป็นชาวคลองเตยจะให้เหตุผลหลายอย่างซ้อนๆกันไป บางคนระบุว่าเพราะเป็นสโมสรฟุตบอลไทยที่เก่าแก่ บางคนก็บอกว่าเพราะชอบที่เดินทางสะดวก แต่ถึงที่สุดแล้วเกือบทั้งหมดจะมีคำอธิบายร่วมกันอยู่ชุดหนึ่งว่าเพราะชอบบรรยากาศการเชียร์ของแฟนท่าเรือ ซึ่งหากมองความเป็นชายในฐานะที่เป็นสิ่งประกอบสร้างที่ต้องแสดงออกมาแล้ว บรรยากาศที่มาจากการแสดงออกของแฟนบอลนี้เป็นส่วนที่เผยให้เห็นถึงลักษณะของความ เป็นชายได้อย่างดี

การแสดงออกของแฟนท่าเรือด้านหนึ่งอันเป็นที่รับรู้กันในกลุ่มแฟนบอลไทยคือความ “ดุดัน” โดยแฟนบอลท่าเรือมักจะไม่วิ่งเพลงเชียร์ตลอดเวลาอย่างที่เป็นที่นิยมทำกัน แต่จะมีการตะโกนแนะนำนักฟุตบอล โห่ฮา คำ หรือแสดงความไม่พอใจต่อผลการตัดสินที่ขัดใจอย่างตรงไปตรงมาตลอดการแข่งขัน แฟนบอลที่อัฒจันทร์ฝั่งหลังประตูจะส่งเสียงรบกวนผู้รักษาประตูของฝ่ายตรงข้ามตลอดเวลาแม้จะไม่มีการเล่นลูกฟุตบอลบริเวณนั้น ส่วนอัฒจันทร์ที่ขนาบไปตลอดแนวริมเส้นข้างสนามก็จะมีแฟนบอลคอยส่งเสียงรบกวนเมื่อนักฟุตบอลฝ่ายตรงข้ามเข้ามาใกล้เสมอ “คำหยาบ” ดูจะไม่ใช่ว่าจะต้องห้ามสำหรับแฟนท่าเรือ พวกเขาอาจจะอธิบายตัวเองว่าเป็นแฟนบอลที่ “อิน” หรือมีอารมณ์ร่วมไปกับการแข่งขัน แฟนบอลสโมสรอื่นมักจะตะโกน “ชี้โกง ชี้โกง” แต่แฟนท่าเรือจะพร้อมใจกันตะโกนว่า “ไอ้เหี้ย ไอ้เหี้ย” ด้วยเสียงที่ดังและถี่กว่าแฟนทีมอื่นๆมาก (ซึ่งเป็นการผิดกฎของฝ่ายจัดการแข่งขันและทำให้สโมสรโดนลงโทษ)

ความรุนแรงในสนามก็เป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกในแง่เดียวกัน แม้ภาพลักษณ์ทางลบของแฟนบอลท่าเรือที่ถูกรับรู้จากสังคมภายนอกจะมีลักษณะเป็นมายาคติที่ดูรุนแรงเกินจริง แต่ถึงที่สุดแล้วแฟนท่าเรือก็ยังนับได้ว่ามีส่วนในความรุนแรงที่เกิดขึ้นมากที่สุดเมื่อเทียบกับสโมสรอื่นๆ ความรุนแรงที่เกิดขึ้นนี้มีทั้งการขว้างปาสิ่งของลงไปในสนาม การทำลายทรัพย์สิน การขว้างปาสิ่งของใส่แฟนบอลฝ่ายตรงข้าม ไปจนถึงการชกต่อยทะเลาะวิวาท โดยแฟนท่าเรือมักจะอธิบายในแง่ที่ว่า

เพราะถูกกระทำอย่างไม่ยุติธรรมจากผู้ตัดสิน (ในกรณีที่ทำร้ายผู้ตัดสิน) เพราะถูกแฟนบอลฝ่ายตรงข้ามทำร้ายก่อน หรือทำไปเพื่อปกป้องเพื่อน

ลักษณะดังกล่าวทำให้สนามฟุตบอลเป็นเสมือนพื้นที่พิเศษที่แฟนบอลสามารถแสดงออกซึ่งความเป็นชายได้มากกว่าพื้นที่หรือเวลาอื่นๆ แฟนบอลทำเรื่องบางคนอธิบายกับผู้วิจัยถึงการแสดงออกที่เปลี่ยนไปของเขาที่สนามฟุตบอลว่า “ถ้าแฟนผมมาเห็นผมที่สนามเขาคงแปลกใจ ปกติผมไม่ได้เป็นแบบนี้” หรือกระทั่งบางคนก็อธิบายได้อย่างเห็นภาพว่า “ไปสนามแล้วเหมือนน้องคิง”



ภาพ 7.6 กว่างกรุงนำผู้มาทานร่วมกัน

การเป็นพื้นที่ของผู้ชายดังที่กล่าวมาไม่ได้เป็นลักษณะเฉพาะของแฟนบอลท่าเรือเท่ากับที่มันเป็นลักษณะร่วมซึ่งพบได้ในแฟนบอลโดยรวม ซึ่งก็รวมไปถึงคนไทยที่นิยมฟุตบอลต่างประเทศด้วย อย่างเช่นวัฒนธรรมการดื่มเบียร์-ดูบอลที่พบได้ในร้านอาหารทั่วไป อย่างไรก็ตามในกรณีของแฟนบอลไทยซึ่งมีกิจกรรมจำนวนมากนั้น ความเป็นชายนี้ก็อาจแสดงออกได้อย่างหลากหลาย รวมถึงแสดงออกภายใต้สัญญาณเฉพาะบางชุดได้ด้วย อย่างเช่นกรณีของกลุ่มกว้างกรุงในช่วงของร่วมดื่มกินกันนั้น พวกเขาจะนำเอาลาบดิบหรือหู้ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของ “ลูกผู้ชายล้านนา” มาทานร่วมกัน

แม้จะเป็นพื้นที่ที่พักผ่อนหย่อนใจที่ใคร (ที่มีกำลังซื้อ) ก็สามารถเข้าร่วมได้ แต่ถึงที่สุดแล้วกลุ่มที่เข้ายึดครองสนามของการเป็นแฟนบอลไทยก็คือผู้ชาย ในส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการหัดทางวัฒนธรรมในฟุตบอลที่ถูกจัดให้เป็นกิจกรรมของผู้ชายอยู่ก่อนแล้ว ในอีกส่วนหนึ่งอาจมองได้ว่ามันเป็นความพยายามของผู้ชายที่จะหาพื้นที่ของตนเอง ภายใต้ภาวะปัจจุบันที่เพศหญิงมีการศึกษาและ

หน้าที่การงานดีขึ้นจนเปิดรับให้ผู้ชายตกต่ำลง (อรรถจักร 2556) สำหรับแฟนบอลไทยที่ไม่ได้มีสถานะทางการศึกษาหรือหน้าที่การงานสูงมากนัก (แต่ก็ไม่ได้ต่ำ) พื้นที่พักผ่อนหย่อนใจของผู้ชายนี้จึงอาจจะพอดแทนพื้นที่ทางการงานที่พวกเขาารู้สึกว่าถูกเบียดขับไปได้บ้าง หรือกล่าวในอีกแบบหนึ่งได้ว่าการบริโภคฟุตบอลไทยของชายไทยนั้นมีความหมายสำหรับพวกเขาในแง่ที่ว่ามันคือพื้นที่ของผู้ชาย

7.3.4. การบริโภคฟุตบอลในฐานะพื้นที่แสดงออก

ความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระแสฟุตบอลไทยช่วง 6-7 ปีหลังมานี้คือการที่แฟนบอลมีส่วนร่วมในการสร้างอัตลักษณ์ของสโมสรทั้งผ่านการแสดงออกในสนาม การผลิตเสื้อผ้าว-เครื่องใช้ด้วยตนเอง ไปจนถึงการผลิตสื่ออย่างเช่นเพชฌัญญูเพจหรือรายการโทรทัศน์ออนไลน์ทางเว็บไซต์ยูทูบ ซึ่งนอกจากการแสดงอัตลักษณ์ของตนเองแล้วแฟนบอลแต่ละสโมสร/กลุ่มก็มีประเด็นที่ให้ความสำคัญต่างกันไป

สำหรับแฟนท่าเรือประเด็นที่พวกเขาให้ความสำคัญคือการพยายามลบภาพประทับของการเป็นแฟนบอลที่รุนแรง ในด้านหนึ่งการเป็นแฟนท่าเรือนั้นเป็นการแสดงออกซึ่งความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของชาวคลองเตย (พร้อมๆไปกับแฟนท่าเรือนอกคลองเตยที่ร่วมใช้อัตลักษณ์นั้น) แต่ในอีกด้านหนึ่งภาพประทับของแฟนท่าเรือประการหนึ่งคือภาพของความรุนแรง ซึ่งมันก็ผูกอยู่กับภาพประทับที่คนภายนอกมีต่อชุมชนคลองเตยด้วย ดังที่แฟนท่าเรือคนหนึ่งเคยบันทึกกับผู้วิจัยในเชิงน้อยใจว่า เมื่อไปโรงเรียน (ที่ไม่ได้อยู่ในคลองเตย) เขามักจะถูกมองจากเพื่อนในแง่ที่ไม่ดีนักเพราะเขามาจากสลัมคลองเตย และยิ่งเมื่อมีข่าวเกี่ยวกับความรุนแรงของแฟนบอลท่าเรือก็ยิ่งทำให้เขาถูกมองในแง่ลบจากคนรอบข้างมากขึ้น

จากภาพประทับดังกล่าวทำให้แฟนท่าเรือจำนวนมากพยายามที่จะมีส่วนร่วมในการช่วยสโมสรป้องกันความรุนแรง การขว้างปาสิ่งของลงสนาม รวมทั้งรณรงค์เรื่องการงดสูบบุหรี่บนอัฒจันทร์ (ก่อนหน้านี้บนอัฒจันทร์ของท่าเรือจะมีควันโขมงอยู่ตลอดเวลา) ทั้งการแจกใบปลิว รณรงค์เดินขบวนรอบสนาม ทำป้ายติดในสนาม และประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์

ผลจากความพยายามดังกล่าวทำให้ในฤดูกาล 2558 ที่ผ่านมานั้นสโมสรท่าเรือถูกปรับจากการทำผิดกฎน้อยเป็นลำดับต้นๆของลีก ต่างจากปีก่อนๆที่มักจะถูกปรับเงินมากที่สุดในลีกปีละหลาย

แสนไปจนถึงด้านบาท ส่วนการสูบบุหรี่ก็แทบจะไม่มีให้เห็นบนฉดมจันทรแล้ว เกิดเป็นเสมือนข้อตกลงร่วมกันอย่างไม่เป็นทางการอันหนึ่งซึ่งแฟนบอลจะย้ายไปสูบบุหรี่ที่บริเวณริมฉดมจันทรที่ไม่รบกวนแฟนบอลคนอื่นๆแทน

นอกจากนี้แล้วแฟนบอลท่าเรือก็ยังมีส่วนในการสื่อสารเรื่องราวของตนเองออกไปยังคนภายนอกผ่านการทำสื่อเผยแพร่ตามโลกออนไลน์ อย่างเช่นกลุ่มสิงห์พระนครที่นอกจากจะทำเฟซบุ๊กเพจแล้วพวกเขายังมีการรวมตัวกันทำรายการโทรทัศน์ออนไลน์ชื่อ Singhphanakon on TV เผยแพร่ทางเว็บไซต์ยูทูบเป็นประจำ⁴⁵ โดยปัจจุบันทำออกมาแล้ว 73 ตอน เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสโมสรและแฟนบอลท่าเรือ ทั้งบรรยายากาศการเชียร์ฟุตบอลที่สนามไปจนถึงกิจกรรมอื่นๆที่แฟนบอลทำร่วมกัน “อาร์ท” หนึ่งในทีมงานบอกว่า กลุ่มสิงห์พระนครนี้เป็นการรวมตัวกันของแฟนท่าเรือที่เป็นชาวคลองเตยกับที่อื่นๆที่นอกจากจะดูฟุตบอลร่วมกันแล้วยังต้องการเผยแพร่เรื่องราวของแฟนบอลท่าเรือให้คนอื่นได้รู้จักพวกเขามากขึ้นด้วย

การผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่อัตลักษณ์ของแฟนท่าเรือที่น่าสนใจอันหนึ่งคือเฟซบุ๊กเพจที่ชื่อ “ที่นี่ท่าเรือ Humans Of ThaiPort”⁴⁶ โดยเนื้อหาของเพจจะเป็นการนำเสนอภาพเดียวของแฟนท่าเรือแต่ละคนพร้อมกับบทสัมภาษณ์สั้นๆ “ไนต์” ผู้ทำเพจนี้บอกกับผู้วิจัยว่า เขาได้รับแรงบันดาลใจมาจากเพจอันหนึ่งที่ชื่อว่า Humans of New York⁴⁷ โดยเขามองว่าแฟนท่าเรือมีบุคลิกที่หลากหลายน่าสนใจ ทั้งที่แสดงออกผ่านการแต่งกายหรือคำพูด เขาจึงชวนเพื่อนที่เป็นแฟนท่าเรือด้วยกันทำเพจนี้ขึ้นมา

⁴⁵ ดูได้ที่ <https://www.youtube.com/channel/UC6TkWLk6xqWeDsWT2lY6KYw>

⁴⁶ ดูได้ที่ www.facebook.com/humansofthaipor

⁴⁷ Humans of New York เป็นเพจภาษาอังกฤษที่นำเสนอเรื่องราวชีวิตที่หลากหลายของชาวนิวยอร์กผ่านภาพถ่ายประกอบบทสัมภาษณ์สั้นๆ, ดูได้ที่ www.facebook.com/humansofnewyork



ภาพ 7.7 ตัวอย่างภาพจากเพจ “ที่นี่ท่าเรือ Humans Of ThaiPort”

โน้ตบอกว่าเขาและเพื่อนๆ ไม่ได้เป็นคนคลองเตย แต่เมื่อมาเชียร์ท่าเรือแล้วก็รู้สึกร่วมไปกับคนคลองเตยด้วย พวกเขามักจะทำสติ๊กเกอร์คำว่า Klongtoey มาแจกให้กับแฟนบอลท่าเรือ พร้อมทั้งทำเสื้อที่มีคำว่า Klongtoey ออกขาย โดยหักรายได้ไปซื้อลูกฟุตบอลมอบให้กับศูนย์เด็กเล็กในชุมชน พร้อมทั้งระบุว่ามีการจะทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับชุมชนคลองเตยในอนาคตอีก โน้ตบอกว่า “ผมไม่ใช่คนคลองเตย แต่ผมมาเชียร์ท่าเรือที่เป็นของคนคลองเตย ถ้าผมจะทำอะไรก็อยากจะทำให้คนคลองเตย”

แฟนท่าเรือสามารถใช้การเป็นแฟนบอลเป็นพื้นที่สร้างตัวตนอย่างที่เขาจินตนาการถึง และยังเมื่อสโมสรฟุตบอลผูกอยู่กับท้องถิ่น มันก็มีศักยภาพในการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ๆ ให้กับท้องถิ่นได้ด้วยการแสดงออกในสนามหรือสื่อที่เทคโนโลยีปัจจุบันเอื้อต่อการร่วมสร้างเนื้อหาจากคนทั่วไปได้ง่ายขึ้น ไม่เพียงเท่านั้น ในอีกส่วนหนึ่งการเป็นแฟนบอลยังเป็นพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างคนในท้องถิ่นกับ “คนนอก” เข้าด้วยกัน

สำหรับกว้างกรุงแล้ว การแสดงออกของพวกเขาดูจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารถึงคนภายนอกเท่ากับสื่อสารกับตนเองเพื่อยืนยันอัตลักษณ์เดิม กว้างกรุงมักจะแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ของความเป็นคนเชียงรายผ่านการแสดงออกในด้านต่างๆ เช่นการสื่อสารระหว่างกันด้วยคำเมือง ร้องเพลง

เชียร์และทำป้ายผ้าสำหรับเชียร์ด้วยคำเมือง ไปจนถึงการทำอาหารพื้นเมืองภาคเหนือมาทานร่วมกัน อาจเรียกได้ว่าการแสดงออกของพวกเขา “เป็นคนเชียงรายเสียยิ่งกว่าคนเชียงราย (ที่อยู่ในเชียงราย)” ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการยืนยันกับตนเองว่าพวกเขายังคงอัตลักษณ์เดิมไว้ได้อยู่

การแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้แฟนบอลไทยสามารถแสดงออกได้มากขึ้น ปรากฏการณ์หนึ่ง que แสดงให้เห็นถึงการแสดงออกของแฟนบอลไทยได้ดี คือการเกิดขึ้นมาของเฟซบุ๊กเพจจำนวนมากที่สร้างขึ้นโดยแฟนบอลไทย



ภาพ 7.8 รูปภาพสัญลักษณ์ของเพจ “เกรียนบอลไทย”

เฟซบุ๊กเพจของแฟนบอลไทยอันหนึ่ง que ได้รับความสนใจและมีบทบาทมากคือเพจ “เกรียนบอลไทย” เพจเกรียนบอลไทยสร้างขึ้นโดยแฟนบอลไทยกลุ่มหนึ่ง เนื้อหาในเพจจะเกี่ยวข้องกับฟุตบอลไทยเป็นหลัก โดยเฉพาะข่าวคราวความเคลื่อนไหวและผลการแข่งขันของทีมชาติไทย ลักษณะเด่นของเพจเกรียนบอลไทยคือความ “เกรียน”⁴⁸ ที่มุ่งเน้นการล้อเลียน-เสียดสีเรื่องราวต่างๆเกี่ยวกับฟุตบอลไทยทำ

⁴⁸ เกรียนเป็นศัพท์แสลงที่นิยมใช้กันในโลกออนไลน์ หมายถึงพฤติกรรมหรือบุคคลที่มีพฤติกรรมก่อกวน เอาแต่ใจ หรือทำอะไรที่ผิดที่ผิดทาง โดยคำเกรียนนี้อ้างอิงมาจากทรงผมของเด็กนักเรียนชายไทยที่มักถูกมองอย่างเหมารวมว่ามีลักษณะดังกล่าว

ให้มีผู้ชื่นชอบเป็นจำนวนมาก⁴⁹ อิทธิพลจากเพจเกเรียนบอลไทยทำให้เกิด “เพจตระกูลเกเรียน” ของแฟนบอลไทยสโมสรต่างๆขึ้นมาเป็นจำนวนมาก เช่นเพจเกเรียนฟุตบอลอุดร, เกเรียนเซราะกราว 12, เกเรียนฉลามชล, ไปจนถึงเพจเกเรียนในลักษณะอื่นๆอีกเช่น เกเรียนวอลเลย์บอลไทย, เกเรียนกลั้มไทย, เกเรียนอาหารไทย, เกเรียนเพลงไทย เป็นต้น



ภาพ 7.9 ตัวอย่างการ “บุก”

ลักษณะหนึ่งของเพจเกเรียนบอลไทยคือความเป็นชาตินิยมหรือที่พวกเขาอธิบายตัวเองว่ารักประเทศไทย โดยกิจกรรมที่ทำให้เกเรียนบอลไทยเป็นที่รู้จักคือการ “บุก” ที่หมายถึงการระดมสมาชิกผู้กดชื่นชอบเพจและนัดหมายกันไปโพสต์ข้อความหรือรูปภาพก่อกวนหน้าเพจของทีมชาติฝ่ายตรงข้ามที่แข่งกับทีมชาติไทย จนทำให้การบุกกลายเป็นกิจกรรมอันหนึ่งที่ผู้ใช้เฟซบุ๊กชาวไทยนิยมทำเสมอเมื่อมีการแข่งขันระหว่างชาติเกิดขึ้น

การแข่งขันฟุตบอลไทยที่มีบริบทใกล้เคียงกับผู้ชม รวมถึงการแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตที่เป็นการสื่อสารสองทาง ทำให้แฟนบอลไทยสามารถที่จะใช้การบริโภคฟุตบอลเป็นพื้นที่ในการแสดงออกหรือการต่อสู้เรื่องอัตลักษณ์ของพวกเขาได้ อย่างกรณีของแฟนท่าเรือที่พยายามลบภาพของความรุนแรงอันเป็นภาพเหมารวมที่มีทั้งต่อแฟนบอลท่าเรือและชุมชนคลองเตย, กลุ่มกว้างกรุงที่ใช้การสื่อสารเพื่อยืนยันอัตลักษณ์เดิมของตน, รวมไปถึงแฟนบอลที่ใช้สื่อออนไลน์แสดงออกในหลายด้าน

⁴⁹ ข้อมูล ณ วันที่ 20 มีนาคม 2559 เพจเกเรียนบอลไทยมีจำนวนผู้ชื่นชอบ 191,743 คน

เช่นความเป็นชาตินิยม ในแง่นี้แฟนบอลจึงบริโภคฟุตบอลไทยในฐานะที่เป็นพื้นที่ของการแสดงออกด้วย

7.4 แฟนบอลไทยกับการเล่นพนันบอล

อุตสาหกรรมฟุตบอลเกี่ยวโยงอยู่กับอุตสาหกรรมอื่นรอบข้างเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดสด อุปกรณ์กีฬา อาหาร-เครื่องดื่ม และรวมไปถึงอุตสาหกรรมการพนันด้วย เกมฟุตบอลที่เป็นการแข่งขันเอาแพ้เอาชนะดูจะเล็งความข้องเกี่ยวกับการพนันได้ยาก เมื่อกระแสดความนิยมในฟุตบอลไทยเติบโตขึ้นมา อุตสาหกรรมการพนันก็ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการบริโภคฟุตบอลก็ตื่นตัวตอบรับตามไปด้วย นำมาสู่คำถามสำคัญที่ว่าการเล่นฟุตบอลมีตำแหน่งแห่งที่อย่างไรในการบริโภคฟุตบอลไทย

ภายใต้ตรรกะของ “สนาม” แห่งการบริโภคฟุตบอลไทยที่ยึดโยงอยู่กับบริบทรอบข้างจำนวนมากนั้น ทำให้การบริโภคฟุตบอลไทยมีลักษณะเฉพาะของมันเองหรืออย่างน้อยที่สุดก็ต่างออกไปจากการดูฟุตบอลต่างประเทศในยุคก่อนหน้านี้ การพนันทายผลฟุตบอลซึ่งเป็นวิธีการบริโภคฟุตบอลรูปแบบหนึ่งจึงอาจมีลักษณะที่ต่างออกไปด้วย ในส่วนนี้จะว่าด้วยการพนันในแฟนบอลไทยเพื่อพิจารณาว่าการพนันนั้นมีตำแหน่งแห่งที่อย่างไรในสนามของการบริโภคฟุตบอลไทย

7.4.1 การเล่นพนันฟุตบอลของแฟนบอลไทย

จากการเก็บข้อมูลภาคสนามที่สนามฟุตบอลไทยหลายแห่ง ผู้วิจัยพบว่าอย่างน้อยที่สุดแล้วสนามฟุตบอลไทยไม่ได้เป็นพื้นที่ของการเล่นพนัน ไม่พบว่ามีเปิดบ่อนรับแทงพนันที่สนามฟุตบอลไทย ซึ่งหมายความว่าแฟนบอลไม่ได้มาที่สนามเพื่อเล่นพนันฟุตบอล ยิ่งไปกว่านั้น กิจกรรมจำนวนมากที่แฟนบอลทำที่สนามยังคงจะเป็นอุปสรรคต่อการเล่นพนันฟุตบอล เนื่องจากระหว่างทำกิจกรรมต่างๆกับแฟนบอลที่สนามนั้นพวกเขาจะไม่สามารถดูการแข่งขันคู่อื่นได้เลย

จากการสอบถามแฟนบอลไทยถึงการเล่นพนันฟุตบอล หลายคนระบุว่าเขาไม่ได้มาที่สนามเพื่อเล่นพนัน และไม่เห็นด้วยกับการเล่นพนันฟุตบอลโดยเฉพาะกับฟุตบอลไทย เพราะพวกเขา

ต้องการให้วงการฟุตบอลไทยเติบโตขึ้นต่อไป จึงเกรงว่าหากมีการพนันเข้ามาเกี่ยวข้องแล้วจะนำมาซึ่งการล้มบอลหรือกำหนดผลการแข่งขันล่วงหน้าซึ่งจะส่งผลเสียต่อวงการฟุตบอลไทยอย่างที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วในประเทศอื่น⁵⁰

อย่างไรก็ดี แฟนบอลไทยหลายคนเชื่อว่ามียุคสมัยที่เล่นพนันฟุตบอลไทยและพยายามกำหนดผลการแข่งขันล่วงหน้าด้วยการว่าจ้างผู้ตัดสินหรือนักฟุตบอล แต่คนกลุ่มนี้เป็นผู้เล่นพนันรายใหญ่ซึ่งไม่ได้เป็นแฟนบอลทั่วไป ความรู้สึกดังกล่าวแสดงให้เห็นผ่านความไม่ไว้วางใจที่แฟนบอลมีต่อฝ่ายจัดการแข่งขัน ซึ่งหลายครั้งกลายเป็นชนวนเหตุให้เกิดความรุนแรงในการแข่งขันฟุตบอลไทย อย่างเช่นการขว้างปาสิ่งของลงไปในสนาม หรือกรณีที่แฟนบอลปิดล้อมไม่ยอมให้ผู้ตัดสินออกจากสนามไปจนถึงพยายามทำร้ายผู้ตัดสิน⁵¹

ความไม่ไว้วางใจดังกล่าวเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้แฟนบอลไม่นิยมเล่นการพนันฟุตบอลไทยด้วย “นัท” ซึ่งปกติแล้วเล่นพนันฟุตบอลต่างประเทศเป็นประจำอธิบายว่า เขาเป็นแฟนฟุตบอลไทยแต่ไม่เล่นพนันฟุตบอลไทย จะเล่นเฉพาะฟุตบอลต่างประเทศ เพราะคิดว่าฟุตบอลไทยนั้นยังมีการจัดการที่ “ยังไม่เป็นมืออาชีพ” และมีโอกาสที่จะมีการล้มบอลเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าฟุตบอลต่างประเทศที่มีคนดูกันทั่วโลก

ปัจจุบันอัตราต่อรองที่บ่อนเปิดให้เล่นพนันฟุตบอลไทยมีเฉพาะคู่แข่งขันระดับไทยพรีเมียร์ลีก ซึ่งเป็นลีกสูงสุดทุกคู่และดิวิชันหนึ่งที่เป็นลีกระดับรองลงมาเป็นบางคู่เท่านั้น โดยยังไม่พบว่ามีเปิดให้เล่นพนันการแข่งขันระดับดิวิชันสอง ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการแข่งขันระดับดิวิชันสองยังมีลักษณะ

⁵⁰ กรณีที่แฟนบอลไทยมักอ้างถึงคือมาเลเซียและสิงคโปร์

⁵¹ อย่างไรก็ดี ความไม่ไว้วางใจว่าอาจมีการกำหนดผลการแข่งขันล่วงหน้าไม่ได้มาจากเหตุผลเรื่องการพนันเพียงด้านเดียว แต่ยังรวมไปถึงความเชื่อที่ว่าอาจมีการกำหนดผลล่วงหน้าอันเป็นผลมาจากอิทธิพลของเจ้าของสโมสรที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับฝ่ายจัดการแข่งขันด้วย กรณีตัวอย่างของความรุนแรงอันเกิดจากความไม่ไว้วางใจนี้ได้แก่เหตุทะเลาะวิวาทระหว่างแฟนบอลสโมสรบางกอก เอฟซีกับการท่าเรือ เอฟซี เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งมีข่าวลือกันในกลุ่มแฟนบอลตั้งแต่ก่อนจะมีการแข่งขันว่าอาจมีการตัดสินที่ไม่ยุติธรรม และเมื่อเริ่มเกิดเหตุการณ์ทะเลาะวิวาทกันขึ้นก็มีเสียงแฟนบอลฝ่ายหนึ่งตะโกนขึ้นมาว่า “ไอ้พวกขี้โกง ขี้ฉ้อกรรมกร”, ดูเพิ่มได้ที่ อาจินต์ (2557: 61-67)

เป็นฟุตบอลกึ่งอาชีพ-กึ่งสมัครเล่นที่การดำเนินงานยังไม่เป็นระบบมากนัก ไม่มีการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์มากนัก รวมทั้งยังมีผู้ชมจำนวนไม่มาก⁵²

จากแฟนบอลชายโสดวัยทำงานประมาณ 40 คนที่ผู้วิจัยสามารถสอบถามและเข้าถึงข้อมูลได้ มีแฟนบอล 5 คนที่ระบุว่าเล่นพนันฟุตบอลเป็นประจำ โดยทั้ง 5 คนเล่นพนันฟุตบอลต่างประเทศเป็นหลัก และมีเพียง 3 จาก 5 คนเท่านั้นที่ระบุว่าเล่นพนันฟุตบอลไทยด้วย แต่ก็มีความถี่น้อยกว่าการเล่นพนันฟุตบอลต่างประเทศ

จากข้อมูลดังกล่าว พอจะสรุปในขั้นต้นได้ว่าสนามฟุตบอลไทยนั้นไม่ได้เป็นพื้นที่ของการเล่นพนันฟุตบอล มีแฟนบอลเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เล่นพนันฟุตบอลเป็นประจำ และยิ่งน้อยลงไปอีกเมื่อเป็นการเล่นพนันฟุตบอลไทย โดยเหตุผลหลักๆมาจากการมองว่าการพนันฟุตบอลจะส่งผลเสียต่อวงการฟุตบอลไทย และไม่เชื่อมั่นในการจัดการแข่งขันของฟุตบอลไทยมากนัก

7.4.2 วิธีเล่นพนันฟุตบอลของแฟนบอลไทย

ในช่วงแรกในการเล่นพนันฟุตบอลเริ่มแพร่หลายในสังคมไทยนั้นวิธีการเล่นพนันฟุตบอลโดยมากมักเป็นการไปเล่นพนันที่บ่อนกับเจ้ามือ ดังที่จะเห็นได้ว่าในช่วงนั้นได้มีการเกิดขึ้นมาของ “โต๊ะบอล” เป็นจำนวนมาก (เนตรนภา 2545: 302-306) จนต่อมาก็เริ่มมีการใช้โทรศัพท์เป็นเครื่องมือสื่อสารในการเล่นพนันมากขึ้น กระทั่งปัจจุบันที่ศูนย์กลางแห่งการสื่อสารเริ่มมีแนวโน้มจะย้ายมาที่อินเทอร์เน็ต ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก็ได้ส่งผลต่อวิธีการเล่นพนันฟุตบอลด้วย

จากแฟนบอลไทย 5 คนที่เล่นพนันฟุตบอลเป็นประจำ มี 4 คนที่ระบุว่าเขาเล่นพนันฟุตบอลผ่านทางเว็บไซต์⁵³ (3 ใน 4 คือคนที่เล่นพนันฟุตบอลไทยด้วย-เท่ากับว่าทุกคนที่เล่นพนันฟุตบอลไทยจะเล่นผ่านทางเว็บไซต์) ข้อมูลดังกล่าวชี้ไปในทางที่ว่าแฟนบอลไทยที่เล่นการพนันฟุตบอลนิยมเล่นผ่านทางเว็บไซต์เป็นหลัก “มิตร” แฟนบอลท่าเรือคนหนึ่งในการเล่นพนันฟุตบอลเป็นประจำทั้งฟุตบอล

⁵² อย่างไรก็ตาม ข้อมูลดังกล่าวมาจากการสอบถามแฟนบอลผู้เล่นพนันที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และการสำรวจเว็บไซต์รับพนันฟุตบอลเท่านั้น ยังมีโอกาสเป็นไปได้ที่ในจังหวัดอื่นๆที่มีสโมสรระดับดิวิชั่นสองอยู่อาจมีการเปิดให้พนันคู่ที่สโมสรประจำจังหวัดแข่งได้ แต่คาดว่าจะมีการเล่นพนันในลักษณะดังกล่าวก็จะเป็นการเล่นพนันในระดับท้องถิ่นเท่านั้น

⁵³ ขณะที่อีกคนหนึ่งระบุว่าเล่นพนันฟุตบอลโดยการไปที่โต๊ะพนันหรือผ่านการโทรศัพท์

ต่างประเทศและฟุตบอลไทยระบุว่าปัจจุบันเขาเล่นพนันฟุตบอลผ่านเว็บไซต์พนันแห่งหนึ่งด้วยการใช้
สมาร์ทโฟน โดยก่อนหน้านี้เขาเล่นพนันที่โต๊ะพนันใกล้บ้านและหันมาเล่นพนันทางเว็บไซต์เป็นเวลา
ประมาณหนึ่งปี เขารู้จักเว็บไซต์นี้ผ่านการแนะนำของเพื่อนคนหนึ่งซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่าง
เจ้ามือกับนักพนัน กระบวนการคือมิตรจะต้องโอนเงินไปให้กับบัญชีของเว็บไซต์รับพนัน แล้วเงินนั้นจะ
ถูกเพิ่มเข้าไปเป็นยอดเงินสำหรับเล่นพนันในเว็บไซต์ดังกล่าว เมื่อต้องการถอนเงินออกมาก็ต้องติดต่อ
ไปยังผู้ให้บริการเว็บไซต์ แล้วก็จะมีเงินโอนมาที่บัญชีของมิตร โดยเขาอธิบายว่าเหตุผลหลักคือความ
สะดวก สามารถเล่นพนันได้ทุกที่ทุกเวลา ต่างกับการเล่นที่โต๊ะพนันที่ต้องเดินทาง และมีอัตราต่อรองที่
ดีต่อผู้เล่นมากกว่า

เหตุผลประการหนึ่งที่ทำให้คนที่เล่นพนันฟุตบอลไทยเป็นคนที่เล่นพนันทางเว็บไซต์อาจ
เกี่ยวข้องกับเวลาที่โต๊ะพนันออกราคาต่อรองสำหรับฟุตบอลไทยด้วย โดยมิตรระบุว่าเว็บไซต์รับ
พนันมักจะออกราคาต่อรองสำหรับฟุตบอลไทยในช่วงประมาณ 16.00-17.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่แฟน
บอลมักจะไปที่สนามฟุตบอลกันแล้ว (เพื่อสังสรรค์ร่วมกันก่อนฟุตบอลจะเริ่มแข่ง) แฟนบอลที่จะเล่น
พนันฟุตบอลไทยจึงต้องเล่นพนันในเว็บไซต์ผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งในแง่หนึ่งก็เท่ากับว่าเป็นการกันเอาคน
ที่เล่นพนันที่โต๊ะพนันออกไปด้วย

สำหรับช่องทางการเข้าถึงเว็บไซต์พนันบอลนั้น เกือบทุกคนบอกว่าพวกเขาเริ่มรู้จักผ่านการ
แนะนำของเพื่อนหรือคนรู้จักเป็นหลัก อย่างเช่นกรณีของมิตรที่บอกว่าเขาได้รับการแนะนำมาจาก
เพื่อน ขณะที่มิถุนั้นระบุว่าเขารู้จักผ่านโฆษณาในเว็บไซต์เกี่ยวกับฟุตบอล

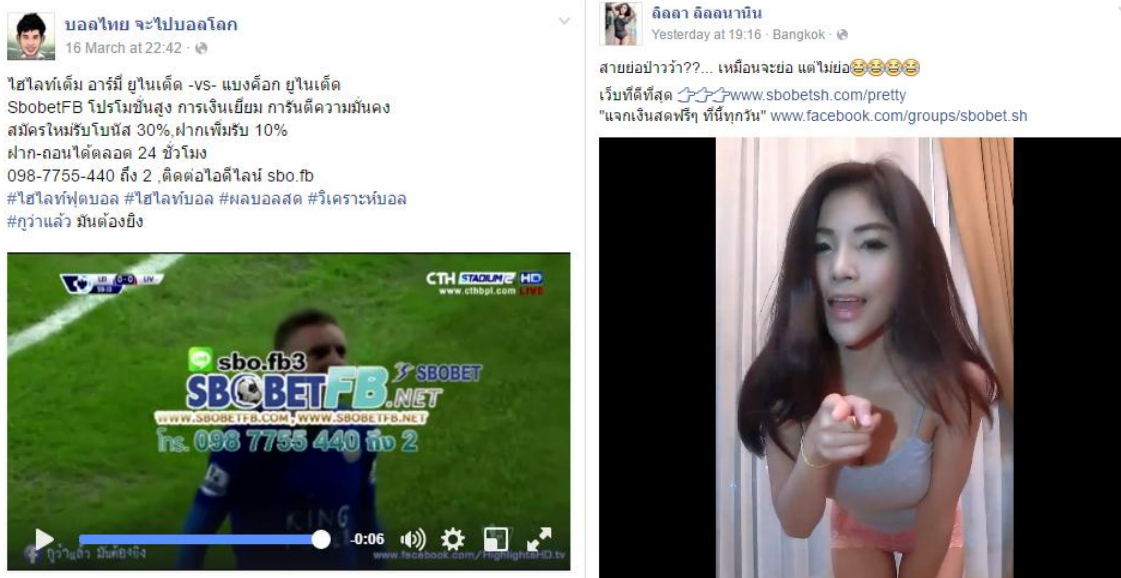
ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงเพื่อนหรือคนรู้จักที่เป็นตัวกลางที่แนะนำเว็บไซต์รับพนันแก่แฟนบอล
ไทยที่ให้ข้อมูลโดยตรงได้ แต่ผู้วิจัยได้ข้อมูลมาจาก “บัน” ซึ่งระบุว่าเขาเป็น “เอเยนต์” ที่ทำหน้าที่ใน
ลักษณะเดียวกันนั้น ซึ่งน่าจะเป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงการทำงานของเว็บไซต์รับพนันบอลได้ บัน
ทำงานประจำอยู่ในหน่วยงานราชการแห่งหนึ่ง และหารายได้เสริมจากการทำหน้าที่เป็นเอเยนต์ให้กับ
เว็บไซต์พนันบอล บันบอกว่าหน้าที่ของเอเยนต์คือหาลูกค้าให้กับเว็บไซต์รับพนันบอล ซึ่งเขาจะได้รับ
ค่าตอบแทนในลักษณะที่เรียกว่า “ค่าคอม (มิชชั่น)” คิดเป็น 2% จากยอดเงินพนันที่ลูกค้าซึ่งเขาหามา
ได้ลงพนันไป⁵⁴ โดยวิธีการหาลูกค้าของเขานั้นจะใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวชักชวนเพื่อนหรือคนรู้จักให้

⁵⁴ เช่นถ้าลูกค้าที่บันหามาได้เล่นพนันรวมกันเป็นยอดเงิน 10,000 บาท บันจะได้ค่าตอบแทนเป็นเงิน 200 บาท โดยไม่ต้องสนใจว่า
ที่ลูกค้าพนันไปนั้นจะได้หรือเสีย

มาเล่นพนัน วิธีรับ-จ่ายเงินใช้การโอนผ่านบัญชี แต่จะต่างกับกรณีของมิตรที่ว่าบ้านนั้นจะมีการให้เครดิตกับลูกค้าที่คุ้นเคยด้วย

ในด้านหนึ่งนี้วิธีการพนันบอลออนไลน์ก็ยังคงวางอยู่บนความไว้วางใจกันของผู้เล่นพนันกับตัวกลางแบบเดียวกันกับการพนันแบบออฟไลน์ในยุคก่อนหน้านี้ ในอีกด้านหนึ่งมันก็แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในการเล่นพนันฟุตบอลมากขึ้น

ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสอดคล้องกับแนวโน้มการบริโภคฟุตบอลที่แฟนบอลหันมาบริโภคข้อมูลข่าวสารรวมถึงการ (ลักลอบ) ชมถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มแฟนบอลไทยที่ปัจจุบันใช้การสื่อสารทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเป็นหลัก ทั้งการสื่อสารกันเองในกลุ่มแฟนบอลผ่านเฟซบุ๊กกลุ่ม รวมถึงการรับและผลิตข่าวสารเพื่อแสดงออกของแฟนบอลผ่านเฟซบุ๊กเพจเกี่ยวกับฟุตบอลที่เกิดขึ้นมาเป็นจำนวนมาก



ภาพ 7.10 โฆษณาเว็บไซต์รับพนันออนไลน์ในเฟซบุ๊กเพจ

ปัจจุบันมีโฆษณาเว็บไซต์รับพนันออนไลน์อยู่ในเฟซบุ๊กเพจชื่อดังจำนวนมาก ทั้งเฟซบุ๊กเพจที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลเลย อย่างเช่น “แฟนผี Project”⁵⁵ เฟซบุ๊กเพจที่รายงานข่าวสารเกี่ยวกับ

⁵⁵ ดูได้ที่ www.facebook.com/FanPeeProject

สโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, “บอลไทย จะไปบอลโลก”⁵⁶ เฟซบุ๊กเพจที่นำเสนอคลิปวิดีโอการทำประตูของฟุตบอลไทย, ไปจนถึงหน้าเฟซบุ๊กของ “เน็ตไอดอล” ที่ไม่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลโดยตรงเลย⁵⁷

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้แสดงให้เห็นถึงวิธีการเล่นพนันของแฟนบอลไทยที่เริ่มเปลี่ยนไปสู่การเล่นพนันผ่านเว็บไซต์รับพนันออนไลน์มากขึ้น ทั้งด้วยความสะดวกรวดเร็วของการสื่อสารที่ลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ รวมถึงความสอดคล้องกับวัฒนธรรมแฟนบอลไทยปัจจุบันที่ใช้การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก

7.4.3 ลักษณะการเล่นพนันฟุตบอลของแฟนบอลไทย

แฟนบอลไทยส่วนหนึ่งเคยเป็นแฟนบอลสโมสรต่างประเทศมาก่อน แต่หลายคนระบุตรงกันว่าเมื่อมาเป็นแฟนบอลไทยแล้วเขารู้สึกว่าพวกเขารักและผูกพันกับสโมสรไทยที่เขาเชียร์มากกว่าตอนที่เคยเป็นแฟนสโมสรต่างประเทศ กระทั่งปัจจุบันหลายคนเลิกติดตามหรือติดตามฟุตบอลต่างประเทศน้อยลงแล้วหันมาติดตามฟุตบอลไทยเป็นหลัก ทั้งจากเหตุที่สโมสรไทยมักเป็นตัวแทนของทีมที่เขาอยู่และความผูกพันกับกลุ่มเพื่อนแฟนบอลด้วยกัน ซึ่งสำหรับแฟนบอลที่เล่นพนันแล้ว ลักษณะดังกล่าวได้ส่งผลมาถึงการเล่นพนันฟุตบอลไทยของเขาด้วย

นักพนันกับสโมสรที่เชียร์

“หนูย” แฟนบอลท่าเรือคนหนึ่งในการเล่นพนันฟุตบอลเป็นประจำทั้งฟุตบอลต่างประเทศและฟุตบอลไทย หนูยระบุว่าเขาประกอบอาชีพอิสระที่ทำงานอยู่กับบ้าน ทำให้มีเวลาว่างมากจึงเล่นพนันทางอินเทอร์เน็ตเพื่อ “แก้เบื่อและหารายได้เล็กๆน้อยๆ” เขาไม่ได้เล่นพนันเฉพาะฟุตบอล แต่จะเล่นพนันกีฬาชนิดอื่นๆอย่างเช่น บาสเกตบอลหรืออเมริกันฟุตบอลด้วย โดยจะเลือกเล่นพนันการแข่งขันที่สามารถหาดูการถ่ายทอดสดได้ เขาอธิบายว่าเป็นการแก้เบื่อเพราะทำให้ดูกีฬาสนุกขึ้น หนูยระบุว่าเขาจะเล่นพนันครั้งละประมาณ 500 บาทและตั้งกฎกับตัวเองไว้ว่าถ้าวันไหนได้กำไรประมาณ 1,000

⁵⁶ ซึ่งนอกจากจะโฆษณาเป็นข้อความแล้วยังมีการใส่โฆษณาเว็บไซต์รับพนันฟุตบอลลงไปในตอนเริ่มหรือตอนท้ายของคลิปวิดีโอด้วย, ดูได้ที่ www.facebook.com/ballthaiHD

⁵⁷ ดูได้ที่ เดลินิวส์ (2559). เร่งสอบเจตนา“เน็ตไอดอล” โพสต์ชวนเล่นพนันฟุตบอล. สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2559, จาก www.dailynews.co.th/crime/384733

บาทแล้วจะหยุดเล่น เพราะถ้าเล่นต่อไปเรื่อยๆแล้ว “สุดท้ายเราก็สู้เจ้าไม่ได้” แม้หนุ่ยจะเล่นพนันหลากหลายทั้งชนิดกีฬาและฟุตบอลต่างประเทศ-ฟุตบอลไทย แต่สำหรับการแข่งขันของสโมสรการทำเรือ ซึ่งเป็นสโมสรที่เขาชอบมาหลายปีแล้วนั้นหนุ่ยบอกว่าเขาจะไม่เล่นพนันเลย ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายทำเรือหรือฝ่ายตรงกันข้าม เพราะอยากมีสมาธิกับการดูมากกว่าที่จะลุ้นเอาได้เสียและไม่อยากเอาเรื่องเงินเข้ามาเกี่ยวข้องกับสโมสรที่เขาเชียร์

มิตร แฟนทำเรืออีกคนหนึ่งมีการเล่นพนันในอีกลักษณะหนึ่ง มิตรเล่นพนันฟุตบอลทั้งไทยและต่างประเทศเป็นประจำ นอกจากนี้เขายังชอบเล่นพนันมวย บ่อยครั้งที่เขาไปเล่นพนันมวยแบบ “จ่อตู้” ในช่วงกลางวันก่อนที่จะมาสนามฟุตบอล มิตรระบุว่าเขามักจะได้กำไรจากการพนันมวย แต่ก็มักจะมาเสียในการพนันฟุตบอล มิตรอธิบายว่า “ถ้าผมไม่เล่นบอลนะพี่ รวยไปนานละ ...แต่ก็ยังแพง เพื่อความบันเทิง” มิตรเล่นพนันคู่ที่ทำเรือแข่งเกือบทุกครั้งที่เขามาดูที่สนาม โดยเขาจะเล่นเฉพาะฝ่ายทำเรือเท่านั้น ด้วยเงินประมาณครั้งละ 1,000 บาท มิตรอธิบายว่าเขาเล่นทำเรือเพื่อ “ความมันส์” ซึ่งเขาเชียร์ทำเรืออยู่แล้ว ถ้าเล่นทีมอื่นก็เท่ากับทฤษฎีทีม ดังนั้นแล้วเมื่อเขาจะเล่นพนันคู่ทำเรือเขาจะไม่จำเป็นต้องพิจารณาความน่าจะเป็นมากนัก⁵⁸ ถ้าอัตราต่อรองออกมาว่าทำเรือเป็นรองเขาจะเล่นพนันฝ่ายทำเรือทุกครั้ง ทั้งที่หลายครั้งเขามองว่าถ้าเล่นฝ่ายตรงข้ามน่าจะมีโอกาสได้มากกว่า เขาอธิบายว่า “รู้ว่โดนเนกก็ไม่ตรงข้าม ...แพ้ก็ไม่มีไร ทีมเรา” ยกเว้นครั้งที่ “ถ้า (ทำเรือ) ต่อเยอะไม่น่าผ่านก็ไม่เล่น” มิตรระบุว่าในฤดูกาลแข่งขัน 2558 ที่สโมสรทำเรือมีผลการแข่งขันไม่ดีจนตกชั้นนั้นเขาเสียเงินไปเป็นจำนวนมากกับการเล่นพนันข้างทำเรือ

กรณีที่น่าสนใจอีกกรณีหนึ่งคือเหตุการณ์ของมิตรกับ “ตา” แฟนบอลทำเรือเพื่อนของมิตรคนหนึ่งที่มีมักจะเล่นพนัน (ข้างทำเรือ) ร่วมกันเป็นประจำ ในการแข่งขันของทำเรือครั้งหนึ่งมิตรกับตาเล่นพนันข้างทำเรือตามปกติ ด้วยอัตราต่อรองที่ทำเรือต่อครึ่งควบลูก⁵⁹ เมื่อเริ่มการแข่งขัน ในช่วงแรกทำเรือโดนฝ่ายตรงข้ามทำประตูนำไปก่อน 0-2 ระหว่างพักครึ่งการแข่งขันทั้งสองคนมีท่าทีหงุดหงิดและบ่นถึงลักษณะการเล่นของนักฟุตบอลทีมทำเรืออยู่ตลอด แต่ในช่วงครึ่งหลังทำเรือทำประตูได้ 3 ลูกติดต่อกันจนแซงชนะไปได้ 3-2 ด้วยการทำประตูชัยในนาทีสุดท้าย ตาดีใจจนกระโดดจากอัฒจันทร์

⁵⁸ ขณะที่เมื่อเล่นพนันฟุตบอลต่างประเทศเขาจะต้องพิจารณาก่อนทุกครั้งว่าควรเล่นคู่ไหน-ฝ่ายไหน

⁵⁹ อัตราต่อรองนี้หมายความว่า ถ้าผลออกมาเสมอหรือทำเรือแพ้ ฝ่ายที่เล่นข้างทำเรือจะถูกกินเงิน แต่ถ้าทำเรือชนะด้วยผลต่าง 1 ลูกฝ่ายที่เล่นทำเรือจะได้กำไรครึ่งหนึ่งของเงินที่ลงทุนไป ส่วนถ้าทำเรือชนะมากกว่า 1 ลูก ฝ่ายที่เล่นข้างทำเรือจะได้กำไรเท่ากับจำนวนเงินที่ลงทุนไป

ลงไปในสนามแล้วตีลังกาแสดงความดีใจ ขณะที่ผู้วิจัยเข้าใจว่าตาและมิตรน่าจะมีความสุขที่สโมสร พลิกกลับจากแพมาเป็นชนะและเงินพนันพลิกจากเสียมาเป็นได้ แต่มิตรกลับตะโกนด่าตาด้วยท่าที่ หงุดหงิดแล้วดึงตากลับขึ้นมาบนอัฒจันทร์ เมื่อออกมาจากสนาม มิตรด่าตาที่กระโดดลงไปสนามซึ่ง เป็นการทำผิดกฎการแข่งขันและจะทำให้สโมสรทำเรือโดนปรับเงิน⁶⁰ ส่วนตานั่งคอตกลงแล้วบอกว่าเขา เสียใจ กรณีดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความย้อนแย้งของสถานะแฟนบอลและนักพนัน ตามสถานะนักพนัน แล้วพวกเขาควรมีความสุขกับการพลิกจากเสียเงินพนันมาเป็นได้จากการทำประตูในนาทีสุดท้าย ขณะที่ตามสถานะแฟนบอลแล้วเขาควรเสียใจที่ทำให้สโมสรต้องเสี่ยงต่อการถูกปรับเงิน เมื่อทั้งสอง คนตกอยู่ในทั้งสองสถานะพร้อมๆกัน ดูเหมือนว่าท้ายที่สุดแล้วสถานะแฟนบอลจะส่งผลต่อความรู้สึก ได้มากกว่า

นักพนันกับกลุ่มเพื่อน

นอกจากความรู้สึกผูกพันกับสโมสรที่เชียร์จนทำให้บางคนไม่เล่นพนันคู่ที่ทีมโปรดแข่งหรือ บางคนเล่นเฉพาะข้างสโมสรที่ตนเองเชียร์แล้ว ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่ส่งผลต่อการเล่นพนันของแฟน บอลไทยคือความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อนแฟนบอลด้วยกันด้วย

ในการเก็บข้อมูลภาคสนามครั้งหนึ่ง ขณะที่ผู้วิจัยอยู่ในวงสังสรรค์ก่อนการแข่งขันของแฟน บอลท่าเรือและกำลังพยายามสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการเล่นพนันจากตา อาจเพราะผู้วิจัยแสดงท่าที ให้ความสนใจถามถึงเรื่องการพนันมากเป็นพิเศษ ทำให้เขาชวนผู้วิจัยร่วมลงหุ้นอยู่ฝ่ายท่าเรือกับ เขาด้วย หลังจากล้งเลอยู่ครู่หนึ่ง ผู้วิจัยบอกปฏิเสธไป เขาตอบกลับมว่า “ใจไม่ถึงเลย” แล้วตลอดวัน นั้นเขาก็ไม่ได้ให้ความสนใจกับผู้วิจัยอีกเลย

แฟนบอลท่าเรือบางส่วนมักจะไปที่สนามแม้ในวันที่ไม่มีการแข่งขัน โดยพวกเขาไปดูการ ฝึกซ้อมของนักฟุตบอลในช่วงเย็น บางคนไปนั่งดูนั่งเล่นราวกับเป็นสวนสาธารณะ บางคนไปพบปะกับ เพื่อนแฟนบอลและสังสรรค์ดื่มกินด้วยกันเป็นประจำทุกเย็นหลังเลิกงาน

⁶⁰ ตามข้อบังคับและระเบียบว่าด้วยการจัดการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย พ.ศ. 2558 หมวดที่ 7 ข้อ 4.2 “บุคคลหรือ กลุ่มบุคคลใด ผ่านรั้วกั้นรอบสนามเข้าไปในบริเวณพื้นที่รอบสนามแข่งขัน หรือเข้าไปใน สนามแข่งขัน ทั้งก่อน, ระหว่าง และ หลังการแข่งขัน โดยไม่ได้รับอนุญาตจะถูกปรับเงิน 20,000 บาท ถึง 50,000 บาท (ผู้ถูกปรับคือสโมสร – ผู้วิจัย) การเข้าไปใน สนามแข่งขันสามารถกระทำได้ หากทีมเยือนและเจ้าหน้าที่จัดการแข่งขันได้เดินทางออกไปจากสถานที่จัดการแข่งขันเป็นที่ เรียบร้อยแล้ว และองค์กรสมาชิกที่เป็นทีมเหย้าอนุญาต” (บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด 2558: 74)



ภาพ 7.11 แฟนท่าเรือมาดื่มกินกันที่สนามในเย็นที่ท่าเรือไม่ได้แข่งแล้ว เปิดการแข่งขันดูผ่านโน้ตบุ๊ก

เย็นวันหนึ่งผู้วิจัยไปเก็บข้อมูลภาคสนามที่สนามของท่าเรือเพื่อสังเกตกิจกรรมที่แฟนบอลทำในวันที่ไม่มีการแข่งขัน แล้วพบว่า มีแฟนบอลจำนวนหนึ่งมาที่สนามด้วย ส่วนหนึ่งนั้นคือแฟนบอล 6-7 คนที่จับกลุ่มกันดื่มกินอยู่ที่บริเวณข้างสนาม บางคนถอดเสื้อคลุมสำหรับทำงานออกแล้วพาดไว้ที่รถมอเตอร์ไซด์ บทสนทนาในช่วงแรกเป็นการวางแผนที่จะไปเที่ยวต่างจังหวัดร่วมกันในสุดสัปดาห์ที่ไม่มีการแข่งขันฟุตบอล พวกเขาใช้โต๊ะพับและเก้าอี้ของร้านอาหารบริเวณนั้นมาเป็นที่นั่งดื่มกินอย่างคุ้นสถานที่ หนึ่งในนั้นบอกว่าพวกเขาจะมาพบกันที่สนามเป็นประจำในช่วงเย็นหลังเลิกงานก่อนที่จะแยกย้ายกันกลับบ้านไปในช่วงค่ำ เรียกได้ว่าเป็นกิจวัตรประจำวันอย่างหนึ่งของพวกเขา

หลังจากนั่งดื่มกินไปได้ระยะหนึ่ง แฟนบอลคนหนึ่งบอกว่ากำลังจะมีการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลไทยระหว่างอาร์มี่ ยูไนเต็ดกับบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด แล้วเขาก็เดินไปหยิบคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กออกมาจากรถยนต์ของตัวเอง เอื้อมมือเข้าไปเสียบปลั๊กไฟผ่านช่องจ่ายเงินของอาคารขายตั๋วที่อยู่ข้างๆ เปิดการแข่งขันฟุตบอลคู่ดังกล่าวที่หน้าจอโน้ตบุ๊กผ่านการเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตจากสมาร์ทโฟน การแข่งขันเริ่มไปได้ประมาณ 10 นาที สโมสรอาร์มี่ก็ทำประตูนำไปแล้ว 1-0 ระหว่างที่

กำลังดูอยู่ด้วยกันนั้นก็เริ่มมีการวิเคราะห์เกมการแข่งขันและชวนกันเล่นพนัน พวกเขาไม่รู้อัตราต่อรอง
ขณะนั้น จึงให้ “อัฐ” แพนบอลในกลุ่มคนหนึ่งโทรศัพท์ไปถามเพื่อนของเขา

อัฐบอกว่าปกติแล้วเขากับกลุ่มเพื่อนไม่ได้เล่นพนันฟุตบอลกันบ่อยนัก นานๆจึงจะเล่นสักครั้ง
เมื่อนึกสนุกขึ้นมา โดยใช้การโทรศัพท์หรือใช้แอปพลิเคชันไลน์ (Line) ติดต่อเล่นพนันกับเพื่อนของอัฐ
คนหนึ่งที่รับแทง หลังทราบอัตราต่อรองพวกเขาก็ปรึกษา-ถกเถียงกันระยะอยู่หนึ่งแม้ว่าจะมีบางคนที่
เห็นไม่ตรงกันอยู่บ้าง แต่สุดท้ายพวกเขาก็ลงขันเล่นพนันฝ่ายบุรีรัมย์ร่วมกันทั้งหมด โดยมีผู้ร่วมเล่น 5
คน (รวมถึงคนที่ไม่เห็นด้วยในตอนแรกด้วย) ในวงเงินเท่าๆกันคนละ 500 บาท รวมเป็น 2,500 บาท⁶¹
หลังจากนั้นพวกเขาก็ดื่มกินและดูการแข่งขันร่วมกันต่อ

จากการสังเกตบทสนทนาระหว่างดูการแข่งขันร่วมกันนั้น พบว่าพวกเขาส่วนมากมีความ
สับสนเกี่ยวกับวิธีเล่นพนันแบบไลฟ์อยู่พอสมควร คือไม่เข้าใจว่าการตัดสินผลพนันนั้นจะไม่นับประตู
1-0 ที่เกิดขึ้นไปตั้งแต่ก่อนที่พวกเขาจะลงเงินพนันไปแล้ว กระทั่งช่วงกลางครึ่งเวลาหลังประมาณ
20.15 น. บางคนที่ร่วมพนันด้วยก็ขอตัวกลับบ้านไปก่อนโดยที่ผลการแข่งขันและผลการพนันยังไม่
ชัดเจน ผู้วิจัยสอบถามแพนบอลที่ยังอยู่และได้รับคำอธิบายว่าพวกเขาเพียงแค่เล่นพนันแบบสนุกๆ
ร่วมกันกับเพื่อนเท่านั้น จึงไม่ได้จริงจังกับผลการได้เสียมากนัก

กรณีการเล่นพนันร่วมกันระหว่างเพื่อนแพนบอลนี้แสดงให้เห็นถึงลักษณะของความสัมพันธ์
ภายในกลุ่มที่ส่งผลต่อการเล่นพนัน อัฐกับเพื่อนร่วมเล่นพนันข้างเดียวกันทั้งที่ความเห็นไม่สอดคล้อง
กันทั้งหมด ข้อสังเกตที่น่าสนใจประการหนึ่งคือขณะที่ผู้วิจัยเคยดูการแข่งขันของท่าเรือและร่วม
สังสรรค์กับเขามาแล้วหลายครั้งตัดสินใจชวนผู้วิจัยร่วมเล่นพนันด้วย แต่อัฐและเพื่อนซึ่งผู้วิจัยยังไม่ได้
มีความสัมพันธ์กับพวกเขามากนักชวนกันเล่นพนันเฉพาะเพื่อนในกลุ่มโดยไม่นับรวมผู้วิจัยเข้าไปด้วย
ลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการร่วมกันเล่นพนันนั้นมีนัยยะของการเป็นกลุ่มเดียวกันผ่านการนับ
เข้าหรือกันออกไปจากวงพนัน นอกจากนี้การเล่นพนันร่วมกันยังอาจเป็นการแสดงออกซึ่งความเป็น
ชายทางหนึ่ง อย่างเช่นที่ผู้วิจัยปฏิเสธการพนันร่วมกับตา ทำให้เขารู้สึกว่า “ใจไม่ถึงเลย”

⁶¹ วิธีการเล่นพนันระหว่างที่การแข่งขันเริ่มไปแล้วแบบนี้เรียกว่า “บอลไลฟ์” (live) ซึ่งจะเริ่มนับผลตั้งแต่ตกลงวางเงินพนันโดยไม่
สนผลการทำประตูที่เกิดขึ้นก่อนหน้านั้น หลายปีหลังมาการเล่นไลฟ์ได้รับความนิยมมากขึ้นโดยเฉพาะในช่วงที่การเล่นพนันทาง
อินเทอร์เน็ตแพร่หลาย เนื่องจากผู้พนันสามารถพนันได้ตลอดระยะเวลาการแข่งขัน ต่างกับช่วงก่อนหน้าที่มีต้องเล่นพนันตั้งแต่
ก่อนการแข่งขันจะเริ่ม

ลักษณะการเล่นพนันของแฟนบอลไทยทั้งที่เป็นผลมาจากความภักดีต่อสโมสรที่เชียร์และความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อนนี้แสดงให้เห็นถึงนัยยะอีกประการหนึ่งของการเล่นพนันที่อยู่เหนืออรรถประโยชน์ทางการเงิน คือการเลือกเล่น-ไม่เล่นพนันหรือเลือกเล่นในลักษณะใดนั้นไม่ได้วางอยู่บนฐานคิดเรื่องกำไร-ขาดทุนมากเท่ากับการคำนึงถึงความภักดีและความสัมพันธ์ดังกล่าว ในแง่นี้หมายความว่าการเล่นพนันของแฟนบอลไทยนั้นเกี่ยวข้องกับมิติทางวัฒนธรรม-วัฒนธรรมแฟนบอล หรือกล่าวในอีกแบบหนึ่งได้ว่า ลักษณะการพนันฟุตบอลของแฟนบอลไทยดังกล่าวนี้เกิดขึ้นภายใต้ตรรกะของ “สนาม” แห่งการบริโภคฟุตบอลไทยที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคมิติต่างๆ เช่น ความภักดีต่อสโมสรประจำถิ่น, ชุมชนแฟน, และการแสดงออกซึ่งความเป็นชาย

7.4.4 มรดกของการพนันฟุตบอลในแฟนบอลไทย⁶²

แม้ว่าแฟนบอลไทยโดยมากจะไม่ได้เล่นพนันฟุตบอลเป็นประจำ แต่แฟนบอลไทยส่วนมากก็มักจะมีความรู้เกี่ยวกับการพนันฟุตบอลอยู่มากพอสมควร ทั้งในกลุ่มที่ระบุว่าเคยเล่นพนันฟุตบอลมาก่อนหรือกลุ่มที่ไม่เล่นพนันฟุตบอลเลยก็ตาม

ในวงพูดคุย-สังสรรค์รอบๆ สนามก่อนเริ่มเกมการแข่งขันของแฟนบอลไทย หัวข้อเกี่ยวกับความน่าจะเป็นของการแข่งขันที่กำลังจะเกิดขึ้นเป็นประเด็นหนึ่งของการสนทนาเสมอ แฟนบอลหลายคนมีข้อมูลเกี่ยวกับนักฟุตบอลและรูปแบบการเล่นของสโมสรที่พวกเขาเชียร์เป็นอย่างดี หลายคนมีข้อมูล “วงใน” ซึ่งส่วนมากมาจากการพูดคุยกับบุคลากรของสโมสรหรือนักฟุตบอล และเมื่อถึงจุดหนึ่งจะมีการยกเอาอัตราต่อรองของการแข่งขันมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์เสมอ แฟนบอลส่วนใหญ่มีข้อมูลและสามารถ “อ่าน” อัตราต่อรองการแข่งขันระดับพื้นฐานอย่างเช่น ต่อหนึ่งลูกหรือต่อครึ่งลูกได้เป็นอย่างดี แม้ว่าพวกเขาจะไม่เล่นพนันฟุตบอลเลยก็ตาม

ในสังคมไทยนั้นข้อมูลเกี่ยวกับอัตราต่อรองพนันฟุตบอลและบทวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญสามารถหาได้ทั่วไปจากสื่อต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ หรือกระทั่งรายการวิทยุเกี่ยวกับกีฬา อัตรา

⁶² ปรับใช้จากข้อสังเกตของณัฐยา อัครพงษ์อนันต์เกี่ยวกับมรดกของบ่อนเบี้ยที่เคยเฟื่องฟูช่วงพ.ศ. 2367-2460 และเมื่อพ้นยุคสมัยของบ่อนเบี้ยไปแล้วแต่ก็ยังมียอดก๊อปปี้เนื่องจากยุคสมัยของบ่อนเบี้ยไว้ในสังคมไทย เช่นมหรสพนาฏกรรมต่างๆ ภาษาอย่าง “แจ่งสี่เบี้ย” หรือ “แทงกั๊ก” รวมถึงการลักลอบเล่นพนันตามบ้านพักส่วนตัว (ณัฐยา 2548: 157-158)

ต่อรองเหล่านี้จะถูกแฟนบอลนำมาช่วยทำนายความน่าจะเป็นของการแข่งขันว่ามีแนวโน้มจะเป็นไปในทางใดโดยไม่จำเป็นต้องเป็นไปเพื่อการพนันฟุตบอลเลย โดยเฉพาะการดูที่ว่าสโมสรโปรดของพวกเขาถูกประเมินไว้ว่าอย่างไร และมักจะแสดงความไม่พอใจเสมอเมื่อมีการออกอัตราต่อรองให้สโมสรที่พวกเขาเชียร์เป็นรองมากเกินไปกว่าที่พวกเขาารู้สึก

ลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการพนันฟุตบอลเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมฟุตบอลไทยอย่างแยกออกจากกันได้ยาก รวมถึงอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการรับรู้เรื่องการพนัน แฟนบอลท่าเรืออายุ 55 ปีคนหนึ่งบอกกับผู้วิจัยว่าเขาเคยเล่นการพนันฟุตบอลจนเป็นหนี้สินจำนวนมากเมื่อประมาณ 20 ปีก่อน ปัจจุบันเขาเลิกเล่นพนันอย่างเด็ดขาดแล้วแต่ก็ยังคอยดูข่าวเกี่ยวกับอัตราต่อรองอยู่เพื่อช่วยวิเคราะห์แนวโน้มของการแข่งขันที่เขาจะดู

อาจกล่าวได้ว่าความรู้และทักษะในการอ่านอัตราต่อรองพนันฟุตบอลดังกล่าวเป็นมรดกของการพนันที่ตกทอดอยู่ในกลุ่มแฟนบอลชาวไทย ในด้านหนึ่งมันแสดงให้เห็นว่าการพนันฟุตบอลลงหลักปักฐานอยู่ในวัฒนธรรมฟุตบอลไทยอย่างแน่นหนา แต่พร้อมๆ กันนั้น ในอีกด้านหนึ่งมันก็อาจแสดงให้เห็นถึงการใช้ประโยชน์จากวงการพนันโดยผู้ที่ไม่เล่นพนันฟุตบอลได้ด้วย

7.5 สรุป

การเกิดขึ้นมาของความนิยมในฟุตบอลไทยส่งผลต่อกิจกรรมรอบข้างจำนวนมาก เช่นธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับฟุตบอล การเป็นกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจแบบใหม่ของผู้คน รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยอ้อมอย่างการพนัน งานวิจัยนี้มองว่าการพนันเป็นส่วนหนึ่งของการบริโภคฟุตบอล และการศึกษาแฟนบอลซึ่งบริโภคฟุตบอลอย่างเอาใจจริงเอาใจจนจะแสดงถึงลักษณะการบริโภคได้อย่างชัดเจน ดังนั้นแล้ว เพื่อที่จะทำความเข้าใจการพนัน งานวิจัยนี้จะเริ่มจากการศึกษาการบริโภคของแฟนบอลไทยเพื่อทำความเข้าใจ “สนาม” หรือตรรกะเฉพาะตัวของ การบริโภคฟุตบอลไทย จากนั้นจึงจะพิจารณาว่าการพนันมีตำแหน่งแห่งที่อย่างไรในสนามแห่งการบริโภคฟุตบอลนั้น

โครงการนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ศึกษาแบบหลายพื้นที่ (multi-site ethnography) เก็บข้อมูลในช่วงฤดูกาลแข่งขัน 2558 จากแฟนบอลบริเวณกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มประชากรหลักของแฟนบอลไทยคือชายโสด อายุประมาณ 18-35 ปีเป็นหลัก

ในส่วนนี้จะเป็นการอภิปรายผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

7.5.1 อภิปรายผลการศึกษา

ในฐานะที่การพนันเป็นการบริโภคฟุตบอลรูปแบบหนึ่ง การทำความเข้าใจตำแหน่งแห่งที่ของการพนันในวัฒนธรรมการบริโภคฟุตบอลจึงต้องเริ่มจากการทำความเข้าใจสนามหรือตรรกะเฉพาะตัวของการบริโภคเสียก่อน ดังนั้นแล้วส่วนอภิปรายผลการวิจัยนี้จะประกอบไปด้วยสองส่วนหลักๆ ส่วนแรกคือการพิจารณาสนามของการบริโภคฟุตบอลไทย และส่วนที่สองคือการพิจารณาดำเนินการแห่งที่ของการพนันในสนามของการบริโภคฟุตบอลไทย

“สนาม” ของการบริโภคฟุตบอลไทย

นับตั้งแต่ที่วัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศเริ่มเข้ามาลงหลักปักฐานในสังคมไทยตั้งแต่พ.ศ. 2509 เป็นต้นมา สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการแพร่กระจายความนิยมของฟุตบอล โดยเฉพาะความนิยมติดตามชมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศผ่านการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ ทำให้การบริโภคฟุตบอลในสังคมไทยวางอยู่บนฐานของการ “ดู” เป็นหลักมาตลอด แต่ในช่วงทศวรรษ 2550 ความนิยมในฟุตบอลสโมสรไทยเริ่มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้เกิดการบริโภคฟุตบอลในลักษณะใหม่ๆ ขึ้นมา

ผลการศึกษาการบริโภคฟุตบอลของแฟนบอลไทยในงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า นอกจากการบริโภคฟุตบอลผ่านการดูแล้ว การบริโภคฟุตบอลไทยยังประกอบไปด้วยวิธีการบริโภคในลักษณะอื่นๆ อีกหลายลักษณะ เช่นการบริโภคฟุตบอลในฐานะตัวแทนของท้องถิ่น, ในฐานะชุมชนรูปแบบใหม่, ในฐานะพื้นที่ของผู้ชาย, หรือในฐานะพื้นที่แสดงออก การบริโภคในรูปแบบต่างๆ เหล่านี้เกิดขึ้นมาภายใต้ลักษณะเฉพาะของฟุตบอลไทยที่มีบริบทเชื่อมโยงกับแฟนบอล อย่างเช่นการเป็นสโมสรประจำถิ่น การพบปะกันที่สนามแข่งขันซึ่งทำให้เกิดพื้นที่ทางสังคมได้ง่ายขึ้น ไปจนถึงการเติบโตขึ้นมาในยุคสมัยของสื่อใหม่ที่ผู้ใช้งานมีอำนาจในการผลิตมากขึ้น

ลักษณะการบริโภคเช่นนี้เป็นเสมือนอุปทานที่ตอบสนองต่ออุปสงค์ทางสังคมของผู้คนในสังคมไทยปัจจุบัน โดยเฉพาะประชากรกลุ่มหลักที่บริโภคฟุตบอลไทยคือผู้ชาย-ชนชั้นกลางระดับล่าง-วัยทำงาน ภายใต้สภาพสังคมปัจจุบันอาจเรียกได้ว่าคนกลุ่มนี้กำลังเผชิญกับภาวะวิกฤติอัตลักษณ์ ทั้ง

จากชีวิตการทำงานที่เปลี่ยนไปเป็นการทำงานในระบบอุตสาหกรรมมากขึ้น ความสัมพันธ์แบบชุมชนเชิงจารีตลดลง มีการเดินทางย้ายถิ่นมากขึ้น ความผูกโยงกับรากเหง้าเดิมคลายลง ไปจนถึงการถูกเบียดขับจากการเติบโตขึ้นของผู้หญิง พวกเขาจึงต้องการพื้นที่ทางสังคมใหม่ๆ สำหรับแสดงตนเพื่อบรรเทาวิกฤติอัตลักษณ์นี้ ซึ่งหนึ่งในพื้นที่นั้นก็คือการเป็นแฟนบอลไทย

ในแง่หนึ่ง การบริโภคฟุตบอลไทยแสดงให้เห็นถึงปฏิบัติการของผู้คนภายใต้บริบททางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมในสังคมไทยปัจจุบัน ในยุคที่การใช้เวลาว่างเป็นเสมือนอีกหนึ่งกิจกรรมภาคบังคับนอกเหนือจากการทำงาน อุตสาหกรรมบันเทิงต่างๆ กำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และกีฬาก็เป็นหนึ่งในนั้น แม้ในด้านหนึ่งพวกเขาจะมีสถานะเป็นลูกค้าของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม แต่ในอีกด้านหนึ่งมันก็เป็นพื้นที่ซึ่งผู้คนฉวย-ใช้ เป็นพื้นที่ทางสังคมในการแสดงออกซึ่งตัวตนทั้งที่เขาเป็น และต้องการจะเป็น

หากพิจารณาแฟนบอลไทยในฐานะผู้กระทำการ จะเห็นได้ว่าพวกเขาบรรทุกเอา “จิต” และ “ทุน” ที่ตนเองมีเข้ามาสร้างปฏิบัติการต่างๆ ในการเป็นแฟนบอลไทย ไม่ว่าจะเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ความเป็นชาย เครือข่ายสังคม ไปจนถึงศักยภาพในการใช้สื่อ ในแง่หนึ่งการเกิดขึ้นมาของความนิยมในฟุตบอลไทยและลักษณะการบริโภคดังที่กล่าวมานั้นจึงกำลังทำให้เกิด “สนาม” ของการบริโภคฟุตบอลแบบใหม่ๆ ขึ้นมา เป็นการบริโภคฟุตบอลที่ไม่ได้วางอยู่บนฐานของการดูเพียงส่วนเดียว แต่เกี่ยวโยงอยู่กับบริบทรอบตัวของผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้นแล้วสนามแห่งการบริโภคฟุตบอลไทยที่กำลังเกิดขึ้นมาจึงมีลักษณะต่างไปจากการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศในยุคก่อนหน้านี้ การพิจารณาตำแหน่งแห่งที่ของการพนันจึงควรพิจารณาภายใต้กรอบคิดที่ต่างออกไปด้วย

การพนันในสนามของการบริโภคฟุตบอลไทย

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลของแฟนบอลไทยจากงานวิจัยนี้พบว่า สนามแข่งขันฟุตบอลไทยที่แฟนบอลไปกันเป็นประจำทุกสุดสัปดาห์นั้นไม่ได้เป็นพื้นที่ของการพนัน มีแฟนบอลส่วนน้อยเท่านั้นที่เล่นการพนันฟุตบอล และยังเป็นการพนันฟุตบอลไทยก็จะยังเป็นส่วนน้อยลงไปอีก โดยแฟนบอลที่เล่นพนันฟุตบอลไทยมักจะเป็นกลุ่มที่เล่นพนันฟุตบอลต่างประเทศอยู่ก่อนแล้วและเล่นผ่านเว็บไซต์รับพนันออนไลน์ เหตุผลที่ทำให้แฟนบอลส่วนมากไม่เล่นพนันฟุตบอลไทยมาจากที่พวก

เขาเชื่อว่าถ้าหากมีการเล่นพนันแล้วจะส่งผลเสียต่อวงการฟุตบอลไทยที่พวกเขาสนับสนุนอยู่ กิจกรรมที่แฟนบอลทำไม่เอื้อต่อการเล่นพนัน รวมถึงความรู้สึกไม่ไว้วางใจในการทำหน้าที่ของฝ่ายจัดการแข่งขัน ในแง่นี้ สรุปเบื้องต้นได้ว่าแฟนบอลไทยไม่ได้เป็นกลุ่มเดียวกันกับนักพนันฟุตบอลไปทั้งหมด และการพนันไม่ได้เป็นกิจกรรมหลักในสนามแห่งการบริโภคฟุตบอลไทย

ลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนขึ้นผ่านการเล่นพนันของแฟนบอลไทยซึ่งไม่ได้เป็นไปตามตรรกะของการพนันที่มุ่งหาอรรถประโยชน์ทางการเงินจากการเสี่ยงได้เสีย แต่เป็นไปในแง่ของ “การลงทุนทางอารมณ์” ที่มุ่งตอบสนองปัจจัยด้านอื่นมากกว่า อย่างเช่นการลงพนันข้างสโมสรที่ชื่นชอบโดยไม่จำเป็นต้องพิจารณาความน่าจะเป็นมากนัก หรือการเล่นพนันข้างเดียวกับกลุ่มเพื่อนทั้งที่ขัดกับความเห็นของตนเอง

การเลือกพนันโดยไม่เป็นไปตามอรรถประโยชน์ทางเศรษฐกิจนี้ชี้ให้เห็นว่าการพนันทายผลฟุตบอลไทยอาจไม่ได้เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เข้มข้นเหมือนอย่างการพนันฟุตบอลต่างประเทศ (ในสังคมไทย) แต่เป็นไปในทางเดียวกับ “การพนันกีฬาพื้นบ้าน” ซึ่งมีหน้าที่ทางสังคมในลักษณะอื่นนอกอรรถประโยชน์ทางเศรษฐกิจด้วย

หากพิจารณาปรากฏการณ์ไม่พนันหรือเลือกพนันอย่างไม่เป็นไปตามอรรถประโยชน์ทางเศรษฐกิจดังกล่าวผ่านตรรกะของสนามแห่งการบริโภคฟุตบอลไทยแล้ว จะเห็นได้ว่าวิถีการบริโภคฟุตบอลไทยแบบใหม่ๆ ได้เบียดขับการพนันออกไปอยู่ที่อาณาบริเวณชายขอบของการบริโภคฟุตบอล กล่าวคือ มิติที่การบริโภคฟุตบอลเป็นตัวแทนของท้องถิ่น เป็นชุมชนแบบใหม่ เป็นพื้นที่ของผู้ชาย รวมถึงเป็นการต่อสู้เรื่องอัตลักษณ์นั้นถูกให้ความสำคัญจากแฟนบอลมากกว่าการพนันโดยตัวมันเอง และการพนันที่มีอยู่ไม่มากนักก็เป็นไปเพื่อเสริมความเข้มข้นให้กับการบริโภคแบบอื่นที่สำคัญกว่า

หากพิจารณาในมิติทางประวัติศาสตร์ ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงจากการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศด้วยการดูในยุคนัก่อนหน้ามาสู่การบริโภคฟุตบอลไทยเพื่อตอบสนองอุปสงค์ทางสังคมนั้น ทำให้เกิดวิถีการบริโภคฟุตบอลแบบใหม่ขึ้นมาในกลุ่มแฟนบอลไทย ซึ่งภายใต้วิถีการบริโภคแบบใหม่นี้ การพนันถูกลดบทบาทและความสำคัญลงไปเพราะมีการบริโภคแบบอื่นที่ตอบสนองต่ออุปสงค์ทางสังคมของแฟนบอลได้มากกว่า

ทั้งหมดนำมาสู่ข้อเสนอหลักของงานวิจัยนี้ว่า สำหรับแฟนบอลไทยแล้ว การพนันฟุตบอลเป็นกิจกรรมที่อยู่ขอบของการบริโภค (ทั้งสำหรับคนที่ไม่เล่นพนันและเล่นพนัน) เพราะวิธีการบริโภคฟุตบอลของแฟนบอลไทยนั้นเป็นไปในทางที่ตอบสนองต่ออุปสงค์ทางสังคมแบบอื่นมากกว่า

ข้อเสนอดังกล่าวไม่ได้หมายความว่า การเติบโตขึ้นของความนิยมในฟุตบอลไทยจะทำให้การพนันหายผลฟุตบอลหายไปจากสังคมไทยโดยสิ้นเชิง เพราะในอีกแง่หนึ่งอุตสาหกรรมพนันฟุตบอลรวมถึงนักพนันก็ยังคงมีอยู่และมีการปรับตัวที่สนองต่อการเพิ่มขึ้นมาของจำนวนการแข่งขันที่ได้รับความสนใจจากผู้ชมด้วย (ดังที่จะเห็นได้จากการปรากฏขึ้นมาของอัตราต่อรองฟุตบอลไทยและการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พนันฟุตบอลที่ขยายอาณาเขตในโลกออนไลน์มากขึ้นเรื่อยๆ) เพียงแต่ว่าลักษณะการบริโภคฟุตบอลที่หลากหลายขึ้นจะทำให้การพนันเป็นหนึ่งในตัวเลือกจำนวนมากของวิธีการบริโภคฟุตบอล และปรากฏการณ์ที่การพนันถูกเบียดขับให้อยู่ที่ชายขอบของการบริโภคฟุตบอล ก็อาจทำให้เริ่มมีเส้นแบ่งระหว่างการเป็น “แฟนบอล” กับ “นักพนัน” มากขึ้นด้วย

ในอีกส่วนหนึ่ง ข้อเสนอของงานวิจัยนี้ก็ไม่ได้ต้องการที่จะชี้ไปในทางที่ว่าแฟนฟุตบอลไทยไม่พนัน ขณะที่แฟนฟุตบอลต่างประเทศเล่นพนัน เพราะถึงที่สุดแล้วมิติต่างๆของการบริโภคเหล่านี้ก็อาจเกิดได้ทั้งกับฟุตบอลไทยและฟุตบอลต่างประเทศ (เช่นแฟนฟุตบอลต่างประเทศที่ชื่นชอบสโมสรฟุตบอลใดมากจนนิยมตนเองอย่างยึดโยงเข้ากับสโมสรแห่งนั้นอย่างเข้มข้น หรือการรวมตัวกันเป็นกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศที่มีกิจกรรมร่วมกันเป็นประจำ) แต่ความแตกต่างระหว่างสองสิ่งนี้อยู่ที่ความเข้มข้นของการบริโภคในแต่ละมิติ ซึ่งฟุตบอลไทยที่เต็มไปด้วยบริบทอันเกี่ยวโยงอยู่กับชีวิตประจำวันของแฟนบอลโดยตรงนั้นมีโอกาสทำให้เกิดการบริโภคที่เข้มข้นกว่าได้

7.5.2 ข้อจำกัดของการวิจัย

ข้อจำกัดที่สำคัญของงานวิจัยนี้มีอยู่ว่า กลุ่มคนที่เป็นประชากรหลักของงานวิจัยนี้คือ “แฟนบอลไทย” ในความหมายที่หมายถึงผู้ที่ติดตามชมการแข่งขันฟุตบอลไทยที่สนามเป็นประจำ ผลการศึกษานี้จึงอาจไม่ครอบคลุมถึงกลุ่มผู้ชมฟุตบอลไทยที่นิยม “ดู” การถ่ายทอดสดฟุตบอลไทยทางโทรทัศน์ (ซึ่งมีแนวโน้มจะเพิ่มจำนวนขึ้นอีกมาก) เพราะองค์ประกอบสำคัญของการไปที่สนามฟุตบอล

คือการได้เข้าร่วมในกิจกรรมทางสังคมที่แฟนบอลมีต่อกัน ขณะที่การดูการถ่ายทอดสดเป็นกิจกรรมที่เป็นไปโดยส่วนตัวมากกว่า จึงต้องการกรอบการพิจารณาในลักษณะที่ต่างออกไป



ฟุตบอล วิทยุ การพนัน และวัฒนธรรมความเป็นชาย

พงศกร สงวนศักดิ์

8.1 บทนำ

8.1.1 ประเด็นปัญหาของการศึกษาวิจัย

ฟุตบอลเริ่มเข้าสู่สังคมไทยครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยการนำเข้าของชนชั้นนำสยามในขณะนั้น การสนับสนุนให้ชาวสยามเล่นฟุตบอลอย่างจริงจังเริ่มขึ้นในช่วง พ.ศ.2444 โดยกรมศึกษาธิการได้จัดการแข่งขันแบบแพ้คัดออกเพื่อชิงชัยกันระหว่างโรงเรียนชั้นนำในจังหวัดกรุงเทพฯ และธนบุรี การเล่นกีฬาฟุตบอลกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่รัฐใช้สร้างพฤติกรรมที่ศิวิไลซ์ให้แก่พลเมืองของประเทศไทย ผ่านบรรดาโรงเรียนชั้นนำก่อนในชั้นแรก เนื่องจากชนชั้นนำสยามที่ได้ไปศึกษาหรือได้ไปดูการศึกษาที่อังกฤษ ต่างเห็นว่า “โรงเรียน” เป็นพื้นที่ในการปลูกฝังบุคลิกภาพให้มีระเบียบวินัย ฝึกความกล้า ความเป็นชาย และการเคารพกฎ แต่ความคาดหวังดังกล่าวก็ยังไม่ได้สำเร็จลุล่วงในวงกว้าง เมื่อมีข้อมูลปรากฏชัดเจนว่า ระหว่างช่วงปี พ.ศ.2444 ถึง 2453 โรงเรียนที่เข้าร่วมแข่งขันภายใต้การจัดการจัดของกรมศึกษาธิการมีไม่ถึง 30 โรงเรียนและทั้งหมดกระจุกตัวอยู่เฉพาะในกรุงเทพฯ และธนบุรี (ชาญ 2557: 44-55)

กระทรวงธรรมการหรือกระทรวงศึกษาธิการเป็นผู้มีบทบาทอย่างยิ่งในการปลูกฝัง “วัฒนธรรมฟุตบอลในสังคมไทย” ผ่านทาง “ระบบโรงเรียน” โดยเป็นทั้งผู้ริเริ่มจัดรายการแข่งขันฟุตบอลระหว่างโรงเรียน รวมถึงเป็นผู้กำหนดกติกาหลักของการแข่งขันฟุตบอลในสังคมไทยอีกด้วย นอกจากนี้ ใน พ.ศ.2480 ยังได้กำหนดหลักสูตรพลศึกษาในระดับมัธยมต้น โดยกำหนดให้ฟุตบอลเป็นหนึ่งในวิชาบังคับเลือก โดยระบุในหลักสูตรไว้ว่า “...ให้หัดกีฬาที่เป็นพวกคณะ เช่น ฟุตบอล บาสเกตบอล และ เนตบอล...” (เนตรนภา 2545: 40) กล่าวโดยสรุป กระทรวงธรรมการหรือกระทรวงศึกษาธิการในขณะนั้น ใช้ “โรงเรียน” เป็นช่องทางหลักในการทำให้กีฬาฟุตบอลขยายตัวออกไปสู่โรงเรียนอื่นๆ ในวงกว้างมากขึ้น เนื่องจากในช่วงแรก วัฒนธรรมการเล่นฟุตบอลส่วนใหญ่จะอยู่ในโรงเรียนมัธยมขนาดใหญ่และอยู่ในเขตเมืองเท่านั้น

กีฬาฟุตบอลเริ่มเติบโตและขยายตัวออกสู่สังคมกว้างอย่างเข้มข้น เมื่อประเทศไทยเริ่มใช้ “สื่อ” ในการรายงานความเคลื่อนไหวของฟุตบอลต่างประเทศ เริ่มจากหนังสือพิมพ์ ก่อนจะพัฒนามาสู่ “โทรทัศน์” ซึ่งกลายเป็นความเคลื่อนไหวครั้งสำคัญที่ทำให้กีฬาฟุตบอลกลายมาเป็น “อุตสาหกรรมฟุตบอล” ที่เฟื่องฟูอย่างมากในทุกวันนี้ การแพร่ภาพออกอากาศการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทยเกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ.2509 เป็นการแข่งขันนัดชิงชนะเลิศฟุตบอลโลกระหว่างอังกฤษกับเยอรมัน (เนตรนภา 2545: 94) เป็นครั้งแรกที่คนไทยได้สัมผัสกับกีฬาฟุตบอลในรูปแบบใหม่ต่างจากที่เคยสัมผัสจากโรงเรียนหรือหนังสือพิมพ์ที่เคยเป็นมา ทว่าความนิยมที่มีต่อรายการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันฟุตบอลจากต่างประเทศ และการให้ความสนใจต่อ “ข่าวสาร” อันเกี่ยวกับเกมกีฬาชนิดนี้อย่างแพร่หลายของผู้คนในสังคมไทยนั้น กล่าวได้ว่าเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญในช่วงการขยายตัวของเศรษฐกิจฟองสบู่โดยเฉพาะหลังเกมการแข่งขันฟุตบอลโลก 1994 (พ.ศ 2537) รอบสุดท้ายที่สหรัฐอเมริกา “อุตสาหกรรมฟุตบอลไทย” เติบโตมาโดยตลอดนับแต่นั้นมาจนถึงปัจจุบัน สิ่งที่บ่งชี้ได้เป็นอย่างดีอาจดูได้จากยอดการประมูลลิขสิทธิ์การถ่ายทอดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษในไทยที่เป็นจำนวนเงินสูงถึง 9,000 ล้านบาท หรือกรณีของ “ไทยพรีเมียร์ลีก” ที่มีจำนวนผู้เข้าชมในสนาม (รวม 18 สนาม) ในปี พ.ศ.2556 สูงถึง 1,410,355 คน ในจำนวนนี้ยังไม่รวมแฟนบอลที่ติดตามชมเชียร์อยู่ “ทางบ้าน” ผ่านรายการถ่ายทอดสด ซึ่งโดยประมาณไม่น่าจะต่ำกว่าเท่าตัวของจำนวนผู้ชมในสนาม หรือราวๆ 1-2 ล้านคน เป็นอย่างน้อย

การเติบโตของ “อุตสาหกรรมฟุตบอล” ในสังคมไทย ทำให้เกิดกิจกรรมการบริโภคฟุตบอลที่หลากหลาย “การเล่นพนันฟุตบอล” คือหนึ่งในกิจกรรมนั้น การเล่นพนันฟุตบอลในสังคมไทยเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อใด ยังคงไม่มีข้อมูลที่แน่ชัด แต่หากกล่าวถึงความแพร่หลาย อาจกล่าวได้ว่าเริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา เนื่องจาก ปี พ.ศ.2529 เป็นปีแรกที่มีการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกจำนวนหลายนัด ซึ่งทำให้การเล่นพนันฟุตบอลในแต่ละนัดมีเพิ่มขึ้นด้วย (เนตรนภา 2545) ความนิยมที่มีต่อรายการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันฟุตบอลจากต่างประเทศ และการให้ความสนใจต่อ “ข่าวสาร” อันเกี่ยวกับเกมกีฬาชนิดนี้อย่างแพร่หลายของผู้คนในสังคมไทยนั้น ทำให้การเล่นพนันฟุตบอลกลายมาเป็น “กิจกรรมยอดนิยม” ในกลุ่มผู้ชายไทยโดยเฉพาะชนชั้นกลางชาวเมืองตั้งแต่วัยรุ่นถึงวัยกลางคน และ “ข่าว” หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพนันบอลนั้นก็ได้กลายมาเป็นประเด็นปัญหาที่สังคมให้ความสนใจและกล่าวถึงกันอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน ราวๆ 10 กว่าปีก่อน ความนิยมและเฟื่องฟูของการเล่นพนันบอลใน

สังคมไทยเป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่ถูกนักวิชาการและสื่อมวลชนบางส่วนขนานนามกันว่าเป็น “การพนันทางอากาศ” ทั้งนี้เนื่องจากทั้งผู้เล่นและเจ้ามือผู้รับแทงจะต้อง ใช้ เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่แขนงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์กีฬา โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรศัพท์มือถือ วิทยุ วิทยุติดตามตัว และรวมไปถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ต เป็นอุปกรณ์อำนวยความสะดวก หรือเป็น “คู่มือ” การเล่นเกมพนันชนิดนี้ (วสันต์ 2557)

พนันบอลอาจเป็นเรื่องที่ผิดกฎหมาย แต่ดูเหมือนว่าทั้ง “การเล่น” และพูดถึงมันในชีวิตประจำวันของผู้คนจะไม่ใช่ว่าเรื่องผิดปกติแต่อย่างใด และปัจจุบันเครือข่ายของวงการพนันบอลในสังคมไทยนั้น น่าจะแพร่กระจายออกไปโดยทั่ว ทั้งรูปแบบการเล่นพนันชนิดนี้ก็น่าจะหลากหลายซับซ้อนมากขึ้นด้วย ส่วนหนึ่งเนื่องจากการที่ในสายตาของรัฐบาลพนันชนิดนี้ยัง “ผิดกฎหมาย” (แม้ข่าวลือจะหนาหูว่าเจ้าหน้าที่รัฐนั่นเองที่เกี่ยวข้องพัวพันกับการพนันชนิดนี้อย่างสำคัญ) ทั้งเจ้ามือหรือผู้ประกอบการกิจการพนัน (หากจะเรียกให้ถูกต้องตรงตามความหมาย) และผู้เล่น จำต้องสรรหากฎวิธีต่างๆ ในการเล่นพนัน ที่จะสามารถหลีกเลี่ยงการจับกุมซึ่งหน้าหรือสืบสวนตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่รัฐ และพนันบอลในฐานะที่เป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมแบบหนึ่ง กล่าวอย่างถึงที่สุดได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตสมัยใหม่ของผู้คนในสังคมไทยอย่างซับซ้อนแนบแน่น ควบคู่ไปกับการเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อ (media industry) การแพร่กระจายและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีข่าวสาร โดยเฉพาะการขยายตัวของธุรกิจเคเบิลทีวีและการใช้จานรับสัญญาณดาวเทียม รวมจนไปถึงการที่ระบบเศรษฐกิจและสังคมการเมืองไทยที่ผนวกเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจโลกอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ยูโร 2012 กับปรากฏการณ์จอคำ (ของช่องฟรีทีวีที่ออกอากาศผ่านดาวเทียมทาง True Visions) ที่ถือเป็นตัวอย่างของความขัดแย้งรุนแรงระหว่างธุรกิจสื่อ หรือการเติบโตของการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ “ไทยลีก” ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ที่สะท้อนความนิยมในรายการการแข่งขันฟุตบอล และการที่ “ฟุตบอล” ในสังคมไทยกำลังจะกลายมาเป็นอุตสาหกรรมกีฬาอย่างเต็มตัวในสังคมไทย เหล่านี้น่าจะเป็นตัวอย่างเชิงรูปธรรมที่ตอกย้ำความสำคัญของกีฬาฟุตบอล (จากต่างประเทศ) ในฐานะที่เป็น “สินค้า” ยอดนิยมในสังคมไทย ทั้งนี้ยังไม่ต้องกล่าวถึงการเติบโตของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ จนไปถึงการให้บริการขาย “ข่าว” เรื่องราวเกี่ยวกับแวดวงกีฬาฟุตบอล ผ่านทางรายการทีวี โทรศัพท์มือถือ หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ขยายตัวควบคู่ไปกับความสนใจของผู้บริโภคข่าวสารเกี่ยวกับเกมการแข่งขัน (และการพนัน) ฟุตบอลต่างประเทศ (วสันต์ 2557)

ปัจจุบัน การเป็นนักพนันและหรือแฟนบอล จึงไม่เพียงต้องอาศัยทักษะความสามารถในการวิเคราะห์จัดการกับ “ข่าวสาร” มากมายมหาศาลที่ถูกส่งผ่านมาทางสื่อสมัยใหม่ในแต่ละวัน ทว่าการได้ร่วมแชร์ประสบการณ์สังคมต่างๆ ไปกับกลุ่มเพื่อนในเครือข่ายชุมชนแฟนบอล นักพนันบอล (ทั้งแบบ ออนไลน์และออฟไลน์) นอกจากจะเป็นกิจกรรมการลงทุนที่ทำหาย ยังมีความหมายทางสังคมอย่าง ยิ่งยวดกับการได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของ “ชุมชนแฟนบอล” ดูเหมือนว่าในสังคมไทยยุคปัจจุบัน การดำเนินชีวิตของผู้คนมีแนวโน้มที่จะถูกระบอบการเชิงสถาบันต่างๆ ในระบบอุตสาหกรรมและธุรกิจสื่อ หล่อหลอมให้กลายเป็นปัจเจกชนที่ดูเหมือนจะไร้สติ ไร้อำนาจที่จะจัดการชีวิตตนเองมากยิ่งขึ้น ทว่าใน ระดับชีวิตประจำวัน การเล่นพนันบอลและวัฒนธรรมแฟนบอลนี้เอง ที่น่าจะกลายเป็นพื้นที่ทางสังคม เป็น “ประชาสังคมใหม่” ของผู้คน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชาย ที่พยายามจัดการกับอำนาจที่ตัวเองถูกรื้อถอนออกไป พยายามที่จะกำหนดชะตากรรมชีวิตของตนเองขึ้นใหม่ (วสันต์ 2557)

งานศึกษาวิจัยนี้เสนอว่า การศึกษาปรากฏการณ์พนันบอลและวัฒนธรรมแฟนบอล ในแง่ที่เป็น “ปฏิบัติการทางสังคม” (Social Practice) แบบหนึ่ง ในกลุ่มวัยรุ่นในสังคมไทยยุคปัจจุบัน นอกจากจะช่วยสร้างความเข้าใจในวิถีการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นไทยที่ลึกซึ้งและต้องท้าทายขึ้น ยังอาจช่วยชี้ให้เห็นถึงกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องไปกับการที่วัยรุ่นจำนวนไม่น้อย ที่เดิมมีความนิยมชมชอบในกีฬาฟุตบอลเป็นทุนเดิมหรือเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มวัฒนธรรมแฟนบอล (ซึ่งส่วนใหญ่อาศัยใช้ชีวิตอยู่ในเมืองใหญ่ เช่น เมืองเชียงใหม่ และกรุงเทพฯ) หันหน้าหรือปฏิเสธที่จะเข้าสู่แวดวงการพนัน หรือได้ใช้ชีวิตเกี่ยวข้องพัวพันไปกับ การเล่นพนันและการบริโภคสื่อ สินค้าจากอุตสาหกรรมฟุตบอลอย่างไร ยังอาจช่วยค้นหา “คำตอบ” ในแง่มุมใหม่ๆ ต่อความเข้าใจเกี่ยวกับ “วัฒนธรรมแฟนบอล” (ทั้งการเล่นพนันและการบริโภค) ที่ปัจจุบันกลายเป็นกระแสสังคมที่แพร่ระบาดอย่างกว้างขวางในกลุ่มวัยรุ่นวัยเรียนในสังคมไทยยุคเสรีนิยมใหม่ ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 1. เพื่อศึกษาแบบแผนการใช้เวลาและการบริโภคสื่อ ที่เกี่ยวข้องพัวพันไปกับวัฒนธรรมแฟนบอลของกลุ่มแฟนบอลวัยรุ่นที่ยังศึกษาเล่าเรียนในสถานศึกษา (อายุระหว่าง 15 - 21 ปี) ในสังคมเมืองเชียงใหม่ 2. เพื่อศึกษาทำความเข้าใจวิถีการดำเนินชีวิต ภูมิหลังของครอบครัว รูปแบบและแบบแผนการเล่นพนัน และการบริโภคสื่อ/สินค้า (อุตสาหกรรมฟุตบอล) ในกลุ่มวัยรุ่นว่ามีส่วนสัมพันธ์ไปกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นชาย” และวิถีการดำเนินชีวิตของพวกเขาในสังคมเมืองสมัยใหม่อย่างไร

กรอบคิดและแนวทางการศึกษาวิจัย

การศึกษานี้ มองว่า การพนันและการบริโภคสื่อ/สินค้า ของ อุตสาหกรรมฟุตบอล นอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมวัยรุ่น ยังกลายเป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของแฟนบอลไทย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นวัยเรียน (อายุระหว่าง 15 - 21 ปี) ที่ใช้ชีวิตอยู่ในสังคมที่เต็มไปด้วยการไหลเวียนของข่าวสาร (Mediated Society) เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ กล่าวคือการพนันและวัฒนธรรมแฟนบอลไทย นอกจากถือเป็นกิจกรรมทางสังคมที่ยังคงเกี่ยวพันไปกับเรื่องที่ถูกกฎหมาย (คือกลุ่มที่เล่นพนันบอล) ยังถือเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่สังเกตเห็นได้ในสนามแข่งขันเกมฟุตบอลและในพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะ ผับ บาร์ ยามค่ำคืน ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (ซึ่งเป็นตารางเวลาปกติของเกมการแข่งขันฟุตบอล) ในบริบทของสังคมไทย การเล่นพนันและวัฒนธรรมแฟนบอล นอกจากจะเกี่ยวข้อง พัวพันไปกับธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ รายการทีวี เคเบิลทีวี และการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์ ยังได้พัฒนา รูปแบบที่แตกต่างหลากหลายออกไปตามสถานที่และกลุ่มคนที่แตกต่างกัน

วัยรุ่น หรือ “ช่วงวัยรุ่น” โดยทั่วไปหมายถึง การเติบโต กำลังจะก้าวผ่าน หรือสถานะที่ “ยังไม่บรรลุนิติภาวะหรือไม่สำเร็จ” วัยรุ่นหรือวัยหนุ่มสาวจึงถูกมองว่าเป็นช่วงเวลาเตรียมการสำหรับการกลายเป็น “ผู้ใหญ่” เป็นช่วงเวลา “หัวเลี้ยวหัวต่อ” ที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ทั้งทางด้านการเปลี่ยนแปลงของร่างกายและการเปลี่ยนผ่านสถานภาพทางสังคม ผลกระทบจากการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ภาวะสมัยใหม่ที่มีต่อวัยรุ่นคนหนุ่มสาวในสังคมนั้นเชื่อกันว่ามีส่วนสำคัญต่อการสร้างแรงกดดันต่อ “วัยรุ่น” โดยเฉพาะการที่พวกเขาต้องเผชิญกับสถานะ “วิกฤติอัตลักษณ์” (Identity Crises) เนื่องจากการพัฒนาไปสู่ภาวะสมัยใหม่นั้น ส่งผลอย่างสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง กระบวนการขัดเกลาทางสังคม และ จารีต พิธีกรรม หรือกระบวนการขั้นตอนต่างๆ ที่ (เคย) “ทำหน้าที่” ประคับประคองการเปลี่ยนผ่าน จาก วัยรุ่นไปสู่ผู้ใหญ่ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสถาบันครอบครัว ภาวะกดดันทางเศรษฐกิจ การแพร่กระจายของบริโภคนิยม ระบบการศึกษาที่เน้นการแข่งขันในสังคมสมัยใหม่ จึงมักนำไปสู่การก่อตัวขึ้นของปรากฏการณ์สังคมอื่นๆ ตามมาในชีวิตวัยรุ่น เช่น วัฒนธรรมต่อต้าน วัฒนธรรมย่อย และวัฒนธรรมสมัยนิยม งานศึกษานี้เสนอว่า การศึกษาชีวิตวัยรุ่นในสังคมไทยยุคปัจจุบัน ควรวางอยู่บนฐานคิดที่มองว่า 1. ชีวิตวัฒนธรรมของวัยรุ่นนั้นดำเนินไปในบริบทของการปะทะประสานระหว่าง วัฒนธรรมท้องถิ่นกับระบบทุนนิยมโลก เช่น

วัฒนธรรมแฟนบอลในสังคมไทย วัฒนธรรมแฟนคลับเพลงเกาหลี K-Pop 2. วัฒนธรรมวัยรุ่นมักแสดงถึง การผสมผสานรูปแบบทางวัฒนธรรมตามจารีตไปสู่ ปฏิบัติการ และ “แนวต่างๆ” (Style) หรือการหยิบยืมฉวยใช้ทรัพยากรวัฒนธรรมของตน (ในท้องถิ่น) เพื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมจารีตใหม่ๆ ขึ้นมาของวัยรุ่น (ในกรณีนี้วัฒนธรรมแฟนบอลไทยฟรีเมียร์ลีกของ วัยรุ่น ดูจะเป็นตัวอย่างปรากฏการณ์ที่เด่นชัดมาก) และ 3. ความเป็นไปได้ต่างๆ ในการสร้างสรรค์ชีวิต วัฒนธรรมของวัยรุ่นไทย ในสถานะข้ามชาตินิยมที่เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่หยิบยื่นให้

อย่างไรก็ตาม ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของวัยรุ่น คือปรากฏการณ์ที่ต้องพิจารณาทำความเข้าใจในบริบทของท้องถิ่น แม้ว่าบรรดาวัยรุ่นจะได้รับแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ จากสื่อสินค้า ข่าวสารและชีวิตวัฒนธรรม ความบันเทิง ที่ส่งผ่านมาอย่างรวดเร็วและเข้มข้นจากช่องทางการติดต่อสื่อสารต่างๆ ในโลกปัจจุบัน

8.1.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

เมื่อกล่าวถึงการเล่นพนันบอลของเยาวชน คำอธิบายที่มีต่อเรื่องดังกล่าวมักเป็นไปในทางที่เห็นว่า “เยาวชนคือเหยื่อ” อยู่เสมอ ซึ่งแฝงด้วยความหมายของ “ความไม่รู้เท่าทัน” “โดนชักจูงได้ง่าย” และสุดท้ายเยาวชนก็จะตกเป็นทาสของการพนัน และหมดอนาคตในที่สุด คำอธิบายดังกล่าวกลายเป็นคำอธิบายหลักในเรื่องการเล่นพนันบอลของเยาวชนมาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาเห็นว่าเรื่องเล่ากระแสหลักดังกล่าวยังไม่สามารถอธิบายการเล่นพนันบอลของเยาวชนได้ลึกซึ้งและรอบด้านเพียงพอ ผู้ศึกษาจึงพยายามจะทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ “ความเป็นวัยรุ่น” และ “การพนัน” เพื่อเพิ่มมุมมองในการศึกษาวิจัยในประเด็นดังกล่าวต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับ “ความเป็นวัยรุ่น”

วัยรุ่น เยาวชน คนหนุ่มสาว คือคำที่ใช้สลับกันไปมา ในแวดวงการศึกษาวัยรุ่น ขอบเขตความหมายของคำว่า วัยรุ่น เยาวชน หรือคนหนุ่มสาว มักกำหนดขึ้นจากเงื่อนไขทางสังคมที่แวดล้อมมากกว่า อายุขัยทางชีววิทยา อย่างไรก็ตาม คำว่า วัยแรกเริ่ม วัยรุ่น เยาวชน คนหนุ่มสาว ก็ยังสะท้อนให้เห็นถึงการใส่ใจต่อเงื่อนไขที่เฉพาะเจาะจงของ “ช่วงวัย” หรือการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจในช่วงอายุหนึ่งๆ ที่ยังจะต้องพิจารณากันไปในบริบททางสังคม เช่นคำว่า “ยุวชนทหาร” หรือ “คุณแม่ยังสาว” คือคำที่มีความหมายเชิงสังคมมากกว่าความหมายทางชีววิทยา อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปเป็นที่

ยอมรับกันว่า คำว่า วัยรุ่น หรือ “ช่วงวัยรุ่น” ในตัวของมันเองหมายถึง การเติบโต กำลังจะก้าวผ่าน หรือสถานะที่ “ยังไม่บรรลุ หรือสำเร็จ” ขณะที่คำว่า ผู้ใหญ่ หรือ การเป็นผู้ใหญ่ มีนัยหมายถึง “การทำสำเร็จ” หรือ ความเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ช่วงวัยรุ่นหรือวัยหนุ่มสาว จึงถูกมองว่า คือช่วงเวลาเตรียมการ สำหรับการกลายเป็นผู้ใหญ่ เป็นช่วงเวลา “หัวเลี้ยวหัวต่อ” ที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอนทั้งด้านการเปลี่ยนแปลงของร่างกายและการเปลี่ยนผ่าน (สถานภาพ) ทางสังคม (วสันต์ 2553: 9-10)

การศึกษาวัยรุ่นในทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาในยุคแรก (ประมาณ ค.ศ. 1950) มักจะมีข้อสรุปว่าวัฒนธรรมวัยรุ่นเป็นไปในลักษณะต่อต้านสังคม (ต่อต้านวัฒนธรรมใหญ่) ต่อมาแนวคิดดังกล่าวเริ่มถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่ามีลักษณะด้านเดียวและไม่เพียงพอ จึงเสนอความคิดกันใหม่ว่า การศึกษาวัฒนธรรมวัยรุ่นควรให้ความสำคัญกับการเข้าใจวัฒนธรรมของตัววัยรุ่นเอง ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการทำงานภาคสนามกับกลุ่มวัยรุ่นเหล่านี้ และพยายามเข้าใจความหมายที่วัยรุ่นมองตนเอง และวัฒนธรรมที่ตนได้สร้างหรือมีส่วนร่วม ดังนั้นจึงควรมองวัยรุ่นในฐานะที่เป็นผู้กระทำการ (Agency) ทางวัฒนธรรม มากกว่าที่จะเป็นผู้รับเอาวัฒนธรรมมาจากผู้ใหญ่อย่างว่าง่าย (ปิ่นแก้ว 2553: 36-41) อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมวัยรุ่นไม่ได้เหมือนกันไปหมด ในทุกสังคม การจะทำความเข้าใจวัฒนธรรมวัยรุ่น จึงต้องพิจารณาภายใต้บริบททั้งทางสังคมและทางประวัติศาสตร์ของสังคมนั้นๆ ด้วย อาจกล่าวได้ว่า ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นคือปรากฏการณ์ที่จำเป็นต้องพิจารณาในบริบทของท้องถิ่น แม้ว่าบรรดาวัยรุ่นจะได้รับแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ จากสื่อ สินค้าข่าวสาร และชีวิตวัฒนธรรม ความบันเทิง ที่ส่งผ่านมาอย่างรวดเร็วและเข้มข้นจากช่องทางการติดต่อสื่อสารต่างๆ ในโลกปัจจุบัน (วสันต์ 2553: 20)

การศึกษาตามแนวทางดังกล่าว (มองวัยรุ่นในฐานะ “ผู้กระทำการ”) สอดรับกับความเปลี่ยนแปลงของโลกจริงๆ สองทศวรรษที่ผ่านมาได้เป็นอย่างดี การเคลื่อนตัวสู่สถานะสมัยใหม่ การเลื่อนไหลอย่างรวดเร็วของวัฒนธรรม ตลอดจนการเคลื่อนไหวตื่นตัวของกลุ่มวัยรุ่นในท้องถิ่นนั้นๆเอง ทำให้งานศึกษาวัยรุ่นในแนวทางที่มองวัยรุ่นในฐานะ “ผู้กระทำการ” ได้เผยแพร่ผลงานอันมีสีสันมากมายเกี่ยวกับชีวิตวัยรุ่น งานเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงการเชื่อมประสาน การหยิบยืม ฉวยใช้ “ทรัพยากรวัฒนธรรม” ทั้ง สื่อ สินค้า เทคโนโลยีการสื่อสาร วัฒนธรรมเพลง แฟชั่นสมัยนิยมต่างๆ รวมไปถึง จารีตประเพณีและมรดกทางวัฒนธรรม ทั้งของตนเองและของคนอื่น กลายเป็นประเด็นท้าทายที่ควรมีการศึกษากันไปในแวดวงวัยรุ่นศึกษาก็คือ 1) ชีวิตวัฒนธรรมของวัยรุ่นในบริบทของการ

ปะทะประสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับระบบทุนนิยมโลก 2) การผสมผสานรูปแบบทางวัฒนธรรมตามจารีตไปสู่ปฏิบัติการ และ “แนวต่าง ๆ” (Style) หรือการหยิบยืมฉวยใช้ทรัพยากรวัฒนธรรมของตน (ในท้องถิ่น) เพื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมจารีตใหม่ๆ ขึ้นมาของวัยรุ่น และ 3) ความเป็นไปได้ต่างๆ ในการสร้างสรรค์ชีวิตวัฒนธรรม (ของวัยรุ่น) ในสภาวะข้ามชาตินิยมที่เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่หยิบยื่นให้

หากลองนำแนวทางดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่อง “การเล่นพนันฟุตบอลของเยาวชน” สิ่งที่จะต้องทำก็คือ การมองว่า เยาวชนเหล่านี้เป็นผู้เลือกเล่นพนันด้วยตนเอง ไม่ได้เป็นเพียงเหยื่อที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์เท่านั้น ดังนั้น สิ่งที่ควรสืบหาต่อไปก็คือ เหตุใดเยาวชนจึงเลือกเล่นพนันฟุตบอล การเล่นพนันฟุตบอลของเยาวชนเข้าไปเกี่ยวข้องกับชีวิตวัฒนธรรมของพวกเขาอย่างไรบ้าง ทั้งนี้ต้องพิจารณาอยู่ในบริบทของสังคมไทยในยุคปัจจุบัน

แนวคิดเกี่ยวกับ “การพนัน”

การพนันเป็นกิจกรรมที่อยู่คู่กับประวัติศาสตร์มนุษยชาติมาอย่างยาวนาน ดังปรากฏว่าในทางโบราณคดีมีการขุดค้นพบหลักฐานในอียิปต์ที่บ่งชี้ว่าการพนันเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่มาับอารยธรรมของมนุษย์ยาวนานก่อนสมัยคริสตกาลกว่า 4 พันปี อย่างไรก็ตามรูปแบบและลักษณะทางสังคม (Social Attribute) ของการพนันก็มีความเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขของแต่ละยุคสมัย การทำความเข้าใจการพนันที่เปลี่ยนแปลงไปจึงเป็นประเด็นที่มีการศึกษาในทางสังคมวิทยามาโดยตลอด ตามมุมมองของสังคมวิทยาแล้ว การพนันไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเรื่องเลวร้ายหรือเป็นภัยอย่างร้ายแรงต่อศีลธรรมแต่อย่างใด แต่มองว่าการพนันเป็นกิจกรรมสันทนาการอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะในสังคมสมัยใหม่ที่มีความตึงเครียดสูง ในแง่การพนันจึงไม่ใช่สิ่งที่เลวร้ายในตัวเองเสมอไป แต่จะเลวร้ายก็เมื่อมันไปส่งผลร้ายที่กระทบต่อคนอื่นหรือสังคมโดยรวม เช่น การขาดความรับผิดชอบต่อตัวเอง ต่อครอบครัว และต่อสังคม อาจกล่าวได้ว่า การพนันจะส่งผลร้ายเมื่อมันไปขัดขวางไม่ให้สมาชิกในสังคมปฏิบัติหน้าที่ไปตามความคาดหวังที่ควรจะเป็นของสังคม (วสันต์ 2543: 148)

การศึกษาถึงปัจจัยหรือเงื่อนไขเชิงจิตที่ผลักดันให้มนุษย์เล่นการพนันก็เป็นประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งที่นักสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาให้ความสำคัญมาโดยตลอด สรุปเป็นแนวคิดสำคัญๆ ดังนี้ (วสันต์ 2543: 149-152)

โรเจอร์ แคิลลอยส์ (Roger Caillois) นักสังคมวิทยาผู้เชี่ยวชาญการศึกษาด้านการพนันท่านหนึ่งได้ตั้งข้อสังเกตว่า การเล่นเกมส์และการเล่นพนันเป็นกิจกรรมสำคัญรูปแบบหนึ่งที่จะ “บ่มเพาะ” วัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการให้เหตุผล ความฉลาดหลักแหลม การรู้จักคิด คำนวณ และการแข่งขัน นอกจากนี้ การพนันมักจะต้องมีเรื่อง “โชค” เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น หว่ย ไพ่ เป็นต้น แต่บางประเภทก็ใช้ทักษะความชำนาญเป็นหลัก เช่น พนันบอล แทงม้า เป็นต้น

ในแนวทางที่ต่างออกไป อี.ซี.เดเวอรัลท์ (E.C.Deveureux) ใช้แนวคิดแบบโครงสร้างการหน้าที่นิยมอธิบายว่า การพนันมี “หน้าที่” ลดความตึงเครียดที่เป็นอยู่ในระบบสังคม โดยเฉพาะสังคมสมัยใหม่ (Bureaucracy) ที่สมาชิกถูกควบคุมสูงและไม่มีอิสระในตัวเอง

ในขณะที่ โรเบิร์ต เมอร์ตัน (Robert K.Merton) ใช้แนวคิดภาวะไร้บรรทัดฐาน (Anomie) ในการอธิบาย “พฤติกรรมเบี่ยงเบน” ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยอธิบายว่าพฤติกรรมเบี่ยงเบนเกิดจาก “เป้าหมายทางวัฒนธรรม” (ค่านิยมเกี่ยวกับความสำเร็จ) ไม่สอดคล้องกับ “วิถีทางเชิงสถาบัน” (วิถีที่จะไปถึงเป้าหมายทางวัฒนธรรม เช่น ต้องจบปริญญาตรีถึงจะได้การงานที่มั่นคง) ดังนั้น คนที่ไม่สามารถประสบความสำเร็จด้วยวิถีทางปกติ (ที่สังคมกำหนดไว้) จึงพยายามสร้างวิถีทางอื่นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้นได้ แม้ว่าวิถีทางดังกล่าวจะไม่ใช่ที่ยอมรับก็ตาม เช่น การเล่นพนันทุกรูปแบบ (เพื่อหวังจะร่ำรวย) หรือการกลายเป็นอาชญากร เป็นต้น

นักคิดคนสำคัญเช่น คาร์ล มาร์กซ์ (Karl Marx) ก็ได้กล่าวถึงมูลเหตุจิตใจของการเล่นพนันไว้เช่นกัน โดยอธิบายตามแนวคิดเรื่อง “ความแปลกแยก” (Alienation) ว่า ในสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม ผู้คน (โดยเฉพาะแรงงานระดับล่าง) ต้องทำงานภายใต้ระบบโรงงานซึ่งมีระเบียบกฎเกณฑ์ตายตัว ทำให้ผู้คนไร้ซึ่งอิสระใดๆ ทำให้ผู้คนรู้สึกว่าตัวเองไร้อำนาจ การงานที่ทำอยู่ก็ไร้ความหมาย เกิดเป็นความรู้สึกที่แปลกแยกจากคนอื่น ๆ เช่น เพื่อนร่วมงาน จนท้ายที่สุดคือ รู้สึกแปลกแยกจากตัวเอง เหตุผลดังกล่าวนี้เองที่ทำให้ผู้คนเลือกที่จะเล่นการพนัน เพราะการพนันเป็นกิจกรรมที่ช่วย “ปลดปล่อย” ผู้คนให้หลุดพ้นจากความแปลกแยกดังกล่าว เนื่องจากการเล่นพนันทำให้เกิดความรู้สึก

สนุก ตื่นเต้น ไร้ใจ อันจะช่วยให้ตนเองรู้สึกมีคุณค่าหรือมีอำนาจขึ้นมาอีกครั้ง โดยเฉพาะเมื่อสามารถเอาชนะเกมพนันนั้นๆ ได้ อย่างไรก็ตาม นักสังคมวิทยาสามารถชี้ให้เห็นว่า การพนันเป็นเพียงสิ่งมอมเมาให้ผู้คนรู้สึกมีอำนาจแค่ชั่วคราวชั่วคราว เป็นความหลงผิดที่ทำให้ไม่สามารถต่อสู้เพื่อปลดแอกตนเองได้อย่างแท้จริง

แนวคิดเรื่อง “ความเป็นชาย”

ความเป็นชาย (Masculinity) หมายถึง คุณลักษณะต่างๆ ที่สังคมให้คุณค่าและมองว่าเป็นตัวแทนหรือสัญลักษณ์ของความเป็นลูกผู้ชาย ความเป็นชายในที่นี้จึงเป็นสิ่งที่ประกอบสร้างทางสังคม (Socially Constructed) และต้องแสดงออกมาหรือยืนยันผ่านปฏิบัติการทางสังคมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ด้วยเหตุนี้ขอบเขต คุณลักษณะ ตลอดจนคุณค่าและความหมายที่สังคมมีให้ต่อความเป็นชาย ในตัวของมันเองจึงมีความเป็นประวัติศาสตร์ กล่าวคือ ความเป็นชาย มีพลวัต มีการเปลี่ยนแปลง หรือถูกปรับเปลี่ยนดัดแปลงได้ ในขณะหนึ่งๆ หรือในช่วงเวลาหนึ่งๆ ของประวัติศาสตร์ (วสันต์ 2557)

การศึกษาความเป็นชายในสังคมยุโรปโดยเฉพาะยุคกลางแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงถูกกีดกันออกจากการจัดแบ่งกลุ่มคนในสังคม ที่เชื่อกันว่ามีอยู่สามกลุ่ม คือ ผู้สวดภาวนา ผู้สู้รบ และผู้ทำงาน (แรงงานและชาวนา) เห็นได้ชัดว่าอำนาจและการแข่งขันความเป็นชายอยู่ในมือของกลุ่มนักบวชและนักรบ อย่างไรก็ตาม ในสมัยปลายยุคกลาง การขยายตัวของการศึกษาและมหาวิทยาลัยส่งผลให้เกิดคนกลุ่มใหม่ นั่นคือปัญญาชน ชายทั้งสามกลุ่มได้พยายามนิยามความเป็นชายของตัวเองที่แตกต่างกันออกไป และเพื่อให้ความเป็นชายของตนเองนั้นเหนือกว่าสองกลุ่มที่เหลือ ในสมัยยุควิคตอเรียนเป็นต้นมา แม้ว่าวัฒนธรรมแบบจักรวรรดินิยมที่เน้นอำนาจและความเป็นทหารจะทำให้ความเป็นชายถูกผูกติดกับความแข็งแกร่งและกล้ามเนื้อมากขึ้น แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าฐานความคิดของความเป็นชายที่แตกต่างหลากหลาย โดยเฉพาะความเป็นชายแบบของนักบวชและปัญญาชนก็ได้รับการยอมรับไม่แพ้กัน และมุมมองเหล่านี้ยังคงดำเนินอยู่จนถึงปัจจุบัน (<http://prachatai.com/journal/2016/04/65177>)

ในกรณีของสังคมไทย ความเป็นชาย โดยรากฐานอาจเป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นตัวแทนของ “ความเป็นไทย” (ที่เป็นสิ่งสร้างทางสังคมและเปลี่ยนแปลงได้เช่นกัน) ความเป็นชายในสังคมไทยยุค

หนึ่ง จึงหมายถึง การเป็นผู้นำ ความสามารถในการควบคุม มีอำนาจในการกำหนดชะตากรรมชีวิตทั้งของตนเองและของคนอื่นได้ เช่นที่สะท้อนผ่าน ชีวิตนักเลง เจ้าพ่อ เจ้าหน้าทีรัฐ (เช่น ปลัด นายอำเภอ จนไปถึงนายตำรวจใหญ่ หรือผู้มีความรู้ ความสามารถ คาถาอาคม ที่จะปราบผี ปราบโจร ควบคุม วิญญาณหรืออำนาจชั่วร้าย) หรือในงานวรรณกรรม ที่อาจสืบสาวไปหาได้ตั้งแต่ยุค ชุนช้างขุนแผน จนมาถึงขุนพันธ์ อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่สลับซับซ้อนของสังคมไทยในปัจจุบัน “ความเป็นชาย” เนื่องจากเป็นสิ่งสร้างทางสังคม จึงอาจประกอบไปด้วยคุณลักษณะและระบบคุณค่าที่หลากหลาย ในกลุ่มสังคม ชนชั้น ที่แตกต่างกัน (วสันต์ 2557)

ในด้านการเรียนรู้ความเป็นชาย สังคมไทยในอดีตก่อนที่จะมีระบบการศึกษามารากเด็กออกจากครอบครัว การเรียนรู้ความเป็นชาย/หญิงจะฝังอยู่ในครอบครัวและชุมชน เมื่อเด็กเริ่มโตเป็นสาว เล็กหนุ่มน้อยก็เริ่มที่จะแยกตัวออกไปสังกัดกลุ่มเรียนรู้ตามเพศ ชายก็ไปเรียนรู้การทำนาหาปลาและบวชเรียนเป็นเณรเป็นพระกับครูอุปัชฌาย์ในชุมชน หญิงก็กลับเข้าสู่พื้นที่ครัวเรือนเพื่อเรียนรู้ความเป็นหญิง ผ่านการทำครัวการเก็บรักษาพันธุ์พืช การดูแลบ้านช่องห้องหอซึ่งเป็นการเรียนรู้การแบ่งงานกันทำตามเพศสภาพ ต่อมาเมื่อการศึกษาขยายตัวการศึกษาก่อนอุดมศึกษาจะแยกโรงเรียนระหว่างชาย/หญิงออกจากกัน การเรียนรู้ความเป็นชาย/ความเป็นหญิงผ่านกลุ่มเพื่อน ซึ่งประกอบด้วยการเล่นผ่านอุดมคติของความเป็นชาย/เป็นหญิงของสังคมและรัฐมาสู่นักเรียน ที่สำคัญในช่วงแรกที่เกิดการขยายตัวของการศึกษานั้นยังไม่เกิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่ทำให้เกิดการไหลออกจากพื้นที่ของผู้คน ครอบครัวและชุมชน จึงยังมีส่วนร่วมกับการศึกษาในระบบโรงเรียนในการจรรโลงความเป็นหญิง/เป็นชาย หลังทศวรรษ 2500 เป็นต้นมา การขยายตัวของการศึกษาภาคบังคับพร้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่เข้มข้นขึ้น ทำให้เกิดการพรางเด็กออกจากครอบครัวและชุมชนมากขึ้นตามลำดับ การเรียนรู้เพศสภาพจากครอบครัวแบบเดิมจึงค่อยๆ หดพลังลงไป กระบวนการการเรียนรู้ความเป็นชาย/เป็นหญิงเริ่มสลายลงไปทั้งในระดับครอบครัวและชุมชน เมื่อราวทศวรรษ 2520 ได้เริ่มเกิดการขยายตัวของโรงเรียนสหศึกษาที่รวมชาย/หญิงเข้าด้วยกัน การศึกษาที่แปรเปลี่ยนเข้ามาสู่การเรียนรวมกันทั้งสองเพศก็ทำให้กระบวนการเรียนรู้ในความเป็นหญิง/เป็นชายก็ละลายไปด้วย เหลือแต่เพียงการเรียนรู้วิชาทั่วไปวิชาเพศศึกษาก็ถูกทำให้โดยเหลือแค่การเรียนรู้เครื่องเพศและการโป๊องกัน ตัวจากกรณีเพศสัมพันธ์เท่านั้น (<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637433>)

กล่าวโดยสรุป การจะทำความเข้าใจความเป็นชายของวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน จำเป็นจะต้องเข้าใจบริบทของสังคมไทยที่แวดล้อมวัยรุ่นอยู่ เพราะสังคมเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนด “ความเป็นชาย” ของวัยรุ่น อย่างไรก็ตาม หากเชื่อตามแนวคิดเรื่องความเป็นวัยรุ่น วัยรุ่นเองก็ไม่ได้รับความเป็นชายจากสังคมมาอย่างว่าง่าย แต่มีการสร้างและแสดงออกอย่างเป็นผู้กระทำการ (Agency) เพื่อสร้างพื้นที่สำหรับตัวเอง ดังนั้น การมองความเป็นชายของวัยรุ่นในงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงมอง ความเป็นชาย ทั้งในด้านที่ถูกสังคมกำหนด (ว่าควรเป็นอย่างไร) และในด้านที่เป็นปฏิบัติการที่วัยรุ่นสร้างและแสดงออกมา ในแง่นี้อาจกล่าวได้ว่า การเล่นฟุตบอล การชมฟุตบอล และการเล่นพนันบอล ของวัยรุ่น เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความเป็นชายของวัยรุ่นแบบหนึ่งด้วย

8.1.3 งานศึกษาเรื่องพนันบอลในสังคมไทย

งานศึกษาการเล่นพนันบอลในสังคมไทยกล่าวโดยภาพรวมแล้วมีจำนวนมากพอสมควร อย่างไรก็ตาม ในด้านมุมมองและรูปแบบในการศึกษานั้นไม่หลากหลายเท่าใดนัก โดยอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ 1. ศึกษาแรงจูงใจของการเล่นพนัน โดยการใช้แบบสอบถามไปถามผู้ที่เล่นพนันถึงสาเหตุที่ทำให้เล่นพนัน จากนั้นจึงนำข้อมูลมาหาความสัมพันธ์ทางสถิติกับเพศ อายุ หรืออื่นๆ เพื่อสรุปเป็นแรงจูงใจของการเล่นพนันของกลุ่มต่างๆ ออกมา โดยงานประเภทนี้แม้จะทำให้ทราบถึงสาเหตุของการเล่นพนัน แต่ก็ขาดข้อมูลในเชิงลึก เช่น ประวัติชีวิต ความสัมพันธ์ของการเล่นพนันกับปัจจัยทางสังคมอื่นๆ ทำให้ขาดการทำความเข้าใจถึงสาเหตุที่แท้จริงของการเล่นพนันบอล 2. การศึกษาการเล่นพนันบอลในฐานะที่เป็นปัญหาทางสังคม โดยงานศึกษาในกลุ่มนี้มุ่งเน้นที่จะทำให้สังคมเกิดความตระหนักเพื่อให้เกิดความตระหนักว่าการเล่นพนันบอลเป็นปัญหาใหญ่ของสังคมไทย ลักษณะของการศึกษาจึงเน้นไปที่การนำผู้ที่เคยประสบปัญหาจากการเล่นพนันมาให้ข้อมูล จากนั้นจึงเลือกนำเสนอถึงผลเสียต่างๆ จากการเล่นพนันบอล ซึ่งงานศึกษาประเภทนี้มักจะได้รับความคิดเห็นจากสื่อที่จะนำไปเสนอข่าว โดยเฉพาะในช่วงที่มีการแข่งขันทัวร์นาเมนต์ใหญ่ๆ เช่น ฟุตบอลโลก ฟุตบอลยูโร เป็นต้น ข้อดีของงานศึกษาประเภทนี้คือ การนำเสนอให้สังคมเห็นถึงปัญหาของการเล่นพนันบอล แต่บางครั้งการเลือกนำเสนอแต่เพียงผลร้ายเพื่อให้ผู้คนตระหนักนั้นก็นำไปสู่คติบางอย่างได้เช่นกัน ซึ่งคติเหล่านั้นสุดท้ายแล้วมักจะไปบดบังแง่มุมอื่นๆ ที่อยู่รอบปรกฏการณ์การเล่นพนันบอล

งานศึกษาที่เริ่มทำความเข้าใจการเล่นพนันบอลในมิติทางสังคมคือ วิทยานิพนธ์ของ เนตร นภา ประกอบกิจ (2545) เรื่อง “พัฒนาการของวัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย พ.ศ. 2509-2544” ที่แม้จะไม่ได้ศึกษาการเล่นพนันบอลโดยตรง แต่ก็ได้กล่าวถึงการเกิดขึ้นและการเติบโตของการเล่นพนันบอลในสังคมไทย โดยแสดงให้เห็นว่า การเกิดขึ้นและการเติบโตของการเล่นพนันบอลในสังคมไทยนั้นมีส่วนสัมพันธ์อย่างยิ่งกับการเจริญเติบโตของวัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย โดยมีปัจจัยสำคัญคือ “สื่อกีฬา” ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

งานศึกษาที่พยายามทำความเข้าใจการเล่นพนันบอลในมิติทางสังคมอย่างจริงจัง คือ งานศึกษาของ วสันต์ ปัญญาแก้ว และคณะ (2557) ซึ่งเสนอว่า พนันบอล คือ ปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงปฏิบัติการและความหมายที่ซับซ้อนของอุตสาหกรรมการกีฬาและธุรกิจสื่อในสังคมเศรษฐกิจการเมืองไทยยุคปัจจุบัน ซึ่งพบว่านักพนันส่วนใหญ่คือ ชนชั้นกลางใหม่ผู้ขาย (ทำงานประจำเงินเดือนประมาณ 10,000 – 15,000) ที่ชีวิตเต็มไปด้วยความซ้ำซากจำเจจากการทำงาน นอกจากนั้นยังเริ่มถูกผู้หญิงเข้ามาแย่งพื้นที่ทางสังคมต่างๆ เช่น ในพื้นที่การทำงานที่ผู้หญิงขึ้นมามีบทบาทมากขึ้น ในแง่นี้ การเล่นพนันบอลจึงเป็นกิจกรรมที่คนกลุ่มนี้ใช้เพื่อหลบหนีออกจากความน่าเบื่อในชีวิตประจำวันผ่านการได้เสี่ยงได้ตื่นเต้นในช่วงขณะที่ได้เล่นพนัน นอกจากนี้นี้ยังใช้พื้นที่ดังกล่าวในการยืนยันความเป็นผู้ชายที่ผู้หญิงไม่สามารถเข้ามามีอำนาจในพื้นที่นี้ได้

อย่างไรก็ตาม ในงานศึกษาดังกล่าวก็ยังศึกษาเพียงแค่กลุ่มคนวัยทำงาน และยังขาดการศึกษาทำความเข้าใจในกลุ่มเด็กและเยาวชน ที่จากสถิติข้อมูลเริ่มชี้ให้เห็นว่ามีแนวโน้มที่จะเริ่มเล่นพนันบอลด้วยเฉลี่ยที่น้อยลงเรื่อยๆ ดังนั้นในงานศึกษาชิ้นนี้จึงต้องการทำความเข้าใจการเล่นพนันบอลของกลุ่มเยาวชนโดยเน้นทำความเข้าใจร่วมกับปัจจัยทางสังคมต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเยาวชน

8.2 วัฒนธรรมฟุตบอลของวัยรุ่น

8.2.1 วัฒนธรรมฟุตบอลไทยในยุคสร้างชาติวิไลซ์

ฟุตบอลเริ่มเข้าสู่สังคมไทยครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยการนำเข้าของชนชั้นนำสยามในขณะนั้น การสนับสนุนให้ชาวสยามเล่นฟุตบอลอย่างจริงจังเริ่มขึ้นในช่วง พ.ศ. 2444 เมื่อกระทรวงธรรมการหรือกระทรวงศึกษาธิการได้จัดการแข่งขันแบบแพ้คัดออกเพื่อชิงชัยกันระหว่างโรงเรียนชั้นนำในจังหวัดกรุงเทพฯ และธนบุรี การเล่นกีฬาฟุตบอลเป็นเครื่องมือสำคัญที่รัฐใช้สร้างพฤติกรรมที่วิไลซ์

ให้แก่พลเมืองของราชอาณาจักรไทย (ชาญ 2557: 44-55) นอกจากนี้ ใน พ.ศ.2480 ยังได้กำหนดหลักสูตรพลศึกษาในระดับมัธยมต้น โดยกำหนดให้ฟุตบอลเป็นหนึ่งในวิชาบังคับเลือก โดยระบุในหลักสูตรไว้ว่า “...ให้หัดกีฬาที่เป็นพวกคณะ เช่น ฟุตบอล บาสเกตบอล และเน็ตบอล...” (เนตรนภา 2545: 40) ฟุตบอลกลายเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการสร้างความเป็นชายที่แข็งแกร่ง ว่องไว เชื้อพัง มีระเบียบ รวมถึงเคารพกฎและมารยาทภายใต้รัฐสมบูรณาญาสิทธิราชย์ (ชาญ 2557: 37-55)



“คณะฟุตบอลแห่งสยาม” ที่ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2458 ตามพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ
ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6
(ภาพจาก <http://www.tnamcot.com/content/109264>)

ในช่วงแรกนั้น สถาบันการศึกษามีส่วนสำคัญในการแพร่หลายของฟุตบอลในสังคมไทยเป็นอย่างมาก (ณัฐสุพงศ์ 2553: 27) การแข่งขันฟุตบอลรายการสำคัญๆ ล้วนแต่เป็นการแข่งขันระหว่างโรงเรียนและหลังจากนั้นก็มีการแข่งขันฟุตบอลมาเป็นระยะๆ ด้วยการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากฝ่ายปกครองมาโดยตลอด โดยเฉพาะในรูปของ “การแข่งขันชิงถ้วยพระราชทาน” เช่น การแข่งขันฟุตบอล

สำหรับพระราชทานถ้วยทองของหลวงหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “ฟุตบอลหน้าพระที่นั่ง” อาจกล่าวได้ว่า ในยุคนี้นี้ฟุตบอลเป็นตัวแทนของความคิดวิไลซ์ที่ชนชั้นนำพยายามอย่างยิ่งที่จะทำให้เกิดขึ้นในสังคมไทย นับตั้งแต่การมีบทบาทสำคัญในการนำเข้ามาจากนักเรียนนอก การเผยแพร่ผ่านระบบการศึกษาที่มีการปฏิรูปใหม่โดยเน้นไปที่การผลิตบุคลากรเพื่อรองรับต่อระบบราชการและการค้ากับต่างประเทศ รวมไปถึงการแสดงออกถึงความมีอารยธรรมในช่วงของการล่าอาณานิคม รวมไปถึงการจัดการแข่งขันระหว่างชาวไทยกับชาวยุโรป และการเดินทางไปแข่งขันที่ต่างประเทศที่ล้วนแต่ถูกให้ความสำคัญในฐานะที่เป็นการแสดงออกถึงความ “ศิวิไลซ์” ของสังคมสยาม (วิริยกุล 2549: 112-121)

กล่าวโดยสรุป ฟุตบอลเริ่มเข้าสู่สังคมสยามในฐานะตัวแทนของความคิดวิไลซ์ ซึ่งชนชั้นนำสยามในขณะนั้นพยายามอย่างยิ่งที่จะใช้ฟุตบอลในการขัดเกลาผู้คนให้หายจากความดิบเถื่อนและกลายเป็นพลเมืองที่เชื่อฟังรัฐ อันเป็นคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของการปกครองแบบรัฐชาติสมัยใหม่ นอกจากนี้การพยายามใช้ฟุตบอลเป็นเครื่องแสดงออกถึงความศิวิไลซ์ของสังคมไทย ก็แสดงให้เห็นว่าสังคมไทยยอมรับการเป็นส่วนหนึ่งของโลก ผ่านการยอมรับฟุตบอลที่เป็นตัวแทนของสังคมตะวันตก เข้าสู่สังคมไทย หรืออาจกล่าวได้ว่าฟุตบอลกลายเป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้สังคมไทยเริ่มเข้าสู่กระบวนการที่เรียกกันต่อมาว่า “โลกาภิวัตน์” นั่นเอง (อาจันต์ 2555: 37)

8.2.2 วัฒนธรรมการบริโภคฟุตบอลในฐานะสินค้าเพื่อความบันเทิง

ฟุตบอลเริ่มเติบโตและขยายตัวออกสู่สังคมวงกว้างอย่างเข้มข้น เมื่อฟุตบอลถูกเปลี่ยนให้เป็นสินค้าเพื่อความบันเทิงอย่างชัดเจน เริ่มในประเทศตะวันตกในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ที่เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจเสรีนิยมและระบบตลาดโลก โดยเฉพาะการปฏิวัติทางด้านเทคโนโลยีสื่อสาร โทรคมนาคม (วสันต์ 2557: 8-10) โดยประเทศไทยเริ่มใช้ “สื่อ” ในการรายงานความเคลื่อนไหวของฟุตบอลต่างประเทศ เริ่มจากหนังสือพิมพ์ ก่อนจะพัฒนามาสู่ “โทรทัศน์” ซึ่งกลายเป็นความเคลื่อนไหวครั้งสำคัญที่ทำให้กีฬาฟุตบอลกลายมาเป็น “อุตสาหกรรมฟุตบอล” ที่เฟื่องฟูอย่างมากในทุกวันนี้ การแพร่ภาพออกอากาศการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทยเกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2509 เป็นการแข่งขันทดชิงชนะเลิศฟุตบอลโลกระหว่างอังกฤษกับเยอรมัน (เนตรนภา 2545: 94) เป็นครั้งแรกที่คนในสังคมไทยได้สัมผัสกับกีฬาฟุตบอลในรูปแบบใหม่ ต่างจากที่เคยสัมผัสจากโรงเรียนหรือหนังสือพิมพ์อย่างที่เคยเป็นมา ทว่าความนิยมที่มีต่อรายการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันฟุตบอลจาก

ต่างประเทศและการให้ความสนใจต่อ “ชาวสาร” เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลอย่างกว้างขวาง กล่าวได้ว่าเกิดขึ้นในช่วงการขยายตัวของเศรษฐกิจฟองสบู่โดยเฉพาะหลังเกมการแข่งขันฟุตบอลโลก 1994 (พ.ศ. 2537) รอบสุดท้ายที่สหรัฐอเมริกา

ในช่วงเวลาดังกล่าว อุตสาหกรรมฟุตบอลในไทยเติบโตเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมสื่อ ดังปรากฏว่าในปี พ.ศ. 2533 เป็นปีที่บริษัทในเครือสยามสปอร์ต (ผู้ประกอบการสื่อสารมวลชน ประเภทกีฬาและสันทนาการรายใหญ่ของไทย) มีการขยายตัวทางธุรกิจมากที่สุดนับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทมา โดยวันที่ 27 กุมภาพันธ์ นายระวี โหลทอง ได้ยื่นขอจดทะเบียน บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ ...ในเดือนสิงหาคม บจก.สยามสปอร์ตซินดิเคท เข้าซื้อที่ดินจำนวน 5.5 ไร่ บริเวณถนนบางนา-ตราด กิโลเมตรที่ 5 เพื่อใช้ก่อสร้างอาคารสำนักพิมพ์ โรงพิมพ์ และโกดังเก็บสินค้า ทั้งนี้ บจก.สยามสปอร์ตซินดิเคท มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกที่ 5,000,000 บาท ต่อมา ราวเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2533 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 50,000,000 บาท (http://www.siamsport.co.th/siamsport_history.html) ในด้านการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศได้เริ่มมีการซื้อลิขสิทธิ์มาถ่ายทอดโดยตรงนับตั้งแต่ พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา จนถึงปัจจุบันยอดการประมูลลิขสิทธิ์การถ่ายทอดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษเป็นจำนวนเงินสูงถึง 9,000 ล้านบาท โดยมีจำนวนสมาชิกที่เป็นผู้ชมทั่วประเทศกว่า 2.5 ล้านครัวเรือน (<http://www.cth.co.th/company/>)

อาจกล่าวได้ว่า ในช่วงเวลาดังกล่าว ฟุตบอลในสังคมไทยได้ปรับเปลี่ยนความหมายจากกีฬาเพื่อการฝึกวินัยให้กับพลเมืองไปสู่การเป็นกีฬาที่เป็นสินค้าเพื่อความบันเทิงในการรับชม ตอบสนองต่อวิถีชีวิตในการพักผ่อนหย่อนใจของผู้คนโดยเฉพาะผู้ชายชนชั้นกลางที่มีวิถีชีวิตในการทำงานแบบสมัยใหม่ คือ การแยกเวลางานและเวลาว่างออกจากกันอย่างชัดเจน การบริโภคในยุคนี้ทำให้ “ฟุตบอล” กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของชายไทยจำนวนมาก จนอาจเรียกได้ว่าเป็น “วัฒนธรรม” อย่างหนึ่งที่ฝังรากอยู่ในชีวิตประจำวันของชนชั้นกลางไทย วัฒนธรรมดังกล่าวแสดงออกในหลายรูปแบบ เช่น การเกิดกลุ่มแฟนฟุตบอลที่ชื่นชอบดาราดาวฟุตบอลและสโมสรฟุตบอลต่างๆ ซึ่งได้พัฒนาเป็นกลุ่มแฟนคลับขนาดใหญ่ มีการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างกลุ่มแฟนคลับ เรื่อยไปจนถึงระดับกลุ่มที่เล็กลงมาเช่นกลุ่มเพื่อนฝูงที่นัดกันไปดูบอลพร้อมกับสังสรรค์เฮฮาตามร้านเหล้าผับบาร์ในวันหยุดสัปดาห์ อันเป็นภาพที่เห็นกันจนชินตา

การเปลี่ยนฟุตบอลให้เป็นสินค้า ทำให้ฟุตบอลกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีผู้คนเข้ามาร่วมบริโภคมากมาย และเมื่อกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่แล้วจึงทำให้มีธุรกิจอื่นๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับอีกจำนวนมากด้วยเช่นกัน เช่น ธุรกิจอุปกรณ์กีฬา ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์กีฬา ซึ่งรวมไปถึงธุรกิจการพนันด้วย ในงานศึกษาของ เนตรนภา ประกอบกิจ เรื่อง “พัฒนาการของวัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย พ.ศ. 2509 - 2544” (2545) ได้ชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศทำให้เกิดการเติบโตของการเล่นพนันโดยอาศัยผลการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ ทั้งนี้โดยมีสื่อสิ่งพิมพ์กีฬาต่างๆ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจการพนันขยายตัวได้ดี สอดคล้องกับ วสันต์ ปัญญาแก้ว และคณะ (2557) ที่ชี้ให้เห็นว่า พนันบอล คือกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ก่อตัวขึ้นควบคู่ไปกับความนิยมที่ผู้คนมีต่อกีฬาฟุตบอลและการเติบโตของอุตสาหกรรมฟุตบอลในสังคมไทย ถือเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ก่อตัวขึ้นควบคู่ไปกับการวิถีสันทนาการสมัยใหม่ของผู้คนในสังคมไทย

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมฟุตบอลในสังคมไทยยุคนี้ ไม่ได้ทำให้เกิดเฉพาะการบริโภคเท่านั้น แต่จากการบริโภคนี้เองที่เป็นแรงบันดาลใจให้เด็กไทยจำนวนมากมีความใฝ่ฝันอยากจะเป็นนักเตะอาชีพตามอย่างนักฟุตบอลต่างประเทศที่พวกเขาชื่นชอบด้วย อย่างไรก็ตาม ด้วยช่องทางที่เล็กแคบก็ทำให้พวกเขาส่วนใหญ่ไม่สามารถไปถึงฝันนั้นได้ เพราะอุตสาหกรรมบอลไทยยังไม่ได้เติบโตเช่นในปัจจุบัน หนทางที่จะก้าวเข้าสู่การเป็นนักเตะอาชีพจึงมักจะต้องผ่านโรงเรียนดังต่างๆ เช่น สวนกุหลาบ เทพศิรินทร์ อัสสัมชัญศรีราชา เป็นต้น และในขณะเดียวกันอาชีพนักฟุตบอลในตอนนั้นก็ยังไม่สามารถจะเพียงพอในการเลี้ยงชีพได้ ทำให้นักฟุตบอลส่วนใหญ่ต้องดิ้นรนไปเล่นในลีกต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ เวียดนาม หรือหากเล่นในลีกไทยก็ต้องทำงานอย่างอื่นไปด้วย

8.2.3 วัฒนธรรมฟุตบอลไทยยุคไทยพรีเมียร์ลีก

จุดเปลี่ยนครั้งสำคัญของวงการฟุตบอลไทยเกิดขึ้นในปี พ.ศ.2552 เมื่อสมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย (AFC) ออกระเบียบว่าด้วยความเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพอย่างสมบูรณ์แบบ เป็นผลให้สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยต้องดำเนินการจัดตั้ง บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด ขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการจัดการแข่งขันฟุตบอลลีกภายในประเทศอย่างเป็นทางการอย่างแท้จริง รวมถึงออกระเบียบให้ผู้บริหารสโมสรฟุตบอลอาชีพต้องจัดตั้งในรูปนิติบุคคล (บริษัท) เพื่อดำเนินการบริหารสโมสร (http://thaipremierleague.co.th/2015/) ส่งผลให้มีการแข่งขันเชิงรูปแบบและการบริหารจัดการมี

ความเป็นมืออาชีพยิ่งขึ้น รวมทั้งแพร่หลายออกไปยังส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้ “อุตสาหกรรมฟุตบอลไทย” เติบโตเป็นอย่างมาก จากสถิติฤดูกาล ปี 2557 เฉพาะไทยพรีเมียร์ลีก มีคนเข้าชมการแข่งขันในสนามถึง 1.91 ล้านคน ขยายตัวเข้าชมได้กว่า 164.54 ล้านบาท ส่วนลีก วัน มีคนเข้าชมการแข่งขันในสนาม 7.8 แสนคน ขยายตัวเข้าชมได้กว่า 49.55 ล้านบาท (<http://thaipublica.org/2015/09/tpl-1/>) ในจำนวนนี้ยังไม่รวมแฟนบอลที่ติดตามชมเชียร์อยู่ “ทางบ้าน” ผ่านรายการถ่ายทอดสด ซึ่งโดยประมาณไม่น่าจะต่ำกว่าเท่าตัวของจำนวนผู้ชมในสนาม หรือราว ๆ 2-3 ล้านคน เป็นอย่างน้อย โดยบริษัททิวทัศน์สื่อบริการโทรทัศน์ถ่ายทอดสดฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกด้วยจำนวนเงินสูงถึงปีละ 1,050 ล้านบาท (http://www.siamsport.co.th/Sport_Football/150929_198.html)

งานศึกษาของ สายชล ปัญญชิต (2553) และอาจินต์ ทองอยู่คง (2555) ได้ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การเกิดขึ้นของไทยพรีเมียร์ลีกในปี พ.ศ.2552 ทำให้เกิดวัฒนธรรมการบริโภคฟุตบอลของแฟนบอลไทยแบบใหม่ขึ้นมา โดยเป็นการบริโภคอย่างมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ไม่ได้เป็นเพียงผู้ชมทางโทรทัศน์อย่างที่ผ่านมา โดย สายชล ได้แสดงให้เห็นว่า แฟนแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก มีการจัดกิจกรรมที่นำไปสู่การถ่ายทอดและหลอมรวมให้เกิดความเป็นตัวตนของกลุ่ม ได้แก่ กิจกรรมทำบุญประจำปี กิจกรรมพัฒนา ระบบการเชียร์ กิจกรรมของชมรมต่างๆ ซึ่งทั้งสามกิจกรรมทำให้เกิดการขยายเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมของแฟนบอล ขณะที่ อาจินต์ พบว่า ความนิยมในฟุตบอลสโมสรไทยที่ปรากฏชัดเจนตั้งแต่ พ.ศ.2552 ไม่ได้เป็นผลมาจากการจัดการแข่งขันที่เปลี่ยนไปเท่านั้น แต่แฟนบอลมีบทบาทสำคัญในการก่อให้เกิดวัฒนธรรมแฟนที่ช่วยส่งเสริมความนิยมในอีกทางหนึ่งด้วย โดยเฉพาะการรวมตัวกันเพื่อทำ “กิจกรรมนอกสนาม” ร่วมกันทั้งในวันที่มีหรือไม่มีการแข่งขัน ซึ่งการรวมกันได้เป็นกลุ่มแฟนบอลนี้ช่วยเป็นทุนให้แฟนบอลสามารถแสดงบทบาทใน การ “ร่วมผลิต” ได้ง่ายขึ้น ผลผลิตที่สำคัญของแฟนบอล ได้แก่ การถ่ายรูป การทำรายการโทรทัศน์ ออนไลน์ รวมไปถึงข้อมูลต่างๆ ที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต การผลิตอุปกรณ์เชียร์ สินค้าของกลุ่มแฟน รวมไปถึงการสร้างบรรยากาศในสนามและกิจกรรมที่แฟนบอลทำร่วมกันทั้งระหว่างการแข่งขันและนอกเวลาแข่งขัน กระทั่งในบางครั้งกิจกรรมเหล่านี้ดูจะสำคัญกับพวกเขาเสียยิ่งกว่าการชมการแข่งขัน อาจกล่าวได้ว่าการเกิดขึ้นของไทยพรีเมียร์ลีกทำให้เกิดวัฒนธรรมการชมและเชียร์ฟุตบอลเปลี่ยนไปอย่างสำคัญ ในแง่

ที่ว่าพวกเขาไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่ได้เพิ่มมิติของการเป็นผู้ผลิตลงไปในการเชียร์นั้นด้วย

เช่นเดียวกับแง่มุมของการเป็นนักฟุตบอลอาชีพที่เกิดความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยในยุคก่อน พ.ศ.2552 สโมสรฟุตบอลของไทยยังเป็นทีมสมัครเล่นหรือกึ่งอาชีพ หากไม่เป็นหน่วยงานราชการ ก็เป็นสถาบันการศึกษา หรือองค์กรเอกชน (โดยเฉพาะบรรดาธนาคารพาณิชย์ เช่น กสิกรไทย กรุงไทย กรุงเทพ) ทำให้มีข้อจำกัดในการพัฒนาทีม นักฟุตบอลในยุคก่อนจึงต้องทำงานประจำควบคู่ไปกับการเล่นฟุตบอล หลายคนต้องเดินสายแข่งขันไปทั่วประเทศหรือไปเล่นในลีกต่างประเทศ เนื่องจากรายได้จากเงินเดือนไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ (<http://thaipublica.org/2015/09/tpl-1/>) จนเมื่ออุตสาหกรรมฟุตบอลไทยเติบโตอย่างมากนับตั้งแต่ พ.ศ.2552 เป็นต้นมา อาชีพนักฟุตบอลกลายมาเป็นอาชีพที่สามารถหาเลี้ยงตัวเองได้และเป็นตลาดแรงงานแหล่งใหม่ของสังคมไทย ดังปรากฏว่าในฤดูกาล 2558 มีนักฟุตบอลอาชีพทั้งหมดราว 3,600 คน กระจายอยู่ตามสโมสรต่างๆ 121 สโมสร⁶³ ทั่วทุกภูมิภาคในประเทศไทย

ตลาดแรงงานนักฟุตบอลที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้เส้นทางการเข้าสู่อาชีพนี้เปิดกว้างขึ้นจากเดิมที่การเข้าสู่เส้นทางของนักฟุตบอลอาชีพเป็นเส้นทางที่เล็กแคบ โดยมักจะเริ่มต้นจากการเป็นตัวแทนของโรงเรียน จากนั้นจึงค่อยไต่ระดับไปสู่การเป็นตัวแทนระดับจังหวัดหรือระดับภูมิภาค แล้วค่อยเข้าสู่ระดับสโมสร แล้วค่อยถึงระดับสูงสุดคือการติดทีมชาติ แต่ในปัจจุบันเส้นทางนี้ไม่จำเป็นต้องเริ่มต้นที่การเป็นตัวแทนโรงเรียนเสมอไป เนื่องจากมีการเกิดขึ้นของโรงเรียนฝึกสอนฟุตบอล (Football Academy) ของเอกชนเป็นจำนวนมาก มีทั้งที่เป็นของสโมสรและเป็นของเอกชน มีทั้งแบบเสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย จากการเก็บข้อมูลภาคสนามเบื้องต้นพบว่า จำนวน Academy ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และเชียงราย มีอยู่ราว 40 แห่ง และมีครอบครัวที่พาลูกไปเข้า Academy ราว 1,300 ครอบครัว ทุก Academy จะมีผู้ฝึกสอนอย่างน้อย 3 คน เวลาในการฝึกมักจะเป็นช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เย็นวันศุกร์ และช่วงบ่ายวันเสาร์-อาทิตย์) วันละประมาณ 2-3 ชั่วโมง Academy บางแห่งผูกโยงเด็กไว้กับโรงเรียน (ฝึกฟุตบอลทุกวันเช้ากับเย็น แต่ไปเรียนที่โรงเรียน) เช่น Academy ของสโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด โยงไว้กับโรงเรียนองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย Academy KK Soccer

⁶³ ไทยพรีเมียร์ลีก 18 ทีม ลีกวัน 20 ทีม ลีกภูมิภาค 83 ทีม แบ่งเป็น ภาคเหนือ 14 ทีม ภาคอีสาน 18 ทีม ภาคกลางตะวันออก 14 ทีม กรุงเทพฯและภาคกลาง 14 ทีม ภาคใต้ 10 ทีม ภาคตะวันตก 13 ทีม

Club (จ.ลำพูน) โยงไว้กับโรงเรียนปาชางวิทยาคม เป็นต้น นอกจาก Academy ที่เกิดขึ้นใหม่แล้ว ยังมีบางกรณีที่เป็นโรงเรียนที่เกิดขึ้นใหม่และเน้นผลิตนักฟุตบอลอย่างจริงจังโดยให้ทุนกับนักฟุตบอลของโรงเรียน เช่น โรงเรียนนวมิราชัย เชียงใหม่ ซึ่งก่อตั้งราวปี พ.ศ.2545 มีทุนโครงการช้างเผือก เพื่อรับนักฟุตบอลมาเรียนฟรี จนกลายเป็นโรงเรียนที่มีความโดดเด่นด้านกีฬาฟุตบอลเป็นอันดับต้น ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ Football Academy ที่มีอยู่หลายระดับ (ระดับของสโมสร ระดับเอกชนทั่วไป) ต่างก็ได้รับความนิยมจากเยาวชนและครอบครัวในระดับที่ต่างกัน ในระดับเอกชนทั่วไปส่วนใหญ่จะได้รับความนิยมในระดับจังหวัดของตัวเอง แต่เมื่อเป็น Academy ระดับสโมสรแล้ว ความนิยมนั้นข้ามพื้นที่จังหวัดไปเป็นระดับประเทศ (โดยเฉพาะสโมสรใหญ่ ๆ เช่น บุรีรัมย์ฯ เมืองทองฯ ชลบุรีฯ บางกอกกลาสฯ) ดังปรากฏว่า มีเยาวชนถึง 1,000 คนจากทั่วประเทศมาคัดตัวเพื่อเข้าเป็นเยาวชนของสโมสรบางกอกกลาสฯ (<http://www.goal.com/th/news/4280>) และมีเยาวชนถึง 2,000 คนจากทั่วประเทศมาคัดตัวเพื่อเข้าเป็นเยาวชนของสโมสรชลบุรีเอฟซี (<http://www.smmsport.com/m/news.php?n=164392>)



บรรยากาศการคัดตัวของ ชลบุรี เอฟซี อคาเดมี่

(ภาพจาก <https://www.facebook.com/Chonburi-FootBall-Academy-239991189457635/>)

ตัวอย่างของเยาวชนที่ประสบความสำเร็จในการมุ่งเข้าสู่เส้นทางนักฟุตบอลอาชีพ คือ กรณีของ อานนท์ เเผ่ลีซอ (ปัจจุบันสังกัดสโมสร บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด) เยาวชนที่มีถิ่นฐานอยู่ที่หมู่บ้านหนองหอย อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ชุมชนของเผ่าลีซอบนเทือกเขาอันไกลโพ้นที่อยู่ห่างตัวเมืองเชียงใหม่ เขาเริ่มเล่นและฝึกฟุตบอลกับพ่อและพี่ชายมาตั้งแต่เด็ก ต่อมาอมเรศ อมรเลิศศักดิ์ พี่ชาย บังเกิดเกล้าของ อานนท์ ได้เริ่มมุ่งหน้าสู่เส้นทางของอาชีพลูกหนังไปก่อน โดยสามารถคัดติวในโครงการสู่ความเป็นเลิศด้านกีฬาฟุตบอล หรือ “เซนเตอร์ออฟเอ็กเซลเลนซ์” ที่สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย หนองจอก เมื่อตอนอายุได้ 12 ปี ทำให้ตอนนั้น “นนท์” เริ่มคิดใฝ่ฝันว่าอยากจะได้เข้าไปอยู่เหมือนกับพี่ชาย เพราะเขาเริ่มรับรู้ได้ถึงโอกาสที่จะมีสโมสรต่างๆ มาเตะตาดึงตัวไปร่วมทีมหากได้อยู่ที่นั่น แล้วเขาก็สามารถเดินตามพี่ชายไปได้ในอีก 1 ปีต่อมา อานนท์ อยู่กับ เซนเตอร์ออฟเอ็กเซลเลนซ์ ได้ประมาณ 1 ปี ในที่สุดเขาก็มีโอกาสได้เข้ามาอยู่กับ Academy ของสโมสรชั้นนำในเมืองไทย ปีนั้นเป็นปีแรกของ บุรีรัมย์ พีอีเอ (ชื่อเก่าของทีมบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด หลังซื้อทีมจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค) และเป็นปีแรกที่พวกเขาเปิดแคมป์เก็บตัวของนักเตะเยาวชน และทั้งอานนท์และพี่ชายของเขาก็ได้เป็นนักเตะรุ่นแรกของบุรีรัมย์อะคาเดมี่ (<http://www.fourfourtwo.com/th/features/aannth-ephaalich-aidlthiaethcchringphmkhuueairan-kiks?page=0%2C1#:aLNQXepsn5Xi-A>) โดยปัจจุบัน อานนท์ ได้เซ็นสัญญาเป็นนักเตะอาชีพกับสโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ดเรียบร้อยแล้ว

ปรากฏการณ์ความนิยมฟุตบอลไทยดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า ฟุตบอลได้เปลี่ยนตัวเองอีกครั้ง จากกีฬาเพื่อการออกกำลังกายและกีฬาที่เป็นสินค้าเพื่อการรับชม มาสู่การเป็นกีฬาที่ผู้คนได้เข้าไปส่วนร่วมอย่างแท้จริงทั้งในด้านการเป็นผู้บริโภค (แฟนบอล) หรือด้านการเป็นผู้ผลิต (นักฟุตบอล) ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นได้ด้วยการขยายการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้อุดมการณ์เสรีนิยมใหม่ (Neo-Liberalism) ที่มุ่งเน้นการแข่งขันและแปรรูปทุกอย่างให้เป็นสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่ตอบสนองด้านอารมณ์ความรู้สึกให้กับผู้คน ดังนั้นฟุตบอลไทยในปัจจุบันจึงกลายเป็น “อุตสาหกรรมความบันเทิง” (Entertainment Industry) ขนาดใหญ่ที่มีผู้คนเข้ามา่วมมากมาย

8.3 ชีวิตวัยรุ่น: ครอบครัวและชีวิตประจำวัน

ในบทนี้ผู้ศึกษาจะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังของครอบครัว วิธีการดำเนินชีวิต แบบแผนการใช้เวลา และการบริโภคสื่อ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมแฟนบอลของกลุ่มแฟนบอลวัยรุ่น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มวัยรุ่นในโรงเรียนมัธยม กลุ่มวัยรุ่นที่ศึกษาในวิทยาลัยเทคนิค และกลุ่มวัยรุ่นในมหาวิทยาลัย ทั้งนี้จะนำข้อมูลดังกล่าวมาพิจารณาในบริบทของการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา

8.3.1 การบริโภคกีฬาในฐานะสินค้าเพื่อความบันเทิง

การที่กีฬาสามารถตอบสนองต่ออารมณ์ความรู้สึกด้านความบันเทิงของผู้คนได้เป็นอย่างดี ทำให้กีฬาถูกทำให้กลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่มีไว้เพื่อให้ผู้คนได้มาบริโภค ซึ่งเน้นการบริโภคด้านอารมณ์จากกีฬา กระบวนการทำให้เป็นสินค้า (Commodification) หมายถึง ระบบของการผลิตและการแลกเปลี่ยนสิ่งของ สินค้าก็คือสิ่งของที่มีคุณค่าในการใช้สอย (Use-Value) และคุณค่าในการแลกเปลี่ยน (Exchang-Value) สิ่งของจะถูกเปลี่ยนเป็นสินค้าได้ ก็ต่อเมื่อมันเปลี่ยนตัวเองจากแค่มูลค่าในการใช้สอยไปเป็นสิ่งของที่มีมูลค่าในการแลกเปลี่ยน ดังนั้น สิ่งของสิ่งหนึ่งไม่ได้เป็นสินค้าในตัวของมันเองตั้งแต่ต้น แต่สิ่งของนั้นจะต้องผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเสียก่อนจึงจะกลายมาเป็นสินค้าได้ เมื่อกระบวนการแลกเปลี่ยนทำให้สิ่งของมีความหมาย ผู้คนจึงบริโภคที่ตัวความหมายไม่ใช่ที่ตัวสินค้า ในแง่นี้ กีฬาในฐานะที่เป็นสินค้าจึงขายได้เพราะมันมีความหมายคือความตื่นเต้นเร้าใจและความบันเทิงที่ผู้คนต้องการ ทำให้กีฬาถูกกลายเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ผู้คนจำนวนมากเข้ามาร่วมทั้งในฐานะของผู้บริโภคและผู้ผลิต

ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เริ่มเกิดขึ้นในยุโรปช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ที่การเล่นกีฬา (เช่น การขี่แข่งม้า หรือ แม้แต่ฟุตบอล) ยังคงเป็นกิจกรรมสร้างความศรัทธาที่จำกัดในแวดวงของคนชั้นสูง แต่ต่อมา “ฟุตบอลสมัยใหม่” ซึ่งเริ่มถูกทำให้กลายมาเป็นสินค้าหรือเป็น “กีฬาแห่งการจ้องมอง” (Spectator Sport) ได้กลายเป็นทางเลือกใหม่ของ ความบันเทิงยามว่างในช่วงบ่ายวันเสาร์ของชนชั้นแรงงาน (และในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์สำหรับมนุษย์เงินเดือนในสังคมเมืองสมัยใหม่ในเวลาต่อมา) ภายใต้เงื่อนไขของชีวิตและงานที่ถูกทำให้กลายเป็นเรื่องของเหตุผลมากขึ้น การแบ่งแยกระหว่างผู้เล่นกับผู้ชมยิ่งถูกตอกย้ำผลิตซ้ำมากขึ้นด้วย กระบวนการเหล่านี้เองที่ทำให้ฟุตบอลสมัยใหม่

เคลื่อนย้ายออกจากการเป็น “กีฬาสร้างวินัย” ไปสู่การกลายเป็นสินค้า และ “กีฬาแห่งการจ้างมอง” ในบริบทของวัฒนธรรมการพักผ่อนหย่อนใจในสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ (วสันต์ 2557: 6-7)

ล่วงเข้าสู่ต้นศตวรรษที่ 20 วัฒนธรรมการพักผ่อนหย่อนใจในสังคมเมืองใหญ่ เริ่มจำต้องแข่งขันกับ รูปแบบใหม่ๆ ที่แตกต่างหลากหลายของวัฒนธรรมการบริโภคซึ่งก่อตัว พัฒนาขึ้นควบคู่ไปกับการขยายตัวของเศรษฐกิจเสรีนิยมและระบบตลาดโลก โดยเฉพาะการปฏิวัติทางด้านเทคโนโลยี สื่อสารโทรคมนาคม ความก้าวหน้าและการแพร่กระจายของระบบการสื่อสารสมัยใหม่ได้กลายเป็น “ตัวช่วย” และสถาปนากีฬาสสมัยใหม่ เช่น ฟุตบอล ให้กลายเป็นกีฬาของคนทั้งชาติ และความเป็นชาตินิยมของกีฬาในเวทีระดับนานาชาติขึ้นมา ด้วยการทำให้ เกมกีฬา การแข่งขัน เป็นเรื่องที่สามารถจะสื่อสารและแพร่กระจายให้ผู้คน ได้ติดตามรับรู้กันได้อย่างรวดเร็วพร้อมๆ กัน แม้ว่าจะอยู่ต่างถิ่นต่างสถานที่ที่ห่างไกลกัน สื่อสมัยใหม่นี้เองที่ถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยผลักดันการแพร่กระจายให้ฟุตบอลสมัยใหม่ขยายวงกว้างออกไปทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงสังคม โดยเฉพาะหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อโทรทัศน์ได้ถือกำเนิดขึ้นมา กลายเป็นกลไกการสื่อสารสมัยใหม่ที่เชื่อมต่อระหว่างเวลากับความห่างไกลให้ไปด้วยกันได้ และโทรทัศน์ยังได้รื้อถอนความเป็นถิ่นฐาน ปลดปล่อยวัฒนธรรมการบริโภคออกจากบริบทประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นได้อย่างพิสดาร ฟุตบอลบนจอโทรทัศน์จึงทั้งสองสะท้อนและสนับสนุน กฎเกณฑ์และหลักการอันถือเป็นโครงสร้างรากฐานของระบบอุตสาหกรรมและความเป็นเหตุผล หากฟุตบอลคือกระจกส่องสะท้อนพัฒนาการของระบบแรงงานและการทำงานในระบบการผลิตเชิงอุตสาหกรรม และการเกิดขึ้นของชีวิตแบบเมืองในสังคมสมัยใหม่ โทรทัศน์ก็คือสถาบันวัฒนธรรมใหม่ที่สนับสนุนพลังขับเคลื่อนของการปรับเปลี่ยนเชิงโครงสร้าง จากระบบอุตสาหกรรมที่เน้นการผลิต มาสู่ระบบทุนนิยมที่เน้นการบริโภค (วสันต์ 2557: 8-10)

8.3.2 ครอบครัวชนชั้นกลางกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย

หากพิจารณาเปรียบเทียบถึงการเจริญเติบโตของกีฬาฟุตบอลในยุโรปกับในไทยจะพบว่า มีลักษณะไปในทิศทางเดียวกัน คือ เริ่มจากการเป็นกีฬาเพื่อการฝึกวินัยให้กับพลเมืองและสร้างความศรัทธาให้กับรัฐชาติสมัยใหม่ในตอนแรก ก่อนจะเปลี่ยนมาสู่การเป็นกีฬาเพื่อการบริโภคเช่นในปัจจุบัน สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยเข้าสู่การพัฒนาเศรษฐกิจให้เป็นทุนนิยมตามแบบตะวันตก ซึ่งทำให้เกิดการแบ่งแยกเวลางานและเวลาว่างออกจากกันอย่างชัดเจน นอกจากนั้นการผูก

โยงตัวเองเข้ากับระบบโลกอย่างเหนียวแน่นก็ทำให้สังคมไทยเปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกับในยุโรปอย่างชัดเจน เริ่มจากการพัฒนาเป็นทุนนิยมอุตสาหกรรม และมาสู่ทุนนิยมที่เน้นการบริโภคแบบในปัจจุบัน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านวิถีชีวิต จากวิถีชีวิตแบบเกษตร มาสู่วิถีชีวิตแบบเมืองที่เน้นการบริโภคมากขึ้น

ในงานศึกษาเรื่อง “ทบทวนภูมิทัศน์การเมืองไทย” (2556) อภิชาติ สถิตนิรามัย ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมดังกล่าวไว้ว่า “การขยายตัวของชนชั้นกลาง” ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงในภาคชนบทที่ผู้คนไม่ได้ยึดถือการผลิตทางการเกษตรแบบครอบครัวชาวนาขนาดเล็กอีกต่อไป แต่เป็นการผลิตทางการเกษตรเชิงพาณิชย์อย่างเข้มข้นโดยใช้เทคนิคการเกษตรสมัยใหม่เข้ามาทดแทนการใช้แรงงานจำนวนมากเช่นในอดีต ส่งผลให้แรงงานรุ่นใหม่ในชนบทจำนวนมากอพยพเข้าหาแหล่งงานในภาคการผลิตอื่น ๆ และเข้าสู่ระบบการศึกษาจำนวนมากขึ้นและนานขึ้น แรงงานที่หลุดออกจากภาคการเกษตร (หรือแม้แต่แรงงานในภาคการเกษตรเอง) นี้เองที่ผันตัวเองกลายเป็น “ชนชั้นกลางใหม่” ในแง่ที่ผูกพันตัวเองเข้ากับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมอย่างเต็มตัว โดยเฉพาะในด้านการบริโภค ดังปรากฏว่าแบบแผนการบริโภคสินค้าคงทนระหว่างคนเมือง (ชนชั้นกลางเดิม) และชนบทมีความแตกต่างกันน้อยมาก ในแง่ที่จึงอาจสรุปได้ว่า ผู้คนส่วนใหญ่ในชนบทไม่ได้มีวิถีชีวิตทางเศรษฐกิจและการบริโภคแบบสังคมชาวนาอิสระรายย่อยอีกต่อไป (อภิชาติ 2556: 18-19)

นอกจากนี้ ผลกระทบจากการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สภาวะสมัยใหม่ดังกล่าว ยังสร้างแรงกดดันต่อวัยรุ่น โดยเฉพาะการที่พวกเขาต้องเผชิญกับสภาวะ “วิกฤติอัตลักษณ์” (Identity Crises) เนื่องจากการพัฒนาไปสู่สภาวะสมัยใหม่นั้น ส่งผลอย่างสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง กระบวนการขัดเกลาทางสังคม และจารีต พิธีกรรม หรือกระบวนการขั้นตอนต่างๆ ที่ (เคย) “ทำหน้าที่” ประคับประคองการเปลี่ยนผ่าน จาก วัยรุ่นไปสู่ผู้ใหญ่ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสถาบันครอบครัว ภาวะกดดันทางเศรษฐกิจ การแพร่กระจายของบริโภคนิยม ระบบการศึกษาที่เน้นการแข่งขันในสังคมสมัยใหม่ จึงมักนำไปสู่การก่อตัวขึ้นของปรากฏการณ์สังคมอื่นๆ ตามมาในชีวิตรุ่น เช่น วัฒนธรรมต่อต้าน วัฒนธรรมย่อย และวัฒนธรรมสมัยนิยม (วสันต์ ปัญญาแก้ว 2553)

ตามกรอบความคิดดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงนำมาใช้ในการทำความเข้าใจวิถีชีวิตของวัยรุ่นกลุ่มหนึ่ง โดยพิจารณาพวกเขาในฐานะที่เป็นสมาชิกของครอบครัวชนชั้นกลางใหม่ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา โดยจะเสนอให้เห็นถึง ภูมิหลังของครอบครัว วิธีการดำเนินชีวิต แบบแผนการใช้เวลา และการบริโภคสื่อ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมแฟนบอลของกลุ่มแฟนบอลวัยรุ่น ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้พิจารณาต่อไปว่า ภูมิหลังของครอบครัว วิธีการดำเนินชีวิต แบบแผนการใช้เวลา และการบริโภคสื่อ ดังกล่าว เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับการเล่นหรือไม่เล่นพนันบอลของเยาวชนหรือไม่อย่างไร

8.3.4 ข้อมูลภาคสนาม

ในงานศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่วิจัยไว้คือ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มแฟนบอลวัยรุ่นที่ยังศึกษาเล่าเรียนในสถานศึกษา (อายุระหว่าง 15 - 21 ปี) โดยพื้นที่การศึกษาของการวิจัยครั้งนี้จะเลือกศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง **กลุ่มวัยรุ่นในโรงเรียนมัธยม (แห่งหนึ่ง) และกลุ่มวัยรุ่นที่ศึกษาในวิทยาลัยเทคนิค และกลุ่มวัยรุ่นในมหาวิทยาลัย** ที่ตั้งอยู่ในเมืองเชียงใหม่ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาหลายสนาม (multi-sited ethnography) โดยการติดตามและใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์ กลุ่มวัยรุ่นกรณีศึกษาตามที่แตกต่างกัน เช่น ใน สถานศึกษา สนามกีฬา สถานบันเทิง นอกจากนั้นจะใช้วิธีศึกษาข้อมูลผ่านการวิเคราะห์ข้อความ “ตัวบท” (textual analysis) ทั้งจากสื่อและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่น (และการติดต่อกับกลุ่มวัยรุ่นแฟนบอล)

การคัดเลือกตัวอย่างใช้ การเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) คือ เริ่มจากการหา ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นอันดับแรก โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นเยาวชนที่สนใจในกีฬาฟุตบอลเป็นหลัก จากนั้นจึงถามถึงเพื่อนๆ หรือรุ่นพี่หรือรุ่นน้องที่รู้จักกันในกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลหลักนั้น จากนั้นจึงเริ่มเจาะลึกข้อมูลของแต่ละคน ซึ่งจากการลงเก็บข้อมูลใช้ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ละ 1 คน คือ โรงเรียน 1 คน วิทยาลัยเทคนิค 1 คน และมหาวิทยาลัยราชภัฏ 1 คน จากนั้นจึงถามถึงเพื่อนๆ ในกลุ่มอีกประมาณ 5 คน การเลือกตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 5 คน เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของข้อมูลภายในกลุ่มนั้นๆ เองด้วย เช่น ในกลุ่มนักเรียนในโรงเรียน ก็มีรูปแบบการเล่นพนันต่างกัน รวมถึงพื้นฐานครอบครัวที่ต่างกัน

ภายในกลุ่ม เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อต้องการทราบถึงเหตุปัจจัยของการเล่นหรือไม่เล่นพนันของกลุ่มเยาวชนที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งจะได้นำเสนอข้อมูลดังต่อไปนี้

กลุ่มวัยรุ่นในโรงเรียนมัธยม

จากการเก็บข้อมูลเด็กในโรงเรียนมัธยมจำนวน 5 คน พบว่า กลุ่มวัยรุ่นในโรงเรียนมัธยม จะมีพื้นฐานทางครอบครัวที่พ่อแม่มีฐานะค่อนข้างดี คือ มีรายได้ดีและอาชีพการงานมั่นคง (เช่น เป็นตำรวจ เป็นพนักงานธนาคาร เป็นอาจารย์) และส่วนใหญ่แล้วอาศัยอยู่กับครอบครัว โดยพ่อแม่ดูแลค่อนข้างใกล้ชิด เช่น ไปรับ – ส่งจากโรงเรียนด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ ส่วนในด้านชีวิตประจำวันนั้น เด็กในกลุ่มนี้ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการเรียน ทั้งเรียนในโรงเรียนและเรียนพิเศษข้างนอก (ส่วนใหญ่เรียนพิเศษถึงประมาณ 20.00 น. ในวันจันทร์ถึงศุกร์ และเรียนพิเศษอีกอย่างน้อย 1 วัน ในวันเสาร์หรืออาทิตย์) ดังนั้นจึงเหลือเวลาในการพักผ่อนไม่มากนัก ซึ่งในเวลาพักผ่อนที่ไม่มากนักนี้ เด็กๆ มักจะเลือกใช้ไปกับโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการเล่นเฟสบุ๊ค การเล่นเกมออนไลน์ ซึ่งรวมไปถึงการเล่นพนันบอลออนไลน์ด้วย ลักษณะดังกล่าวเมื่อพิจารณาโดยภาพรวม ดูคล้ายกับว่าเด็กในกลุ่มนี้จะมีความเป็นปัจเจกค่อนข้างสูง แต่เมื่อติดตามลงไปในรายละเอียดแล้วกลับพบว่า เด็กในกลุ่มนี้พยายามสร้างกิจกรรมที่สร้างความเป็นพวกพ้องอยู่ไม่น้อย

ตัวอย่างเช่น A (นามสมมติ) นักเรียนชั้น ม.4 ของโรงเรียนมัธยมแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านภูมิหลังครอบครัวนั้น A มีพ่อเป็นตำรวจ แม่ทำงานธนาคารแห่งหนึ่งใน อ.เชียงดาว มีน้องผู้หญิง 1 คน อยู่ชั้น ป.5 ที่โรงเรียนเดียวกัน ตั้งแต่เกิดจนถึงชั้นอนุบาล 3 ครอบครัวของ A อาศัยอยู่ที่ อ.เชียงดาว ต่อมาเมื่อย้ายมาเข้าเรียนที่โรงเรียนในเมืองเชียงใหม่ ครอบครัวจึงย้ายมาอยู่ที่ อ.แมริมแทน ดังนั้นครอบครัวของ A จึงแยกออกมาเป็นครอบครัวเดียวในตอนที่ย้ายมาอยู่ที่ อ.แมริม อย่างไรก็ตาม พ่อของ A เริ่มใช้ฟุตบอลในการผูกสัมพันธ์กับชุมชนใหม่ ด้วยการส่งเสริมให้ A ได้ไปฟุตบอลกับเพื่อนแถวบ้าน ต่อมาเมื่อ A อยู่ประมาณชั้น ป.1 ก็เริ่มพา A เข้าไปฝึกฟุตบอลกับโรงเรียนสอนฟุตบอลแห่งหนึ่งพร้อมกับเด็กข้างบ้าน ซึ่งการได้เล่นฟุตบอลอย่างจริงจังนี้ทำให้ A สามารถคัดตัวจนได้เป็นตัวแทนของโรงเรียนในปัจจุบัน และการได้เป็นนักกีฬาของโรงเรียนนี้เองที่ทำให้ A ได้รู้จักกับกลุ่มเพื่อนกลุ่มใหม่ ที่กลายเป็นกลุ่มเพื่อนที่สนิทกันในปัจจุบัน

วิถีชีวิตของการเป็นนักกีฬาโรงเรียนของ A และเพื่อนๆ นั้นไม่ต่างกันมากนัก คือ นอกเหนือจากเวลาเรียนแล้วก็เต็มไปด้วยการฝึกซ้อม โดยจะต้องซ้อมในวันจันทร์ถึงศุกร์ ช่วง 16.30 - 19.00 น. และวันเสาร์ ช่วง 16.00 - 18.30 น. ซึ่งเวลาที่นอกเหนือจากการเรียนและการซ้อมบอล คือ ช่วงเวลา 20.00 - 23.00 น. ในแต่ละวัน A เลือกจะใช้เวลานี้ในการทำกิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย ความเครียดและความเหนื่อยล้าด้วยการ เล่นเฟสบุ๊คบ้าง เล่นเกมออนไลน์บ้าง รวมถึงการเล่นพนัน บอล (ออนไลน์) ด้วย ส่วนในวันเสาร์ – อาทิตย์นั้น A จะต้องเรียนพิเศษวันใดวันหนึ่ง 1 วิชา (แล้วแต่ครู ว่าง) ส่วนวันที่ไม่ได้เรียนพิเศษ กิจกรรมที่มักจะทำ ถ้าไม่ได้ออกไปเที่ยวนอกกับครอบครัว ก็คือ เล่น เกมสกีที่บ้าน และเล่นพนันบอลในช่วงหัวค่ำ

ในส่วนของการบริโภคสื่อในฐานะแฟนบอลนั้น A เริ่มดูฟุตบอลมาตั้งแต่เด็ก โดยเริ่มจากการดู ฟุตบอลต่างประเทศทางโทรทัศน์กับพ่อ เช่นเดียวกับ B และ C เพื่อนของเขา ที่เริ่มดูบอลมาตั้งแต่เด็ก ตามพ่อและพี่ชายเช่นกัน โดยทั้งคู่ติดตามเชียร์เชลซีและแมนฯยูฯ โดยมักจะติดตามดูการถ่ายทอดสด ผ่านกล่องรับสัญญาณ CTH อย่างสม่ำเสมอ แต่ A ในปัจจุบันชอบดูบอลไทยมากกว่าฟุตบอล ต่างประเทศ โดยเลือกเชียร์สโมสรเมืองทองยูไนเต็ด มาตั้งแต่อยู่ชั้น ป.6 เพราะมีนักฟุตบอลในดวงใจ คือ ศักร ทองเหลา และ สารัช อยู่เย็น เล่นอยู่ในทีมนี้ โดยติดตามผ่านกล่อง True Visions ที่ติดไว้ที่ บ้าน อย่างไรก็ตาม ในกรณีของ D และ E ที่แม้จะติดตามฟุตบอลต่างประเทศมาตั้งแต่เด็กจนถึง ปัจจุบัน แต่ที่บ้านไม่ได้ติดกล่องรับสัญญาณใดๆ ก็ใช้วิธีติดตามการถ่ายทอดสดผ่านอินเทอร์เน็ตที่จะ มี Website ต่างๆ มาแปะ Link ถ่ายทอดสดไว้ให้ฟรีๆ มากมาย (Link ถ่ายทอดสดฟรีเหล่านี้ เรียกกัน โดยทั่วไปว่า “Link เกือน”)

กลุ่มวัยรุ่นที่ศึกษาในวิทยาลัยเทคนิค

จากการเก็บข้อมูลนักเรียนที่ศึกษาในวิทยาลัยเทคนิค 5 คน พบว่า พื้นฐานครอบครัวของเด็ก กลุ่มนี้มันคงน้อยกว่ารวมถึงรายได้น้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นฐานครอบครัวของเด็กที่ศึกษาใน โรงเรียนสามัญ เช่น พ่อแม่เป็นเกษตรกร เป็นพนักงานในโรงงานน้ำแข็ง เป็นพนักงานโรงแรม เปิดร้าน รับจ้างชั่วคราวอยู่ที่บ้าน นอกจากนี้หลายๆ ครอบครัวยังมีต้องทำงานในถิ่นที่อยู่ของตัวเองซึ่งไม่ได้อยู่ใน เมือง เช่น ทำการเกษตรอยู่ที่ อ.แม่แจ่ม ทำงานอยู่โรงงานน้ำแข็งที่ลำพูน ซึ่งลักษณะของอาชีพดังกล่าวทำ

ให้ครอบครัวไม่สามารถดูแลลูกได้ด้วยตัวเอง และด้วยความหวังที่ต้องการให้ลูกได้มีการศึกษาดีๆ ก็ทำให้จำเป็นต้องส่งลูกมาเรียนในเมือง ลักษณะการใช้ชีวิตของเด็กเทคนิคบางคนจึงแตกต่างจากเด็กในโรงเรียนมัธยมอย่างชัดเจนในแง่ที่มีอิสระจากครอบครัวมากกว่า ชีวิตจึงผูกพันอยู่กับกลุ่มเพื่อนหรือรุ่นพี่เป็นสำคัญ

ตัวอย่างเช่นชีวิตของ J นักศึกษาชั้น ปวช.3 ในวิทยาลัยเทคนิคแห่งหนึ่ง ทั้งพ่อและแม่ของ J เป็นเกษตรกร อยู่ที่ อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่ โดยเขาได้ย้ายมาเรียนในเมืองเชียงใหม่ได้ 2 ปีแล้ว โดยอาศัยอยู่หอพักคนเดียว และจะได้กลับบ้านก็ในช่วงปิดเทอม J เล่าให้ฟังว่า ในช่วงที่เขาย้ายมาเรียนที่เชียงใหม่แรกๆ นั้น เขาเหงามาก เพราะไม่รู้จักใครเลยที่โรงเรียน พอกลับจากโรงเรียนมาอยู่หอก็อยู่คนเดียวอีก แต่พอผ่านไปสักพักทุกอย่างก็ดีขึ้น ทั้งนี้ใช้ฟุตบอลเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำใหเขามีเพื่อนเพิ่มขึ้น ถึงแม้เขาจะไม่ได้เล่นบอลเก่งมากนัก แต่ด้วยการเป็นคนติดตามชมฟุตบอลต่างประเทศมาตั้งแต่เด็ก (เขาเลือกเชียร์ทีมลิเวอร์พูล) ก็ทำให้เขาสามารถใช้ฟุตบอลเป็นประเด็นในการพูดคุยกับเพื่อนๆ ที่ชอบฟุตบอลเหมือนกัน ซึ่งเพื่อนกลุ่มนี้กลายเป็นเพื่อนสนิทของเขาในปัจจุบัน

ในส่วนของกิจกรรมในชีวิตประจำวันของ J และกลุ่มเพื่อนของเขาค่อนข้างจะคล้ายกัน คือเรียน 09.00 – 15.00 น. ในวันจันทร์ถึงศุกร์ และหยุดในวันเสาร์อาทิตย์ โดยกิจกรรมยามว่าง คือ การไปเล่นเกมที่ร้านเกมกับกลุ่มเพื่อน การไปเล่นไฟท์โฮเพื่อน บางครั้งก็ไปเที่ยวห้าง ส่วนกิจกรรมที่จะขาดไม่ได้เลย คือ การไปดูบอลที่ร้านเหล้าบาร์หรือที่หอเพื่อน (ในช่วงที่ไม่มีเงิน) ในช่วงสุดสัปดาห์และสุดท้ายคือไปเล่นพนันบอลด้วยกันที่โต๊ะบอล

อย่างไรก็ตาม ในกรณีของ F G และ H นั้น ค่อนข้างจะต่างออกไป โดยทั้ง 3 คนนี้เพิ่งเข้าเรียนในชั้น ปวช.1 และอาศัยอยู่กับครอบครัวในเมืองเชียงใหม่ จึงไม่ได้มีอิสระมากเท่ากับ J โดยตารางพวกเขา คือ เรียน 09.00 - 15.30 น. ในวันจันทร์ถึงศุกร์ จากนั้นจะนัดกับกลุ่มเพื่อนสมัยมัธยมต้นที่แยกย้ายไปเรียนคนละโรงเรียนประมาณ 4 - 5 คน เพื่อไปเล่นเกมที่ร้านประจำประมาณ 1 - 2 ชั่วโมง จากนั้นจึงกลับไปซ้อมบอลที่วิทยาลัยตอน 17.30 – 20.00 น. ซึ่งกิจกรรมที่ทำหลัง 20.00 น. ตอนอยู่ที่บ้าน ก็คือ เล่นเกมส ส่วนในวันเสาร์ - อาทิตย์ ซึ่งถือเป็นวันว่างก็มักจะนัดกับกลุ่มเพื่อน ชีรธ มอเตอร์ไซด์เที่ยวตามสถานที่ต่างๆ เช่น อ่างแก้ว ศูนย์ประชุมนานาชาติ เป็นต้น หรือไม่ก็พากันไปเล่นเกมที่ร้านประจำ ส่วนช่วงเย็นถ้าหากครูที่วิทยาลัยไม่นัดซ้อมบอล ก็จะชวนกันไปเล่นบอลที่สนามกีฬาเทศบาล (เล่นตรงสนามบาสกับพวกผู้ใหญ่)

ในส่วนของการบริโภคสื่อในฐานะแฟนบอลนั้น ทั้ง F G และ H ติดตามชมฟุตบอลต่างประเทศมาตั้งแต่เด็ก โดยส่วนใหญ่รู้จักฟุตบอลผ่านพ่อหรือพี่ชาย เป็นเรื่องน่าแปลกที่ทั้ง 3 คนชอบทีมแมนยูฯ เหมือนกัน โดยปัจจุบันเนื่องจากที่บ้านไม่ได้ติดตั้งกล่องชมฟุตบอล CTH ทั้ง 3 คนจึงอาศัยช่องทางจากเคเบิลท้องถิ่น (เช่น WE TV) รวมถึงช่องทาง Link ที่หาได้ทั่วไปในโลกอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะชื่นชอบและติดตามฟุตบอลอย่างเหนียวแน่น แต่ทั้ง 3 คนก็ไม่ใช่แฟนที่จะเล่นพนันบอลแต่อย่างใด

กลุ่มวัยรุ่นในมหาวิทยาลัย

จากการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยจำนวน 5 คน พบว่า พื้นฐานครอบครัวมีลักษณะคล้ายกับกลุ่มเด็กในวิทยาลัยเทคนิค เช่น พ่อแม่เป็นเกษตรกร เปิดร้านขายของชำอยู่ที่บ้าน แต่ในด้านที่แตกต่างจากทั้งเด็กในโรงเรียนมัธยมและเด็กในวิทยาลัยเทคนิคอย่างชัดเจน คือ รูปแบบการใช้ชีวิต โดยปรากฏว่าเด็กในมหาวิทยาลัยมีเวลาว่างมากกว่าอย่างชัดเจน กิจกรรมที่เลือกทำในเวลาว่างก็มีความหลากหลายกว่า นอกจากนี้ยังมีลักษณะของการอยู่กับกลุ่มเพื่อนหรือรุ่นพี่หรืออยู่กับแฟนเป็นกลุ่มเล็กๆ มากกว่า แต่ในด้านการบริโภคสื่อต่างๆ นั้นไม่ต่างกันมากนัก คือ เน้นการบริโภคสื่อออนไลน์เป็นหลัก

ตัวอย่างเช่นชีวิตของ O ปัจจุบันอายุ 20 ปี เรียนอยู่ชั้นปี 3 เป็นชาวลำพูนโดยกำเนิด พ่อและแม่เป็นเกษตรกรอยู่ที่ลำพูน ปัจจุบันอาศัยอยู่หอพักคนเดียว O เริ่มรู้จักฟุตบอลตั้งแต่เด็ก เริ่มรู้จักเพราะพ่อชอบดูบอลก็เลยดูตามพ่อ แต่ไม่ได้เล่นเท่าใดนักเพราะเล่นไม่ค่อยเป็น ปัจจุบันติดตามเชียร์ทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดและบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ซึ่งมักจะติดตามดูตามร้านเหล้าผับบาร์กับเพื่อนๆ เป็นส่วนใหญ่ แต่บางครั้งก็ดูจาก link ที่เพื่อนบ้างเป็นครั้งคราว ในส่วนของกิจวัตรประจำวันนั้น นอกเหนือจากเวลาเรียนในวันจันทร์ถึงศุกร์แล้ว กิจกรรมที่ O ชอบทำ ก็คือ การตกปลา ซึ่งจะไปกับเพื่อนอีก 2 - 3 คนเป็นประจำ นอกจากนั้นก็มีการไปเที่ยวห้างบ้างเป็นบางครั้ง ปัจจุบัน O ยังทำอาชีพเสริมด้วยการขายของทางอินเทอร์เน็ตกับแฟนซึ่งทำให้เขามีรายได้ถึง 7,500 – 10,000 บาทต่อเดือนเลยทีเดียว

ในด้านการบริโภคฟุตบอลนั้น กรณีของ O ค่อนข้างจะคล้ายกับคนอื่นๆ คือ เริ่มจากการดูบอลต่างประเทศทางโทรทัศน์กับครอบครัว (พ่อหรือพี่ชาย) จากนั้นก็มีทีมที่ตัวเองชอบ เช่น แมนฯยูฯ ลิเวอร์พูล เชลซี จากนั้นก็ติดตามชมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งที่ร้านเหล้าผับบาร์ รวมถึงจาก Link เพื่อนที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ด้วยกระแสบอลไทยที่กำลังบูมอย่างมากในปัจจุบัน ทำให้ M เลือกที่จะติดตามเชียร์ทีมท้องถิ่นอย่าง เชียงใหม่ เอฟซี โดยมักจะตามไปเชียร์ที่สนามเกือบทุกครั้งที่มีแข่งที่เชียงใหม่ ซึ่ง M บอกว่าการไปเชียร์บอลที่สนามนั้นจะได้บรรยากาศอีกแบบหนึ่งที่ไม่เหมือนกับดูในทีวี (เขาติดตามเชียร์ทีมเชลซี) ซึ่งในความเก่งของทีมนั้นู้กันไม่ได้อยู่แล้วแต่บรรยากาศในสนามมันทำให้สนุกเอง (นั่นรวมถึงการได้ไปกินเบียร์ที่สนามด้วย) โดยเขามักจะไปกับเพื่อนๆ อีก 2 - 3 คน บางครั้งพอดูเชียงใหม่ เอฟซี เสร็จ ก็แวะร้านเหล้า (ที่มีการถ่ายทอดสดฟุตบอล) ดูบอลต่างประเทศต่อเลยก็มี

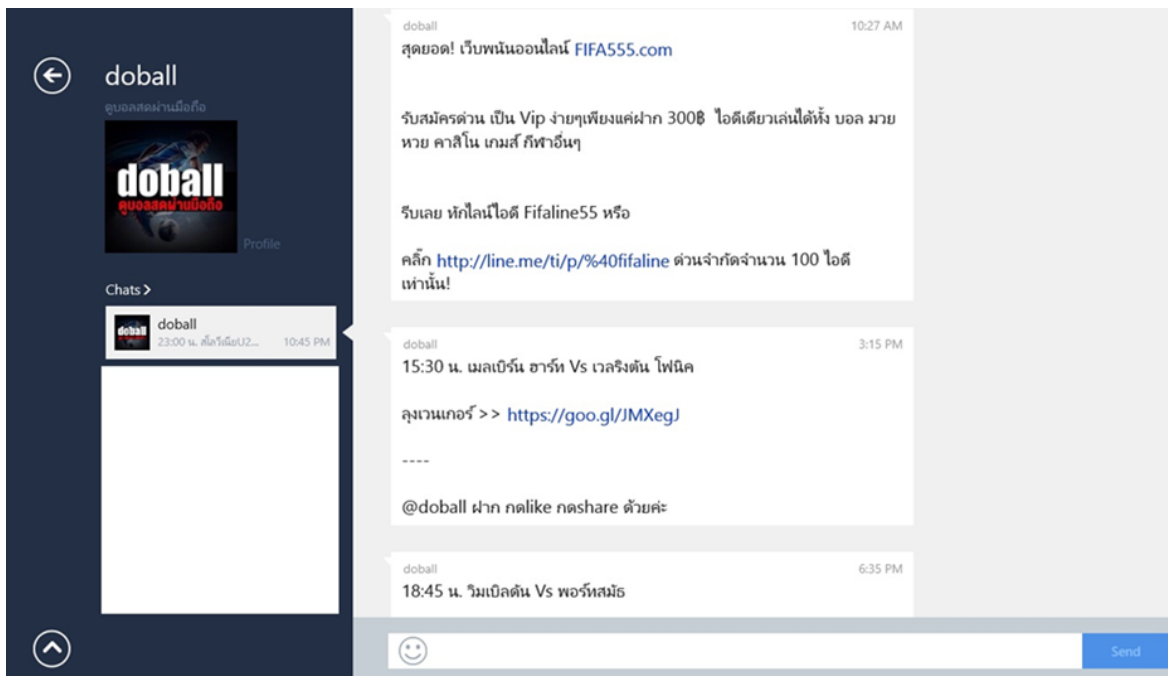
อย่างไรก็ตาม กรณีของ K จะเป็นกรณีที่น่าสนใจกว่าทุกกรณีที่กล่าวมา โดย K ปัจจุบันอายุ 21 ปี เรียนอยู่ชั้นปี 4 มีพ่อเป็นตำรวจ ส่วนแม่เปิดร้านขายของชำอยู่ที่บ้าน มีพี่สาว 2 คน ทั้งคู่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ครอบครัวของ K อยู่ที่ จ.พะเยา และตัวเขาเองก็เรียนอยู่ที่พะเยาจนถึงชั้น ม.6 จากนั้นจึงย้ายมาเรียนมหาวิทยาลัยที่เชียงใหม่ ปัจจุบันอาศัยอยู่หอพักคนเดียว ในส่วนของการเริ่มต้นเป็นแฟนบอลนั้น K ติดตามเชียร์ทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดมาตั้งแต่เด็กๆ จากการได้เริ่มชมเกมสการแข่งขันในโทรทัศน์พร้อมกับพ่อของเขา ส่วนการเล่นฟุตบอลนั้น K ไม่ค่อยถนัดเท่าใดนัก เขาชอบที่จะเป็นผู้ชมมากกว่า สิ่งที่น่าสนใจก็คือ นอกเหนือจากการเรียนภาคค่ำในวันจันทร์ – ศุกร์แล้ว ปัจจุบัน K ยังทำงานเป็นพนักงานเฝ้าโต๊ะบอลให้กับรุ่นพี่คนหนึ่งสนิทกันด้วย โดย K จะต้องเฝ้าโต๊ะบอลวันละ 12 ชั่วโมง (20.00 - 08.00 น.) สัปดาห์ละ 6 วัน ซึ่งสร้างรายได้ให้เขาประมาณ 9,000 บาทต่อเดือน ซึ่งกรณีของ K นั้นแตกต่างจากคนอื่นๆ ตรงที่ว่า เขาเป็นผู้หารายได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬาด้วย ต่างจากคนอื่นๆ ที่มีสถานะเป็นเพียงผู้บริโภคอย่างเดียว

8.3.5 อภิปรายสรุป

จากการนำเสนอข้อมูลทั้งหมด อาจสรุปได้ว่า เยาวชนทั้ง 3 กลุ่มที่แม้จะมาจากชนชั้นที่ต่างกัน (วัดจากรายได้และความมั่นคงของอาชีพของพ่อแม่) แต่ก็มีบริโภคฟุตบอลในฐานะที่เป็นแฟนบอลเหมือนกัน ทั้งการติดตามรับชมอย่างสม่ำเสมอไม่ว่าจะเป็นที่บ้าน ร้านเหล้าผับบาร์ หรือใน

อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาของ อภิชาติ สถิตนิรามัย (2556) ที่กล่าวว่า “การเปลี่ยนแปลงทางสังคมของไทยในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ทำให้เกิด “ชนชั้นกลางใหม่” ที่ผูกพันตัวเองเข้ากับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมอย่างเต็มตัว โดยเฉพาะในด้านการบริโภค ดังปรากฏว่าแบบแผนการบริโภคสินค้าคงทนระหว่างคนเมือง (ชนชั้นกลางเดิม) และชนบทมีความแตกต่างกันน้อยมาก” ซึ่งเด็กจากทั้ง 3 กลุ่มก็คือตัวแทนของครอบครัวชนชั้นกลางใหม่ เหล่านี้ และช่วยให้เห็นภาพของการบริโภคที่เหมือนๆ กันอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามในรายละเอียดของการบริโภคนั้นก็ยังมีข้อแตกต่างอยู่บ้าง เช่น กลุ่มเด็กในโรงเรียนที่บ้านติดกล่อง CTH (ซึ่งมีค่าบริการรายเดือนราว 1,000 – 2,000 บาท) ในขณะที่กลุ่มเด็กในวิทยาลัยเทคนิคดูผ่านเคเบิลทีวีท้องถิ่น (ค่าบริการรายเดือนประมาณ 300 บาท) และ Link เกือบนในอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก เช่นเดียวกับกลุ่มเด็กมหาวิทยาลัยที่ส่วนใหญ่อยู่หอพักจึงดูผ่าน Link เกือบนในอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก

นอกจากนี้การที่เยาวชนทั้ง 3 กลุ่มเน้นการบริโภคฟุตบอลจากสื่อออนไลน์เป็นหลัก ทำให้เห็นว่า ในปัจจุบันการบริโภคนั้นยังถูกทำให้เข้มข้นมากขึ้นไปอีก เพราะสื่อออนไลน์นั้นทั้งฟรี เข้าถึงง่าย และเข้าถึงได้ตลอดเวลา (เพียงแค่อินเทอร์เน็ต) ต่างจากยุคก่อนที่เน้นบริโภคผ่านโทรทัศน์ที่มีข้อจำกัดมากกว่า อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลก็ยังคงบอกได้ว่า วัฒนธรรมฟุตบอลเริ่มฝังรากในสังคมไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ สะท้อนผ่านตัวละครพ่อและพี่ชายที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคในยุคโทรทัศน์ โดยส่งต่อวัฒนธรรมเหล่านั้นมาสู่รุ่นลูก ซึ่งก็คือเด็กรุ่นใหม่ ซึ่งอาจสรุปได้ว่า การเติบโตของวัฒนธรรมฟุตบอลในสังคมไทยกระทำการผ่าน 2 ปัจจัยสำคัญ คือ ครอบครัว และโทรทัศน์ และกำลังเติบโตอย่างเข้มข้นมากขึ้นโดย “สื่อออนไลน์”



กลุ่มไลน์ที่มีการแจกลิงค์ดูบอลฟรีโดยแฝงการโฆษณาเชิญชวนให้เล่นพนันบอล

อย่างไรก็ตาม ลักษณะการบริโภคที่เหมือนกันของทั้ง 3 กลุ่มก็คือ การบริโภคเพื่อสร้างความ เป็นกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นการเล่นฟุตบอลเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนแถวบ้านและที่โรงเรียน การเริ่ม รู้จักกับเพื่อนที่โรงเรียนโดยใช้การพูดคุยเรื่องฟุตบอลเป็นใบเบิกทาง หรือการไปดูบอลกับเพื่อนๆ ตาม ร้านเหล้าผับบาร์หรือที่สนาม เป็นต้น สะท้อนให้เห็นว่าเยาวชนไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคที่เฉื่อยชา แต่ใช้ การบริโภคนั้นเพื่อสร้างอะไรบางอย่างให้กับตัวเอง ในกรณีนี้ก็คือ การใช้การบริโภคฟุตบอลเพื่อสร้าง ความสัมพันธ์ทางสังคมกับคนอื่นๆ นั่นเอง

8.4 วิจัยเกี่ยวกับการเล่นพนันบอล

ในบทนี้ผู้ศึกษาต้องการทำความเข้าใจการเล่นพนันบอลของเยาวชนในมิติทางสังคม โดยจะนำเสนอใน 3 ประเด็นหลัก คือ 1. พัฒนาการของการเล่นพนันบอลในจังหวัดเชียงใหม่ 2. ข้อมูลภาคสนาม (แบ่งเป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของโต๊ะพนันบอลและข้อมูลจากการสัมภาษณ์เยาวชน) และ 3. อภิปรายสรุป

8.4.1 พัฒนาการของการเล่นพนันบอลในจังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์นักพนันบอลชายวัย 38 ปีท่านหนึ่ง ได้ให้ภาพของการเล่นพนันบอลในยุคก่อนไว้ว่า โต๊ะบอลแห่งแรกในจังหวัดเชียงใหม่น่าจะเป็น “โต๊ะเขียว” ซึ่งตั้งขึ้นประมาณปี 2534 โดยเปิดเป็นโต๊ะสนุกเป็นหลัก แต่มีให้แทงมวยตู้และแทงบอลด้วย ในสมัยนั้นการพนันกีฬา มวยตู้ยังเป็นที่ยอมรับมากกว่าพนันบอล การพนันบอลจะได้รับความนิยมก็ช่วงบอลทัวร์นาเมนต์เป็นหลัก เช่น บอลโลก บอลยูโร เป็นต้นและด้วยความที่ยังไม่มีระบบการเล่นที่เป็นเรื่องเป็นราว ราคาต่อรองที่เปิดในช่วงแรกจึงใช้ลักษณะเหมือนราคามวยมาเป็นเกณฑ์ เช่น ต่อ 2-1 ต่อ 11-8 จนผ่านไปประมาณ 1-2 ปี (คือช่วงปี พ.ศ.2535-36) จึงเริ่มใช้ราคาต่อรองที่เป็นสากลเช่นในปัจจุบัน (ครึ่งลูก ครึ่งควบลูก ลูกครึ่ง ฯลฯ) ในช่วงที่เริ่มใช้ราคาต่อรองแบบนี้มีเรื่องเล่าติดตลกว่าโต๊ะบอลเองก็ยังคงคิดเงินกับลูกค้าผิดๆ ถูกๆ อยู่เลย พี่ จ (นามสมมุติ) ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าเคยไปแทงบอลครั้งแรกๆ ที่โต๊ะบอลย่านสันติธรรม แต่ก็ เป็นโต๊ะบอลที่แอบอิงอยู่ในโต๊ะสนุก รวมถึงมีตู้ม้า ตู้สล็อตอยู่ด้วย แสดงให้เห็นว่าโต๊ะบอลในสมัยแรกนั้นไม่ได้เปิดแยกออกมาเดี่ยวๆ แต่อิงอยู่กับการพนันชนิดอื่นๆ โดยเฉพาะโต๊ะสนุกที่จะเป็นแหล่งรวมการพนันอยู่ในนั้น ทั้งโต๊ะบอล ตู้ม้า ตู้ slot

ในช่วงปี พ.ศ.2536 นี่เองที่กิจการโต๊ะบอลดูจะขยายออกไปอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นย่านสันติธรรมหรือบริเวณหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พี่ G ผู้เคยเปิดโต๊ะบอลหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ช่วงปี 40 (เปิดพร้อมกับร้าน Internet) ให้ข้อมูลว่าช่วงนั้นโต๊ะบอลในเชียงใหม่เฟื่องฟูมาก อาจมีจำนวนถึงร้อยร้าน โดยเฉพาะย่านสันติธรรมอาจมีถึง 40 - 50 ร้าน การเล่นพนันบอลในยุคแรกจะคึกคักในช่วงบอลทัวร์นาเมนต์ เช่น บอลโลก บอลยูโร เป็นหลัก ส่วนบอลลีกนั้นยังไม่ค่อยได้รับความนิยมเท่าไรนัก อาจเป็นเพราะว่าในยุคนี้การถ่ายทอดสดฟุตบอลลีกยังไม่แพร่หลายเช่นในปัจจุบัน การวิเคราะห์หรือติดตามชมเกมส์การแข่งขัน (อันเป็นปัจจัยหลักของการเล่นพนันบอล) จึงค่อนข้าง

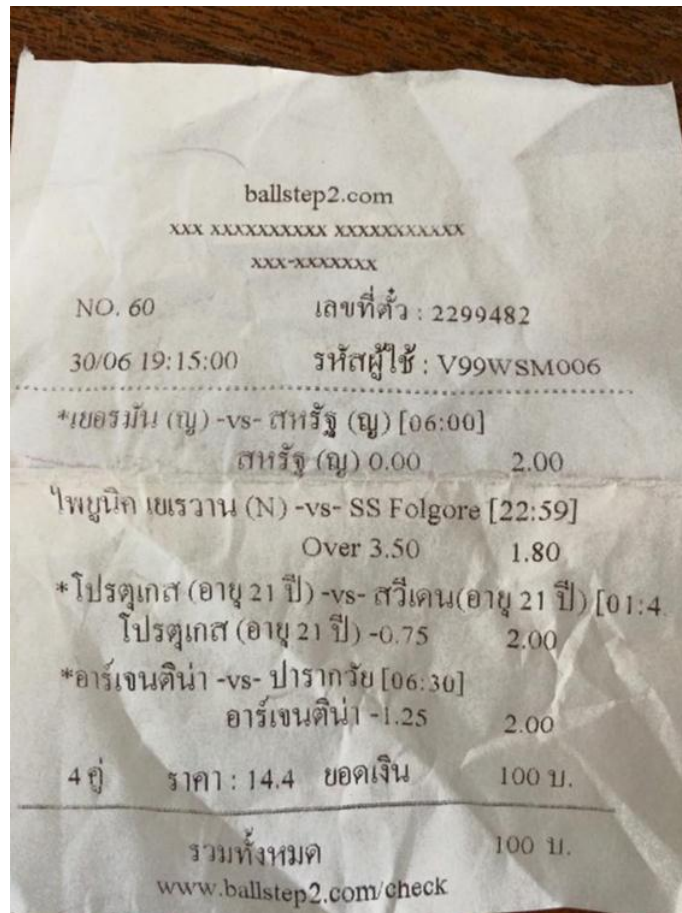
ยุ่งยาก เช่น เข้ามาก็ต้องไปหาซื้อหนังสือพิมพ์กีฬามาวิเคราะห์เกมส์ (หนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลโดยตรงอย่างสตราซ็อคเกอร์รายวันเริ่มเกิดขึ้นในปี พ.ศ.2535 ส่วนหนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการเล่นพนันบอลโดยตรงอย่างสปอร์ตพูลรายวันเริ่มเกิดขึ้นในปี 2538) รอจนตอนเย็นโต๊ะเปิดจึงค่อยไปแทงที่โต๊ะ การติดตามผลการแข่งขันก็เน้นฟังจากวิทยุเป็นหลัก (ไม่มีอินเทอร์เน็ตให้ดูข้อมูลเพื่อวิเคราะห์เกมส์หรือติดตามผลเช่นในปัจจุบัน) กลุ่มลูกค้าของโต๊ะบอลในช่วงแรก คือ นักเรียน ม.ปลาย นักศึกษามหาวิทยาลัย และคนวัยทำงาน จากข้อมูลของพี M และพี J ยืนยันตรงกันว่าเคยเล่นพนันครั้งแรกตอนอยู่ชั้น ม.ปลาย ส่วนพี G ก็บอกว่าลูกค้ามีทั้งเด็กจากโรงเรียนมัธยม นักศึกษา และคนทำงานแถวๆ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พี T เด็กเดินโพยท่านหนึ่งได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า อินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเล่นพนันบอลในช่วงประมาณปี พ.ศ.2548 เป็นต้นมา โดยพี T เริ่มได้เว็บไซต์มาจากเจ้ามือเพื่อเอาไว้ใช้ดูราคาต่อรองเพื่อออกราคาให้กับลูกค้าได้เล่น แต่ช่วงนั้นยังไม่เคยให้ User ลูกค้าไปเล่นเอง จนมาถึงปัจจุบันระบบนี้ได้เปลี่ยนไปแล้วโดยการปล่อย User ให้กับลูกค้าไปเล่นเองตามวงเงินที่ได้ตกลงกันไว้ จากนั้นจึงค่อยนัดเคลียร์เงินกันทุกวันอังคารกับวันศุกร์ของแต่ละสัปดาห์

8.4.2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของโต๊ะพนันบอล

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของโต๊ะพนันบอล (นามสมมติว่า เค) พบว่า ในปัจจุบันการเล่นพนันบอลแบบออนไลน์กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก เป็นเพราะความสะดวกสบายและปลอดภัยในการเล่น โต๊ะพนันบอลทั้ง 8 โต๊ะในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยดูแลอยู่ก็ปรับมาใช้ระบบออนไลน์ในการรับแทงทั้งหมด คือ มีใบโพยให้เลือกทีมที่จะเล่น เมื่อเลือกคู่ที่จะเล่นแล้วให้เอาไปให้พนักงานของร้าน พนักงานจะคีย์คู่ที่จะเล่นลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วก็ปริ้นท์สลิป (คู่ที่ลูกค้าเลือกเล่น) ให้ลูกค้าเก็บไว้ โดยโต๊ะพนันจะเปิดให้ลูกค้าสามารถเปิด user กับที่ร้านได้ ค่าสมัครขั้นต่ำ 500 บาท และสามารถแทงพนันขั้นต่ำได้ตั้งแต่ 20 บาทขึ้นไป โต๊ะพนันทั้ง 8 แห่งเปิดทุกวันและเปิดตลอด 24 ชม. ความเคลื่อนไหวในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา เคยสังเกตว่าคนนิยมแทงบอลไทยมากขึ้นทั้งระดับสโมสรและทีมชาติ (โดยเฉพาะช่วงก่อนกีฬาซีเกมส์จนจบซีเกมส์ เงินสะพัดกับทีมชาติไทยมาก) ในด้านกลุ่มคนที่มาเล่นพนัน ยังเป็นคนเล่นกลุ่มเดิมๆ และไม่ได้มีจำนวนเพิ่มขึ้นเท่าใดนัก เมื่อถามถึงกลุ่มเยาวชนที่มาเล่นพนัน เคบอกว่า กลุ่มเยาวชนนิยมเล่น แบบบอลชุด (step) ด้วยเงินจำนวนน้อย (20-100

บาท) นอกจากนี้ยังชอบเล่นแบบออนไลน์ อาจเป็นเพราะใช้คอมพิวเตอร์เป็นและใช้อินเทอร์เน็ตเป็นปกติในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว (เคยเปรียบเทียบกับลูกค้าที่เป็นผู้ใหญ่ส่วนใหญ่ว่าไม่ค่อยชอบเล่นแบบออนไลน์เพราะใช้คอมพิวเตอร์ไม่คล่องแคล่ว) ในด้านการจัดการร้าน เรามีลูกน้องอยู่ 2 ชุด คือ 1. ชุดออนไลน์ มีอยู่ 6-7 คน มีหน้าที่ไปชักชวนให้คนรู้จักหรือคนทั่วไปมาสมัครเล่นแบบออนไลน์ (เปิด user) กับทางโต๊ะ (เรียกกันในวงการพนันบอลว่า “ไปปล่อย credit”) โดยลูกน้องนี้ได้ค่าตอบแทนโดยได้ถือหุ้น 10-50 % แล้วแต่แต่ละคน 2. พนักงานที่อยู่ประจำโต๊ะพนัน มีอยู่โต๊ะละ 4 คน ได้เป็นเงินเดือน เดือนละ 8,000-9,000 บาท โต๊ะเปิดตลอด 24 ชั่วโมง ผลัดกันอยู่ 2 กะ กะละ 12 ชม.



ใบสลิปที่ได้จากโต๊ะบอล

ข้อมูลจากการสังเกตการณ์โต๊ะพนันบอลแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ในย่านสันติธรรม พบว่าโต๊ะพนันบอลแห่งนี้แยกออกเป็น 2 ห้อง อยู่ติดกันไป 1 คูหา โดยมีร้านอาหารตามสั่งคั่นกลางอยู่ ทั้ง 2 ห้องใช้

สติ๊กเกอร์สีที่ปิดกระจกที่เป็นประตูไว้ (ไม่สามารถเห็นภายในได้) ห้องที่ 1 เปิดไว้สำหรับให้เล่นแบบออนไลน์โดยเฉพาะ ภายในร้านมีคอมพิวเตอร์อยู่ประมาณ 10 เครื่อง แต่ละเครื่องมีหมายเลขกำกับไว้ ที่หน้าจอของแต่ละเครื่องจะเปิดเว็บไซต์สำหรับเล่นพนันบอลค้างไว้ ลูกค้าสามารถเข้าไปเลือกทีมที่จะเล่นได้ สามารถเล่นขั้นต่ำได้ 20 บาท เมื่อเล่นเสร็จให้เดินไปบอกที่พนักงานว่าเล่นที่เครื่องหมายเลขอะไร พนักงานก็จะปริ้นท์สลิปพอยบอลมาให้ลูกค้าเก็บไว้ เป็นอันจบกระบวนการจากการสอบถามพนักงานที่อยูร้านเบื้องต้น บอกว่าทุกคนสามารถเปิด user กับที่ร้านได้ด้วยเงินขั้นต่ำ 200 บาท เมื่อได้ user แล้วก็สามารถเล่นที่ไหนเวลาไหนก็ได้ (ถ้ามีอินเทอร์เน็ต) แต่เวลาจะรับเงินต้องมาที่โต๊ะเท่านั้น โดยให้เหตุผลว่าเพื่อความปลอดภัย ห้องที่ 2 เปิดไว้สำหรับเล่นแบบเดิมโดยเฉพาะ คือลูกค้าเลือกคูที่จะเล่นและเขียนลงในพอยบอลที่เป็นกระดาษ ในร้านมีโต๊ะให้นั่งอยู่ 4 โต๊ะ มีเครื่องถ่ายเอกสาร 1 เครื่อง (เอาไว้ถ่ายใบพอยบอล) และโต๊ะรับแทง 1 โต๊ะ ไม่พบว่ามีหนังสือพิมพ์กีฬาให้นั่งวิเคราะห์เหมือนเมื่อก่อน

8.4.3 ข้อมูลภาคสนาม

กลุ่มวัยรุ่นในโรงเรียนมัธยม

A เริ่มเล่นพนันบอลครั้งแรกตอนอยู่ชั้น ม.2 เริ่มจากการฝากเพื่อนไปเล่นที่โต๊ะบอล 100 บาท ซึ่งเป็นทัวนาเมนต์ฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป 2012 แต่ตอนหลังเริ่มไม่ไว้ใจเพื่อนว่าไปเล่นให้จริง/ไม่จริงหรือว่าเสียจริง/ไม่จริง ต่อมาไปเจอพี่คนหนึ่ง (อายุมากกว่า 1 ปี) ได้ยินเค้าคุยกันเรื่องเล่นพนันบอล เลยถามว่าเค้าว่าไปเล่นที่ไหนยังงี้ เค้าก็เลยบอกว่าไปเล่นที่โต๊ะบอลแห่งหนึ่งในย่านสันติธรรม จากนั้น A จึงเริ่มไปเล่นเองที่โต๊ะประมาณอาทิตย์ละ 1 ครั้ง เล่นในวงเงินครั้งละไม่เกิน 200 บาท เริ่มเรียนรู้และเข้าใจเรื่องการเล่นพนันบอล (ราคาต่อรอง/วิเคราะห์เกมส์ ฯลฯ) โดยอาศัยสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ทุกวันนี้ก็วิเคราะห์บอลโดยใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ (ไม่ซื้อหนังสือพิมพ์กีฬา)

ปัจจุบัน A ปรับเปลี่ยนรูปแบบการเล่นด้วยการสมัครเล่นแบบออนไลน์กับโต๊ะบอลด้วยราคาเริ่มต้นที่ 200 บาท แต่แต่ละครั้งสามารถเล่นขั้นต่ำได้ 20 บาท โดยตั้งแต่เล่นแบบออนไลน์ก็เล่นบ่อยมากขึ้น (เกือบทุกวัน) แต่ก็เล่นในวงเงินไม่มาก (ไม่เกินวันละ 100 บาท) เน้นเล่นแบบบอลชุด (Step) ไปละ 20 บาท เคยเล่นได้มากที่สุด 1,600 บาท และเมื่อเจลี่ยกันแล้วเล่นได้มากกว่าเสีย แต่ถ้าจะไปเคลียร์เงินยังต้องไปที่โต๊ะอยู่ (ไม่ได้โอนเงินกัน) เมื่อเปรียบเทียบระหว่างการเล่นที่โต๊ะบอลกับการเล่นแบบ

ออนไลน์ A ชอบแบบออนไลน์มากกว่า เพราะสะดวกสบายและไม่ต้องเสี่ยงโดนตำรวจจับ (เคยมีเหตุการณ์ที่โต๊ะบอลเตือนว่าถ้าใส่ชุดนักเรียนมาให้ใส่เสื้อคลุมมาด้วย เพื่อมีใครไปฟ้องเอา) การเล่นแต่ละครั้ง A จะมีการปรึกษา (วิเคราะห์/แลกเปลี่ยนที่เด็ด) กับเพื่อนในกลุ่ม (2-3 คน) ด้วยเสมอโดยคุยกันในกลุ่มไลน์เป็นหลัก และบางครั้งก็ฝากกันไปเคลียร์เงินกับที่โต๊ะ โดยไม่นิยมไปพร้อมกันเพราะกลัวจะโดนจับ

ในส่วนของการเล่นพนันบอล B ให้ข้อมูลว่า เขาเคยเล่นพนันเพียงครั้งเดียว เพราะเห็นเพื่อน (กลุ่มเดียวกับ A) เอามาคุยกันในกลุ่มว่าเล่นแล้วได้เงิน ก็เลยลองเล่นดูด้วยการฝากเพื่อนไปเล่นในช่วงทัวนาเมนต์ฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป 2012 แต่เล่นแล้วก็เสีย เลยไม่ได้สนใจจะเล่นต่อ เพราะเห็นว่าพนันบอลมันเป็นเรื่องไม่แน่นอน แล้วก็ไม่เห็นจะสนุกอะไร นอกจากนี้ยังต้องเสียเงินอีกด้วย นั่นเป็นเหตุให้ B ชอบเล่นเกมสล็อตหรือดูหนังฟังเพลงมากกว่า เพราะสนุกกว่าและไม่ต้องเสียเงินเหมือนเล่นพนันบอล คล้ายกับกรณีของ C ที่ไม่เคยเล่นพนันบอลกับโต๊ะบอลเลย โดยส่วนใหญ่แล้วเขาจะเล่นพนันกับพี่ชายตอนดูบอลด้วยกันที่บ้าน ซึ่งก็มักจะไม่ได้พนันกันเป็นเงินสด แต่เป็นการเลี้ยงข้าวกันหรืออื่นๆ มากกว่า ที่เล่นนี้ก็เพื่อจะเพิ่มอรรถรสในการดูบอลนั่นเอง เมื่อถามว่าถ้าต้องเพิ่มอรรถรสในการดู เหตุใดจึงไม่ไปเล่นกับโต๊ะบอลเหมือนเพื่อนๆ C บอกว่าเล่นแบบนี้ (เล่นกับโต๊ะบอล) มันใช้เงินเยอะเกินไป (ไม่คิดว่าจะมีใครได้เงินจากการเล่นพนันบอล) กลัวจะเสียเงินมาก อีกทั้งยังเสี่ยงต่อการโดนจับได้อีกด้วย

แตกต่าง D ที่เริ่มเล่นพนันบอลครั้งแรกตอนอยู่ชั้น ม.5 เป็นการเล่นตามเพื่อน เพราะเห็นเพื่อนเล่นแล้วได้เงิน ปัจจุบันนิยมเล่นพนันแบบออนไลน์ โดยเล่นเป็นบอลชุดครั้งละ 20 - 50 บาท มากที่สุดคือ 100 บาท ส่วนใหญ่ใช้วิธีฝากเพื่อนเล่นกับโต๊ะบอลแถวสันติธรรม (เพื่อนไปเปิดบัญชีเล่นแบบออนไลน์กับโต๊ะบอลไว้) ความถี่ในการเล่น คือ 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ การวิเคราะห์ข้อมูลในการเล่นมีทั้งวิเคราะห์ด้วยตนเองและการปรึกษากับเพื่อนในกลุ่ม โดยดูข้อมูลจากเพจพนันบอลในเฟซบุ๊ก ในไลน์ และเว็บไซต์ต่างๆ (ไม่ซื้อหนังสือพิมพ์กีฬา) นอกจากนี้บางครั้งยังมีการรวมเงินกับเพื่อนๆ เพื่อซื้อที่เด็ด (ที่เด็ด หมายถึง คู่อ้างว่ามีการล้มบอล) จากเขียนต่างๆ ที่โฆษณาชวนเชื่อไว้ในสื่อออนไลน์ต่างๆ ด้วย (บางครั้งก็ในราคาหลักพัน) เวลาที่นิยมเล่นพนัน คือ ช่วงประมาณ 2-3 ทุ่มขึ้นไป ซึ่งเป็นเวลาว่างหลังจากการเรียนมาอย่างหนักนั่นเอง



กลุ่มไลน์ที่ (อ้างว่า) แจกทีเด็ดให้กับนักพนัน โดยนักพนันต้องเสียเงินซื้อทีเด็ดเหล่านี้

เช่นเดียวกับ E ที่เริ่มเล่นพนันบอลช่วงที่อยู่ชั้น ม.4 ด้วยเหตุผล คือ เล่นตามเพื่อน เพราะเห็นเพื่อนเล่นแล้วได้เงิน ช่วงแรกนิยมไปเล่นที่โต๊ะบอล ไปเองบ้าง ฝากเพื่อนไปบ้าง แต่ช่วง 1 ปีที่ผ่านมา นิยมเล่นแบบออนไลน์เพราะสะดวกกว่า วิธีการเล่น คือ รวมเงินกับกลุ่มเพื่อนทั้งเพื่อนโรงเรียนเดียวกัน และเพื่อนต่างโรงเรียน รวมถึงรุ่นพี่ที่อยู่ละแวกบ้านเดียวกัน ทั้งกลุ่มนี้มีอยู่ประมาณ 5 - 6 คน โดยให้ตัวแทนกลุ่มไปเปิดบัญชีออนไลน์กับโต๊ะบอลไว้ แล้วก็ใช้บัญชีเดิมนั้นแบ่งกันเล่นพนัน ความถี่ในการเล่นคือ 5-6 วันต่อสัปดาห์ นิยมเล่นแบบบอลชุดครั้งละ 30 - 50 บาท เหตุที่นิยมเล่นแบบบอลชุด เพราะเสียตังค์น้อยกว่าและมีลุ้นได้เงินเยอะกว่า (เคยเล่นแบบเต็งแล้วเสียเงินไป 300 บาท จากนั้นจึงไม่เล่นแบบเต็งอีก) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเล่นพนันใช้สื่อออนไลน์เป็นหลัก ทั้งเฟซบุ๊ก ไลน์ และ

เว็บไซต์ต่างๆ ส่วนใหญ่จะวิเคราะห์ด้วยตัวเอง แต่ก็มีการแชร์ข้อมูลกับกลุ่มเพื่อนๆ รวมถึงมีการรวมเงินกันซื้อที่เด็ดจากเซียนต่างๆ ด้วย

กลุ่มวัยรุ่นที่ศึกษาในวิทยาลัยเทคนิค

I เริ่มเล่นพนันบอลครั้งแรกตอนอยู่ชั้น ม.1 โดยเริ่มจากการรวมเงินกันเล่นกับเพื่อนๆ ซึ่งในตอนนั้นน่าจะเป็นช่วงฟุตบอลโลกหรือฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป แต่ก็เล่นเพียงแค่ช่วงทิวาเมนต์นั้นแล้วก็จบไป ไม่ได้เล่นต่อเนื่อง จนถึงช่วงประมาณหนึ่งปีที่ผ่านมาที่เริ่มเล่นบ่อยขึ้น (ประมาณ 3 ครั้งต่อสัปดาห์) โดยนิยมไปเล่นที่โต๊ะบอลแห่งหนึ่งที่เป็นโต๊ะประจำ เพราะมีรุ่นพี่ที่สนิทกันทำงานเป็นเด็กเดินโพยอยู่ที่ร้านนี้ การเล่นแต่ละครั้งมักจะเล่นแบบบอลชุด ครั้งละไม่เกิน 100 บาท ช่วงที่นิยมไปเล่นก็คือช่วงเสาร์ – อาทิตย์ ที่มีบอลเตะมากๆ หรือบางครั้งก็เล่นช่วงกลางสัปดาห์ด้วย ถ้ามีบอลแข่งเยอะ การวิเคราะห์ข้อมูลนั้น I ไม่ค่อยเน้นเท่าใดนัก บางครั้งก็ถามเอาจากรุ่นพี่ที่เป็นเด็กเดินโพยบ้างถามเอาจากเพื่อนๆ บ้าง แต่ I จะเน้นเล่นคู่ที่จะมีการถ่ายทอดสด เพื่อเป็นการเพิ่มอรรถรสในการรับชมสถานที่ที่นิยมไปดูบอลก็คือร้านเหล้าผับบาร์กับเพื่อนๆ หรือในบางครั้งก็ดูจากอินเทอร์เน็ตที่บ้าน

J เริ่มเล่นพนันบอลครั้งแรกเมื่อประมาณ 1 ปีที่ผ่านมา โดยการไปรู้จักกับรุ่นพี่คนหนึ่งที่เป็นเด็กเดินโพยของโต๊ะบอลแห่งหนึ่ง รวมถึงเพื่อนๆ ในกลุ่มก็เล่นพนันบอลกัน J เริ่มเรียนรู้และเล่นเองเป็นในที่สุด ปัจจุบัน J เล่นพนันบอลสัปดาห์ละประมาณ 3 ครั้ง คือ เสาร์ อาทิตย์ และกลางสัปดาห์ในบางครั้ง เล่นที่โต๊ะบอลที่รุ่นพี่เป็นเด็กเดินโพยอยู่ (โต๊ะเดียวกับที่ I เล่น) วงเงินที่เล่นแต่ละครั้งไม่เกิน 100 บาท โดยเล่นแบบบอลชุดเป็นส่วนใหญ่ การวิเคราะห์ข้อมูลนั้นจะวิเคราะห์โดยใช้สื่อออนไลน์เป็นหลักหรือบางครั้งก็ดูจากหนังสือพิมพ์กีฬาที่อยู่โต๊ะบอลบ้าง J ค่อนข้างจะให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ข้อมูลมากพอสมควร ดังนั้นการจะเลือกคู่ที่จะเล่นในแต่ละครั้งจึงต้องใช้เวลาในการวิเคราะห์มากพอสมควรทีเดียว

ในส่วนของ F G และ H ซึ่งเป็นเพื่อนกลุ่มเดียวกัน ไม่เคยเล่นพนันบอลเลย โดยให้เหตุผลคล้ายๆ กันว่า ไม่กล้าเล่นเพราะกลัวเสียเงิน โดยเห็นตัวอย่างจากเพื่อน (ที่ไม่ได้สนิทกัน) เล่นแล้วเสียเงินเยอะ จึงรู้สึกที่ไม่อยากจะไปเสี่ยงแบบนั้น

กลุ่มวัยรุ่นในมหาวิทยาลัย

ก่อนหน้านี้ที่จะเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัย K ไม่เคยเล่นพนันชนิดใดมาก่อนเลย เพราะตอนเรียนมัธยมที่ต่างจังหวัดอาศัยอยู่กับครอบครัว ซึ่งพ่อเป็นตำรวจ และค่อนข้างดุ ตนจึงไม่กล้าเล่นการพนัน แต่เมื่อมาเรียนมหาวิทยาลัยที่เชียงใหม่จึงได้เริ่มเล่น จากการเล่นไปตามเพื่อนและรุ่นพี่ ปัจจุบันเล่นพนันบอลเกือบทุกวัน โดยเวลาเฝ้าโต๊ะบอลก็จะเล่นไปด้วยเฉลี่ยวันละ 2,000 – 3,000 บาท การวิเคราะห์ข้อมูลดูทั้งจากอินเทอร์เน็ตและหนังสือพิมพ์กีฬา รวมถึงการวิเคราะห์แนวโน้มจากราคาต่อรองที่มีการเปลี่ยนแปลงไปมาด้วย

M เริ่มเล่นพนันบอลประมาณช่วงที่เรียนอยู่ชั้น ม.6 โดยเล่นตามกลุ่มเพื่อนที่เล่นกันอยู่ก่อน ซึ่งมักจะไปเล่นกันที่โต๊ะบอลแถวโรงเรียน ชอบเล่นแบบบอลชุดครั้งละ 50 บาท นิยมไปเล่นช่วงหลังเลิกเรียนกับกลุ่มเพื่อน 3 - 4 คน ปัจจุบันไม่เล่นแล้วเพราะไม่รู้จักโต๊ะด้วย แล้วก็ไม่ได้สนใจจะไปตามหาโต๊ะเพื่อเล่นด้วย เพราะปกติก็ไม่ได้เล่นบ่อยอยู่แล้ว การพนันที่เล่นในปัจจุบันจะเน้นไปที่ หวยใต้ดินกับไพ่มากกว่า

N เริ่มเล่นพนันบอลครั้งแรกช่วง ม.4 โดยตามเพื่อนไปเล่นที่โต๊ะบอลเจ้าประจำแถวโรงเรียน เล่นแบบบอลชุดครั้งละ 50 – 100 บาทต่อครั้ง ช่วง ม.5 – ม.6 นั้นเล่นบ่อยมาก (เกือบจะทุกวัน) ปัจจุบันก็เล่นทุกวันเช่นกัน แต่เล่นแบบออนไลน์ด้วยการโทรไปสมัครเองกับเว็บไซต์ที่มีการโฆษณาในอินเทอร์เน็ต สมัครครั้งแรก 500 บาท เล่นพนันทุกลีกรวมถึงไทยลีกด้วย โดยเฉพาะทีมบุรีรัมย์ฯ และเมืองทองฯ เพราะเก่งกว่าทีมอื่นๆ ชัดเจน การหาข้อมูลเพื่อเล่นพนันบอลใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก (ไม่ซื้อหนังสือพิมพ์กีฬา) การติดตามทีมที่เล่นพนันไว้ก็มีทั้งไปดูที่ร้านเหล้าผับบาร์กับเพื่อนๆ และการดูจากอินเทอร์เน็ตที่หอพักหรือที่ร้านเกมส์

O เริ่มเล่นพนันบอลครั้งแรกช่วงที่อยู่ชั้น ม.4 เริ่มเล่นเพราะเห็นเพื่อนในกลุ่มเล่นแล้วได้เงิน และเมื่อเล่นแล้วได้เงินบ้างก็เริ่มติดใจ โดยจะไปเล่นที่โต๊ะบอลเจ้าประจำที่อยู่ใกล้กับร้านเกมส์ร้านประจำ นิยมเล่นแบบบอลชุดครั้งละ 50 บาท ต่อมาเมื่อมาอยู่มหาวิทยาลัย มีรายได้มากขึ้น (จากการขายของออนไลน์) ก็เริ่มเล่นด้วยจำนวนเงินเยอะขึ้น และเปลี่ยนไปเล่นแบบออนไลน์ด้วยการไปสมัครเล่นกับเว็บไซต์เองโดยตรง เริ่มที่เงิน 500 บาท อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน O เลิกเล่นพนันบอลแล้ว

เพราะเคยเล่นจนเสียเยอะเกินไป (หลักหมื่น) ก็เลยรู้สึกเสียดายเงินที่ต้องลำบากหาตัวเอง อีกทั้งยังมีปัญหากับแฟนด้วย เพราะแฟนต่อว่าที่เอาเงินไปเสียพนัน

กรณีที่ได้รับผลกระทบจากการเล่นพนันบอลมากที่สุด คือ L โดย L เริ่มเล่นพนันบอลราวช่วง ม.3 โดยเล่นแบบบอลชุดครั้งละ 50 บาท ที่โต๊ะบอลเจ้าประจำ โดยไปเล่นกับกลุ่มเพื่อนประมาณ 5 คน L บอกว่าเพื่อนๆ ในกลุ่มเล่นกันก่อนอยู่แล้ว แล้วเขาจึงลองเล่นดูบ้าง ซึ่งครั้งแรกที่เล่นนั้นจำได้ว่าเล่นไป 50 บาท 4 คู่ แล้วได้เงิน ดีใจมาก จากนั้นก็เล่นมาเรื่อยๆ เกือบทุกวัน อย่างไรก็ตามหลังจากที่มาเรียนมหาวิทยาลัยที่เชียงใหม่ วิธีการเล่นพนันของ L ก็เปลี่ยนไป โดยเริ่มจากการที่มีรุ่นพี่คนหนึ่งรู้จักสนิทกันเป็นเจ้าของโต๊ะบอลแล้วมาชวนเขาไปเป็นเด็กเดินโพยด้วยการหาลูกค้ามาเล่นพนันบอลแบบออนไลน์ (ชวนคนให้มาเปิดบัญชีพนันบอลออนไลน์) แล้วก็ได้ส่วนแบ่งจากกำไรที่ได้เหล่านั้น ด้วยความที่เป็นคนชอบเล่นพนันบอลและพอจะรู้จักคนเยอะ L จึงตอบรับเป็นเด็กเดินโพย หลังจากที่รับงานเป็นเด็กเดินโพยแล้ว L ก็ใช้เวลาอยู่กับการเล่นพนันบอลมากขึ้นอย่างมากทั้งการทำงานและการเล่นเอง เหตุการณ์ที่เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญก็คือ หลังจากที่มีลูกค้าในสายของตัวเอง L ก็เริ่มมีเงินก้อนในบัญชี (User) เอาไว้ปล่อยให้ลูกค้า จนตอนหลังก็เริ่มรับไว้เองบ้างหรือบางครั้งก็เล่นเองบ้าง จนครั้งสุดท้ายที่เสียเยอะสุดก็คือหนึ่งแสนบาท เพราะเล่นไปแล้วพอเสียก็เล่นทบไปอีกเรื่อยๆ (เช่น คู่แรกเสีย 3,000 ก็เล่นคู่ที่สองเป็น 3,000 พอเสียอีกรวมเป็น 6,000 ก็เล่นคู่สามอีก 6,000) เพื่อหวังจะได้คืน แต่สุดท้ายกลายเป็นเสียทุกคู่จนเงินในบัญชีหมด จึงจำเป็นต้องเลิกในที่สุด การเสียถึงหลักแสนในครั้งนี้นักระทบถึงความสัมพันธ์กับรุ่นพี่ สุขภาพจิต การเรียน และครอบครัว อย่างมาก เพราะบ้านของน้องอยู่ต่างจังหวัด ต้องลาเรียนไปเกือบ 1 เดือน เพื่อไปบอกปัญหากับพ่อแม่และขอเงินมาใช้คืนให้กับรุ่นพี่ที่เป็นเด็กเดินโพย (รุ่นพี่เอาเงินจากส่วนอื่นๆ ออกไปให้ก่อนเพื่อไม่ให้มีปัญหากับโต๊ะบอล) ปัจจุบัน L เลิกเล่นพนันบอลแล้ว

8.4.4 อภิปรายสรุป

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอมา อาจสรุปได้ว่า พนันบอลเกิดขึ้นและขยายตัวได้เพราะมีสื่อเป็นปัจจัยสำคัญ และจากข้อมูลได้ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ในปัจจุบันสื่อออนไลน์กำลังขยายตัวไปสู่ทุกกลุ่มทุกเพศทุกวัยได้อย่างกว้างขวาง ทำให้เด็กเข้าถึงการพนันได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม การเข้าถึงสื่อได้ง่ายขึ้น แม้จะเป็นปัจจัยสำคัญ แต่ก็ไม่ใช่ปัจจัยกำหนดเพียงอย่างเดียวที่จะทำให้เด็กเข้าสู่การพนัน

บอล เพราะการจะเล่นพนันได้ยังมีเงื่อนไขอื่นๆ กำกับอยู่ เช่น การต้องไปสมัครด้วยตัวเองที่โต๊ะบอล การต้องไปเคลียร์เงินกับโต๊ะด้วยตัวเอง เป็นต้น



เพจโฆษณาการเล่นพนันบอลออนไลน์ในเฟซบุ๊ก

หน้าเว็บ: www.goal.in.th

Apps ★ Bookmarks

Other bookmarks

TSB
the superbet
M8BET
AFB 88
MAXBET
SBOBET
มีเล่น
ทุกเว็บ
087-666-6661
@thesuperbet

ผลบอลวันนี้ **ผลบอลเมื่อคืน** **ราคาบอล** **ทีเด็ดฟุตบอลวันนี้**
บอลวันนี้ โปรแกรมบอล ราคาบอล โปรแกรมฟุตบอล วันจันทร์ที่ 28 มีนาคม พ.ศ.2559
บ้านผลบอล โปรแกรมบอล ราคาบอล กระชับมิตรทีมชาติ (INTERNATIONAL FRIENDLY)

เวลา	สก	สก	เจ้าบ้าน	ราคาบอล	ทีมเยือน	ครึ่งแรก	ผลบอล	หมายเหตุ/ทีมเยือน/ทีมเยือน	ถ่ายทอดสด
22:00	xxx	68	[201]จีนฮกเกี้ยน	1.5 + 5 ▲ 1.5/2 ▼ 1/1.5	มัลโดว[156]	0 - 1	? - ?	ทีมเยือนมัลโดว น่าเล่น	TV +
00:00	xxx		[163]นิเคเนต(N)	0/0.5 ▼ 0/0.5 - 10	มัลโดว[156]		? - ?	ทีมเยือนมัลโดว น่าเล่น	TV +
01:00	xxx		[27]ยูเครน	0.5/1 ▲ 1 - 10 ▼ 1 - 5	เชเชน[17]		? - ?	ทีมเยือนยูเครน น่าเล่น	Super sport 3 TV +
01:45	xxx		[281]โรมาเนีย	เสมอ + 10 ▲ 0/0.5 - 10 ▼ 0/0.5	สโลวาเกีย[54]		? - ?	ทีมเยือนโรมาเนีย น่าเล่น	bein TV +

บ้านผลบอล โปรแกรมบอล ราคาบอล รายการชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป อายุไม่เกิน 21 ปี (UEFA U21)

เวลา	สก	สก	เจ้าบ้าน	ราคาบอล	ทีมเยือน	ครึ่งแรก	ผลบอล	หมายเหตุ/ทีมเยือน/ทีมเยือน	ถ่ายทอดสด
20:30	xxx	FT	[1] กรีซ(U21)	0/0.5 - 10 ▲ 0/0.5 ▼ 0/0.5 - 10	อิสราเอล(U21) [2]	0 - 0	0 - 1	ทีมเยือนอิสราเอล น่าเล่น	TV +
22:00	xxx	68	[2] สเปน(U21)	1.5/2 ▼ 1.5 ▼ 1/1.5	มัลโดว(U21) [1]	1 - 2	? - ?	ทีมเยือนสเปน น่าเล่น	TV +
22:59	xxx	24	[3] อิตาลี(U21)	0/0.5 + 10 ▲ 0.5	โรมาเนีย(U21)		1 - 0	ทีมเยือนอิตาลี น่าเล่น	TV +
22:59	xxx	24	[4] ฝรั่งเศส(U21)	2.5	เชเชน(U21)		1 - 0	ทีมเยือนฝรั่งเศส น่าเล่น	TV +
01:00	xxx		[5] เนเธอร์แลนด์(U21)	เสมอ	เชเชน(U21)		? - ?	ทีมเยือนเนเธอร์แลนด์ น่าเล่น	TV +
02:00	xxx		[6] เบลเยียม(U21)	2/2.5 ▼ 2	โรมาเนีย(U21)		? - ?	ทีมเยือนเบลเยียม น่าเล่น	TV +

บ้านผลบอล โปรแกรมบอล ราคาบอล ลีกวัน อังกฤษ (League One England)

เวลา	สก	สก	เจ้าบ้าน	ราคาบอล	ทีมเยือน	ครึ่งแรก	ผลบอล	หมายเหตุ/ทีมเยือน/ทีมเยือน	ถ่ายทอดสด
19:30	+	FT	[27]เวสต์แฮม	0.5 + 10 ▲ 0.5/1	โรมาเนีย[8]	0 - 0	1 - 0	ทีมเยือนเวสต์แฮม น่าเล่น	TV +

TSB
the superbet
M8BET
AFB 88
MAXBET
SBOBET
กาสิโน
ออนไลน์
เยอะที่สุด
087-666-6661
@thesuperbet

ตัวอย่างเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลและทัศนะเพื่อเป็นเข็มทิศให้กับนักพนันบอล

นอกจากนี้ รูปแบบการเล่นพนันบอลของเยาวชน ยังมีลักษณะของการเล่นเป็นกลุ่ม คือ เป็นการเล่นโดยมีการปรึกษากับเพื่อน การรวมเงินเล่นด้วยกันกับเพื่อน การเอาผลของการพนันมาพูดคุยกับเพื่อน หรือแม้แต่การเข้าถึงและเล่นพนันได้เพราะรู้จักกับเพื่อนหรือรุ่นพี่ รวมไปถึงการทำงานเฝ้าโต๊ะพนันให้กับรุ่นพี่ ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การเล่นพนันบอลของเยาวชนเป็นเรื่องทางสังคมมากกว่าจะเป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล มากไปกว่านั้น หากพิจารณาถึงชีวิตประจำวันที่ถูกกดดันจากครอบครัวและสังคมให้ต้องเรียนหนักเพื่ออนาคต ก็ทำให้ชีวิตประจำวันของเยาวชนทั้ง 3 กลุ่มเต็มไปด้วยความเครียดและความน่าเบื่อหน่ายจากการเรียน การเล่นพนันบอล จึงเป็นหนึ่งในกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจของเด็กๆ เช่นเดียวกับกิจกรรมอื่นๆ เช่น การเล่นเกมส์ กินเหล้าดูบอล เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะพบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วเยาวชนเล่นพนันบอลอย่างคิดคำนวณ (ไม่ให้โดนจับได้ เล่นด้วยเงินน้อย) แต่ก็ยังมีบางกรณีที่เกิดปัญหา ซึ่งมาจากการที่เยาวชนนั้นเล่นได้อย่างเกินขอบเขตที่ตัวเองจะสามารถควบคุมได้ สะท้อนให้เห็นว่าการขาดการควบคุมการเล่นพนันบอลอย่างเป็นระบบ ทำให้เกิดปัญหากับเด็กและเยาวชนได้

8.5 สรุป

“พนันบอล” เริ่มเติบโตขึ้นมาในสังคมไทย พร้อมกับการเติบโตของวัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศที่มาพร้อมกับการขยายตัวของสื่อสารมวลชน ผ่านกระบวนการเปลี่ยนกีฬาให้กลายเป็นสินค้า โดยเฉพาะในปัจจุบันที่เกิดขึ้นได้ด้วยการขยายการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้อุดมการณ์เสรีนิยมใหม่ (Neo-Liberalism) ที่มุ่งเน้นการแข่งขันและแปรรูปทุกอย่างให้เป็นสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่ตอบสนองด้านอารมณ์ความรู้สึกให้กับผู้คน ฟุตบอลในปัจจุบันจึงกลายเป็น “อุตสาหกรรมความบันเทิง” (Entertainment Industry) ขนาดใหญ่ที่มีผู้คนเข้ามาชมมากมาย และมีสินค้าหลายประเภทรอให้ผู้คนเข้ามาบริโภค และการพนันบอลก็เป็นสินค้าชนิดหนึ่งในอุตสาหกรรมนี้

ในช่วงเริ่มต้นนั้น การเล่นพนันบอลกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผู้ชายวัยกลางคนที่ค่อนข้างมีรายได้ที่แน่นอนจากการทำงาน รวมถึงมีวิธีการบริโภคที่เข้าถึงสื่อต่างๆ ได้ ต่อมาจึงขยายตัวไปสู่คนในวงกว้างมากขึ้น เช่น ในกลุ่มชนชั้นกลางผู้ชายที่กว้างขึ้น จนมาถึงกลุ่มเยาวชนในโรงเรียน อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่ผ่านมามักจะอธิบายปรากฏการณ์การเล่นพนันบอลของเยาวชนว่าเกิดจากความไม่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ทำให้ถูกล่อลวงจากสื่อและธุรกิจการพนัน แต่การศึกษาครั้งนี้ต้องการทำความเข้าใจการเล่นพนันบอลของเยาวชนให้ลึกซึ้งรอบด้านมากขึ้น โดยดูถึงเงื่อนไขต่างๆ ที่ทำให้เยาวชนเล่นหรือไม่เล่นพนันบอล ซึ่งพบว่า

1. การบริโภคฟุตบอลของวัยรุ่นมีได้หลายรูปแบบ เช่น การบริโภคอย่างเป็นผู้เล่น คือ พัฒนาตัวเองไปเป็นนักกีฬาอย่างจริงจัง การบริโภคอย่างเป็นผู้ชม คือ เน้นติดตามรับชมการแข่งขัน ติดตามข่าวสารของทีมที่เชียร์ เป็นต้น ซึ่งในกลุ่มของการบริโภคอย่างเป็นผู้ชมนี้มีบางกลุ่มที่เลือกจะบริโภคการเล่นพนันบอลด้วย ดังนั้นจากข้อมูลที่ได้นำเสนอมานั้นจึงชี้ให้เห็นว่า วัยรุ่นที่เลือกเล่นเล่นพนันบอลเป็นเพียงวัยรุ่นกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่วัยรุ่นทั้งหมดที่ชอบดูฟุตบอลหรือชอบเล่นฟุตบอลจะเป็นนักพนัน

2. พนันบอลขยายตัวได้เพราะสื่อ ซึ่งในปัจจุบัน “สื่อออนไลน์” กำลังขยายตัวไปสู่ทุกกลุ่มทุกเพศทุกวัยอย่างกว้างขวาง ทำให้เยาวชนเข้าถึงการเล่นพนันบอลรวมถึงการติดตามชมการแข่งขัน (อันเป็นกิจกรรมที่อยู่คู่กับการพนันบอล) ได้ง่ายขึ้น

3. การพนันบอลของเยาวชนเป็นเรื่องของการทำกิจกรรมแบบกลุ่ม เป็นการเล่นโดยมีการปรึกษากับเพื่อน การรวมเงินเล่นด้วยกันกับเพื่อน การเอาผลของการพนันมาพูดคุยกับเพื่อน หรือแม้แต่การเข้าถึงและเล่นพนันได้เพราะรู้จักกับเพื่อนหรือรุ่นพี่ รวมไปถึงการทำงานเฝ้าโต๊ะพนันให้กับรุ่นพี่ ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การเล่นพนันบอลของเยาวชนเป็นเรื่องทางสังคมมากกว่าจะเป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล

4. การพนันบอลของเยาวชนเป็นหนึ่งในกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจในชีวิตประจำวัน ด้วยชีวิตประจำวันที่ถูกกดดันจากครอบครัวและสังคมให้ต้องเรียนหนักเพื่ออนาคตที่ดี ทำให้ชีวิตประจำวันของเยาวชนเต็มไปด้วยความเครียดและความน่าเบื่อหน่าย การเล่นพนันบอล จึงเป็นหนึ่งในกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจของพวกเขา ซึ่งไม่ใช่แค่ในช่วงที่ได้ลี้ภัยจากการติดตามผลการแข่งขันเท่านั้น แต่ได้สนุกตั้งแต่การหาข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การได้คุยกับเพื่อนๆ กระบวนการต่างๆ เหล่านี้เองที่ทำให้การเล่นพนันบอลเป็นกิจกรรมที่สนุกสนานในหมู่เยาวชน เช่นเดียวกับอีกหลายๆ กิจกรรม เช่น การเล่นเกมสกินเล้าดูบอล เป็นต้น

5. สภาพเศรษฐกิจที่เน้นการบริโภคเพื่อสร้างตัวตน และสภาพสังคมที่บีบรัดให้เด็กเครียด ทำให้การเล่นพนันบอลเป็นหนทางหนึ่งที่เยาวชนชายใช้เพื่อสร้างตัวตนความเป็นผู้ชายที่ได้แสดงออกถึงความกล้าได้กล้าเสีย ได้เสี่ยง ได้แหกกฎ ซึ่งเป็นลักษณะของความเป็นชายที่สังคมคาดหวัง และเยาวชนชายก็แสดงออกเพื่อให้ตัวเองมีตัวตนในกลุ่มของตนเอง นอกจากนี้ด้วยสภาพสังคมที่เต็มไปด้วยความคาดหวังกับเยาวชนก็ยิ่งทำให้เกิดความเครียดสูง ดังนั้นการเล่นพนันบอลก็เป็นกิจกรรมการละเล่นอย่างหนึ่งที่เยาวชนใช้ผ่อนคลายความเครียดและความน่าเบื่อจากกิจกรรมในชีวิตประจำวัน กล่าวโดยสรุป การเล่นพนันบอลในฐานะที่เป็นกิจกรรมเสี่ยงได้เสี่ยงเสียและเป็นกิจกรรมผิดกฎหมาย ทำให้เยาวชนที่เล่นพนันเลือกจะเล่นพนันบอลเพราะต้องการแสดงออกถึงความ เป็นชาย ที่หมายถึงการกล้าเสี่ยง กล้าลอง และด้วยความที่เป็นสิ่งผิดกฎหมายก็ยิ่งทำให้น่าท้าทาย และยังขับเน้นความเป็นชายที่กล้าเสี่ยงกล้าลองมากขึ้นไปอีก

กล่าวโดยสรุป การเล่นพนันบอลของวัยรุ่น เกี่ยวข้องกับสภาพสังคมสมัยใหม่ที่เน้นการแข่งขัน ซึ่งทำให้เยาวชนถูกบังคับให้มีความเป็นปัจเจกมากขึ้น อย่างไรก็ตาม พวกเขาก็เลือกที่จะใช้การบริโภคฟุตบอลในแบบต่างๆ เพื่อสร้างความเป็นกลุ่มก้อน และเพื่อหลีกหนีออกจากความน่าเบื่อในชีวิตประจำวัน แสดงให้เห็นถึงการปรับให้การพนันบอลที่เป็นกิจกรรมที่มีความเป็นปัจเจกสูงมากๆ มา

ใช้ในความหมายที่ต่างไปจากเดิม ด้วยเหตุปัจจัยเหล่านี้จึงอาจบอกได้ว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้การพนันบอลยังคงอยู่ในวิถีชีวิตของเยาวชน ดังนั้น การเล่นพนันบอลในกลุ่มเยาวชน แท้จริงแล้วไม่ได้เป็นปัญหาในตัวของมันเอง แต่การพนันจะเริ่มเป็นปัญหาเมื่อขาดการจัดการที่ดี ซึ่งการจัดการที่ดีนั้น สถาบันครอบครัว และสถาบันการศึกษา คือ 2 สถาบัน ที่ต้องดูแลและเข้าใจเยาวชน ไม่ใช่เพียงแค่การควบคุมหรือห้ามปรามอย่างเข้มงวด แต่ต้องเข้าใจว่าเยาวชนต้องการความเป็นพวกพ้องและความสร้างสรรค์ในแบบของเขา ดังนั้นจึงควรส่งเสริมกิจกรรมที่เยาวชนได้แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ โดยไม่มองเป็นเพียงกิจกรรมที่ไร้สาระ ซึ่งหากเยาวชนได้ทำกิจกรรมที่ตอบสนองทั้งด้านสังคมและด้านความสนุกสนานแล้ว อาจทำให้ความสนใจในกิจกรรมการพนันเริ่มลดน้อยลงได้

ตัวอย่างเช่นงานศึกษาของ อาจินต์ ทองอยู่คง ที่ได้เริ่มชี้ให้เห็นว่า การที่แฟนบอลเข้าไปเป็นแฟนบอลตัวจริง ช่วยเบี่ยงเบนความสนใจไปจากกิจกรรมการพนัน ดังนั้นหากลองพิจารณาในเรื่องเยาวชนก็อาจเป็นไปได้ว่า การส่งเสริมให้ฟุตบอลลีกของไทยเติบโตอย่างมั่นคง น่าจะมาช่วยแก้ปัญหาการพนันในกลุ่มเยาวชนได้เช่นกัน เพราะการมีลีกที่แข็งแกร่งจะช่วยปลูกฝังทั้งวัฒนธรรมการเชียร์ที่เด็กได้มีส่วนร่วมที่แท้จริง ได้เชียร์บอลอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งอาจจะช่วยให้ความสนใจไปเล่นพนันลดน้อยลง หรือในอีกทางหนึ่งคือการส่งเสริมให้อาชีพนักฟุตบอลเป็นอาชีพที่ก้าวหน้าและมั่นคง ก็อาจช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้เด็กอยากพัฒนาตัวเองไปเป็นนักกีฬาอาชีพ ซึ่งการที่เด็กมุ่งความสนใจไปที่การเล่น การฝึกซ้อม เพื่อมุ่งไปสู่การเป็นนักเตะอาชีพนั้น ก็จะทำให้เด็กได้พัฒนาตัวเองไปในทางที่ห่างออกจากการพนันได้เช่นกัน

อีกกรณีของแนวทางการแก้ปัญหาที่น่าสนใจก็คือ กรณีของการส่งเสริมให้เยาวชนได้พัฒนาตัวเองไปสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพ เพราะการได้เป็นนักฟุตบอลอาชีพนั้นเป็นการได้แสดงถึงความเป็นชายในแบบที่สร้างสรรค์ รวมถึงยังสามารถช่วยหาเลี้ยงครอบครัวและตัวเองได้ด้วย จากการศึกษาโรงเรียนฝึกฟุตบอลแห่งหนึ่งพบว่า การที่เยาวชนได้เข้าไปฝึกฝนในโรงเรียนฝึกสอนฟุตบอลนั้นไม่ได้เป็นเพียงการฝึกร่างกายหรือฝึกฝีเท้าเท่านั้น แต่ยังมีกระบวนการฝึกความคิดหรือทัศนคติที่เป็นมืออาชีพให้กับเยาวชนด้วย ซึ่งทัศนคติที่เป็นมืออาชีพนั้นหมายถึง การมีระเบียบวินัยในตนเอง การใส่ใจในต่อการฝึกซ้อม การเชื่อฟังโค้ช การเล่นเป็นทีม ซึ่งทัศนคติเหล่านี้เองที่จะช่วยให้เยาวชนห่างไกลจากการพนันได้ นอกจากนี้จากการสอบถามนักฟุตบอลอาชีพในปัจจุบันท่านหนึ่ง คือ สหรัฐ กันยะโรจน์ (ฟาร์ม) (อายุ 23 ปี) พบว่า การมุ่งเข้าสู่การเป็นนักเตะอาชีพ ทำให้เขาต้องรักษาระเบียบวินัยใน

หลายๆ ด้าน ซึ่งกลายเป็นผลดีกับเขาในปัจจุบัน ตรงที่ทำให้เขาได้รับการยอมรับในสังคมด้วยการเป็น
วัยรุ่นที่ดีที่สามารถเป็นผู้สามารถหาเลี้ยงตัวเองและครอบครัวได้ ซึ่งหมายถึงการสร้างตัวตนด้วยความ
เป็นชายอย่างที่สังคมคาดหวังได้สำเร็จ



บทสรุปโครงการวิจัย

วสันต์ ปัญญาแก้ว

นับจากทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ฟุตบอลได้กลายมาเป็นเกมในรายการโทรทัศน์ เป็นสินค้าเพื่อความบันเทิง ซึ่งตอบสนองต่อวิถีชีวิต วัฒนธรรมการพักผ่อนหย่อนใจของผู้คน ชนชั้นกลางที่กำลังก่อตัวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ควบคู่ไปกับการขยายตัวของพื้นที่แบบเมืองในสังคมไทย

การชมเกมการแข่งขันฟุตบอลกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการบริโภค และ “ฟุตบอล” กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คน ชนชั้นใหม่ โดยเฉพาะผู้ชาย-เยาวชนและชนชั้นกลางระดับล่างที่อยู่ในวัยทำงาน การบริโภคฟุตบอลทั้งที่ปฏิบัติกรผ่านการชมโทรทัศน์และการเชียร์แบบรวมหมู่ ค่อยๆ พัฒนากลายมาเป็น “วัฒนธรรมแฟน” ที่แสดงออกในหลายรูปแบบ เช่น การรวมตัวของกลุ่มแฟนฟุตบอลที่ชื่นชอบนักฟุตบอล ทีมสโมสรเดียวกัน กระทั่งพัฒนาเป็นกลุ่มแฟนคลับขนาดใหญ่ระดับประเทศ มีการจัดกิจกรรมร่วมกันตามพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะเมื่อมีรายการแข่งขันนัดสำคัญ เช่น “ศึกแดงเดือด” อันเป็นการโคจรมาพบกันระหว่าง 2 ทีมสโมสรชั้นนำของพรีเมียร์ลีกอังกฤษคือ แมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดและลิเวอร์พูล

เมื่อฟุตบอลเป็นสินค้า ทำให้เกมกีฬาชนิดนี้ค่อยๆ หลุดออกจากการกำกับควบคุมของรัฐ กลายเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่มีกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคจำนวนมากมาย นอกจากธุรกิจสื่อขนาดใหญ่ ยังมีอุตสาหกรรมบันเทิงอื่นๆ ที่ก่อเกิดตามมา อาทิ ธุรกิจเสื้อผ้า อุปกรณ์กีฬา ของสะสม การท่องเที่ยว และธุรกิจการพนัน

9.1 พัฒนาการของไทยลีก

การจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก หรือ “ไทยลีก” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเพิ่มขึ้นของจำนวนทีมสโมสรฟุตบอลและสนามแข่งขันที่มีอยู่แทบทุกจังหวัด จนถึงกระแสความนิยมและชื่นชอบของแฟนบอลไทยที่มีต่อทีมสโมสรและนักเตะฟุตบอลชื่อดัง

การเกิดขึ้นของ “ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก” (Thai Premiere League) หรือ “ไทยลีก” ได้นำการเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญมาสู่วงการฟุตบอลไทย และกำลังคลี่คลายกลายเป็นสถาบันวัฒนธรรมที่

ผูกพันไปกับชีวิตประจำวันของผู้คนอย่างซิดไกล์ ในแง่ “ไทยลีก” หรือฟุตบอลอาชีพในสังคมไทยจึงกลายเป็นอุตสาหกรรมกีฬาที่กำลังถูก “แปรรูป” ให้กลายเป็นสินค้าอย่างเต็มรูปแบบ

ในปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2558) สถิติจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขัน ในสนามของสโมสรฟุตบอลทั่วประเทศ 18 ทีม มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือจากในปีแรกตั้ง (พ.ศ. 2552) ที่มีอยู่ราว 9 แสนคน เพิ่มขึ้นเป็นราว 2 ล้านคนในปี พ.ศ. 2558 ในจำนวนนี้ยังไม่รวมผู้ชมเชียร์อยู่ทางบ้านผ่านรายการถ่ายทอดสดทางจอโทรทัศน์ ซึ่งน่าจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด หากวัดเอาจากค่าลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น คือจากใน 2 ปีแรก (พ.ศ. 2552-2553) มีมูลค่าอยู่ที่ 40 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 200 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2554-2556 และ 600 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2557-2558 และในอีก 4 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2560-2563) บริษัท ทูริ วิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ได้ลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดเกมการแข่งขัน ได้ประเมินเพิ่มค่าลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลไทย 4 รายการ คือ โตโยต้าไทยลีก ยามาฮ่าลีกวัน ช้างเอฟเอคัพ และโตโยต้าลีกคัพ รวมเป็นมูลค่า 4,200 ล้านบาท

นอกจากนั้น “ไทยลีก” ยังทำให้เกิดปรากฏการณ์ใหม่ คือ การจัดตั้งสโมสรฟุตบอลตามหัวเมืองใหญ่ในส่วนภูมิภาค ซึ่งมักจะจัดตั้งบริษัทและบริหารจัดการธุรกิจโดยนักการเมืองหรือกลุ่มทุนในท้องถิ่น ในแง่ที่นี้อาจ “อ่าน” ได้ว่า การก่อตั้งสโมสรฟุตบอลในต่างจังหวัดเป็นเสมือนการสร้างฐานอำนาจของท้องถิ่นเพื่อต่อรองกับ “ส่วนกลาง” และเป็นการสร้างขุมกำลังของกลุ่มทุนเพื่อต่อสู้กับรัฐบาล ดังจะเห็นได้ว่า ตลอดประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาของวงการฟุตบอลไทย ทีมสโมสรต่างๆ ล้วนตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ โดยส่วนใหญ่เป็นทีมของหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือธนาคาร แต่ปัจจุบันได้ถูกแปรรูปเป็นทีมสโมสรฟุตบอลที่ดำเนินการโดยภาคเอกชน หรือนักธุรกิจ/การเมืองในท้องถิ่น ซึ่งในหลายๆ จังหวัด สโมสรฟุตบอลและสนามฟุตบอลที่สร้างขึ้นใหม่มักลงทุนโดยอดีตนักการเมืองระดับชาติที่ถูกตัดสิทธิ์ทางการเมืองหลังรัฐประหาร 2549 เช่น เนวิน ชิดชอบ (ประธานสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด) ยงยุทธ ดิยะไพรัช (บิดาของประธานสโมสรฟุตบอลเชียงใหม่ยูไนเต็ด) สนธยา คุณปลื้ม (เจ้าของสโมสรฟุตบอลชลบุรีเอฟซี) สมศักดิ์ เทพสุทิน (ประธานสโมสรฟุตบอลสุโขทัยเอฟซี) และ วรารุณ ศิลปอาชา (ประธานสโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรีเอฟซี) เป็นต้น

การหันหน้าเข้าสู่ “สนามฟุตบอล” ของนักการเมือง ซึ่งส่วนใหญ่มีฐานเสียงจากต่างจังหวัด คงไม่ใช่แค่เรื่องการถูกตัดสิทธิ์ทางการเมือง ทว่าการเข้าสู่ธุรกิจกีฬาและ “สนามฟุตบอล” ยังหมายถึงการสร้างภาพลักษณ์ และบางกรณีคือการสร้างพื้นที่การเมืองใหม่ ภายใต้สถานการณ์ของสังคมการเมืองไทยที่ “ฝ่ายก้าวหน้า” กำลังถูกตีได้กลับจาก “ฝ่ายขวา” ในบริบทของกระบวนการทำให้เป็นสังคมประชาธิปไตยในยุคเสรีนิยมใหม่

ในอีกมิติหนึ่ง การเปลี่ยนจากสนามฟุตบอลของโรงเรียนหรือสถานศึกษาที่สร้างโดยรัฐ ที่ต่อมากลืนกลายกลายเป็นสนามฟุตบอลประจำตำบล อำเภอ หรือจังหวัด ที่สร้างขึ้นโดยงบประมาณของทางราชการ จนกระทั่งปัจจุบันการสร้างสนามฟุตบอลกลายเป็นเรื่องการลงทุนของเอกชนที่เริ่มแพร่กระจายไปตามภูมิภาคต่างๆ หากมองในเชิงสัญลักษณ์ การสร้างสนามฟุตบอลก็คือ การสร้างพื้นที่ของภาคประชาสังคม ซึ่งเป็นพื้นที่สาธารณะใหม่ที่กำลังก่อตัวขึ้น กระแสความนิยมและการเกิดขึ้นของทีมสโมสรฟุตบอล (ของย่านในเมืองใหญ่ ของเมือง หรือของจังหวัด) ที่มาพร้อมกับสนามฟุตบอล ในอีกมิติหนึ่งจึงสะท้อนกระบวนการที่อาจจะเรียกว่า “การขยายตัวของพื้นที่เมืองแบบไร้ศูนย์กลาง” (decentralizing urban space) ซึ่งน่าสังเกตว่า ที่ตั้งหรือฐานสนับสนุนของทีมสโมสรฟุตบอลใหญ่ๆ ในต่างจังหวัด เช่น บุรีรัมย์ เชียงราย สุโขทัย สุพรรณบุรี และอุบลราชธานี ในอดีตล้วนเป็นเมืองหรือจังหวัดที่ถูกมองข้ามจากแผนการพัฒนาเมืองหลักในส่วนภูมิภาค

9.2 ไทยลีก : ความใกล้ชิดและวัฒนธรรมแฟน

ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา ก่อเกิดกระแสแฟนบอลไทยหันกลับมาสนใจติดตามการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ความแตกต่างระหว่างกระแสความนิยมฟุตบอลไทยในปัจจุบันกับความนิยมที่แฟนบอลไทยมีต่อฟุตบอลต่างประเทศก็คือ การบริโภคฟุตบอลต่างประเทศเป็นเรื่องการชมผ่านจอโทรทัศน์และการติดตาม “เรื่องเล่า” ข่าวสารผ่านสื่อสมัยใหม่เป็นหลัก ขณะที่การติดตามชมเชียร์ทีมสโมสรฟุตบอลไทยที่มีอยู่เกือบทุกจังหวัดนั้น แฟนบอลจะมีโอกาสแสดงออกผ่านการเชียร์เป็นหมู่คณะ การรวมตัวในนามกลุ่มแฟนคลับ และการมีส่วนร่วมโดยตรงด้วยตนเองทั้งในสนามและหลังเกมการแข่งขัน จนก่อเกิดวัฒนธรรมแฟนฟุตบอลซึ่งมีอัตลักษณ์แตกต่างกันไปในแต่ละสโมสร

ฟุตบอล เป็นกีฬาที่เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมสมัยใหม่ “วัฒนธรรมแฟนฟุตบอล” ก่อตัว สร้างสรรค์ และกลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คน “ชนชั้นใหม่” ในสังคมไทย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น คนหนุ่มสาววัยทำงาน ในสภาพสังคมที่ชีวิตการงานและชีวิตประจำวันของพวกเขาถูกกำหนดด้วยตารางเวลาและพื้นที่ทำงานอย่างเคร่งครัดเป็นมาตรฐานมากขึ้น แฟนบอลส่วนใหญ่ซึ่งเป็นกลุ่มที่อาศัย หรือทำงานอยู่ในเมือง มีวิถีการดำเนินชีวิตที่ผูกติดกับเวลา ทำให้กิจกรรมช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มีความสำคัญและมีความหมายในชีวิตทางสังคมของพวกเขา ฉะนั้น แม้การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับวงการฟุตบอลจะเกิดขึ้นได้ทุกวัน แต่เวลาของการแข่งขันฟุตบอลและการบริโภคฟุตบอลนั้น โดยทั่วไปคือ “กิจกรรมสุดสัปดาห์” และการเล่นพนันที่ตามมาสำหรับแฟนบอลบางส่วนจึงมักจะเป็น “การเล่นตามโอกาส”

ปัจจุบันกีฬาฟุตบอลได้กลายมาเป็นธุรกิจ เป็นอุตสาหกรรมความบันเทิง ที่เกี่ยวข้องกับ “ตลาด” ขนาดใหญ่ ที่เชื่อมโยงสังคมไทยกับระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับชาติ ภูมิภาค และความเป็นไปในระดับโลก

ในแง่ “ไทยลีก” ซึ่งก่อตั้งขึ้นราวๆ 7 ปีที่ผ่านมาในตัวของมันเองจึงเป็นเสมือนพื้นที่ที่ทำให้เราเห็นการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในสังคมไทย อาจกล่าวได้ว่า การบริโภคฟุตบอลในสังคมไทยที่เต็มไปด้วยสีสัน ความปรารถนา และบันเทิงเริงใจ ได้เคลื่อนไหวคล้อยคลายจากการเป็นแฟนบอล ผู้บริโภคผ่านการติดตามดูเกมการแข่งขันทางสื่อโทรทัศน์ มาสู่การเป็นแฟนบอลที่ “ซิดไกล้” หรือมีความรู้สึกผูกพันกับสโมสรฟุตบอล (และนักเตะ) ที่พวกเขานิยมชมชอบ เป็นกระแสที่เชื่อมโยงกับการก่อตั้งขึ้นมาของคนกลุ่มใหม่

วัฒนธรรมแฟนและการบริโภคสินค้าคือความบันเทิงแบบใหม่ในพื้นที่สาธารณะใหม่ อันดำเนินควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์วิถีชีวิตแบบเมืองและพื้นที่วัฒนธรรมใหม่ วิธีการดำเนินชีวิต (lifestyle) ใหม่ๆ ที่แสดงปฏิบัติการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ วัฒนธรรมดิจิทัล (Digital Culture) ที่แพร่กระจายและเข้าถึงกันได้ง่ายในปัจจุบัน ในแง่การเล่นพนันทายผลการแข่งขันฟุตบอลหรือที่เรียกกันสั้นๆ ว่า “พนันบอล” จึงเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอลที่เติบโตขึ้น เป็นส่วนหนึ่งที่ไม่ควรมองแยกขาดออกจากวัฒนธรรมแฟนบอลไทย และไม่ควรนำเอาอคติหรือมิติเชิงศีลธรรมมาตัดสิน แต่ทว่า เราควรเริ่มพยายามทำความเข้าใจว่า พนันบอลเป็นส่วนหนึ่งของวิธีการดำเนินชีวิตของผู้คนกลุ่มใหม่ที่ก่อตั้งขึ้นในสังคม

วัฒนธรรมแฟน การรวมตัวของแฟนบอลจำนวนมากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ที่มีเกมการแข่งขันฟุตบอล ในเชิงสังคมวิทยาอาจตีความได้ว่า สะท้อนกระบวนการที่กลุ่มคนเหล่านี้พยายามที่จะแสวงหา “ความเป็นชุมชน” ซึ่งในสังคมเมืองสมัยใหม่ แทบจะไม่มีพื้นที่เหล่านี้ให้กับพวกเขา ผู้คนในสังคมสมัยใหม่เผชิญกับชีวิตประจำวันที่ทำให้พวกเขารู้สึกว่า ไม่มั่นคง ไม่แน่นอน ไม่มีตัวตน ไร้อำนาจ พวกเขาจึงพยายามหากิจกรรมที่จะตอบสนองได้ การรวมตัวกันในพื้นที่สาธารณะ การบริโภคฟุตบอล การเป็นแฟนบอล และการสร้าง “วัฒนธรรมแฟน” รวมถึงการเล่นพนันบอล น่าจะเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสังคมดังกล่าว สำหรับแฟนบอลส่วนใหญ่ การเล่นพนันบอลน่าจะมีความหมายที่มากกว่า “การเล่นให้ได้เงิน” ทว่ามันคือเรื่องของปฏิบัติการสังคม เป็นการแสดงความสามารถ การทำนายผลการคาดคะเน และความสนุกจากการทำนายเมื่อทราบผลการแข่งขัน ในทำนองเดียวกันกับ “การเล่นหวย” การเล่นพนันบอลต้องอาศัยทักษะความสามารถ การใช้สื่อ การติดตามเรื่องราว ข้อมูลตัวเลขสถิติต่างๆ และท้ายที่สุดคือ ผลลัพธ์ (ของเกม 90 นาที) ที่ไม่มีใครสามารถควบคุมได้ สำหรับแฟนบอลไทยนี้อาจจะเป็น “เสน่ห์” หรือความหมายของพนันบอลในสังคมไทยยุคเสรีนิยมใหม่

9.3 แฟนบอล vs พนันบอล

การพนันบอลในสังคมไทย กล่าวได้ว่า ก่อตัวขึ้นมาควบคู่กับวัฒนธรรมการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศ โดยมีสื่อสิ่งพิมพ์ อุตสาหกรรมกีฬา (ผ่านธุรกิจสื่อโทรทัศน์ข้ามชาติ) และเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นปัจจัยเกื้อหนุนสำคัญที่กระตุ้นให้ธุรกิจการพนันชนิดนี้ขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว พนันบอลในสังคมไทยจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งของการบริโภคสื่อยุคโลกาภิวัตน์ที่ก่อตัวขึ้นควบคู่ไปกับวัฒนธรรมสมัยนิยม (popular culture) กระแสความนิยมที่ผู้คนมีต่อเกมการแข่งขันฟุตบอล การบริโภคฟุตบอลและความบันเทิงใน “พื้นที่แบบใหม่” ที่ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน

แฟนบอลและนักพนันบอล ไม่เพียงแต่ต้องติดตามข่าวสารในแวดวงกีฬาฟุตบอล ทว่าจำนวนไม่น้อยต้องลงทุนบริโภคทั้งข่าวสารและสินค้าวัฒนธรรมสมัยนิยม เช่น สินค้าของสโมสรฟุตบอล ค่าสมัครสมาชิกสโมสรฟุตบอล ตลอดจนค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือน ค่าสมาชิกโทรทัศน์ระบบบอกรับ (Pay TV) เพื่อที่จะได้ติดตามชมการถ่ายทอดสด ผลการแข่งขัน ตลอดจนการวิเคราะห์เจาะลึกเกี่ยวกับเกมการแข่งขัน

ผลการศึกษาวิจัย (ในโครงการนี้) พบว่า แฟนบอลกลุ่มหลักที่บริโภคฟุตบอลไทยคือ ผู้ชาย-เยาวชนและชนชั้นกลางระดับล่างที่อยู่ในวัยทำงาน ภายใต้สภาพสังคมปัจจุบันอาจเรียกคนกลุ่มนี้ได้ว่า “ชนชั้นใหม่” หรือคนกลุ่มใหม่ที่มีรายได้ระดับกลาง ซึ่งชะตาชีวิตนอกจากจะถูกกดทับจากเวลาและงานในโลกสมัยใหม่ พวกเขากำลังเผชิญกับภาวะวิกฤติอัตลักษณ์ ทั้งจากชีวิตการทำงานที่เปลี่ยนไปเป็นการทำงานในระบบอุตสาหกรรมมากขึ้น ความสัมพันธ์แบบชุมชนเชิงจารีตลดลง มีการเดินทางย้ายถิ่นมากขึ้น ความผูกโยงกับรากเหง้าเดิมคลายลง จนถึงการถูกเบียดขับจากการเติบโตขึ้นของผู้หญิงที่ปัจจุบันก็มีโอกาสในสังคมมากขึ้น พวกเขาจึงต้องการพื้นที่ทางสังคมใหม่ๆ สำหรับแสดงตัวตนเพื่อปลดปล่อยและคำจูนสภาวะวิกฤติอัตลักษณ์นี้ และพื้นที่นั้นก็คือการเป็น “แฟนบอลไทยลีก”

กล่าวอีกอย่างหนึ่ง การบริโภคฟุตบอลในสังคมไทยแสดงให้เห็นถึง ปฏิบัติการของผู้คนในยุคสมัยที่การใช้เวลาว่างเป็นเสมือนอีกหนึ่งกิจกรรมภาคบังคับนอกเหนือจากการทำงาน อุตสาหกรรมบันเทิงต่างๆ กำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และกีฬาก็เป็นหนึ่งในนั้น หากพิจารณาแฟนบอลไทยในฐานะ “ผู้กระทำการ” (agency) จะเห็นได้ว่า พวกเขาบรรทุกเอา “จิต” และ “ทุน” ที่ตนเองมีเข้ามาสร้างปฏิบัติการต่างๆ ในการเป็นแฟนบอลไทย ไม่ว่าจะเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ความเป็นชาย เครือข่ายสังคม ไปจนถึงศักยภาพในการใช้สื่อ ในแง่นี้ การเกิดขึ้นมาของกระแสความนิยมฟุตบอลไทยและแบบแผนการบริโภคฟุตบอลจึงกำลังก่อให้เกิด “สนาม” หรือพื้นที่วัฒนธรรมของการบริโภคฟุตบอลแบบใหม่ๆ ขึ้นมา เป็นการบริโภคฟุตบอลที่ไม่ได้วางอยู่บนฐานของ “การดู” เพียงส่วนเดียว แต่เกี่ยวโยงอยู่กับบริบทรอบตัวของแฟนบอลผู้บริโภคฟุตบอลไทย กล่าวอีกอย่างหนึ่ง “สนามแข่งขันฟุตบอลไทย” ที่

แฟนบอลเดินทางเข้าไปชมเชียร์กันเป็นประจำทุกวันหยุดสุดสัปดาห์นั้นไม่ใช่ “พื้นที่ของการเล่นพนัน” ดังที่มักถูกทักกันอย่างฉาบฉวย

ข้อมูลจากงานภาคสนามพบว่า แฟนบอลที่เล่นพนันบอลไทยมักจะเป็นกลุ่มเดียวกันกับที่เล่นพนันบอลต่างประเทศมาก่อนแล้ว และทุกวันนี้ส่วนมากจะเล่นพนันบอลผ่านเว็บไซต์รับพนันออนไลน์ที่สำคัญ จุดมุ่งหมายของการเล่นพนันบอลของแฟนบอลไทยส่วนใหญ่ไม่ได้มุ่งตอบสนองเรื่องการเงินจากการเสี่ยง “ได้-เสีย” แต่เป็น “การลงทุนทางอารมณ์” ที่มุ่งตอบสนองปัจจัยด้านอื่นมากกว่า เช่น การพนันข้างที่มสโมสที่ตนชื่นชอบ โดยไม่จำเป็นต้องพิจารณาความน่าจะเป็นว่าจะแพ้หรือชนะ การเล่นพนันข้างเดียวกับกลุ่มเพื่อนทั้งที่ขัดกับความเห็นของตนเอง เป็นต้น ในแง่นี้การเล่นพนันบอลไทยจึงไม่ได้เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เคร่งเครียดเหมือนการเล่นพนันบอลต่างประเทศ (ในสังคมไทย) ทว่า มีแนวโน้มไปในทางเดียวกับการเล่นพนันกีฬาที่บ้าน ซึ่งมีความหมายทางสังคมรวมอยู่ด้วย

ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงจากการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศด้วยการดู (ผ่านจอโทรทัศน์) ในยุคก่อนหน้า มาสู่การบริโภคฟุตบอลไทย (ในสนาม) ในยุคไทยลีก วิธีการบริโภคฟุตบอลแบบใหม่ๆ ได้ก่อตัวขึ้นมา และภายใต้วิธีการบริโภคแบบใหม่นี้ พนันบอลกำลังถูกเบียดขับและลดความสำคัญลงไป สำหรับแฟนบอลไทยลีกแล้ว การเล่นพนันบอลถือเป็นกิจกรรมที่อยู่ชายขอบของการบริโภคฟุตบอล ซึ่งมีมิติของการบริโภคเพื่อตอบสนองความรู้สึกและความหมายทางสังคมมากกว่า เช่น การเชียร์ทีมสโมสที่เป็นตัวแทนของท้องถิ่นบ้านเกิด เป็นชุมชนแบบใหม่ เป็นพื้นที่ของผู้ชาย เป็นการต่อสู้เรื่องอัตลักษณ์ เป็นต้น โดยนัยนี้การบริโภคฟุตบอลจึงถูกแฟนบอลไทยตีความให้ความหมายและความสำคัญที่เหนือกว่าการพนัน และทำให้การเล่นพนันบอล เป็นไปเพื่อเสริมสร้างความท้าทายให้กับกิจกรรมการบริโภคแบบอื่นๆ ในสนามฟุตบอล แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่าความเติบโตขึ้นของกระแสความนิยมของแฟนบอลที่มีต่อฟุตบอลไทยจะทำให้การเล่นพนันบอลหายไปจากสังคมไทยโดยสิ้นเชิง เพราะในอีกแง่หนึ่ง อุตสาหกรรมการเล่นพนัน รวมถึงนักพนันบอล ก็มีการปรับตัวที่สนองตอบต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงเชิงประชากรของกลุ่มผู้เล่นหรือแฟนบอล ดังจะเห็นได้จากการปรากฏขึ้นมาของอัตราต่อรองฟุตบอลไทยและการโปรโมตผ่านเว็บไซต์พนันฟุตบอลที่ขยายอาณาเขตในโลกออนไลน์มากขึ้นเรื่อยๆ เหล่านี้ถือเป็นสัญญาณบ่งชี้ว่า การเล่นพนันบอลจะกลายเป็นแค่หนึ่งในตัวเลือกจำนวนมากของวิธีการบริโภคฟุตบอล และการที่พนันบอลเริ่มถูกเบียดขับให้อยู่ที่ชายขอบของการบริโภคฟุตบอล ก็อาจทำให้เริ่มมีเส้นแบ่งระหว่างการเล่น “แฟนบอล” กับ “นักพนัน” มากขึ้นด้วย

9.4 พนันบอล เส้นทางสู่นักฟุตบอลอาชีพ และวัยรุ่นไทย

ในสังคมไทย การพนันบอลยังคงเป็นเรื่องของผู้ชาย ทว่าก็ไม่ใช่ผู้ชายทุกกลุ่ม จากการศึกษาเราพบว่าแนวโน้มของการเล่นพนันบอลในปัจจุบันเริ่มจำกัดวงแคบลงเรื่อยๆ ในกลุ่มของผู้ชายวัยทำงาน แต่ยังคงต้องเฝ้าระวังกลุ่มเยาวชน โดยเฉพาะวัยรุ่นชายอายุ 15-20 ปี ซึ่งถือเป็นช่วงเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญช่วงหนึ่งของชีวิต

การเล่นพนันบอลของวัยรุ่น แท้จริงแล้วเกี่ยวข้องกับสภาพสังคมสมัยใหม่ที่มีการแข่งขัน มีระบบความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นและหล่อหลอมให้ผู้คนมีความเป็นปัจเจกชนสูง การที่วัยรุ่นเลือกการบริโภคฟุตบอลในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างความเป็นกลุ่ม ชุมชนเพื่อน และหลีกเลี่ยงจากความน่าเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน แสดงให้เห็นถึงการปรับให้การเล่นพนันบอล ซึ่งสำหรับวัยรุ่นเป็นกิจกรรมที่มีความเป็นปัจเจกสูง ถูกนำมาใช้ในความหมายที่ต่างไปจากเดิม เหตุปัจจัยเหล่านี้นี้อาจบอกได้ว่า อะไรคือปัจจัยที่ทำให้การเล่นพนันบอลยังคงอยู่ในวิถีชีวิตของวัยรุ่น

ทว่า การเล่นพนันบอลของวัยรุ่นก็ไม่ได้เป็นปัญหาในตัวของมันเอง แต่มันเริ่มเป็นปัญหาเมื่อขาดการจัดการที่ดี ซึ่งการจัดการควบคุมที่ดีนั้น สถาบันครอบครัวและสถาบันการศึกษาคือกลไกสำคัญหลักที่ต้องกำกับดูแล

การดูแลสอดส่องไม่ใช่การควบคุมหรือห้ามปรามอย่างเข้มงวด ต้องเข้าใจว่าวัยรุ่นต้องการความใส่ใจ ต้องการเพื่อน และอยากแสดงอัตลักษณ์ตัวตนทางสังคมในแบบฉบับของพวกเขา ดังนั้น การส่งเสริมกิจกรรมกีฬา หรือการสร้างพื้นที่ทางสังคมให้วัยรุ่นได้แสดงออกถึงพลังสร้างสรรค์จึงสำคัญ โดยเฉพาะในกรณีของวัยรุ่นในครอบครัวชนชั้นใหม่ต่างจังหวัด อาจกล่าวได้ว่าสำหรับวัยรุ่นต่างจังหวัดการเล่นฟุตบอลเพื่อการออกกำลังกาย รวมถึงการมุ่งหวังพัฒนาฝีมือโดยมีเป้าหมายที่จะเข้าสู่อาชีพนักฟุตบอล นอกจากเป็นการสร้างพื้นที่กิจกรรมอย่างสร้างสรรค์แล้ว ยังจะสามารถดึงความสนใจให้วัยรุ่นออกห่างจากกิจกรรมการพนันได้อย่างแท้จริงและมีพลังอีกด้วย

นับจากปี 2552 มีการเปลี่ยนแปลงอย่างสำคัญเมื่อเริ่มมีการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทย พรีเมียร์ลีก และการบริโภคฟุตบอลต่างประเทศผ่านสื่อโทรทัศน์ค่อยๆ คลี่คลาย ไปสู่การรวมกลุ่มเป็นแฟนบอล (ไทยลีก) ตัวจริงที่ติดตามเชียร์ทีมรักและนักเตะในสนามแข่งขัน กระบวนการทางวัฒนธรรมดังกล่าวมีส่วนอย่างสำคัญต่อการเบี่ยงเบนความสนใจในกลุ่มแฟนบอลวัยรุ่นให้ออกห่างจากการเล่นพนันบอลได้มากขึ้น สำหรับกลุ่มวัยรุ่นเป็นไปได้ว่าการเข้าสู่อาชีพนักฟุตบอล หรือการส่งเสริมให้ฟุตบอลลีกของประเทศไทยเติบโตอย่างมั่นคง เป็นอุตสาหกรรมกีฬาอาชีพ อาจจะสามารถช่วยป้องกันปัญหาการเข้าสู่วงการพนันบอลของกลุ่มวัยรุ่นได้ ด้วยเหตุนี้ การแข่งขันฟุตบอลอาชีพและการเติบโตของอุตสาหกรรมฟุตบอล นอกจากจะเป็นกลไกช่วยปลูกฝังวัฒนธรรมแฟน การร่วมชมเชียร์ที่ทำ

ให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมในสนาม ได้เชียร์บอลอย่างสร้างสรรค์ ยังอาจจะช่วยสร้างภูมิป้องกัน หรือการหลงทางเข้าสู่วงการพนันบอลของวัยรุ่น พร้อมกันนั้น การส่งเสริมให้อาชีพนักฟุตบอลเป็นอาชีพที่ก้าวหน้าและมั่นคง ด้วยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และเอกชนหลายภาคส่วน ยังจะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้วัยรุ่นมีความกระหายอยากที่จะพัฒนาตัวเองไปเป็นนักฟุตบอลอาชีพ ซึ่งการมุ่งความสนใจไปอยู่ที่การเล่นฟุตบอล การฝึกซ้อมอย่างมีเป้าหมาย เพื่อมุ่งไปสู่การเป็นนักเตะอาชีพและการได้รับใช้ชาติในนามของ “ผู้เล่นทีมชาติไทย” นอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาวงการฟุตบอล ยังถือเป็นการส่งเสริมและพัฒนาเยาวชนไทยอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

R-Know (นามแฝง). (2558,). ลั่นหลาม! ยาวชน 2 พันคนคลั่ง แท้คัดตัวอะคาเดมี่ ชลบุรี. สยามกีฬา.

สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก

<http://www.smmsport.com/m/news.php?n=164392>

terati20 (นามแฝง). Sport Management โมเดล ขับเคลื่อนจีดีพี. สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2558,

จาก <http://www.thailandsusu.com/webboard/index.php?topic=179223.0;wap2>

กฤษณะ ชายหาญ ทองแก้ว. (2554) บุรุษเกี่ยวกับการก้าวข้ามความขัดแย้งทางความคิด. Gotoknow.

สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/341029>

การทำเรือแห่งประเทศไทย. (มปป.). ประวัติความเป็นมา. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2559, จาก

www.port.co.th/sitenew/topic1_know01.php

กุลวิชญ์ ลำแดงเดช. (2551). การใช้สื่อเพื่อสร้างและธำรงรักษาลักษณะของแฟนสโมสรฟุตบอล

จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศ

ศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิรัฐ จันทะเสน. (2543). ศตวรรษฟุตบอลไทย. กรุงเทพฯ: บริษัทกีฬากีฬาพิมพ์.

ชาญ พนารัตน์. (2557). “ฟุตบอล ร่างกาย ความศิวิไลซ์ และการจัดระเบียบทางสังคมใหม่ในสมัย

รัชกาลที่ 5.” ใน วสันต์ ปัญญาแก้ว, พงศกร สงวนศักดิ์, และจุติพร ทรัพย์ปัญญาญาณ

(บรรณาธิการ). ฟุตบอลไทย: ประวัติศาสตร์ อำนาจ การเมือง และความเป็นชาย (หน้า 25-

81). กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน.

ณัฐยา อัสวพงษ์อนันต์. (2548). ป่อนเปี้ยวในสังคมไทย พ.ศ. 2367-2460: การศึกษาเชิงสังคม

วัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาประวัติศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์,

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฐสุพงศ์ สุขใสต. (2548). บทบาทของการสื่อสารกับกระบวนการสร้างและสืบทอดวัฒนธรรม “แฟนบอล” ในสังคมไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

. (2553). “การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงและธำรงรักษาโครงสร้างชนชั้น”: ศึกษากรณีการบริโภควัฒนธรรมฟุตบอลในสังคมไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เดลินิวส์. (2559). เร่งสอบเจตนา“เน็ตไอดอล” โพสต์ชวนเล่นพนันฟุตบอล. สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2559, จาก www.dailynews.co.th/crime/384733

เดอะ ลา ลูแบร์. (2548). จดหมายเหตุ ลา ลูแบร์: ราชอาณาจักรสยาม. สันต์ ท. โกมลบุตร (แปล). นนทบุรี: ศรีปัญญา.

ไทยพีบีเอส. (2557). สรุปสถิติที่สำคัญ ไทยพีบีเอสประจำฤดูกาล 2014. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2558, จาก www.facebook.com/TPL.Fanpage/photos/a.314096694680.151794.304989344680/10152629040439681

ไทยพับลิก้า. (2558). เปิด “ท่อน้ำเลี้ยง” ทีมลูกหนังอาชีพไทย ฟังเงินสปอนเซอร์เป็นหลัก – งบทำทีมเฉลี่ย 122 ล้านบาท สูงกว่าเงินรางวัลคว้าแชมป์ถึง 3 เท่า. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2559, จาก thaipublica.org/2015/09/tpl-2/

ไทยพับลิก้า. (2558). เม็ดเงินธุรกิจฟุตบอลไทยทะลุ 2 พันล้าน “บุรีรัมย์-เมืองทอง-บีจี-เทโร” โกยเกินครึ่ง-แต่สโมสร 3 ใน 4 ขาดทุน. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://thaipublica.org/2015/09/tpl-1/>

นฤพนธ์ ดัวงวิเศษ. (2558). “ความต่าง” ของ “วิถีคิด” ต่อวัฒนธรรมกระแสนิยม. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.sac.or.th/databases/anthropology-concepts/articles/7>

- นพพรณ สามไพบูลย์. (2553). *ผู้ป่วยพิษสุราเรื้อรังกับความเจ็บป่วยของสังคมไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชามานุษยวิทยา, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นวลน้อย ตีรรัตน์. (2539). *พนันฟุตบอล: การเสี่ยงโชคของชนชั้นกลาง*. ใน ผาสุก พงษ์ไพจิตร, สังคิต พิริยะรังสรรค์, และนวลน้อย ตีรรัตน์. *เศรษฐกิจนอกกฎหมายกับนโยบายสาธารณะในประเทศไทย: รายงานผลการวิจัย* (หน้า 429-462). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- นิด้าโพล. (2558). *คนไทยกับฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ 2015-2016 และไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2015*. สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2559, จาก nidapoll.nida.ac.th/multimedia/Myfiles/Poll%202558/Aug%2058/NIDA%20Poll_Barclays%20Premier%20League%20and%20Toyota%20Thai%20Premier%20League%20_2015.pdf
- เนตรนภา ประกอบกิจ (2545). *พัฒนาการของวัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย พ.ศ.2509-2544*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาประวัติศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บริษัท ซีทีเอช จำกัด. (2556). สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.cth.co.th/company/>
- บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด. (2552). ที่มาของ “ไทยพรีเมียร์ลีก”. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก http://thaipremierleague.co.th/2015/tpl_skills.php?nid=00642
- . (2558). *ข้อบังคับและระเบียบว่าด้วยการจัดการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย พ.ศ. 2558*. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2559, จาก thaipremierleague.co.th/2015/TPL_Regulations_2015.pdf
- ปรีดี หงส์ตัน. (2553). การเมืองเรื่องชกมวย: การให้ความหมายใหม่ต่อการเล่นว่าพนันในสมัยรัชกาลที่ 5. *ศิลปวัฒนธรรม*, 31(เมษายน), 144-155.

- . (2557). บทวิจารณ์หนังสือ: Gambling, the State and Society in Thailand, c.1800-1945. *วารสารศิลปศาสตร์*, 14(2), 129-136.
- ปิติกศักดิ์ โชติพิบูลย์ทรัพย์. (2558). มาตามแป้งนั่งประธานท่าเรือ5ปี แยมใช้โลโก้ "ม้า"ชั่วคราว. *Goal*. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2559, จาก www.goal.com/th/news/4280/ฟุตบอลไทย/2015/02/12/8848932/มาตามแป้งนั่งประธานท่าเรือ5ปี-แยมใช้โลโก้-ม้าชั่วคราว
- ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี. (2553). "วัฒนธรรมวัยรุ่น". *วารสารสังคมศาสตร์* ปีที่ 22 ฉบับที่ 1/2553. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 25-52.
- พินิต วงษ์กุล. (2546). การพนันฟุตบอล. ใน สังคีต พิริยะรังสรรค์ และคณะ. *เศรษฐกิจการพนัน: ทางเลือกเชิงนโยบาย* (หน้า 337-381). กรุงเทพฯ: สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล.
- โพธิ์โพธิ์. (2558). อานนท์ เผ่าลีซอ: ไอดอลที่แท้จริงผมคือไรอัน กิกส์. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.fourfourtwo.com/th/features/aannth-ephaalich-aidlthiaethcchringphmkhuueairan-kiks?page=0%2C1#:aLNQXepsn5Xi-A>
- ภิญญพันธุ์ พจนะลาวัณย์. (2552) การเมืองเรื่องฟุตบอล : ไทยพรีเมียร์ลีก ผลของการเปลี่ยนผ่านจากระบบเก่าสู่สังคมร่วมสมัย, *ประชาไท*. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2559, จาก www.prachatai.com/journal/2009/06/24839
- มติชนออนไลน์. (2558). สำนวนสถิติ'ผู้ชม+รายได้' สโมสรบอล'ไทยลีก'. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2559, จาก www.matichon.co.th/daily/view_newsonline.php?newsid=1451443700
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. (2544). *กีฬาในระบบทุนวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: บ้านพระอาทิตย์.
- รีด, แอนโทนี. (2548). *เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในยุคการค้า ค.ศ. 1450-1680: เล่มหนึ่ง ดินแดนได้* ลม. พงษ์ศรี เลขาวัฒนะ (แปล), วรณยุพา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา และพรรณงาม เก้าธรรมสาร (บรรณาธิการ). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ฤทธิเดช อารณ. (2548). "ผลของการฝึกความทนทานของกล้ามเนื้อและการผ่อนคลายกล้ามเนื้อที่มีต่อความสามารถในการยิงปืนยาวอัดลม". วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วสันต์ ปัญญาแก้ว. (2543). *ชีวิตข้างถนน*. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

. (2552). “วัฒนธรรมศึกษาที่มหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮม” *มานุษยวิทยาปะทะวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

. (2553). “บทบรรณาธิการ”. *วารสารสังคมศาสตร์* ปีที่ 22 ฉบับที่ 1/2553. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 7-21.

. (2557). “พนันบอล อำนาจ และความเป็นชาย”. รายงานการวิจัยเสนอต่อศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน.

. (2557). พนันบอล อำนาจ และความเป็นชาย. ใน วสันต์ ปัญญาแก้ว, พงศกร สงวนศักดิ์, และจุติพร ทรัพย์ปัญญาณ (บรรณาธิการ). *ฟุตบอลไทย: ประวัติศาสตร์ อำนาจ การเมือง และความเป็นชาย* (หน้า 211-241). กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน.

วารุณี ภูริสินสิทธิ์ 2531. *การกระทำผิดของเด็กและเยาวชน*. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

วิชัย รูปขำดี, เฉลิม เกิดโมลี, และสังคม คุณคนากรสกุล. (2550). รายงานฉบับสมบูรณ์ การบูรณาการกองทุนสวัสดิการสังคม: กรณีศึกษาพื้นที่เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร. เสนอต่อกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

วีรยุทธ ศรีสุวรรณกิจ (2549). *การพักผ่อนหย่อนใจแบบตะวันตกของชนชั้นนำสยาม พ.ศ. 2445-2475*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาประวัติศาสตร์, คณะอักษรศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภศักดิ์ ตระการรัตนกุล. (2540). *การเสนอเนื้อหาเรื่องฟุตบอลต่างประเทศในหนังสือพิมพ์กีฬา กับ ปัญหาการพนันฟุตบอล*. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมพงษ์ พัดปุย. (2554). 35 ปี ประวัติและพัฒนาการชุมชนคลองเตย - สู้ไล่ที่ แก่ยาเสพติด คิดต่าง การเมืองแต่ไม่แตกแยก. *สภาองค์กรชุมชนกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2559, จาก coc.nida.ac.th/node/7734

สมสุข หินวิมาน. (2540). ทฤษฎีวิพากษ์แนวมาร์กซิสต์สำนักแฟรงค์เฟิร์ตกับการวิเคราะห์อุตสาหกรรม
สื่อมวลชนไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 15(พฤศจิกายน 2540-มกราคม 2541), 6-14.

สยามกีฬา. (2551). ประวัติและความเป็นมาบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน). สืบค้น
เมื่อ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.siamsport.co.th/pr/history.html>

. (2558). ทูริชัณส์อัปคาลิชสิทธิไยลิก 4 ปี 4,200 ล้านบาท. สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์
2559, จาก www.siamsport.co.th/Sport_Football/150929_198.html

. (2558). ทูริชัณส์อัปคาลิชสิทธิไยลิก 4 ปี 4,200 ล้านบาท. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน
2558, จาก http://www.siamsport.co.th/Sport_Football/150929_198.html

สวัสดิ์ เลขยานนท์ (2520). *ศตวรรษแห่งการกีฬา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พระจันทร์.

สายชล ปัญญชิต. (2553). *ฟุตบอลแฟนคลับในสังคมไทยสมัยใหม่: ศึกษากรณีสโมสรเมืองทองหนอง
จอก ยูไนเต็ด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมวิทยา, คณะรัฐศาสตร์,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สิงห์นก (นามแฝง). (2557). เปิดคลัง20ทีมไทยลีก ยอดบทะลักแตะ2พันล้าน. *สยามกีฬา*. สืบค้นเมื่อ
22 มีนาคม 2559, จาก www.siamsport.co.th/Column/140131_136.html

สิทธิ รัตนราช. (2540). *การศึกษากีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต
, สาขาวิชาพลศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุนัย ประสงค์บัณฑิต. (2553). *แนวความคิดหาบิทัสของปีแอร์ บูร์ดิเยอกับทฤษฎีทางมานุษยวิทยา*.
กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

สุวิชา โคตะมี. (2558). ล่าช้างเผือกปีจิบุคอีสานแข่งจิ่วแห่คักกว่า 1,000 คน. *โกล.คอม*. สืบค้นเมื่อ 23
พฤศจิกายน 2558, จาก [http://www.goal.com/th/news/4280/ฟุตบอล
ไทย/2015/10/21/16546612/ล่าช้างเผือกปีจิบุคอีสานแข่งจิ่วแห่คักกว่า1000คน](http://www.goal.com/th/news/4280/ฟุตบอลไทย/2015/10/21/16546612/ล่าช้างเผือกปีจิบุคอีสานแข่งจิ่วแห่คักกว่า1000คน)

- องอาจ ชัยเพชรโยธิน. (2541). *การบังคับใช้กฎหมายการพนัน: ศึกษากรณีการพนันผลการแข่งขันฟุตบอล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชานิติศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิชาติ สถิตนิรามัย และคณะ. (2556). *ทบทวนภูมิทัศน์การเมืองไทย*. เชียงใหม่: ลีอคอนดีไซน์เวิร์ค.
- อภิสิทธิ์ ไกล่สัทรูไกล. (2558). Not Just a Game. *Creative Thailand*. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2558, จาก <http://www.tcdc.or.th/creativethailand/article/EditorNote/23985>
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2556). ความตกต่ำของผู้ชายกับอนาคตสังคมไทย. *กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2559, จาก www.bangkokbiznews.com/blog/detail/486294
- อาจินต์ ทองอยู่คง. (2555). “แฟนบอล”: ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชามานุษยวิทยา, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- . (2557). *แอลกอฮอล์ ความรุนแรง และมาตรการป้องกันในฟุตบอลไทย*. รายงานวิจัยเสนอต่อศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.).

ภาษาอังกฤษ

- Armstrong, Gary and Malcolm Young. (2000). Fanatical Football Chants: Creating and Controlling the Carnival. In Gerry P.T. Finn and Richard Giulianotti (eds.) *Football Culture: Local Contests, Global Visions*. (pp. 173-211). London: Frank cass.
- Bale, John. (2003). *Sports Geography*. 2nd ed. London: Routledge.
- Baudrillard, Jean. (1981). *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. Charles Levin (tran). St. Louis: Telos Press.
- Besnier, Niko and Susan Brownell. (2012). Sport, Modernity, and the Body. *Annual Review of Anthropology*, 41, 443-459.

- Bourdieu, Pierre. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Richard Nice (tran). Cambridge: Cambridge University Press.
- . (1986). The Form of Capital. In John Richardson (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). Westport, CT: Greenwood.
- . (1992). *The Logic of Practice*. Richard Nice (tran). Stanford, CA: Stanford University Press.
- . (1993). How can one be a Sport Fan? In Simon During (ed.), *The Cultural Studies Reader*. 2nd ed. (pp. 427-440). London: Routledge.
- Bucholtz, M. (2002) "Youth and Cultural Practice" *Annual Reviews of Anthropology*, Vol. 31:525–52
- Burbank VK. (1987). "Premarital sex norms: cultural interpretations in an Australian Aboriginal community." *Ethos* 15(2):226–34
- Chuenchanok Siriwat. (2012). *Football Culture and the Politics of Localism: A Case Study of Chonburi Football Club*. Thesis (M.A.), Faculty of Political Science, Chulalongkorn University.
- Crawford, Garry. (2004). *Consuming Sport: Fans, Sport and Culture*. London: Routledge.
- de Certeau, Michel. (1984). *The Practice of Everyday Life*. Steven Rendall (tran), Berkeley: University of California Press.
- Dittmar, Helga. (1992). *The Social Psychology of Material Possessions: To Have is to Be*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- Dunning, E. (1999). *Sport Matters: Sociological Studies of Sport, Violence and Civilization*. London: Routledge.

Dyck, Noel and Eduardo P. Archetti. (2003). *Sport, Dance and Embodied Identities*. Oxford: Berg.

Elias, Norbert and Eric Dunning. (2008[1986]). *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilising Process*. Eric Dunning (ed.), Dublin: University College Dublin Press.

Frey, James H. (1984). Gambling: A Sociological Review. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 474(July), 107-121.

Geertz, Clifford. (1973). *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books.

Giulianotti, Richard and Roland Robertson. (2006). Glocalization, Globalization and Migration: The Case of Scottish Football Supporters in North America. *International Sociology*, 21(2), 171-198.

Giulianotti, Richard and Roland Robertson. "The globalization of football: a study in the glocalization of the 'serious life'." *The British Journal of Sociology* .2004. Volume 55 Issue 4.

Gutman, Matthew C. "Trafficking in Men: The Anthropology of Masculinity" *Annual Review of Anthropology*. Volume 26. 1997: 385-409.

Guttmann, Allen. (1978). *From Ritual to Record: The Nature of Modern Sport*. New York: Columbia University Press.

Hammersley, Martyn and Paul Atkinson. (1995). *Ethnography: Principles in Practice* 2nd ed. London: Routledge.

Hebdige D. (1979). *Subculture: the Meaning of Style*. London: Methuen

Hills, Matt. (2002). *Fan Cultures*. London: Routledge.

Holt, R. (1989) *Sport and the British*. Oxford University Press.

- James F. Cosgrave. (2006). Edited. *The Sociology of Risk and Gambling Reader*. New York. Routledge..
- Jenkins, Henry. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. London: Routledge.
- John, Sarah St. (2011). 100 Years Ago: Football Fans Enjoy Mechanized Reproduction of KU-MU Game. *Lawrence Journal-World*. Retrieved February 22, 2016, from www2.ljworld.com/news/2011/nov/27/100-years-ago-football-fans-enjoy-mechanized-repro/
- Kraszewski, Jon. (2008). Pittsburgh in Fort Worth: Football Bars, Sports Television, Sports Fandom, and the Management of Home. *Journal of Sport and Social Issues*, 32(2), 139-157.
- Lury, Celia. (1996). *Consumer Culture*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
- Manzenreiter, Wolfram. (2008) "Football in the resocnstruction of the gender order in Japan". *Soccer and Society*. Vol. 9 No. 2, 2008. 244-258.
- Mauss, Marcel. (1973). Techniques of the Body. *Economy and Society*, 2(1), 70-88.
- McRobbie A. (2000). *Feminism and Youth Culture*. London: Routledge. 2nd ed.
- Mead M. (1928). *Coming of Age in Samoa*. New York: Morrow.
- Potter, J. M. (1976). *Thai Peasant Social Structure*. Chicago and London. The University of Chicago Press.
- Potter, S. H. (1977). *Family life in Northern Thai Village*. Berkeley. University of California Press.
- Robson, Garry. (2000). *'No One Likes Us, We Don't Care': The Myth and Reality of Millwall Fandom*. Oxford: Berg.

Sandvoss, Cornel. (2005). *Fans: The Mirror of Consumption*. Cambridge: Polity Press.

. (2003). *A Gam of Two Halves*. New York. Routledge.

Stoddart, Brian. (1988). Sport, Cultural Imperialism, and Colonial Response in the British Empire. *Comparative Studies in Society and History*, 30(4), 649-673.

Van Gennep, Arnold. (1960). *The Rite of Passage*. Chicago. The University of Chicago Press.

West J. (1999). "(Not) talking about sex: youth, identity and sexuality" *Sociological Reviews* Vol. 47, No.3: 525–47.

Williams, Raymond. (1983[1976]). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press.

Willis P. (1977). *Learning to Labor: How Working Class Kids Get Working Class Jobs*. New York: Columbia Univ. Press.

ภาคผนวก

เลขที่แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก : การพนัน ความเป็นชาย วัยรุ่น และวัฒนธรรมบริโภคนิยม

ดำเนินการโดย

ศูนย์วิจัยและบริการวิชาการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ได้รับการสนับสนุนจาก

ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ให้ผู้เก็บรวบรวมข้อมูลอ่านข้อความต่อไปนี้ก่อนเริ่มถามคำถาม

(ศูนย์วิจัยฯ ได้มอบหมายให้ ดิฉัน/กระผม นาย/นางสาว มาขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่จะใช้ถามนี้มีจำนวน 9 หน้า และอาจใช้เวลาประมาณ 10 นาที โดยที่ศูนย์วิจัยฯ ได้เลือกแฟนบอลกลุ่มอายุ 15-40 ปี และสุ่มท่านให้เป็นผู้ตอบแบบสอบถามจากการคำนวณความจุของประชากรในสนามแต่ละพื้นที่ ซึ่งไม่ได้สอบถามทุกคน เราจะเก็บรักษาข้อมูลที่ท่านให้มานี้รวมถึงชื่อของท่านไว้เป็นความลับและจะนำไปใช้ในการวิจัยทางวิชาการที่ศูนย์วิจัยฯ รับผิดชอบเท่านั้น)

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ

ส่วนที่ 3 การบริโภคสื่อ

ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับสโมสรฟุตบอล

ส่วนที่ 5 การเล่นพนันฟุตบอล

ชื่อผู้สัมภาษณ์

วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์

เบอร์โทรศัพท์หรือ E-mail ของผู้ให้สัมภาษณ์

โครงการวิจัย “ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก”

- พื้นที่ที่ทำการสำรวจ ☐ 1) สนามกีฬาสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี
☐ 2) สนาม United Stadium (เชียงใหม่ ยูไนเต็ด)
☐ 3) สนาม SCG Stadium (เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด)
☐ 4) สนาม I-mobile Stadium (บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด)
☐ 5) สนาม PAT Stadium (การทำเรือเอฟซี)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1.1 เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง ☐ 3) อื่นๆ
- 1.2 อายุ (ปี) โปรดระบุ.....ปี
- 1.3 สถานภาพสมรส ☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส ☐ 3) หย่าร้าง/ม่าย
☐ 4) พ่อเลี้ยงเดี่ยว/แม่เลี้ยงเดี่ยว ☐ 5) อื่นๆ.....
- 1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด
☐ 1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ☐ 2) มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย
☐ 4) อาชีวศึกษา (ปวช./ปวส.)
☐ 5)ปริญญาตรี (โปรดระบุ)
☐ 5.1) มหาวิทยาลัยราชภัฏ ☐ 5.2) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี/ราชมนคง
☐ 5.3) มหาวิทยาลัยรัฐ ☐ 5.4) มหาวิทยาลัยเอกชน
☐ 5.5) อื่นๆ โปรดระบุ.....
☐ 6) สูงกว่าปริญญาตรี ☐ 7) อื่นๆ (ระบุ).....
- 1.5 อาชีพปัจจุบัน
☐ 1) ว่างาน ☐ 2) นักเรียน/นักศึกษา ☐ 3) แม่บ้าน/ช่วยครอบครัว
☐ 4) รับจ้างทั่วไป ☐ 5) งานภาคเกษตรกรรม ☐ 6) ลูกจ้าง/พนักงาน
☐ 7) ขับรถรับจ้าง (มอเตอร์ไซด์, แท็กซี่, รถแดง) ☐ 8) งานอิสระ
☐ 9) พนักงานบริษัท/ธนาคาร ☐ 10) ลูกจ้างในหน่วยงานราชการ/อปท.
☐ 11) พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 12) ข้าราชการ (ครู ทหาร ตำรวจ ฯลฯ)

☐ 13) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ขนาดเล็ก) ☐ 14) เจ้าของกิจการ (ขนาดใหญ่)

☐ 15) อื่นๆ (ระบุ).....

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

☐ 1) ต่ำกว่า 5,000

☐ 2) 5,001-10,000

☐ 3) 10,001-15,000

☐ 4) 15,001-20,000

☐ 5) 20,001-25,000

☐ 6) 25,001-30,000

☐ 7) 30,001-35,000

☐ 8) 35,001-40,000

☐ 9) 40,000 ขึ้นไป

1.7 ภูมิหลังครอบครัว

1.7.1 ท่านเกิดหรือมีภูมิลำเนาที่ใด จังหวัด.....อำเภอ.....

1.7.2 ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในที่ใด จังหวัด.....อำเภอ.....

1.7.3 กรณีที่มีการย้ายภูมิลำเนา ท่านย้ายมาอยู่อาศัยในที่อยู่ปัจจุบันมาแล้ว.....ปี

1.7.4 ที่อยู่อาศัยปัจจุบันของท่านเป็นแบบใด

☐ 1) บ้านของตนเอง

☐ 2) บ้านเช่า

☐ 3) หอพัก

☐ 4) คอนโด

☐ 5) อื่นๆ (ระบุ).....

1.7.5 ท่านอาศัยอยู่กับครอบครัวของท่านหรือไม่

☐ 1) อยู่ร่วมกับครอบครัว

☐ 2) อยู่คนเดียว

☐ 3) อยู่กับเพื่อน

☐ 4) อยู่กับแฟน

☐ 5) อื่นๆ.....

1.7.6 ครอบครัวของท่าน(รวมตัวท่าน)มีสมาชิกทั้งหมดกี่คน มี.....คน

1.7.7 สมาชิกคนอื่นๆในครอบครัวของท่าน(ไม่รวมตัวท่าน)ประกอบอาชีพใดบ้าง (ตอบได้หลายข้อ)

☐ 1) ว่างงาน

☐ 2) นักเรียน/นักศึกษา

☐ 3) แม่บ้าน/ช่วยครอบครัว

☐ 4) รับจ้างทั่วไป

☐ 5) งานภาคเกษตรกรรม

☐ 6) ลูกจ้าง/พนักงาน

☐ 7) ขับรถรับจ้าง (มอเตอร์ไซด์, แท็กซี่, รถแดง)

☐ 8) งานอิสระ

☐ 9) พนักงานบริษัท/ธนาคาร

☐ 10) ลูกจ้างในหน่วยงานราชการ/อปท.

☐ 11) พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 12) ข้าราชการ (ครู ทหาร ตำรวจ ฯลฯ)

☐ 13) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ขนาดเล็ก)

☐ 14) เจ้าของกิจการ (ขนาดใหญ่)

☐ 15) อื่นๆ (ระบุ).....

1.7.8 ครอบครัวของท่าน(รวมตัวท่าน)มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนเท่าใด

- ☐ 1) ต่ำกว่า 30,000 ☐ 2) 30,001-40,000 ☐ 3) 40,001-50,000
☐ 4) 50,001-60,000 ☐ 5) 60,001-70,000 ☐ 6) 70,001-80,000
☐ 7) 80,001-90,000 ☐ 8) 90,001-100,000 ☐ 9) 100,000 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ

2.1 ปกติท่านมักจะใช้เวลาพักผ่อนหย่อนใจในช่วงใด (โปรดเรียงลำดับ ใส่หมายเลข 1-3)

- ☐ 1) หลังเลิกงาน/เลิกเรียน (จันทร์-ศุกร์) ☐ 2) เย็นวันศุกร์
☐ 3) สุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ☐ 4) วันหยุดพิเศษต่างๆ เช่น หยุดยาว
☐ 5) ช่วงพักเที่ยงของแต่ละวัน ☐ 6) อื่นๆ.....

2.2 ในช่วงเวลาของการพักผ่อนหย่อนใจท่านชอบทำกิจกรรมใด (โปรดเรียงลำดับใส่หมายเลข

1-3)

- ☐ 1) ดูหนัง/ฟังเพลง ☐ 2) อ่านหนังสือ ☐ 3) เล่นเกมส์ ☐ 4) ดูปอล
☐ 5) ออกกำลังกาย ☐ 6) เดินห้าง ☐ 7) สังสรรค์ ดื่ม กิน ☐ 8) ท่องเที่ยวไกลๆ
☐ 9) ทำบุญ/ปฏิบัติธรรม ☐ 10) อื่นๆ.....

2.3 โดยปกติท่านมักพักผ่อนหย่อนใจในสถานที่ใดมากที่สุด (เลือกข้อเดียว)

- ☐ 1) บ้าน ☐ 2) ห้างสรรพสินค้า ☐ 3) สถานที่ท่องเที่ยว (เช่น สวนสัตว์)
☐ 4) วัด, โบสถ์, มัสยิด ☐ 5) สวนสาธารณะ ☐ 6) ร้านอาหาร/ผับ/บาร์
☐ 7) สนามฟุตบอล ☐ 8) อื่นๆ.....

2.4 ในกรณีที่ท่านไปพักผ่อนหย่อนใจ ท่านใช้การเดินทางรูปแบบใดมากที่สุด (เลือกข้อเดียว)

- ☐ 1) รถยนต์ส่วนตัว ☐ 2) รถจักรยานยนต์ ☐ 3) บริการขนส่งสาธารณะ
☐ 4) รถเพื่อน/เพื่อนบ้าน/สมาชิกในครอบครัว ☐ 5) อื่นๆ (ระบุ).....

2.5 ปกติท่านมักจะเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจกับใครมากที่สุด (เลือกข้อเดียว)

- ☐ 1) ไปเองคนเดียว ☐ 2) ไปกับแฟน ☐ 3) ไปกับกลุ่มเพื่อนสนิท (2-3คน)
☐ 4) ไปกับครอบครัว ☐ 5) ไปกับกรุ๊ปทัวร์หรือกลุ่มเพื่อนขนาดใหญ่ (เช่น กลุ่มแฟนบอล)
☐ 6) อื่นๆ.....

2.6 หากให้ประมาณการ ท่านมีค่าใช้จ่ายในการเสพความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจเท่าใด

2.6.1 ต่อเดือนคิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ของรายได้.....%

2.6.2 ต่อสัปดาห์คิดเป็นกี่บาท.....บาท

ส่วนที่ 3 การบริโภคสื่อ

3.1 ท่านนิยมติดตามข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวันจากสื่อประเภทใด (โปรดเรียงลำดับ ใส่หมายเลข 1-3)

- ☐ 1) โทรทัศน์ ☐ 2) หนังสือพิมพ์ ☐ 3) วิทยุ
☐ 4) อินเทอร์เน็ตในคอมพิวเตอร์/โน้ตบุค ☐ 5) โทรศัพท์มือถือ/แทปเล็ต/Application
☐ 6) อื่นๆ

3.2 จากข้อ 3.1 รายการประเภทใดบ้างที่ท่านนิยมติดตามบริโภค (โปรดเรียงลำดับ ใส่หมายเลข 1-3)

- ☐ 1) ข่าว ☐ 2)ละครโทรทัศน์ ☐ 3) กีฬา
☐ 4) สารคดี ☐ 5) game show/Reality Show ☐ 6) อื่นๆ.....

3.3 ในหนึ่งวัน ท่านใช้เวลาในการติดตามข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ คิดเป็นเวลาประมาณ ชั่วโมง.....นาที่

3.4 ท่านติดตามข่าวสารเกี่ยวกับวงการฟุตบอลบ้างหรือไม่

- ☐ 1) ติดตาม ☐ 2) ไม่ติดตาม (ข้ามไปตอบส่วนที่ 4)

3.5 ท่านนิยมติดตามรายการประเภทใดของกีฬาฟุตบอล (โปรดเรียงลำดับ ใส่หมายเลข 1-3)

- ☐ 1) แมตซ์การแข่งขัน (ถ่ายทอดสด/ย้อนหลัง) ☐ 2) รายการวิเคราะห์เกมต่างๆ เช่น เจาะสนาม
☐ 3) ข่าวสารในแวดวง เช่น การย้ายทีม,การซื้อขายนักเตะ ☐ 4) ข่าว รายงานผลการแข่งขัน
☐ 5) ข่าวสารเกี่ยวกับการพนันบอล ราคาต่อรอง ☐ 6) อื่นๆ

3.6 ท่านนิยมติดตามข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลจากช่องทางใด (โปรดเรียงลำดับ ใส่หมายเลข 1-3)

- ☐ 1) โทรทัศน์ ☐ 2) หนังสือพิมพ์รายวัน/นิตยสาร ☐ 3) วิทยุ
☐ 4) อินเทอร์เน็ตในคอมพิวเตอร์/โน้ตบุค ☐ 5) โทรศัพท์มือถือ/แทปเล็ต/Application
☐ 6) อื่นๆ

3.7 ท่านนิยมติดตามข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลในช่วงเวลาใด

3.7.1 ในช่วง 1 สัปดาห์

- ☐ 1) เฉพาะเสาร์-อาทิตย์
- ☐ 2) เสาร์-อาทิตย์ และวันที่มีการแข่งขันรายการใหญ่ๆ เช่น แชมเปียนลีกส์/ทีมชาติ
- ☐ 3) ทุกวัน

3.7.2 ในแต่ละวัน

- ☐ 1) ช่วงเช้า ☐ 2) ช่วงเที่ยง ☐ 3) ช่วงเย็น (หลังเลิกเรียน/เลิกงาน)
- ☐ 4) ช่วงที่ว่าง ☐ 5) ติดตามทั้งวัน

3.8 ท่านนิยมติดตามการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล จากช่องทางใด (โปรดเรียงลำดับ ใส่

หมายเลข 1-3)

- ☐ 1) โทรทัศน์ ☐ 2) วิทยุ ☐ 3) อินเทอร์เน็ตในคอมพิวเตอร์/โน้ตบุค
- ☐ 4) โทรศัพท์มือถือ/แทปเล็ต/Application ☐ 5) อื่นๆ

3.9 ท่านนิยมติดตามการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล จากสถานที่มากที่สุด (เลือกข้อเดียว)

- ☐ 1) บ้านหรือห้องพัก
- ☐ 2) ร้านอาหาร ผับ บาร์
- ☐ 3) ลานเบียร์ หรือลานห้างสรรพสินค้าที่มีการจัดรายการถ่ายทอดสด เช่น คีวันแดงเดือด
- ☐ 4) โต๊ะพนันบอล
- ☐ 5) อื่นๆ

3.10 ในแต่ละเดือน ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตหรือแพคเกจโทรศัพท์เพื่อติดตามข่าวสาร

ฟุตบอลหรือไม่ ☐ 1) ไม่มี ☐ 2) มี โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับสโมสรฟุตบอล

4.1 ปัจจุบันท่านเป็นสมาชิกหรือแฟนบอลของสโมสรฟุตบอลใดหรือไม่

- | | | | |
|--|--|---|---|
| ☐ 1) ลิเวอร์พูล | ☐ 2) แมนฯยู | ☐ 3) เชลซี | ☐ 4) แมนเชสเตอร์ |
| ☐ 5) อาร์เซนอล | ☐ 6) สเปอร์ส | ☐ 7) นิวคาสเซิล | ☐ 8) เอฟเวอร์ตัน |
| ☐ 9) เลสเตอร์ซิตี | ☐ 10) บาร์เซโลน่า | ☐ 11) รีล มาดริด | ☐ 12) แอตแลติโก |
| มาดริด | ☐ 13) เอซีมิลาน | ☐ 14) ยูเวนตุส | ☐ 15) นาโปลี |
| ☐ 16) อื่นๆ..... | | | |

4.2 ท่านติดตามชมฟุตบอลไทยลีกบ้างหรือไม่ (ทุกดิวิชั่น) ถ้าติดตาม ติดตามมาแล้วกี่ปี

- | | |
|--|---|
| ☐ 1) ไม่ติดตาม (ข้ามไปตอบส่วนที่ 5) | ☐ 2) ติดตาม.....ปี |
|--|---|

4.3 ท่านเป็นสมาชิกหรือแฟนบอลของสโมสรฟุตบอลไทยลีกทีมใด (ทุกดิวิชั่น) (เลือกข้อเดียว)

- | | | | |
|---|--|--|---|
| ☐ 1) การท่าเรือ | ☐ 2) บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด | ☐ 3) ชลบุรี เอฟซี | ☐ 4) บีอีซี เทโรศาสน |
| ☐ 5) ราชบุรี เอฟซี | ☐ 6) เมืองทอง ยูไนเต็ด | ☐ 7) สุพรรณบุรี เอฟซี | ☐ 8) เชียงราย ยูไนเต็ด |
| ☐ 9) แบงค็อก ยูไนเต็ด | ☐ 10) อาร์มี่ ยูไนเต็ด | ☐ 11) นครราชสีมา | ☐ 12) ศรีสะเกษฯ |
| ☐ 13) กัลฟ์ สวรรบุรี | ☐ 14) ชัยนาท สอร์นบิล | ☐ 15) ทีโอที เอสซี | ☐ 16) ราชนาวิฯ |
| ☐ 17) โสภสสภฯ สวรรบุรี | ☐ 18) บางกอกกล๊าสฯ | ☐ 19) อื่นๆ..... | |

4.4 ปัจจุบันท่านเข้าร่วมกลุ่มแฟนบอลใดบ้างหรือไม่

- | | |
|--|---|
| ☐ 1) มีกลุ่มที่เข้าร่วม | ☐ 2) ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มใด (ข้ามไปตอบข้อ 4.5) |
|--|---|

4.4.1 ในกรณีที่ท่านเข้าร่วมกลุ่มแฟนบอล ท่านอยู่ในกลุ่มชื่ออะไร

- | | | |
|--|--|---|
| ☐ 1) หมาเห่าใบตองแห้ง | ☐ 2) กองทัพช้างพลาย | ☐ 3) อุลตราเชียงใหม่ |
| ☐ 4) คลองเตย อาร์มี่ | ☐ 5) สิงห์พันธุ์ดุ | ☐ 6) อุลตราเมืองทอง |
| ☐ 7) กว่างหลังไกล | ☐ 8) กว่างดู | ☐ 9) GU12 |
| ☐ 10) อื่นๆ..... | | |

4.5 ท่านติดตามข่าวสารของทีมโปรดในฟุตบอลไทยลีกผ่านช่องทางใดบ้าง (โปรดเรียงลำดับ ใส่

หมายเลข 1-3)

- ☐ 1) โทรศัพท์ ☐ 2) วิทยุ ☐ 3) เว็บไซต์ของสโมสร
- ☐ 4) เฟสบุคของสโมสร/แฟนเพจ ☐ 5) สื่อสิ่งพิมพ์ของสโมสร
- ☐ 6) กลุ่มเพื่อน ☐ 7) กลุ่มแฟนคลับ ☐ 8) อื่นๆ.....

4.6 การติดตามชมการแข่งขันของทีมโปรดในฟุตบอลไทยลีก

4.6.1 ท่านติดตามชมการแข่งขันของทีมโปรดในฟุตบอลไทยลีก (ที่สนาม) บ่อยเพียงใด

- ☐ 1) ทุกครั้งที่มีการแข่งขัน ☐ 2) ประมาณเดือนละ 1 ครั้ง
- ☐ 3) นานๆครั้ง ☐ 4) ไม่เคยไปดูที่สนาม (ข้ามไปตอบข้อ4.6.3)

4.6.2 ท่านนิยมเดินทางไปชมการแข่งขันของทีมโปรดในฟุตบอลไทยลีก (ที่สนาม) กับใคร

- ☐ 1) ไปคนเดียว ☐ 2) ไปกับกลุ่มเพื่อน ☐ 3) ไปกับครอบครัว
- ☐ 4) ไปกับแฟน ☐ 5) อื่นๆ.....

4.6.3 ท่านติดตามการแข่งขันของทีมโปรดในฟุตบอลไทยลีก ผ่านช่องทางอื่นๆ (ที่ไม่ใช่ที่สนาม) อีกหรือไม่

- ☐ 1) ติดตาม ☐ 2) ไม่ได้ติดตาม (ข้ามไปตอบข้อ 4.6.4)

4.6.3.1 ในกรณีที่ติดตามท่านติดตามผ่านช่องทางใด (โปรดเรียงลำดับ ใส่หมายเลข 1-3)

- ☐ 1) โทรศัพท์ ☐ 2) วิทยุ ☐ 3) อินเทอร์เน็ตในคอมพิวเตอร์/โน้ตบุค
- ☐ 4) โทรศัพท์มือถือ/แทปเล็ต ☐ 5) อื่นๆ

4.6.4 ท่านได้ติดตามไปชมการแข่งขัน เมื่อทีมโปรดของท่านไปแข่งในฐานะทีมเยือนหรือไม่

- ☐ 1) ติดตาม ☐ 2) ไม่ได้ติดตาม (ข้ามไปตอบส่วนที่ 4.7)

4.6.4.1 ในกรณีที่ติดตาม ท่านใช้พาหนะอะไรในการเดินทางไปชมการแข่งขันที่สนามอื่นๆ บ่อยที่สุด (เลือกข้อเดียว)

- ☐ 1) ไปเองโดยรถส่วนตัว ☐ 2) ไปกับเพื่อนโดยรถส่วนตัวของเพื่อน/คนรู้จัก

☐ 3) ไปเองโดยรถทัวร์/รถบัสนี้ ☐ 4) ไปกับรถทัวร์/รถบัสนี้ของสโมสร

☐ 5) อื่นๆ.....

4.7 ท่านมีค่าใช้จ่ายอะไรบ้างในการเป็นแฟนคลับของทีมสโมสรฟุตบอลไทยลีก (เลือกได้หลายข้อ)

☐ 1) ตัวเข้าชมการแข่งขัน ☐ 2) ของที่ระลึก (เช่น หมวก เสื้อ สติกเกอร์) ☐ 3) เบียร์

☐ 4) อาหาร/เครื่องดื่ม ☐ 5) สิ่งสิ่งพิมพ์ของสโมสร ☐ 6) ค่าเดินทาง ☐ 7) อื่นๆ.....

4.8 ท่านเคยเล่นพนันทีมโปรดในฟุตบอลไทยลีกของท่านหรือไม่

☐ 1) เคยเล่น ☐ 2) ไม่เคยเล่น (ข้ามไปตอบหัวข้อที่ 5)

4.8.1 หากท่านเล่นพนันทีมโปรดในฟุตบอลไทยลีกของท่าน ท่านเล่นแบบใด

☐ 1) แทงกับโต๊ะบอล ☐ 2) พนันกับเพื่อน ☐ 3) พนันในกลุ่มแฟน

☐ 4) เล่นแบบ Online ☐ 5) อื่นๆ.....

ส่วนที่ 5 การเล่นพนันฟุตบอล

5.1 ท่านเคยเล่นการพนันบ้างหรือไม่ (การพนันทุกชนิด)

- ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย (ข้ามไปตอบส่วนที่ 6)

5.2 ในกรณีที่ท่านเล่นหรือเคยเล่นการพนัน ท่านเคยเล่นการพนันชนิดใดบ้าง (โปรดเรียงลำดับ ใส่หมายเลข 1-3)

- ☐ 1) ไพ่ ☐ 2) ลอตเตอรี่ ☐ 3) หอยใต้ดิน ☐ 4) พนันบอล ☐ 5) มวย
☐ 6) สลากเกอร์ ☐ 7) แทงม้า(สนามม้า) ☐ 8) ตู้ม้า/ตู้สล็อต ☐ 9) ไก่ชน ☐ 10) บั้งไฟ
☐ 11) อื่นๆ.....

5.3 ท่านเริ่มเล่นการพนันตั้งแต่อายุเท่าใด ปี

5.4 ปัจจุบันท่านเล่นการพนันบ่อยแค่ไหน

- ☐ 1) ทุกวัน ☐ 2) สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ☐ 3) เดือนละ 1-2 ครั้ง
☐ 4) ปีละ 1-2 ครั้ง ☐ 5) ตามโอกาส (เช่น เมื่อไปเที่ยวกับเพื่อน/ครอบครัว, แข่งเรือ)
☐ 6) อื่นๆ.....

5.5 ท่านเคยเล่นพนันฟุตบอลหรือไม่

- ☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย (ข้ามไปตอบส่วนที่ 6)

5.6 ท่านเริ่มเล่นพนันฟุตบอลตั้งแต่อายุเท่าใด ปี

5.7 ปัจจุบันท่านเล่นพนันฟุตบอลบ่อยแค่ไหน

- ☐ 1) ทุกวัน ☐ 2) สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ☐ 3) เดือนละ 1-2 ครั้ง
☐ 4) ตามโอกาส ☐ 5) อื่นๆ.....

5.8 ท่านเล่นพนันฟุตบอลในวงเงินเฉลี่ย (ต่อการแทงหนึ่งครั้งซึ่งอาจมีหลายคู่) ครั้งละ.....บาท

5.8.1 กรณีที่เล่นได้ วงเงินเฉลี่ยที่ได้ (ต่อการแทงหนึ่งครั้งซึ่งอาจมีหลายคู่) ครั้งละ.....บาท

5.8.2 กรณีที่เล่นเสีย วงเงินเฉลี่ยที่เสีย (ต่อการแทงหนึ่งครั้งซึ่งอาจมีหลายคู่)ครั้งละ.....บาท

5.9 ท่านนิยมเล่นพนันฟุตบอลในรูปแบบใด (โปรดเรียงลำดับ ใส่นำหมายเลข 1-3)

- ☐ 1) เล่นเองที่โต๊ะบอล ☐ 2) โทรศัพท์แทงผ่านเด็กเดินโผย/เพื่อน/คนรู้จัก
- ☐ 3) เล่นกันเองกับกลุ่มเพื่อน/เพื่อนที่ทำงาน ☐ 4) เล่นแบบ Online
- ☐ 5) อื่นๆ

5.10 ท่านนิยมเล่นพนันฟุตบอลแบบใดมากที่สุด (เลือกข้อเดียว)

- ☐ 1) บอลเล็ก ☐ 2) บอลถ้วย (เช่น แชมเปียนลีก/ยูโรปาลีก/AFC)
- ☐ 3) บอลทัวนาเมนต์ (เช่น ฟุตบอลโลก/ฟุตบอลยูโร)

5.11 ท่านนิยมเล่นพนันฟุตบอลลีกใด (โปรดเรียงลำดับ ใส่นำหมายเลข 1-3)

- ☐ 1) พรีเมียร์ลีก อังกฤษ ☐ 2) ลา ลีกา สเปน ☐ 3) กัลโชเซเรียอา อิตาลี
- ☐ 4) บุนเดสลีกา เยอรมัน ☐ 5) Ligue 1 ฝรั่งเศส ☐ 6) ไทยพรีเมียร์ลีก ☐
- ☐ 7) ยามาฮาลีกวัน (ดิวิชั่น2) ☐ 8) อื่นๆ

5.12 ในแต่ละครั้งที่เล่น ข่าวสารแวดวงฟุตบอล ราคาต่อรอง สำคัญหรือไม่ ในการตัดสินใจเลือกเล่นที่มันนั้นๆ

- ☐ 1) ไม่สำคัญ ☐ 2) สำคัญอยู่บ้าง ☐ 3) สำคัญมากที่สุด

5.13 ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ในการเล่นพนันฟุตบอลผ่านช่องทางใด (โปรดเรียงลำดับ ใส่นำหมายเลข1-3)

- ☐ 1) หนังสือพิมพ์ ☐ 2) โทรทัศน์ ☐ 3) วิทยุ ☐ 4) อินเทอร์เน็ตในคอมพิวเตอร์/โน้ตบุค ☐
- ☐ 5) โทรศัพท์มือถือ/แทปเล็ต ☐ 6) เพื่อน/คนรู้จัก/เด็กเดินโผย ☐ 7) อื่นๆ.....

5.14 ท่านติดตามชมการแข่งขันของทีมที่ท่านเล่นพนันหรือไม่

- ☐ 1) ติดตาม ☐ 2) ไม่ติดตาม (ข้ามไปตอบข้อ 5.15)

5.14.1 ในกรณีที่ติดตาม ท่านติดตามผ่านช่องทางใด (โปรดเรียงลำดับ ใส่หมายเลข 1-3)

- | | |
|--|---|
| ☐ 1) ชมการแข่งขันในสนาม | ☐ 2) ร้านอาหาร/ผับ/บาร์ |
| ☐ 3) Cable TV (เช่น True visions, CTH, WeTV) | ☐ 4) Internet ที่บ้านหรือหอพัก |
| ☐ 5) ดูผ่านมือถือ | ☐ 6) ทีวีพนักบอล |
| ☐ 7) ลานเบียร์หรือลานห้างสรรพสินค้าที่มีการถ่ายทอดคู่สำคัญ เช่น คีกรวันแดงเดือด | |
| ☐ 8) อื่นๆ..... | |

5.15 โดยเฉลี่ยท่านใช้เวลาในการเล่นการพนันฟุตบอลไปเท่าใดชั่วโมง.....นาที

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพนันบอล

6.1 ท่านคิดว่าการเล่นพนันฟุตบอลเป็นปัญหาสังคมหรือไม่

- ☐ 1) เป็น ☐ 2) ไม่เป็น

6.2 การเล่นพนันก่อให้เกิดผลกระทบด้านใดหรือไม่ (เลือกได้หลายข้อ)

- | | | |
|---|---|---|
| ☐ 1) ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบใดๆ | ☐ 2) การเงิน | ☐ 3) การทะเลาะเบาะแว้ง |
| ☐ 4) อาชญากรรม | ☐ 5) ประสิทธิภาพการทำงาน/การเรียนรู้ | |
| ☐ 6) ปัญหาสุขภาพ | ☐ 7) อื่นๆ..... | |

6.3 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ที่จะให้มีการเปิดพนันฟุตบอลแบบถูกกฎหมาย (เหมือนกาสิโนพร้อมมีใบอนุญาต)

- ☐ 1) เห็นด้วย ☐ 2) ไม่เห็นด้วย