

เขตปกครองพิเศษคลองเตย: ความเป็นย่าน ความเป็นชาย และการสร้างชุมชนใหม่ ผ่านการบริโภค ฟุตบอลของแฟนการทำเรือ เอฟซี¹

“Khlong Toei Special Administrative Area”:
Locality, Masculinity, and Production
of New Community in Football Consumption
of Port FC Fans

อาจินต์ ทองอยู่คง
Arjin Thongyuukong

บทคัดย่อ

บทความนี้ว่าด้วยการบริโภคฟุตบอลของแฟนการทำเรือ เอฟซี สโมสรฟุตบอลไทยที่ตั้งอยู่บริเวณเขตคลองเตย กรุงเทพฯ คลองเตยเป็นที่ตั้งของท่าเรือคลองเตย อุตสาหกรรมขนส่งทางน้ำขนาดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงชาวคลองเตยและกรุงเทพฯ และเป็นที่ยึดมั่นในฐานะชุมชนแออัดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย แฟนบอลสโมสรทำเรือฯ จำนวนมากเป็นเพศชาย-ชนชั้นกลางระดับล่าง-วัยทำงานที่อาศัยอยู่ในเขตคลองเตย งานนี้เสนอว่าพวกเขาไม่ได้เพียง “ดู” การแข่งขันฟุตบอลแต่ในการเป็นแฟนบอลนั้นยังประกอบไปด้วยกิจกรรมอื่นอีกเป็นจำนวนมากซึ่งแสดงให้เห็นว่าการบริโภคฟุตบอลมีความหมายในฐานะตัวแทนของท้องถิ่น,

พื้นที่ของผู้ชาย, ชุมชนรูปแบบใหม่, และพื้นที่ในการสร้างอัตลักษณ์ สิ่งเหล่านี้สามารถแสดงให้เห็นว่าการเกิดขึ้นมาของกระแสความนิยมฟุตบอลไทยนั้นก็เพราะมันเป็นการบริโภคที่เต็มไปด้วยบริบท เป็นการบริโภคเพื่อตอบสนองต่ออุปสงค์ทางสังคมของคนกลุ่มใหม่ที่เกิดขึ้นมาภายใต้ความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย ภาวะที่พื้นที่ของผู้ชายถูกเบียดขับให้หดแคบลง, ผู้คนที่ถูกผลักเข้าสู่ชีวิตสมัยใหม่ โหยหาความสัมพันธ์, ผู้คนเกิดสำนึกท้องถิ่นและศักยภาพในการนิยามอัตลักษณ์ของตนเอง สำหรับแฟนท่าเรือแล้ว ทั้งหมดนี้แสดงออกมาผ่านป้ายบนอัฒจันทร์ที่ว่า “เขตปกครองพิเศษคลองเตย” ชุมชนในจินตนาการของแฟนท่าเรือ ที่แม้ไม่ได้มีอยู่จริงในโครงสร้างการปกครอง แต่ก็มีอยู่จริงในความรู้สึกของพวกเขา

คำสำคัญ: ความเป็นถิ่นฐาน, ความเป็นชาย, วัฒนธรรมแฟน, การบริโภค

Abstract

This article discusses football consumption of Port FC fans. Port FC is Thai football club located in Khlong Toei district, Bangkok. Khlong Toei contains Bangkok Port, major port facilities of Bangkok. Khlong Toei long known as biggest slum in Thailand. Many Port FC fans are adult=lower middle class-men who live in Khlong Toei. Port FC fans not only consume football match, but also create many activities both inside and outside the stadium; chanting in the stadium to celebrate “the pride of Khlong Toei”, drinking together for hours before and after match, creating and spreading online media to reconstruct Khlong Toei identities. These activities fulfill their social demand; powerless men who look for men’s space, modernized-men who seek for neo-community, people who aware of their locality, and citizen who realize their potential. All of these are represented by Port FC fan’s catchphrase “Khlong Toei special administrative area”, an imagined community of Port FC fans.

Keywords: locality, masculinity, fan culture, consumption

บทนำ

เมื่อกลางปี 2558 มีการเผยแพร่ผลการสำรวจของนิด้าโพลว่า คนไทยที่ติดตามชมฟุตบอลไทยมีมากกว่าฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษเป็นครั้งแรก แม้ผู้เขียนยังมีข้อกลางแคลงใจต่อผลการสำรวจดังกล่าวในบางประเด็น² แต่ข้อมูลอีกส่วนหนึ่งของผลการสำรวจนี้ที่น่าสนใจคือ เมื่อเปรียบเทียบผลการสำรวจในช่วง 3 ปีหลังจากพบว่าฟุตบอลอังกฤษมีผู้ติดตามน้อยลงทุกปี สวนทางกับฟุตบอลไทยที่มีผู้ติดตามมากขึ้นทุกปี (นิด้าโพล, 2558) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจ

ความแตกต่างระหว่างฟุตบอลสโมสรไทยในปัจจุบันกับฟุตบอลต่างประเทศ คือ การบริโภคฟุตบอลต่างประเทศมีฐานอยู่บนการชมการแข่งขันผ่านการถ่ายทอดสดหรือติดตามข่าวสารผ่านสื่อเป็นหลัก ในแง่นี้แฟนฟุตบอลต่างประเทศจึงอยู่ในสถานะผู้ชมหรือผู้ดูเสียมาก ขณะที่ความเปลี่ยนแปลงของฟุตบอลสโมสรไทยทำให้เกิดอบทุกจังหวัดมีสโมสรของตนเอง แฟนบอลมีโอกาสแสดงออกผ่านการเชียร์ในสนาม ไปจนถึงการที่แฟนบอลได้รวมกลุ่มกันทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแง่นี้แฟนบอลไทยจึงสามารถมีส่วนร่วมได้มากกว่า จนเกิดวัฒนธรรมแฟนบอลซึ่งมีลักษณะต่าง ๆ กันไปในแต่ละสโมสรหรือกระทั่งแต่ละกลุ่ม

จากสถิติในปี 2557 ประมาณการได้ว่า ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลสโมสรไทยเฉพาะที่สนามทั่วประเทศมีมากกว่าสัปดาห์ละ 100,000 คน ยังไม่รวมผู้ชมทางโทรทัศน์ที่กำลังเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจนฝ่ายจัดการแข่งขันสามารถสร้างรายได้จากค่าสิทธิการถ่ายทอดอย่างมหาศาล³ หากมองว่าการใช้เวลาว่างหรือกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจไม่ได้แค่สร้างความบันเทิง แต่มันยังแสดงให้เห็นถึงลักษณะของสังคมด้วยแล้ว ประเด็นที่น่าสนใจอยู่ที่ว่าการปรากฏขึ้นมาของแฟนบอลไทยจำนวนมากนี้แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงอย่างไรของสังคมไทย

บทความนี้พยายามตอบคำถามดังกล่าวด้วยการศึกษาแฟนสโมสรการทำเรือเอฟซี โดยมองว่าการเป็นแฟนบอลคือการบริโภคลักษณะหนึ่ง และเสนอว่าเหตุที่ฟุตบอลไทยได้รับความนิยมขึ้นมานั้นเพราะมันเป็นการบริโภคที่เต็มไปด้วยบริบท

แฟนบอลไทยบริโภคฟุตบอลไทยโดยเชื่อมโยงมันเข้ากับทั้งตัวตนที่เขาเป็นและต้องการจะเป็น หรือกล่าวในระดับที่กว้างขึ้นก็คือ มันชี้ให้เห็นว่าคนกลุ่มหนึ่งในสังคมไทยกำลังต้องการพื้นที่ในบางลักษณะ และสนามฟุตบอลไทยสามารถเป็นพื้นที่นั้น

การบริโภคกีฬาในฐานะการผลิตซ้ำและสร้างตัวตน

แม้ว่ากิจกรรมรวมหมู่หรือพิธีกรรมที่คล้ายกีฬาจะพบได้ในสังคมต่าง ๆ มาเป็นเวลานาน แต่กีฬาสมัยใหม่ (modern sport) อย่างที่เป็นอยู่ในทุกวันนี้เป็นสิ่งที่เพิ่งจะเกิดขึ้นในอังกฤษและแพร่หลายออกไปทั่วโลกพร้อม ๆ กับลัทธิจักรวรรดินิยมในช่วงครึ่งหลังของคริสต์ศตวรรษที่ 19 บริบททางประวัติศาสตร์ในการเกิดขึ้นมาของกีฬาสมัยใหม่คือยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรมซึ่งทำให้เกิดการแบ่งแยกระหว่างเวลาว่างกับเวลางานอย่างชัดเจนขึ้นมา กีฬาสมัยใหม่จึงมีหน้าที่ในการช่วยจัดการเวลาว่างให้กับมนุษย์ในสังคมสมัยใหม่ โดยเฉพาะเมื่อมีชีวิตการทำงานในระบบอุตสาหกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น ดังที่ Norbert Elias and Eric Dunning (2008 [1986]) เสนอว่าหน้าที่ทางสังคมของกีฬาคือสร้างความตื่นเต้นจำลองจากการชมกีฬาเพื่อช่วยลดความเครียดจากการทำงานที่จำเจของผู้คนในสังคมอุตสาหกรรมระดับสูง (highly industrial society) หรือกล่าวในอีกแบบได้ว่าลักษณะของกีฬาสมัยใหม่คือการแยกระหว่างผู้เล่นกับผู้ชมออกจากกันอย่างชัดเจน (ซึ่งกิจกรรมในยุคก่อนหน้าเช่นพิธีกรรมทางศาสนาหรือการละเล่นพื้นบ้านต่าง ๆ นั้น ผู้เข้าร่วมทั้งหมดต่างมีส่วนร่วมในกิจกรรม) (Bale, 2003: 133-137) ยิ่งเมื่อผสานเข้ากับภาวะโลกาภิวัตน์และการค้าแบบทุนนิยมแล้วก็ยิ่งทำให้กีฬากลายเป็นวัตถุแห่งการบริโภค

ปรากฏการณ์ปัจจุบันที่เป็นตัวแทนที่ชัดเจนของการบริโภคกีฬาคือการเกิดขึ้นมาของแฟนกีฬาจำนวนมาก เพราะลักษณะพื้นฐานประการหนึ่งของแฟนคือ การเป็นผู้บริโภค ทั้งในลักษณะของแฟนหนังสือ ภาพยนตร์ ดนตรี รายการโทรทัศน์ รวมไปถึงแฟนสโมสรกีฬาและผู้มีชื่อเสียงต่าง ๆ (Sandvoss, 2005) ดังนั้นแล้ว

การเป็นแฟนจึงเป็นกิจกรรมที่วางอยู่บนฐานของการบริโภคในลักษณะใดลักษณะหนึ่งอยู่เสมอ และการทำความเข้าใจวัฒนธรรมแฟนบอลผ่านมิติของการบริโภคจึงน่าจะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยให้เข้าใจวัฒนธรรมแฟนบอลได้ดี

โดยตัวศัพท์แล้ว คำว่าแฟน (fan) ถูกเริ่มนำมาใช้เป็นครั้งแรกในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 โดยสื่อมวลชนในอเมริกาใช้เรียกกลุ่มผู้คลั่งไคล้ในทีมกีฬาต่าง ๆ โดยเฉพาะเบสบอลอาชีพ ในช่วงที่ผู้ชมเริ่มมีส่วนร่วมกับการดำเนินงานในสโมสรน้อยลงและกลายเป็นลูกค้าของธุรกิจบันเทิง เดิมคำว่า fan มาจาก fanatic ซึ่งมีรากจากภาษาละตินว่า fanaticus ซึ่งหมายถึงการเป็นส่วนหนึ่งของวัด ผู้อุทิศตนให้กับวัด (temple servant) หรือสาวก (devotee) ทำให้คำนี้ถูกตีความไปในแง่ลบว่าเป็นผู้ที่ถูกชักจูงโดยพิธีกรรมอันเกี่ยวกับความมัวเมา ลุ่มหลง และศรัทธาอย่างบ้าคลั่ง (Jenkins, 1992: 12) งานศึกษาเกี่ยวกับแฟนในช่วงแรกจึงมุ่งตั้งคำถามต่อตราบาปนี้ โดยมีข้อถกเถียงสำคัญว่า แฟนเป็นผู้บริโภคที่เฉื่อยชาและถูกควบคุมโดยผู้ผลิต (passive consumer) หรือเป็นผู้บริโภคที่ตื่นตัว (active consumer) (Hills, 2002: 27-45)

มุมมองที่ว่าผู้บริโภคถูกควบคุมโดยผู้ผลิตนั้นได้รับอิทธิพลอย่างสูงจากแนวคิดทฤษฎีวิพากษ์ (critical theory) หรือที่รู้จักในอีกชื่อว่าสำนักแฟรงค์เฟิร์ต (The Frankfurt School) ซึ่งโดยสรุปแล้วสำนักแฟรงค์เฟิร์ตมองว่าการบริโภคในระบบทุนนิยมนั้นเป็นกลไกหนึ่งในการควบคุมมนุษย์ ทั้งการควบคุมความต้องการบริโภคไปจนถึงการควบคุมสังคมในระดับใหญ่ ซึ่งในท้ายที่สุดจะทำให้มนุษย์สูญเสียศักยภาพในการคิดอย่างวิพากษ์และถูกควบคุมอย่างเบ็ดเสร็จ (สมสุข, 2540: 6-14) ขณะที่งานศึกษาแฟนที่พยายามลบตราบาปดังกล่าวจะให้ความสำคัญกับกระบวนการบริโภคมากกว่ากระบวนการผลิต (Jenkins, 1992) โดยใช้แนวคิดของ Michel de Certeau (1984) ที่เสนอว่า ภายใต้วิธีคิดแบบสมัยใหม่ที่ต้องการความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนั้น ความหลากหลายในกระบวนการบริโภคมักจะถูกอำพรางเอาไว้ภายใต้ตรรกะของกลไกการผลิตจนปฏิบัติการของมนุษย์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริโภคถูกมองข้ามไป ดังนั้นแล้ว de Certeau จึงเสนอว่า เพื่อที่จะทำความเข้าใจปฏิบัติการของมนุษย์ได้นั้นต้องพิจารณาที่กระบวนการบริโภค/ใช้งาน

ในฐานะที่เป็น “การผลิตขั้นที่สอง” (secondary production) เพราะวิถีที่ผู้บริโภคใช้งาน (ways of using) สิ่งต่างๆ นั้นมีความเป็นไปได้ในหลายรูปแบบ ไม่จำเป็นต้องตายตัวไปตามประโยชน์ใช้สอยดั้งเดิมของสินค้าเสมอไป และปฏิบัติการของมนุษย์จะแสดงตัวออกมาผ่านวิถีที่เขาใช้งานสินค้า

ในฐานะสินค้า สิ่งที่ถูกอุตสาหกรรมฟุตบอลผลิตขึ้นมาโดยตรงคือเกมการแข่งขัน, เสื้อผ้า-ของใช้ที่มีสัญลักษณ์สโมสร, และข่าวสาร ในแง่นี้ ปฏิบัติการของแฟนบอลจะแสดงตัวออกมาได้ผ่านการใช้งานสินค้าเหล่านั้นนอกเหนือจากประโยชน์ใช้สอยโดยตรงของมัน ดังนั้นแล้วบทความนี้จะมองว่าวัฒนธรรมแฟนบอลคือสิ่งอื่นที่แฟนบอลทำนอกเหนือจากการดูเกมการแข่งขัน, สวมใส่เสื้อผ้า และเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสาร

ในบทความ How can one be a Sports Fan? Pierre Bourdieu (1993: 427-440) ชี้ให้เห็นถึงจริต (habitus) ที่ส่งผลต่อรสนิยมในการบริโภคกีฬาของคนฝรั่งเศสชนชั้นต่างๆ อย่างเช่นประเภทกีฬาที่ชนชั้นสูงนิยมกอล์ฟหรือเทนนิส ขณะที่ชนชั้นแรงงานนิยมมวยหรือฟุตบอล รวมถึงลักษณะการบริโภคกีฬาที่ชนชั้นแรงงานเล่นกีฬาเพื่อพัฒนาศักยภาพทางกายและผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ (อันนำไปสู่วิธีคิดแบบกีฬาอาชีพ) ขณะที่ชนชั้นสูงเล่นกีฬาเพื่อกีฬา คือไม่ได้คิดถึงผลประโยชน์ในทางอื่นจากการเล่นกีฬานอกจากการพัฒนาจิตใจของผู้เล่น (อันนำไปสู่วิธีคิดแบบ “น้ำใจนักกีฬา” และกีฬาสมัครเล่น) Bourdieu เสนอว่าความแตกต่างนี้เป็นผลมาจากจริตและบริบททางประวัติศาสตร์ของกีฬาที่ก่อให้เกิดรสนิยมทางกีฬาของแต่ละชนชั้นที่ต่างกันขึ้นมา กล่าวโดยคร่าวๆ ก็คือ กีฬาของชนชั้นสูงเติบโตขึ้นมาจากการนำเอาการเล่นพื้นบ้าน (folk game) มาปรับให้เป็นส่วนหนึ่งของระบบการศึกษาที่มุ่งฝึกความเป็นผู้นำให้กับลูกหลานชนชั้นสูง ขณะที่กีฬาของชนชั้นแรงงานนั้นยึดโยงอยู่กับความเป็นกิจกรรมพื้นบ้าน ซึ่งต่อมาก็ได้พัฒนาเป็นกิจกรรมบันเทิงในยามว่างจากการทำงาน

วิธีวิเคราะห์ของ Bourdieu ในบทความดังกล่าวเริ่มจากการมองกีฬาในฐานะที่เป็นอุปทาน (supply) ที่ตอบสนองต่ออุปสงค์ทางสังคม (social demand) โดยเขาเสนอให้พิจารณาบริบททางประวัติศาสตร์ของกีฬาที่ทำให้เกิดสนาม

แห่งการต่อสู้ (a field of competition) อันมีตรรกะเฉพาะของตัวมันเองขึ้นมา ซึ่งเมื่อจลิตรวมถึงทุน (capital) ในลักษณะต่างๆ ได้เข้ามาทำงานใน “สนาม” นี้ก็ทำให้เกิดรสนิยมการบริโภคกีฬาของแต่ละชนชั้นที่ต่างกันขึ้นมา

กีฬาไม่ใช่เป็นแค่พื้นที่แห่งการพักผ่อนหย่อนใจ แต่มันยังเป็นพื้นที่แห่งการผลิตซ้ำ, สร้าง, ไปจนถึงต่อสู้เรื่องอัตลักษณ์ (Dyck and Archetti, 2003: 2) การฝึกฝนของนักกีฬาไม่ได้แค่ทำให้พวกเขาเชี่ยวชาญเชิงกีฬา แต่มันได้แฝงฝังตัวตนในฐานะนักกีฬาลงไปในร่างกายของพวกเขา ผ่านการฝึกฝนกีฬาในลักษณะที่ Marcel Mauss เรียกว่าเป็นเทคนิคแห่งร่างกาย (techniques of the body) (Mauss, 1973) ไม่เฉพาะแค่นักกีฬาเท่านั้น ผู้ชมซึ่งเป็นอีกส่วนหนึ่งของกีฬาได้มีการผลิตซ้ำ, สร้าง, และต่อสู้เรื่องอัตลักษณ์ในฐานะผู้ชมกีฬาด้วยเช่นกัน การบริโภคกีฬาก็เป็นการประกอบสร้างตัวตนของแฟนกีฬาภายใต้ “ระเบียบ” ของกีฬาแต่ละชนิด (เช่น ผู้ชมฟุตบอลกับผู้ชมกอล์ฟก็จะมีอัตลักษณ์และการแสดงออกที่ต่างกันไป)

จากทั้งหมดที่กล่าวมา บทความนี้จะพิจารณาวัฒนธรรมแฟนบอลสโมสรการทำเรือ เอฟที ในฐานะที่เป็นอุทานที่ตอบสนองต่ออุปสงค์ทางสังคมของพวกเขา โดยมองว่าวัฒนธรรมแฟนบอลที่เกิดขึ้นมานั้นเป็นผลจากการผลิตชั้นที่สองที่เกิดขึ้นมาในกระบวนการบริโภคฟุตบอล ในแง่นี้มันจึงมีมิติที่เป็นทั้งการผลิตซ้ำ, สร้าง, และต่อสู้เรื่องอัตลักษณ์ของแฟนบอล

สโมสรการทำเรือ เอฟที, การทำเรือแห่งประเทศไทย, และชุมชนคลองเตย

สโมสรฟุตบอลการทำเรือ เอฟที ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2510 ในฐานะที่เป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของการทำเรือแห่งประเทศไทย⁴ และส่งทีมเข้าร่วมในการแข่งขันฟุตบอลรายการต่างๆ แล้วประสบความสำเร็จเป็นจำนวนมากจนเป็นที่รู้จักของแฟนบอลไทย ปัจจุบันสโมสรทำเรือมีสถานะเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพ ใช้สนามแข่งขันชื่อแพท สเตเดียม (PAT stadium⁵) ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ของการทำเรือฯ บริเวณ

เขตคลองเตย กรุงเทพฯ⁶ ดังนั้นแล้วเพื่อที่จะทำความเข้าใจบริบทเชิงพื้นที่ของ สโมสรท่าเรือ จึงต้องกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการท่าเรือ กับชุมชนคลองเตย ที่เกี่ยวพันแบบแยกจากกันได้อย่างด้วย

การท่าเรือ กับคลองเตย⁷

ในช่วงทศวรรษ 2480 รัฐบาลไทยมีแผนจะก่อสร้างท่าเรือเพื่อขนส่งสินค้า บริเวณคลองเตย จึงเวนคืนที่ดินประมาณ 2,500 ไร่ แต่ระหว่างนั้นได้เกิด สงครามโลกครั้งที่ 2 จนโครงการหยุดชะงักไปช่วงหนึ่ง ทำให้เริ่มมีคนอพยพเข้ามา อยู่อาศัยในบริเวณที่เวนคืน ก่อนที่ต่อมาในปี 2490 จะเริ่มมีการก่อสร้างอีกครั้ง แต่ด้วยงบประมาณที่มีจำกัดทำให้การทำเรือฯ ใช้ที่ดินไปเพียงประมาณ 400 ไร่ เกิดมีที่ดินว่างเปล่าจำนวนมาก จึงมีคนเข้ามาอยู่อาศัยและใช้ประโยชน์จากที่ดิน ว่างเปล่ามากขึ้น

จนในปี 2494 รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติการทำเรือแห่งประเทศไทย พุทธศักราช 2494 ตั้งการทำเรือแห่งประเทศไทยเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวง คมนาคม หลังจากที่มีการก่อสร้างและดำเนินกิจการท่าเรือคลองเตยแล้ว ทำให้ บริเวณนั้นกลายเป็นศูนย์กลางธุรกิจ มีโรงงานและตลาดขนาดใหญ่ รวมถึงเมื่อมี การก่อสร้างขยายท่าเรือก็ยิ่งทำให้มีคนเข้ามาอยู่อาศัยและทำงานในบริเวณนี้ มากขึ้น ซึ่งงานที่ผู้อพยพทำส่วนใหญ่ก็จะเกี่ยวข้องกับท่าเรือหรือกิจการ ทางเรือต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้อพยพจากต่างจังหวัดที่เข้ามาหางานทำเนื่องจากเป็น แหล่งที่พักอาศัยราคาถูกและใกล้แหล่งงาน ทั้งที่เป็นการสร้างที่พักอาศัย แบบชั่วคราวและถาวร ซึ่งโดยมากเป็นการเข้าไปอยู่อาศัยในพื้นที่ว่างเปล่า ที่ตามกฎหมายแล้วเป็นที่ดินของการท่าเรือฯ

ช่วงประมาณปี 2500-2511 จำนวนคนที่ย้ายเข้ามาอาศัยมีจำนวนมาก โดยไม่ได้มีการวางโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม ทำให้เกิดเป็นชุมชนแออัด ขนาดใหญ่ขึ้น ในช่วงนี้การทำเรือฯ เริ่มไถ่เรือที่อยู่อาศัยของชาวบ้าน กระทั่งในช่วง ปี 2515 มีการไถ่เรือครั้งใหญ่ ทางด้านชาวบ้านก็มีการรวมตัวต่อสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิ ในการอยู่อาศัย กระทั่งเกิดการฟ้องร้องและการท่าเรือฯ ชนะคดี ทำให้ชาวบ้าน

จำนวนหนึ่งถูกจับกุมในข้อหาบุกรุก หลังจากนั้นก็มีความพยายามไต่สวนครั้งใหญ่ ๆ อีกหลายครั้ง ซึ่งชาวคลองเตยก็พยายามรวมกลุ่มกันเรียกร้องสิทธิในการอยู่อาศัย มาตลอด

แฟนบอลท่าเรือชาวคลองเตยสูงอายุเคยเล่าให้ผู้เขียนฟังว่า เขาเคยประสบกับการไต่สวนมาหลายครั้ง แม้จะไล่เรียงลำดับเหตุการณ์ได้ไม่แม่นยำนักแต่ความทรงจำที่ดูจะชัดเจนที่สุดของชาวคลองเตยเกี่ยวกับการไต่สวนคือการเกิดไฟไหม้ในช่วงที่มีการพยายามไต่สวน

จากความสัมพันธ์ระหว่างการทำเรือฯ กับผู้คนที่อาศัยอยู่บริเวณคลองเตย ที่มีต่อกันมายาวนาน ทั้งในแง่ของการเป็นแหล่งงาน ที่อยู่อาศัย ไปจนถึงสถานะระหว่างผู้ไต่สวนกับผู้ถูกไต่สวนดังที่กล่าวไปนั้น ไม่ว่าจะในทางลบหรือบวกมันก็สร้างความสัมพันธ์ระหว่างชาวคลองเตยกับการทำเรือฯ ขึ้นมาด้วยระยะเวลายาวนานหลายสิบปี

นอกจากนี้แล้ว ผลจากการพัฒนาฯ ที่ไม่เท่าเทียม โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคลองเตยกับพื้นที่ในบริเวณอื่นของกรุงเทพฯ ที่เป็นเมืองหลวง ทำให้ภาพของคลองเตยมักจะถูกมองจากคนภายนอกในแง่ลบเสมอ แม้ว่าจะมีการพยายามเปลี่ยนคำเรียกจาก “แหล่งเสื่อมโทรม” เป็น “สลัม” เป็น “ชุมชนแออัด” (หรือกระทั่งปัจจุบันที่อาจเรียกแทนด้วยคำว่า “ผู้มีรายได้น้อยในเมือง”) แต่นั่นก็เป็นเพียงการเปลี่ยนชื่อที่รหัสหมายหรือการรับรู้ต่อพื้นที่นั้น ๆ ยังคงให้ภาพในเชิงลบ (อรรถจักร์, 2542: 68)

สโมสรการทำเรือ เอฟซี

เดิมสโมสรท่าเรือมีสถานะเป็นสโมสรฟุตบอลกึ่งสมัครเล่น-กึ่งอาชีพภายใต้การเป็นส่วนหนึ่งของการทำเรือฯ มาตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง จนเมื่อปี 2552 ได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย โดยข้อบังคับที่สำคัญข้อหนึ่งคือทุก ๆ สโมสรในไทยพรีเมียร์ลีกซึ่งเป็นลีกระดับสูงสุดต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและดำเนินการในลักษณะของธุรกิจที่แสวงหากำไร ด้วยเหตุนี้

จึงทำให้พิเชฐ มั่นคง ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูงของการท่าเรือฯ จดทะเบียนตั้งบริษัทชื่อ “บริษัท ท่าเรือไทย จำกัด” เพื่อดำเนินงานสโมสรท่าเรือ ทำให้ในทางกฎหมายแล้วนับได้ว่าสโมสรท่าเรือเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพ โดยงบประมาณในการดำเนินงานส่วนหนึ่งมาจากการสนับสนุนของการท่าเรือฯ และกลุ่มธุรกิจท้องถิ่นอย่างเช่นบริษัท Legal Professional ซึ่งทำธุรกิจเกี่ยวกับ อสังหาริมทรัพย์บริเวณคลองเตย

ในปี 2552 ที่พิเชฐเป็นผู้บริหารงานนั้น สโมสรท่าเรือมีพัฒนาการอย่างมาก ทั้งการต่อเติมสนามแพท สเตเดียม ที่แต่เดิมมีอัฒจันทร์เพียงด้านเดียวจนมีอัฒจันทร์ขนาดใหญ่รอบสนามครบทั้งสี่ด้าน รวมถึงผลงานการแข่งขันที่ได้แชมป์ การแข่งขันฟุตบอลรายการเอฟเอคัพหลังจากที่ไม่ได้แชมป์มาหลายปี จนทำให้มีแฟนบอลท่าเรือเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

หลังพิเชฐออกจากตำแหน่งประธานไปแล้ว ผู้บริหารคนต่อๆ มารวมถึง ผู้สนับสนุนทางการเงินรายใหญ่ของท่าเรือก็มักจะเป็นกลุ่มทุนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่าเรือฯ, กิจการขนส่งทางเรือ, หรือคลองเตยแบบเดียวกับสมัยของพิเชฐเสมอ ไม่ว่าจะเป็นบรรพชัช ตันติเวชยานนท์ เจ้าของบริษัทซูเปอร์ริช (แบงค็อก) จำกัด ที่ทำกิจการเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเงินตรา^๑ ไปจนถึงคำรณวิทย์ ฐประจ่าง (ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการตำรวจนครบาล) กับตรีลุพธ์ ฐประจ่าง ลูกชายของคำรณวิทย์

กระทั่งต้นปี 2558 มีการเปลี่ยนประธานสโมสรมาเป็นนวลพรรณ ล่ำชำ จากตระกูล “ล่ำชำ” กลุ่มทุนใหญ่ระดับประเทศ ปัจจุบันนอกจากประธานสโมสรท่าเรือแล้วนวลพรรณยังดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการบริษัทเมืองไทยประกันภัย จำกัด และมีธุรกิจอื่นๆ อีกจำนวนหนึ่ง แม้ว่าธุรกิจของนวลพรรณและตระกูลล่ำชำ ในปัจจุบันจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่าเรือฯ หรือคลองเตยโดยตรง แต่ก็อาจกล่าวได้ว่านวลพรรณและตระกูลล่ำชำมีสัมพันธ์บางด้านอยู่กับการท่าเรือฯ คือเมื่อปี 2529-2534 โพิทพงษ์ ล่ำชำ พ่อของนวลพรรณเคยเป็นคณะกรรมการบริหาร การท่าเรือฯ มาก่อน (ปีติดกัน, 2558)

บทสัมภาษณ์นวนลพรรณจากนิตยสาร Who? ระบุว่า นอกจากงานในแวดวงธุรกิจแล้วนวนลพรรณเคยดำรงตำแหน่งทางการเมืองเป็นผู้ช่วยเลขาธิการพรรคประชาธิปัตย์และที่ปรึกษาผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ เมื่อปี 2549 ในปลายปีเดียวกันเธอเข้ามามีสัมพันธ์กับวงการกีฬาเป็นครั้งแรกผ่านการเป็นผู้จัดการทีมนักกีฬาคนพิการทีมชาติไทยในการแข่งขันเฟลปิกเกมส์ หลังจากนั้นเธอก็ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยรัฐมนตรีกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดยรับผิดชอบงานเกี่ยวกับสตรี, สถาบันครอบครัว, และคนพิการ ในส่วนของวงการฟุตบอลนั้น นवलพรรณระบุว่าเธอเข้ามารับหน้าที่ผู้จัดการฟุตบอลหญิงทีมชาติไทย “โดยสามารถมะลูลิ้ม จากสภากรรมการสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย⁹ ได้แนะนำให้รู้จักนายกสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย วรวิทย์ มะกูดี ซึ่งได้ชวนให้มาเป็นผู้จัดการทีมฟุตบอลหญิงในที่สุด” (นันทยา, 2553: 76-82)

นวนลพรรณมีชื่อเสียงในแวดวงกีฬาด้วยฐานะของผู้จัดการทีมชาติหญิงที่สามารถพาทีมเข้าไปแข่งขันในฟุตบอลโลกหญิงรอบสุดท้ายเมื่อปี 2557 ต่อมาในปี 2558 นवलพรรณก็เข้ามาดำรงตำแหน่งประธานสโมสรท่าเรือ พร้อมเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณรายใหญ่ของสโมสร

การเข้ามาบริหารท่าเรือของนวนลพรรณทำให้เธอยิ่งได้รับความสนใจจากแฟนบอลไทยมากขึ้น โดยเฉพาะความชื่นชมทั้งจากแฟนท่าเรือและสโมสรอื่นๆ ชาลินี สนพลาย (2558) เสนอว่า ความนิยมที่แฟนบอลไทยมีต่อนवलพรรณนั้นเป็นผลมาจากการที่เธอประสบความสำเร็จในการบริหารทีมชาติหญิง, มีภาพลักษณ์ที่ดี, และที่สำคัญคือเธอมีลักษณะของความเป็นหญิงหลายประการ ที่ยิ่งเมื่อปรากฏคู่กับแฟนบอลสโมสรท่าเรือที่มีความเป็นชายสูงมากก็ยิ่งทำให้คุณลักษณะดังกล่าวถูกขับออกมาชัดเจนขึ้น

นอกจากมีสถานะเป็นสโมสรเก่าแก่ท่ามกลางสโมสรฟุตบอลไทยส่วนมากที่เพิ่งก่อตั้งมาได้ไม่นานแล้ว แฟนท่าเรือมักจะถูกมองจากทั้งสื่อมวลชนและแฟนบอลสโมสรอื่นด้วยภาพลักษณ์ในแง่ของการเป็นแฟนบอลที่มีปัญหาเรื่องความรุนแรง เนื่องจากแฟนท่าเรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับความรุนแรงครั้งใหญ่ๆ ในฟุตบอลไทย

หลายครั้ง กระทั่งในบางครั้งมีข่าวลือกันในกลุ่มแฟนสโมสรอื่น ๆ ว่าในการไปชมการแข่งขันนัดเยือนแต่ละครั้งแฟนท่าเรือจะมีการเตรียมการจะก่อเรื่องทะเลาะวิวาท และเตรียมอาวุธซ่อนไว้ในรถที่พวกเขาใช้เดินทาง รวมทั้งการที่แฟนบอลทีมเยือนจะมาดูการแข่งขันที่สนามแพท สเตเดียมของท่าเรือ ก็มักจะถูกกล่าวถึงในแง่ที่ต้องใช้ความกล้าเป็นพิเศษ รวากับเป็นการพิสูจน์ตนเองในฐานะแฟนบอล¹⁰ อย่างไรก็ตามก็ดี แม้แฟนท่าเรือจะมีส่วนในเหตุการณ์ความรุนแรงหลายครั้ง แต่จากการเก็บข้อมูลภาคสนามผู้เขียนเห็นว่าภาพลักษณ์ที่คนภายนอกรับรู้เกี่ยวกับความรุนแรงของแฟนบอลท่าเรื่อนั้นมีหลายส่วนที่เกินจริงไปมาก โดยผู้เขียนยังไม่เคยพบว่ามี การเตรียมการก่อความรุนแรงหรือซ่อนอาวุธเอาไว้ตามข่าวลือมาก่อน

ในแง่หนึ่งอาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์เกี่ยวกับความรุนแรงของแฟนท่าเรื่อนั้นเกิดขึ้นและถูกรับรู้อย่างล้นเกินผ่านบริบทเฉพาะในบางลักษณะ โดยสัมพันธ์อยู่กับบริบทเชิงพื้นที่ที่สโมสรอยู่บริเวณคลองเตยซึ่งมักจะถูกมองจากคนภายนอกในแง่ที่ไม่ดีนัก พร้อม ๆ กับบริบททางช่วงเวลาที่เกิดความรุนแรงของแฟนท่าเรือหลายครั้งเกิดขึ้นมาในช่วงที่ความนิยมในฟุตบอลสโมสรไทยปรากฏขึ้นอย่างรวดเร็ว (โดยเฉพาะเหตุการณ์ระหว่างแฟนท่าเรือกับเมืองทองฯ ในการแข่งขันฟุตบอลถ้วยพระราชทาน ก เมื่อปี 2553) ทำให้สังคมไทยที่กำลังตื่นตระหนกต่อปรากฏการณ์ใหม่ มองแฟนท่าเรือในฐานะตัวแทนของความรุนแรงในฟุตบอลไทย ลักษณะดังกล่าวแทบจะซ้อนทับกันได้กับงานศึกษาของ Garry Robson เรื่อง 'No One Likes Us, We Don't Care': The Myth and Reality of Millwall Fandom ที่ศึกษาแฟนบอลสโมสร Millwall F.C. ซึ่งมักจะถูกรับรู้ในฐานะตัวแทนของปรากฏการณ์แฟนบอลอันธพาล (football hooliganism) ในอังกฤษ และถูกกล่าวถึงในแง่ที่น่ากลัวจนเกินจริง อยู่เสมอ โดย Robson เสนอว่า มายาคติดังกล่าวมาจากที่สโมสร Millwall ตั้งอยู่บริเวณท่าเรือทางตะวันออกเฉียงใต้ของลอนดอนอันเป็นที่อยู่อาศัยของชนชั้นแรงงานซึ่งมักจะถูกมองในแง่ลบ ประกอบกับที่แฟนบอล Millwall มีส่วนกับความรุนแรงหลายครั้งในช่วงทศวรรษ 1960 ที่อังกฤษกำลังตื่นตัวเรื่องความรุนแรงเกี่ยวกับฟุตบอล ทำให้เกิดภาวะตื่นตระหนกทางศีลธรรม (moral panic) ต่อปรากฏการณ์ใหม่ที่พวกเขากำลังมองว่าเป็นปัญหา (Robson, 2000: 19-38)

แฟนท่าเรือ

ด้วยสถานที่ตั้งของสนามทำให้แฟนบอลกลุ่มหลักของท่าเรือเป็นคนทีอาศัยอยู่บริเวณคลองเตย จนแฟนบอลท่าเรือมักจะถูกเรียกจากสื่อว่า “Klongtoey army” แต่ถึงที่สุดแล้วแฟนบอลท่าเรือก็ไม่ได้เป็นคนคลองเตยไปเสียทั้งหมด ประมาณครึ่งหนึ่งของแฟนท่าเรือเป็นคนคลองเตย นอกจากนั้นเป็นคนทีอาศัยอยู่บริเวณอื่นรวมทั้งชาวต่างชาติซึ่งนับได้ว่าท่าเรือเป็นสโมสรไทยที่มีแฟนชาวต่างชาติมากเป็นลำดับต้นๆ

แฟนท่าเรือส่วนมากเป็นเพศชาย มีทั้งที่มาคนเดียว มากับเพื่อน และมากับครอบครัว มีความหลากหลายของช่วงอายุตั้งแต่เด็กไปจนถึงผู้สูงอายุ (ส่วนหนึ่งเพราะสโมสรไม่เก็บค่าเข้าชมจากเด็ก ทำให้มีเด็กเข้ามาชมการแข่งขันจำนวนมาก) แต่โดยส่วนมากจะอยู่ในวัยทำงาน นอกจากนี้แล้วยังมีแฟนท่าเรือที่นับถือศาสนาอิสลามจำนวนมาก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะเขตคลองเตยนั้นมีชุมชนมุสลิมอยู่ด้วย

แฟนท่าเรือส่วนใหญ่ทำงานประจำ มีจำนวนพอสมควรที่ทำงานในกิจการเกี่ยวกับการค้าทางเรือ แม้ส่วนใหญ่จะไม่ได้ทำงานในตำแหน่งระดับสูงแต่ก็ไม่ได้จัดอยู่ในกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ เพราะอย่างน้อยที่สุดคนกลุ่มนี้ก็มีศักยภาพมากพอต่อรายจ่ายในการชมการแข่งขันฟุตบอลและตีมิถินสังสรรค์ โดยการไปที่สนามแต่ละครั้งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 500 บาท (และอาจมากกว่านี้ในกรณีของนัดเยือนที่ต้องเดินทางไกล) รวมถึงเสื้อสโมสรที่ราคาเกือบพันบาท

แฟนท่าเรือจะมาที่สนามก่อนเริ่มแข่งขันเป็นเวลาค่อนข้างนาน โดยปกติแล้วแฟนบอลไทยก็มักจะไปที่สนามก่อนเริ่มแข่งกันประมาณ 1-2 ชั่วโมง แต่แฟนท่าเรือดูจะมาที่สนามเร็วกว่านั้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะตัวสนามตั้งอยู่ในพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมของการท่าเรือฯ ซึ่งจะมีโต๊ะ-เก้าอี้ได้ร่มไม้เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้หลังจบการแข่งขันแล้วพวกเขายังมักจะอยู่สังสรรค์ต่อที่สนามอีกเป็นเวลานาน

ก่อนเริ่มการแข่งขันประมาณ 2-3 ชั่วโมง แฟนท่าเรือจะจับกลุ่มกันสังสรรค์ ตีมิถินอยู่ทางด้านเหนือของสนาม บริเวณนั้นจะมีร้านค้าแผงลอยจำนวนมากวางจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม บางร้านมีการนำโต๊ะ-เก้าอี้พับมาวางให้ลูกค้าได้นั่ง

เมื่อรวมกับชุดโต๊ะหินอ่อนที่มีอยู่ก่อนแล้ว บริเวณนั้นก็มิได้มีลักษณะไม่ต่างจากลานเบียร์ แฟนท่าเรือมักเรียกลานนี้ว่า “สนามเปตอง” เพราะมีสนามเปตองอยู่ หลังจบการแข่งขันพวกเขาก็มักจะออกมาร้องเพลงและสังสรรค์ต่อที่สนามเปตองนี้ อีกระยะหนึ่ง การจับจ่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นไปอย่างคึกคัก เมื่อขึ้นไปบนอัฒจันทร์แล้วแฟนบอลจะร้องเพลงเชียร์และจดจ่ออยู่กับการแข่งขันจนไม่ได้พูดคุยกันมากนัก ดังนั้นแล้วลานเบียร์ที่สนามเปตองจึงเป็นพื้นที่ปฏิสัมพันธ์ต่อกันที่สำคัญของแฟนท่าเรือ แฟนท่าเรือส่วนใหญ่จะทำความรู้จักและกระชับความสัมพันธ์กันที่ลานสนามเปตองนี้

ทุก ๆ การสนทนาของแฟนท่าเรือจะมีแก้วเบียร์อยู่ในมือเสมอ การดื่มเบียร์ร่วมกันเป็นกิจกรรมหลักอีกกิจกรรมหนึ่งของแฟนบอล แทบจะเรียกได้ว่าไม่แพ้การดูฟุตบอลเลย แฟนบอลหลายคนอธิบายการดื่มเบียร์ที่สนามฟุตบอลของตัวเองในเชิงติดตลกว่า “ไม่แน่ใจเหมือนกันว่ามาดูบอลหรือมากินเบียร์”

นอกจากนี้แล้วแฟนท่าเรือยังมีกิจกรรมที่ทำร่วมกันอีกเป็นจำนวนมาก เช่น การเดินทางไปชมการแข่งขันนัดเยือน การนัดหมายทำกิจกรรมร่วมกันในวันระหว่างสัปดาห์ที่ไม่มีการแข่งขัน และการไปท่องเที่ยวค้างแรมร่วมกันในช่วงปิดฤดูกาล เป็นต้น

ที่นี่ที่ไหน ...ท่าเรือ, ที่นี่ที่ไหน ...คลองเตย

แม้สโมสรท่าเรือจะมีสถานะตามกฎหมายเป็นนิติบุคคลที่มีเจ้าของคือบริษัทการท่าเรือ เอฟซี จำกัด (ชื่อปัจจุบัน) ซึ่งไม่จำเป็นต้องยึดโยงกับท้องถิ่นใดเป็นการเฉพาะ แต่ในทางปฏิบัติแล้วการที่สโมสรมีสนามแข่งในเขตคลองเตยและมีประวัติมาจากการเป็นสโมสรของการท่าเรือฯ ซึ่งสัมพันธ์กับอาชีพการงานและชีวิตของชาวคลองเตยอย่างแนบแน่น ทำให้คลองเตยกลายเป็นอัตลักษณ์หนึ่งของสโมสร ทั้งกิจกรรมของตัวสโมสรที่มุ่งสื่อสารกับชาวคลองเตยเป็นหลัก¹¹ และการแสดงออกของแฟนบอล

ส่วนประกอบที่สำคัญอันหนึ่งของบรรยากาศการแข่งขันในสนามฟุตบอลคือเสียงเชียร์ เพลงเชียร์ที่แฟนบอลไทยใช้ส่วนใหญ่ดัดแปลงมาจากเพลงของแฟนบอลต่างประเทศ มีเนื้อสั้น ๆ และร้องซ้ำไปมา เพลงเชียร์เพลงหนึ่งที่ถูกนำมาร้องในเกือบทุกสโมสรคือเพลงที่ร้องว่า “ที่นี่ที่ไหน ... (ชื่อสโมสร)” ซึ่งแฟนท่าเรือก็มักจะนำเพลงนี้มาร้องเป็นประจำเช่นกัน โดยร้องว่า “ที่นี่ที่ไหน ...ท่าเรือ” ซ้ำไปมา แต่บางครั้งจะมีเสียงร้องแทรกขึ้นมาโดยเปลี่ยนท่าเรือไปเป็นคลองเตยกลายเป็น *“ที่นี่ที่ไหน ...ท่าเรือ, ที่นี่ที่ไหน ...คลองเตย”*

เพลงเชียร์ฟุตบอลหรือ football chant เป็นผลผลิตสำคัญของวัฒนธรรมแฟนบอล นอกจากที่เพลงเชียร์จะสะท้อนสิ่งที่แฟนบอลพยายามสื่อออกมาแล้ว การร้องเพลงเชียร์ก็เปรียบเสมือนพิธีกรรมหนึ่งที่ทำให้เกิดภาวะ communitas อันทำให้แฟนบอลมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขึ้นมา พร้อม ๆ กันนั้นก็เป็นการแบ่งแยกแฟนฝ่ายเดียวกันที่เป็น “พวกเรา” กับแฟนฝ่ายตรงข้ามที่เป็น “พวกเขา” ออกจากกันด้วย (Armstrong and Young, 2000: 173-211; Robson, 2000: 161-188) ในแง่นี้การร้องว่าคลองเตยแทรกเข้าไปในเพลงเชียร์จึงเป็นการพยายามสื่อถึงความเป็นคนคลองเตยที่เป็นแฟนบอลกลุ่มหลักของท่าเรือ และพร้อม ๆ กันนั้นมันก็สร้างความเป็นพวกเดียวกันของแฟนบอลภายใต้การจินตนาการถึงคลองเตยขึ้นมาด้วย

คนภายนอกมักจะรับรู้ถึงคลองเตยในแง่ลบ ในทางกลับกัน คนคลองเตยเองก็รับรู้ได้ถึงภาพที่พวกเขาถูกมอง แฟนท่าเรือคนหนึ่งบ่นในเชิงน้อยใจกับผู้เขียนว่า เมื่อไปโรงเรียนที่อยู่บริเวณอื่นเขามักจะถูกเพื่อนมองในแง่ที่ไม่ดีนักด้วยเหตุที่ว่าเขามาจากสลัมคลองเตย ทั้งที่สำหรับเขาคลองเตยก็มีสโมสรฟุตบอลที่เก่าแก่และมีชื่อเสียงอย่างท่าเรือ นั่นทำให้เขาอยากให้สโมสรประสบความสำเร็จ (และแฟนบอลไม่ก่อเหตุรุนแรงอันจะยิ่งทำให้เขาโดนมองทางลบมากขึ้นไปอีก) ในแง่นี้ท่าเรือจึงเปรียบเสมือนความภูมิใจอันหนึ่งของคนคลองเตย โดยเฉพาะเมื่อต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับคนภายนอกที่มักจะมองคลองเตยในแง่ลบ

สโมสรท่าเรือยังเป็นเสมือนสัญลักษณ์ของบ้านสำหรับคนที่ย้ายถิ่นออกไปจากคลองเตย แฟนบอลบางส่วนเป็นคนที่ย้ายจากคลองเตยออกไปอยู่ในพื้นที่อื่น แต่พวกเขาก็มักจะกลับมาเชียร์ท่าเรือเสมือนเป็นการได้กลับบ้าน เช่นนัด¹² แฟนท่าเรือคนหนึ่งที่ต้อง “ลี้ภัย” ออกจากคลองเตยเนื่องจากปัญหาเรื่องเงิน เขาไม่สามารถกลับไปที่บ้านของตัวเองอย่างเปิดเผยได้ เขาจึงมักจะหาโอกาสมาดูการแข่งขันของท่าเรือเสมอและอธิบายว่านี่คือการได้กลับบ้าน

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าคลองเตยนั้นแทบจะแนบสนิทเป็นเนื้อเดียวกันกับกิจกรรมขนส่งทางเรือ บางคนเลือกที่จะเป็นแฟนท่าเรือเพราะมีความผูกพันกับการท่าเรือฯ อย่างเช่นเม่น แฟนท่าเรือคนหนึ่งทีอาศัยอยู่บริเวณบางนาและทำงานอยู่ในการทางพิเศษแห่งประเทศไทย เม่นระบุว่าพ่อของเขาเคยทำงานอยู่กับการท่าเรือฯ และบ่อยครั้งที่เขามาทหาพ่อและวิ่งเล่นอยู่บนพื้นที่ที่ปัจจุบันเป็นสนามแพท สเตเดียม ทำให้เขารู้สึกผูกพันและมาเชียร์สโมสรท่าเรือเป็นประจำ

กรณีของชาวคลองเตยหลายคนทีกล่าวถึงไปนี้แสดงให้เห็นถึงตัวตนแต่เดิมที่ทำให้การเชียร์ท่าเรือสำหรับพวกเขามีความหมายมากไปกว่าแค่การดูฟุตบอลหรืออาจเรียกได้ว่ามันเป็นการบริโภครากเหง้าของตัวตนและความภูมิใจในท้องถิ่นที่เขาผูกตัวเองเอาไว้

สนามเด็กเล่นของผู้ชายวัยทำงาน

แฟนท่าเรือส่วนมากเป็นเพศชายวัยทำงาน มีทั้งที่แต่งงานแล้วและโสด แต่ส่วนใหญ่จะมาที่สนามเพียงคนเดียว มีเพียงไม่กี่คนเท่านั้นที่พาภรรยาหรือลูกมาที่สนามด้วย ส่วนเพศหญิงซึ่งมีไม่มากนักก็มักจะมากับครอบครัวหรือแฟน¹³

จี๊ภ ภรรยาของแฟนบอลคนหนึ่งบอกกับผู้วิจัยว่า ในช่วงที่สามีของเธอเริ่มมาที่สนามของท่าเรื่อนั้นเธอมักจะมาด้วยเสมอ แต่หลังจากนั้นเธอก็ค่อย ๆ ถอยห่างออกไป มาที่สนามน้อยลง ปล่อยให้สามีมาเพียงคนเดียว เนื่องจากเธอรู้สึกว่าที่สนามฟุตบอลนั้นเต็มไปด้วยผู้ชายและบทสนทนาหรือกิจกรรมที่ทำร่วมกันนั้นก็มักจะเป็น “อะไรแบบผู้ชาย” ทำให้เธอไม่มีบทบาทหรือรู้สึกร่วมไปด้วยมากนัก

จึงรู้สึกไม่สะดวกใจในการมาที่สนามและค่อย ๆ ห่างออกไป จึงอธิบายถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มแฟนบอลที่สามีเธอคบหาอยู่ว่า “เป็นเหมือนการรวมกลุ่มเล่นกันแบบเด็กผู้ชาย”

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าการตี๋เป็นกิจกรรมที่แฟนบอลทำร่วมกันอยู่เสมอ ซึ่งการตี๋ร่วมกันของแฟนบอลก็แสดงถึงความเป็นพื้นที่ของผู้ชายได้เป็นอย่างดี ในหลาย ๆ สังคมรวมถึงไทยนั้น เครื่องตี๋แอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์หนึ่งของความเป็นชาย โดยเฉพาะการคบค้าสมาคมในกลุ่มเพศชายที่มักจะมีแอลกอฮอล์เป็นสื่อกลาง (พร้อม ๆ กับกันเพศอื่นออกไป) อยู่เสมอ (นวพรรณ, 2553: 21-24, 108-109) ซึ่งผู้หญิงที่พอจะพบได้บ้างที่สนามท่าเรือนั้นถ้าไม่ได้มากับแฟนหรือครอบครัวก็มักจะเป็นผู้หญิงที่สามารถร่วมตี๋เบียร์กับกลุ่มผู้ชายรวมไปถึงมีการแสดงออกในลักษณะที่ “ห้าว” กว่าผู้หญิงโดยทั่วไป อาจมองได้ว่าโดยมากแล้วผู้หญิงที่จะเข้าไปในพื้นที่ของสนามฟุตบอลนี้ได้ถ้าไม่มีผู้ชายเป็นสื่อกลางก็ต้องเป็นผู้หญิงที่มีความเป็นชายแบบใดแบบหนึ่งอยู่ด้วย

แฟนท่าเรือที่มีพื้นเพเป็นชาวคลองเตยมักจะทำให้เหตุผลว่าที่เขามาเชียร์ท่าเรือเพราะเป็นสโมสรฟุตบอลประจำถิ่น ขณะที่แฟนท่าเรืออีกส่วนหนึ่งซึ่งไม่ได้มีพื้นเพเป็นชาวคลองเตยจะให้เหตุผลหลายอย่างซ้อน ๆ กันไป บางคนระบุว่าเพราะเป็นสโมสรฟุตบอลไทยที่เก่าแก่ มีประวัติยาวนาน บางคนก็บอกว่าเพราะชอบที่สนามเดินทางสะดวก แต่ถึงที่สุดแล้วเกือบทั้งหมดจะมีคำอธิบายร่วมกันอยู่ชุดหนึ่งว่าเพราะชอบบรรยากาศการเชียร์ของแฟนท่าเรือ ซึ่งหากมองความเป็นชายในฐานะที่เป็นสิ่งประกอบสร้างที่ต้องแสดงออกมาแล้ว บรรยากาศที่มาจากการแสดงออกของแฟนบอลนี้เป็นส่วนที่เผยให้เห็นถึงลักษณะของความเป็นชายได้เป็นอย่างดี

การแสดงออกของแฟนท่าเรือด้านหนึ่งอันเป็นที่รับรู้กันในกลุ่มแฟนบอลไทยคือความ “ดุเดือด” โดยแฟนบอลท่าเรือมักจะไม่ร้องเพลงเชียร์ตลอดเวลาอย่างที่แฟนบอลทีมอื่นนิยมทำกัน แต่จะมีการตะโกนแนะนำนักฟุตบอล ให้ฮา ด่า หรือแสดงความไม่พอใจต่อผลการตัดสินที่ขัดใจอย่างตรงไปตรงมาตลอดการแข่งขัน แฟนบอลที่อัฒจันทร์ฝั่งหลังประตูจะส่งเสียงรบกวนผู้รักษาประตูของฝ่ายตรงข้าม

ตลอดเวลาแม้จะไม่มีการเล่นลูกฟุตบอลบริเวณนั้น ส่วนอัฒจันทร์ที่ขนานไปตลอดแนวริมเส้นข้างสนามก็จะมีแฟนบอลคอยส่งเสียงรบกวนเมื่อนักฟุตบอลฝ่ายตรงข้ามเข้ามาใกล้เสมอ “คำหยาบ” ดูจะไม่ใช่ว่าเรื่องต้องห้ามสำหรับแฟนท่าเรือ พวกเขา มักจะอธิบายตัวเองว่าเป็นแฟนบอลที่ “อิน” หรือมีอารมณ์ร่วมไปกับการแข่งขัน¹⁴ แฟนบอลสโมสรอื่นมักจะตะโกน “ซีโกง ซีโกง” แต่แฟนท่าเรือจะพร้อมใจกันตะโกนว่า “ไอ้เหี้ย ไอ้เหี้ย” ด้วยเสียงที่ตั้งและถี่กว่าแฟนทีมอื่น ๆ มาก (ซึ่งเป็นการผิดกฎของฝ่ายจัดการแข่งขันและทำให้สโมสรโดนลงโทษ)

ความรุนแรงในสนามก็เป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกในแง่เดียวกัน แม้ภาพลักษณ์ทางลบของแฟนบอลท่าเรือที่ถูกรับรู้จากสังคมภายนอกจะมีลักษณะเป็นมายาคติที่ดูรุนแรงเกินจริง แต่ถึงที่สุดแล้วแฟนท่าเรือก็ยังนับได้ว่ามีส่วนในความรุนแรงที่เกิดขึ้นมากเป็นพิเศษเมื่อเทียบกับสโมสรอื่น ๆ ความรุนแรงที่เกิดขึ้นนี้มีทั้งการขว้างปาสิ่งของลงไปบนสนาม การทำลายทรัพย์สิน การขว้างปาสิ่งของใส่แฟนบอลฝ่ายตรงข้าม ไปจนถึงการชกต่อยทะเลาะวิวาท โดยแฟนท่าเรือมักจะอธิบายในแง่ที่ว่า เป็นเพราะถูกกระทำอย่างไม่ยุติธรรมจากผู้ตัดสิน (ในกรณีที่ทำร้ายผู้ตัดสิน) เพราะถูกแฟนบอลฝ่ายตรงข้ามทำร้ายก่อน หรือทำไปเพื่อปกป้องเพื่อน

ลักษณะของแฟนท่าเรือในอีกแบบหนึ่งคือการติดตามเชียร์อย่างเหนียวแน่น โดยเฉพาะเมื่อผลการแข่งขันไม่น่าพอใจ โดยทั่วไปแล้วผู้เข้าชมของสโมสรต่าง ๆ จะลดลงมากเมื่อทีมแพ้อยู่ แต่ผู้เข้าชมในสนามของท่าเรือแทบจะไม่ลดลงเลย อาจด้วยความบังเอิญหรือความไม่แน่นอนของโครงสร้างการบริหารทำให้ผลงานของท่าเรือขึ้น ๆ ลง ๆ อยู่เสมอ แต่ก็ดูราวกับว่าสถานการณ์ที่ยากลำบากนั้น จะกลายเป็นสิ่งที่แฟนบอลท่าเรือพอใจกับมันอยู่พอสมควร “ท่าเรือมันต้องดีดึ้นรบบแบบนี้แหละ” หรือ “ลำบากแค่นี้ก็ต่อสู้อย่างสิงห์ (ฉายาของสโมสร-ผู้เขียน)” มักจะเป็นประโยคที่แฟนบอลท่าเรืออธิบายสถานการณ์ดังกล่าว ดังที่กล่าวถึงไปแล้วว่าแฟนท่าเรือมักจะไม่วิ่งเพลงเชียร์มากนัก แต่จะมีสองเพลงที่พวกเขาร้องเป็นประจำและประสานเสียงกันดังเป็นพิเศษ คือเพลงประจำสโมสร (ที่ร้องตอนก่อนเริ่มและหลังจบการแข่งขัน) กับท่อนหนึ่งจากเพลงชื่อ “ศรัทธา”¹⁵ ที่ว่า

“ใจสู้หรือเปล่า ไหวไหมบอกมา โอกาสของผู้กล้า ศรัทธาไม่มีข้อ” ซึ่งเมื่อทีมโดนนำหรือแพ้ แฟนบอลทั้งสนามจะพร้อมใจกันร้องเพลงนี้ออกมาเสียงดังเสมอ (นอกจากนี้มันยังเป็นเพลงที่แฟนท่าเรือมักจะร้องด้วยกันเสมอในยามสังสรรค์จนเมามายหลังจบการแข่งขัน)

การเป็นพื้นที่แห่งการแสดงออกและผลิตซ้ำซึ่งความเป็นชายดังกล่าวนี้ทำให้สนามฟุตบอลเป็นเสมือนพื้นที่พิเศษอันหนึ่งที่แฟนบอลสามารถแสดงออกซึ่งความเป็นชายได้มากกว่าพื้นที่หรือเวลาอื่น ๆ แฟนบอลท่าเรือบางคนอธิบายกับผู้เขียนถึงการแสดงออกที่เปลี่ยนไปของเขาที่สนามฟุตบอลว่า “ถ้าแฟนผมมาเห็นผมที่สนามเขาคงแปลกใจ ปกติผมไม่ได้เป็นแบบนี้ละ” หรือกระทั่งบางคนก็อธิบายได้อย่างเห็นภาพว่า “ไปสนามแล้วเหมือนองคค์ง”

อย่างไรก็ดี ความเป็นชายของแฟนบอลก็ไม่ได้เป็นไปในแง่ของผู้ชายที่เข้มแข็งสมชาติรีเพียงด้านเดียว เพราะแฟนบอลจำนวนมากก็พร้อมที่จะแสดงความไม่มั่นคงทางอารมณ์ขณะลู่ไปกับการแข่งขัน ในด้านหนึ่งวินาทีที่ทำเรือทำประตูได้หรือประสบกับชัยชนะ พวกเขาก็ร้องตะโกนกระโดดโลดเต้นดีใจไม่ต่างกับเด็ก ๆ ในทางกลับกันเมื่อประสบกับความผิดหวังพวกเขาก็พร้อมที่จะแสดงออกอย่างไม่มียึดบัง เหตุการณ์หนึ่งที่ทำให้ผู้เขียนประหลาดใจเกิดขึ้นในช่วงท้ายฤดูกาล 2555 เมื่อท่าเรือต้องแข่งนัดตัดสินการตกชั้นกับสโมสรเมืองทองฯ ก่อนหน้านี้ทั้งสองฝ่ายเคยมีเหตุปะทะกันมาแล้วหลายครั้ง และยิ่งเมื่อเป็นการแข่งขันนัดสำคัญก็ยิ่งมีความกังวลว่าจะเกิดความรุนแรงซ้ำขึ้นอีก ทำให้ในวันนั้นมีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวดด้วยกำลังตำรวจมากถึง 400 นาย (ไทยรัฐ, 2555) ผลการแข่งขันปรากฏว่าท่าเรือแพ้เมืองทองฯ ไป 1 – 2 ผลการแข่งขันนี้ทำให้ท่าเรือต้องตกชั้นลงไปเล่นในลีกดิวิชั่น 1 สถานการณ์ที่หลายฝ่ายกังวลจะทำให้มีความรุนแรงได้เกิดขึ้นจริงแล้ว แต่ผลปรากฏว่าไม่มีความรุนแรงเกิดขึ้นในวันนั้นเลย แฟนท่าเรือผู้ชายจำนวนมากที่เคยดูเข้มแข็งสมชาติรีกลับทรุดนั่งลงกุมหน้าร้องไห้และก็ไม่มีใครหัวเราะเยาะต่อพฤติกรรมดังกล่าว ต่างเข้ามาโอบกอดปลอบใจกัน นอกจากนี้เป็นพื้นที่ให้ผู้ชายได้แสดงออกซึ่งความเข้มแข็งแล้ว ในอีกด้านหนึ่งสนามฟุตบอลก็เป็นพื้นที่ให้ผู้ชายได้ปลดปล่อยความแปรปรวนของอารมณ์ โดยเฉพาะในด้านที่ดูอ่อนแอด้วยเช่นกัน

กล่าวได้ว่า “สนาม” ของการเป็นแฟนบอลท่าเรือ นั้นเป็นพื้นที่ของเพศชาย (ซึ่งก็ไม่น่าจะต่างจากแฟนบอลสโมสรอื่น ๆ มากนัก) ลักษณะเด่นอันหนึ่งของแฟนบอลท่าเรืออยู่ที่คุณลักษณะของความเป็นชายที่พวกเขาให้ความสำคัญ อย่างเช่น การเป็นคนตรงไปตรงมา, กล้าได้กล้าเสีย, ไม่ปฏิเสธความรุนแรง, และดื้อรั้น-ไม่ย่อท้อต่อความยากลำบาก แต่พร้อม ๆ กันนั้นมันก็เป็นพื้นที่ที่อนุญาตให้ผู้ชายสามารถแสดงออกซึ่งอารมณ์ที่แปรปรวนและความอ่อนแออันเป็นด้านตรงกันข้ามด้วยเช่นกัน หรืออาจกล่าวในสำนวนทำนองเดียวกับจิบได้ว่าเป็น “สนามเด็กเล่นของผู้ชายวัยทำงาน”

ความเป็นชุมชนของแฟนบอลท่าเรือ

นอกจากการบริโภคความเป็นท้องถิ่นและการแสดงออกซึ่งความเป็นชายแล้ว ผลผลิตสำคัญประการหนึ่งของวัฒนธรรมแฟนบอลไทยคือการเกิดขึ้นมาของชุมชนแฟน (fan communities) หรือความสัมพันธ์ระหว่างแฟนบอลที่เกิดมาจากกิจกรรมจำนวนมากที่แฟนบอลทำร่วมกันทั้งในและนอกสนาม ทั้งวันที่มีการแข่งขันและไม่มีการแข่งขัน

ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มของแฟนบอลเป็นสิ่งที่พวกเขาให้ความสำคัญมาก บางครั้งอาจมากเสียยิ่งกว่าการได้ไปชมการแข่งขันที่สนาม ช่วงหนึ่งของการเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้เขียนรู้จักกับแฟนท่าเรือกลุ่มหนึ่ง ในช่วงแรกความสัมพันธ์ในกลุ่มเป็นไปอย่างดี พวกเขาดูสนิทสนมและมีกิจกรรมร่วมกันอยู่บ่อย ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวกับฟุตบอล กระทั่งวันหนึ่ง สมาชิกในกลุ่มสองคนมีเรื่องผัดใจกัน หนึ่งในนั้นโทรศัพท์มาหาผู้เขียน เขาบอกว่า เขาโทร. มาเพื่อบอกลา เขาจะไม่ไปที่สนามอีกแล้ว เพราะเขารู้สึกลำบากใจที่จะไปเจอหน้าอีกฝ่ายที่เขาผัดใจด้วย ผู้เขียนถามว่า “ทำไมละ โกรธกันก็มาที่สนามได้นี่ พี่ก็มาดูบอลไปไม่เห็นเกี่ยวกันเลย” เขาตอบกลับมาว่า “คุณจะให้ผมไปนั่งดูบอลคนเดียวหรือไง” เหตุการณ์นี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างแฟนบอลได้เป็นอย่างดี

โดยปกติแล้วการแข่งขันฟุตบอลจะกินเวลาดังแต่เริ่มเชยลูกจนหมดเวลาประมาณ 2 ชั่วโมง แต่สำหรับแฟนบอลแล้วพวกเขาใช้เวลาพบบะกันยาวนานกว่านั้นมาก ตั้งแต่ที่มาก่อนเริ่มประมาณ 2-3 ชั่วโมง ไปจนถึงสังสรรค์ต่อหลังจากนั้นอีกหลายชั่วโมง หากนับเวลาแล้วการชมการแข่งขันในสนามเป็นเพียงส่วนน้อยในกิจกรรมของแฟนบอลเท่านั้น รวมถึงเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปในนัดเยือนที่อาจกินเวลาหลายวันในกรณีที่เป็นไปต่างจังหวัดและค้างคืน หรือกระทั่งการพบบะกันในวันที่ไม่มีการแข่งขันที่เกิดขึ้นเป็นประจำ

ในวันที่มีการแข่งขันทุกครั้ง ผู้เขียนพบว่าจนกระทั่งการแข่งขันในสนามเริ่มไปแล้วแต่ที่ลานสนามเบตองด้านนอกสนามยังเต็มไปด้วยแฟนบอลจำนวนมาก และบางครั้งก็พบว่ายังมีแฟนบอลบางส่วนที่ติดลมกับการตั้งวงดื่มกินจนไม่ได้เข้าไปในสนามเลยจนการแข่งขันจบ

จากการทำผิดกฎเรื่องความรุนแรงหลายครั้งทำให้ท่าเรือถูกลงโทษด้วยการห้ามแฟนบอลเข้าไปชมในสนาม แต่ก็พบว่าในวันที่มีการแข่งขันพวกเขาก็มักจะมารวมตัวที่ด้านนอกสนามกันเป็นจำนวนมาก ทั้งที่สามารถชมการแข่งขันทางโทรทัศน์ที่บ้านของตัวเองได้ (และด้านนอกสนามก็ไม่มีโทรทัศน์ใหญ่) บ้างก็มาจับกลุ่มตีกลองร้องเพลงเชียร์กันอยู่ที่ข้างสนาม บ้างก็มาจับกลุ่มสังสรรค์ดื่มกินที่โต๊ะประจำ

ปรากฏการณ์ใหม่ออย่างหนึ่งของแฟนบอลไทยในหลายปีมานี้คือการรวมตัวกันเป็นกลุ่มแฟนบอลที่มีสัญลักษณ์-มีชื่อของตนเองอย่างชัดเจน ซึ่งแฟนท่าเรือเองก็เช่นกัน เช่น กลุ่ม Klongtoey army, สิงห์ไซนซีพันธุ์ดู, สิงห์พระนคร, หรือ ULTRAS HELLGATE แฟนบอลแต่ละกลุ่มจะมีที่นั่งประจำในสนาม ที่นัดหมายประจำนอกสนาม มีแฟนเพจ (page) สำหรับติดต่อกันทางเฟซบุ๊ก ซึ่งการรวมตัวกันเป็นกลุ่มแฟนนี้เป็นเสมือนศูนย์รวม “ทุน” ให้แฟนบอลสามารถขยายกิจกรรมไปได้หลากหลายขึ้นด้วย

ความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันของแฟนร่วมสโมสรและกิจกรรมนอกสนามจำนวนมากที่แฟนบอลทำร่วมกันนี้ทำให้เกิดความสัมพันธ์ในลักษณะที่แฟนบอลมักจะนิยามว่า “เป็นครอบครัวเดียวกัน” หรือกล่าวในอีกแบบได้ว่ามันทำให้เกิด

ชุมชนที่วางอยู่บนฐานของความเป็นแฟนบอลขึ้นมา ซึ่งความสัมพันธ์ภายในชุมชนแฟนนี้ก็นับได้ว่าเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่แฟนบริโภคนอกเหนือไปจากการดูฟุตบอลในสนามด้วย

การสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ของแฟนบอล

ความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระแสฟุตบอลไทยช่วง 6-7 ปีหลังมานี้คือการที่แฟนบอลมีส่วนร่วมในการสร้างอัตลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลทั้งผ่านการแสดงออกในสนาม การผลิตเสื้อผ้าข้าวของเครื่องใช้ด้วยตนเอง ไปจนถึงการผลิตสื่อเพื่อร่วมสื่อสารและสร้างอัตลักษณ์ของสโมสรและแฟนบอลขึ้นมา ซึ่งนอกจากการแสดงอัตลักษณ์ของตนเองแล้วแฟนบอลแต่ละสโมสร/กลุ่มก็มีประเด็นที่ให้ความสำคัญต่างๆ กันไป โดยแฟนบอลท่าเรือมักจะให้ความสำคัญกับการพยายามลบภาพประทับของความรุนแรง

ในด้านหนึ่งการเป็นแฟนท่าเรื่อนั้นเป็นการแสดงออกซึ่งความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของชาวคลองเตย (พร้อม ๆ ไปกับแฟนท่าเรือนอกคลองเตยที่ร่วมใช้อัตลักษณ์นั้น) แต่ในอีกด้านหนึ่งภาพประทับของแฟนท่าเรือประการหนึ่งคือภาพของความรุนแรง ซึ่งมันก็ผูกอยู่กับภาพประทับที่คนภายนอกมีต่อชุมชนคลองเตยด้วย ดังที่แฟนท่าเรือคนหนึ่งเคยบันทึกกับผู้เขียนในเชิงน้อยใจว่า เมื่อไปโรงเรียน (ที่ไม่ได้อยู่ในคลองเตย) เขามักจะถูกมองจากเพื่อนในแง่ที่ไม่ดีนักเพราะเขามาจากสลัมคลองเตย และยิ่งเมื่อมีข่าวเกี่ยวกับความรุนแรงของแฟนบอลท่าเรือ ก็จะทำให้เขาถูกมองในแง่ลบจากคนรอบข้างมากขึ้น

จากภาพประทับดังกล่าวทำให้แฟนท่าเรือจำนวนมากพยายามที่จะมีส่วนร่วมในการช่วยสโมสรป้องกันความรุนแรง การขว้างปาสิ่งของลงสนาม รวมทั้งรณรงค์เรื่องการงดสูบบุหรี่บนอัฒจันทร์ (ก่อนหน้านี้บนอัฒจันทร์ของท่าเรือจะมีควันโขมงอยู่ตลอดเวลา) ทั้งการแจกใบปลิว รณรงค์เดินขบวนรอบสนาม ทำป้ายติดในสนาม และประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์

ผลจากความพยายามดังกล่าวทำให้ในฤดูกาล 2558 ที่กำลังจะจบฤดูกาลนี้ สโมสรท่าเรือถูกปรับจากการทำผิดกฎน้อยเป็นลำดับต้น ๆ ของลีกแค่ไม่ถึงหนึ่งแสนบาทเท่านั้น ลดลงจากปีก่อน ๆ ที่มักจะเป็นสโมสรที่ถูกปรับเงินมากที่สุดในลีกปีละหลายแสนไปจนถึงล้านบาท ส่วนการสูญบุหรีก็แทบจะไม่มีให้เห็นบนอัฒจันทร์แล้ว เกิดเป็นเสมือนข้อตกลงร่วมกันอย่างไม่เป็นทางการอันหนึ่งซึ่งแฟนบอลจะย้ายไปสูญบุหรีที่บริเวณริมอัฒจันทร์ที่ไม่รบกวนแฟนบอลคนอื่น ๆ แทน

นอกจากนี้แล้วแฟนบอลท่าเรือก็ยังมีส่วนในการสื่อสารเรื่องราวของตนเอง ออกไปยังคนภายนอกผ่านการทำสื่อเผยแพร่ตามโลกออนไลน์ อย่างเช่นกลุ่มสิงห์พระนครที่นอกจากจะทำเฟซบุ๊กเพจแล้วพวกเขายังมีการรวมตัวกันทำรายการโทรทัศน์ออนไลน์ชื่อ Singhphanakon on TV เผยแพร่ทางเว็บไซต์ยูทูบเป็นประจำ¹⁶ โดยปัจจุบันทำออกมาแล้วมากกว่า 70 ตอน เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสโมสรและแฟนบอลท่าเรือ ทั้งบรรยากาศการเชียร์ฟุตบอลที่สนามไปจนถึงกิจกรรมอื่น ๆ ที่แฟนบอลทำร่วมกัน โดย “อาร์ท” หนึ่งในทีมงานบอกว่า กลุ่มสิงห์พระนครนี้เป็นการรวมตัวกันของแฟนท่าเรือที่เป็นชาวคลองเตยกับที่อื่น ๆ ที่นอกจากจะดูฟุตบอลร่วมกันแล้วก็ยังคงต้องการเผยแพร่เรื่องราวของแฟนบอลท่าเรือให้คนอื่นได้รู้จักพวกเขามากขึ้นด้วย

การผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่อัตลักษณ์ของแฟนท่าเรือที่น่าสนใจอันหนึ่งคือเฟซบุ๊กเพจที่ชื่อ “ที่นี่ท่าเรือ Humans Of ThaiPort”¹⁷ โดยเนื้อหาของเพจจะเป็นการนำเสนอภาพเดี่ยวของแฟนท่าเรือแต่ละคนพร้อมกับบทสัมภาษณ์สั้น ๆ “โน้ต” ผู้ทำเพจนี้บอกกับผู้เขียนว่า เขาได้รับแรงบันดาลใจมาจากเพจอันหนึ่งที่ชื่อว่า Humans of New York¹⁸ โดยเขามองว่าแฟนท่าเรือมีบุคลิกที่หลากหลายน่าสนใจ ทั้งที่แสดงออกผ่านการแต่งกายหรือคำพูด เขาจึงชวนเพื่อนที่เป็นแฟนท่าเรือด้วยกันทำเพจนี้ขึ้นมา



ตัวอย่างภาพจากเพจ “ที่นี่ท่าเรือ Humans Of ThaiPort”

ไนต์บอกว่าเขาและเพื่อน ๆ ไม่ได้เป็นคนคลองเตย แต่เมื่อมาเชียร์ท่าเรือแล้วก็รู้สึกร่วมไปกับคนคลองเตยด้วย พวกเขาอาจจะทำสติ๊กเกอร์คำว่า Klongtoey มาแจกให้กับแฟนบอลท่าเรือ พร้อมทั้งทำเสื้อที่มีคำว่า Klongtoey ออกขายโดยหักรายได้ไปซื้อลูกฟุตบอลมอบให้กับศูนย์เด็กเล็กในชุมชน พร้อมทั้งระบุว่ามีการจะทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับชุมชนคลองเตยในอนาคตอีก ไนต์บอกว่า “ผมไม่ใช่คนคลองเตย แต่ผมมาเชียร์ท่าเรือที่เป็นของคนคลองเตย ถ้าผมจะทำอะไรก็อยากจะทำให้คนคลองเตย”

แฟนท่าเรือสามารถใช้การเป็นแฟนบอลเป็นพื้นที่สร้างตัวตนอย่างที่เขาจินตนาการถึง และยังเมื่อสโมสรฟุตบอลผูกอยู่กับท้องถิ่น มันก็มีศักยภาพในการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ๆ ให้กับท้องถิ่นได้ด้วย ทั้งการแสดงออกในสนามหรือสื่อที่เทคโนโลยีปัจจุบันเอื้อต่อการร่วมสร้างเนื้อหาจากคนทั่วไปได้ง่ายขึ้น ไม่เพียงเท่านั้น ในอีกส่วนหนึ่งการเป็นแฟนบอลยังเป็นพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างคนในท้องถิ่นกับ “คนนอก” เข้าด้วยกัน

เขตปกครองพิเศษคลองเตย: สนามแห่งการผลิตซ้ำและสร้างตัวตน



ป้าย “เขตปกครองพิเศษคลองเตย” บนอัฒจันทร์ของแฟนท่าเรือ¹⁹

“เขตปกครองพิเศษคลองเตย” เป็นข้อความบนป้ายขนาดใหญ่ผืนหนึ่งที่ติดอยู่บนอัฒจันทร์ของแฟนบอลท่าเรือ ผู้เขียนเห็นว่าข้อความดังกล่าวแสดงลักษณะของแฟนบอลท่าเรือได้เป็นอย่างดี ในด้านหนึ่งมันราวกับจะเป็นการบ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะของชุมชนคลองเตยที่ต่างออกไปจากเขตอื่นในกรุงเทพฯ ขณะเดียวกันในอีกด้านหนึ่งมันก็แสดงถึงความเป็นชุมชนในจินตนาการที่ไม่ได้มีอยู่จริงภายใต้โครงสร้างการปกครอง แต่เป็นชุมชนที่มีอยู่จริงในจินตนาการของแฟนบอลท่าเรือ โดยผู้เขียนเสนอว่า ความเป็นเขตปกครองพิเศษคลองเตยหรือวัฒนธรรมแฟนบอลท่าเรือประกอบไปด้วย 3-4 ส่วนหลัก ๆ คือ

ส่วนแรก การบริโภคฟุตบอลในฐานะตัวแทนของท้องถิ่น ความชื่นชอบในสโมสรท่าเรือของแฟนบอลส่วนหนึ่งมาจากความรู้ผู้พันกับท้องถิ่นที่พวกเขาอาศัย ในลักษณะเดียวกันกับการเติบโตขึ้นมาของฟุตบอลไทยตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา ที่มีสโมสรประจำจังหวัดต่าง ๆ เกิดขึ้นมารองรับอุปสงค์ทางสังคมของผู้คนในกระแสท้องถิ่นนิยม โดยในกรณีของท่าเรือจะยิ่งเห็นความต้องการนี้ได้ชัดเจนภายใต้บริบทที่คลองเตยมีความสัมพันธ์อย่างยาวนานกับการท่าเรือฯ ซึ่งเป็น (อดีต) เจ้าของสโมสร²⁰ ประกอบกับความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันของชาวชุมชนแออัดในเมืองหลวงที่มีความแปลกแยกระหว่างตนเองกับผู้ครอบงำ

ส่วนที่สอง การบริโภคฟุตบอลในฐานะพื้นที่ของผู้ชายและการผลิตซ้ำความเป็นชาย ผู้ชายจำนวนมากและการแสดงออกซึ่งความเป็นชายอย่างชัดเจนในสนามฟุตบอลของท่าเรือแสดงให้เห็นถึงอุปสงค์ทางสังคมของเพศชายที่ต้องการพื้นที่ของตนเองมากขึ้น โดยเฉพาะความเป็นชายในลักษณะก้าวร้าวรุนแรงและอารมณ์แปรปรวนซึ่งไม่เป็นที่ยอมรับในพื้นที่อื่นของสังคมสมัยใหม่

ส่วนที่สาม การบริโภคฟุตบอลในฐานะชุมชนรูปแบบใหม่ กิจกรรมที่แฟนบอลท่าเรือทำร่วมกันเป็นจำนวนมากทั้งในและนอกสนามแสดงให้เห็นถึงความต้องการความสัมพันธ์ทางสังคมของพวกเขา ในด้านหนึ่งมันสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของแฟนบอลที่ส่วนใหญ่เป็นผู้อาศัยอยู่ในสังคมเมืองและทำงานประจำ ซึ่งการใช้ชีวิตในสังคมเมืองและงานประจำที่การทำงานแยกขาดออกจากชีวิตประจำวันก็ทำให้พวกเขาก้าวเข้าสู่วิถีชีวิตแบบสมัยใหม่ที่มีความสัมพันธ์เชิงจารีตถูกลดบทบาทลงไป ชุมชนแฟนกีฬาจึงทำหน้าที่เป็นเสมือน “เผ่าใหม่” (neo-tribe) ที่แฟนกีฬาเข้าไปมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์ต่อกันเพื่อชดเชยสิ่งที่ขาดหาย (Crawford, 2004: 64) ดังที่พวกเขานิยามความสัมพันธ์ในกลุ่มแฟนว่าเป็นครอบครัว พร้อม ๆ กันนั้นในอีกด้านหนึ่งมันก็ชี้ให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตผู้คนในชุมชนแออัดซึ่งปัจจุบันกำลังค่อย ๆ เปลี่ยนจากการทำงานในระบบเศรษฐกิจไม่เป็นทางการอย่างเช่นการค้าขายหรือช่าง มาเป็นการประกอบอาชีพในระบบเศรษฐกิจอย่างเป็นทางการอย่างเช่นการเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้าน/ร้านค้ามากขึ้นเรื่อย ๆ²¹ ในแง่นี้วิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนแออัดจึงไม่ได้วางอยู่บนฐานของความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ภายในชุมชนมากอย่างในอดีต แต่เป็นชีวิตการทำงานที่สัมพันธ์กับพื้นที่รอบข้างและทำให้พวกเขามีวิถีชีวิตแบบผู้คนในสังคมเมืองมากขึ้น ซึ่งแสดงออกมาผ่านความต้องการชุมชนแบบใหม่ในรูปแบบที่ไม่ต่างกับคนเมืองกลุ่มอื่นๆ มากนัก²²

ส่วนสุดท้าย การบริโภคฟุตบอลในฐานะการสร้างและสื่อสารอัตลักษณ์ นอกจากผลิตซ้ำแล้ว สนามฟุตบอลยังเป็นเสมือนพื้นที่สำหรับสร้างตัวตนในจินตนาการแบบใหม่ผ่านปฏิบัติการต่างๆ ของแฟนบอลด้วย และเมื่ออัตลักษณ์ของสโมสรผูกอยู่กับอัตลักษณ์ท้องถิ่น การเป็นแฟนบอลจึงสามารถเป็นพื้นที่ในการต่อสู้เรื่องอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้ด้วย ไม่ว่าจะด้วยการแสดงออกในสนามหรือการผลิตสื่อที่เทคโนโลยีปัจจุบันให้อำนาจกับผู้คนมากขึ้น

กล่าวโดยสรุปแล้ว ความนิยมในฟุตบอลไทยช่วง 6-7 ปีหลังมานี้ไม่ได้แค่เป็นผลมาจากความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจฟุตบอลระดับโลกหรือประสิทธิภาพของผู้จัดการแข่งขันในประเทศเท่านั้น แต่ในอีกส่วนหนึ่งเป็นเพราะมันสอดคล้องกับความต้องการบางลักษณะของสังคมไทยที่เปลี่ยนไปจากเดิมคือ ผู้คนมีสำนึกท้องถิ่นมากขึ้น, ผู้ชายกำลังต้องการพื้นที่ทางสังคม, ผู้คนโหยหาชุมชนแบบใหม่, และเกิดพลเมืองที่ตระหนักถึงศักยภาพของตัวเองมากขึ้น ดังนั้นแล้วการบริโภคฟุตบอลของแฟนบอลจึงไม่ใช่แค่การชมการแข่งขันเท่านั้น แต่เป็นการบริโภคที่มีบริบทหรือตัวตนและความต้องการของพวกเขาอยู่ในนั้น

ฟุตบอลไทยกับความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย

หากพิจารณาความเปลี่ยนแปลงของฟุตบอลไทยควบคู่ไปกับความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในภาพรวม ในส่วนท้ายสุดนี้ผู้เขียนจะทดลองตั้งข้อสังเกตไว้ 3 ส่วน ส่วนแรกคือประเด็นเรื่องผู้ชายและความเป็นชาย ส่วนที่สองคือประเด็นความโหยหาความสัมพันธ์ของคนในสังคมไทย ส่วนที่สามคือการเกิดขึ้นมาของพลเมืองที่ตระหนักถึงศักยภาพในการสร้างความเปลี่ยนแปลงของตนเอง

ส่วนแรกคือประเด็นเรื่องผู้ชายและความเป็นชาย ข้อค้นพบเกี่ยวกับพื้นที่ของผู้ชายในบทความนี้จะเป็นการสนับสนุนข้อเสนอของอรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ที่ว่า ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ-สังคมของไทยในช่วงหลังมานี้มีแนวโน้มที่เพศหญิงจะมีสถานะทางการศึกษาและหน้าที่การงานดีขึ้นจนเบียดขับให้ผู้ชายตกต่ำลง (อรรถจักร์, 2556) เมื่อพื้นที่ของผู้ชายหดแคบลงพวกเขาจึงต้องการพื้นที่อื่นมาชดเชย และผู้ชายที่ไม่ได้มีสถานะทางการศึกษาหรือหน้าที่การงานสูงมากนัก (แต่ก็ไม่ต่ำ) จำนวนหนึ่งก็ได้เลือกใช้พื้นที่ของการพักผ่อนหย่อนใจ (อันตรงกันข้ามกับการทำงาน) เป็นพื้นที่ของพวกเขา

ในส่วนของความเป็นชาย จากงานของ Pattana Kitiarsa (2005: 57-90) ที่ศึกษาชีวิตนักมวยไทยและเสนอว่าความเป็นชายในอุดมคติของชายไทยคือ การปฏิบัติหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่งให้ลุล่วง โดยในบริบทของนักมวยไทยที่มาจาก

พื้นเพทางชนบทที่ยากจนนั้น สิ่งพิสูจน์ความเป็นชายของพวกเขาคือการต่อสู้ฝ่าฟันทำงานหนักเพื่อหาเลี้ยงครอบครัว แม้งานของ Pattana กับบทความนี้จะเกี่ยวกับกีฬาเหมือนกัน แต่ความแตกต่างสำคัญคือเป็นกีฬาในบริบทของการทำงานกับกีฬาในบริบทของการพักผ่อนหย่อนใจ ขณะทำงานของ Pattana ที่ให้เห็นถึงความมุ่งมั่นทำงานหนัก บทความนี้ก็ชี้ให้เห็นถึงความเป็นชายในอีกบริบทหนึ่งว่าพวกเขาก็มุ่งมั่นพักผ่อน/ปลดปล่อย/เสเพลอย่างหนักไม่แพ้กัน²³ (อย่างไรก็ดี พื้นเพทางเศรษฐกิจและส่วนอื่น ๆ ของนักมวยไทยในงานของ Pattana กับแฟนบอลในบทความนี้ก็ต่างกันอยู่หลายส่วน ซึ่งควรพิจารณาประกอบด้วย)

ส่วนที่สองคือการโยยหาความสัมพันธ์ของคนในสังคมไทย ในภาวะที่คนไทยจำนวนมากกำลังก้าวเข้าสู่ชีวิตและการงานแบบสมัยใหม่จนหลุดออกมาจากชุมชนในแบบเดิม พวกเขาจึงต้องการความสัมพันธ์ทางสังคมผ่านชุมชนในรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งในช่วงหลายปีหลังมานี้จะเห็นได้ว่ามีชุมชนแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้นมาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะการสร้างชุมชนผ่านการบริโภคของ “แฟน” หรือกลุ่มสนใจร่วมต่าง ๆ อย่างเช่นการเกิดขึ้นมาของชุมชนแฟนบอลไทยในบทความนี้

ส่วนที่สามคือการเกิดขึ้นมาของพลเมืองที่ตระหนักถึงศักยภาพของตนเอง ในการสร้างความเปลี่ยนแปลง ขณะทำงานทบทวนภูมิทัศน์การเมืองไทย (อภิชาติ ยุกติ และนิติ, 2556) เสนอว่า คนเสื้อแดงเป็นผลมาจากการเกิดขึ้นมาของชนชั้นกลางระดับล่างที่ต้องการมีส่วนร่วมทางการเมือง ผู้เขียนตั้งข้อสังเกตว่าการเกิดขึ้นมาของแฟนบอลไทยจำนวนมากโดยเฉพาะกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในแฟนบอลก็อาจเป็นผลจากความเปลี่ยนแปลงในลักษณะเดียวกัน เพียงแต่ประเด็นสนใจของคนกลุ่มนี้ไม่ใช่เรื่องการเมือง (ในความหมายแคบ) เพราะพวกเขาต้องการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ในด้านอื่น และสนามฟุตบอลไทยได้เปิดพื้นที่นี้ขึ้นมา

เชิงอรรถท้ายบท

- 1 บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก: การพัฒนาความเป็นชาย วิัยรุ่น และวัฒนธรรมบริโภคนิยม” โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสันต์ ปัญญาแก้ว (หัวหน้าโครงการ) อาจินต์ ทองอยู่คง และพงศกร สงวนศักดิ์ ศูนย์วิจัยและบริการวิชาการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ดำเนินการระหว่าง เมษายน 2558-มีนาคม 2559) ได้รับทุนสนับสนุนจาก ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2 เช่นช่วงเวลาในการสำรวจซึ่งฟุตบอลไทยกำลังอยู่ในฤดูกาลแข่งขันขณะที่ฟุตบอลอังกฤษอยู่ในช่วงพักฤดูกาล หรือกระทั่งความหมายของการ “ติดตาม” ฟุตบอลสองแบบนี้ที่อาจต่างกันอยู่
- 3 คำศัพท์ถ่ายถอดการแข่งขันเป็นแหล่งรายได้หลักอันหนึ่งของการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ โดยมักจะมีการทำสัญญาอมสิทธิ์ให้กับผู้ถ่ายทอดครั้งละ 3-4 ปี โดยรอบสัญญาของฤดูกาล 2556-2559 ฝ่ายจัดการแข่งขันฟุตบอลสโมสรไทยได้ค่าตอบแทน 1,800 ล้านบาท และรอบสัญญาของปี 2560-2563 ที่ทำล่วงหน้าไปแล้วนั้นมีค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นเป็น 4,200 ล้านบาท (สยามกีฬา, 2558)
- 4 จากนี้ไปจะเรียกสโมสรฟุตบอลการทำเรือ เอพีซี ว่า “ทำเรือ” หรือ “สโมสรทำเรือ” และเรียกการทำเรือแห่งประเทศไทยว่า “การทำเรือฯ”
- 5 PAT มาจากอักษรย่อของ Port Authority of Thailand ซึ่งเป็นชื่อในภาษาอังกฤษของการทำเรือฯ
- 6 อันที่จริงแล้วโดยหลักการของฟุตบอลลีกอาชีพไทยปัจจุบัน สโมสรที่เข้าแข่งขันต้องมีสถานะเป็นนิติบุคคล คือไม่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ แต่ในทางปฏิบัติแล้วสโมสรทำเรือกับการทำเรือฯ ก็แยกออกจากกันได้ยาก อย่างเช่นชื่อสโมสร, สนามแข่งขันที่ใช้, และสิทธิในการส่งสโมสรลงแข่งขัน (ซึ่งจะยังไม่ลงรายละเอียดในที่นี้)
- 7 ข้อมูลในส่วน “การทำเรือฯ กับคลองเตย” นี้เรียบเรียงจาก การทำเรือแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.), สมพงษ์ พัดปุย (2554), และ วิชัย รูปขำดี เฉลิม เกิดโมลี และสังคม คุณณณากรสกุล (2550)

- 8 วรพงษ์เคยสมัคร ส.ส. เขตคลองเตย ในสังกัดพรรคเพื่อไทย เมื่อการเลือกตั้งปี 2554 ขณะที่เป็นประธานสโมสรท่าเรือ แต่ไม่ได้รับเลือกตั้ง
- 9 สามารถ มะลูลิ้ม เป็นนักการเมืองสังกัดพรรคประชาธิปัตย์
- 10 ดูตัวอย่างที่ “เขาห้ามมีแฟนบอลท่าเรือในนัดที่เราไปเยือนท่าเรือ” จาก www.bgfcwebboard.com/index.php?/topic/11729-เขาห้ามมีแฟนบอลท่าเรือในนัดที่เราไปเยือนท่าเรือ/, เข้าถึงเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2558
- 11 เช่นกิจกรรมการฝึกอบรมทักษะฟุตบอลให้กับเยาวชนที่เลือกพื้นที่คลองเตยเป็นหลัก ดูได้ที่ “การทำเรือ เอฟ.ซี. เปิดรับสมัครเยาวชนร่วม โครงการฝึกอบรมทักษะฟุตบอลขั้นพื้นฐานประจำปี 2558” จาก www.portfootballclub.com/การทำเรือ-เอฟ-ซี-เปิดรับ/, เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558
- 12 ชื่อแฟนบอลทั้งหมดในบทความนี้เป็นชื่อสมมติ
- 13 อย่างไรก็ดี ในช่วง 1-2 ปีหลังมานี้พบว่าผู้หญิงมาที่สนามฟุตบอลเยอะขึ้น ทั้งที่สนามของท่าเรือและสโมสรอื่น ๆ (โดยเฉพาะทีมชาติ) เสี่ยงในสนามก็เริ่มเป็นเสียงกรีดของผู้หญิงมากขึ้น
- 14 แฟนบอลท่าเรือชาวอังกฤษคนหนึ่งอธิบายว่า เขารู้สึกว่าแฟนบอลไทยสโมสรอื่น ๆ จะเชียร์บอลกันแบบเรียบบ่อยและเป็นมิตรมาก ขณะที่แฟนท่าเรือจะดูมี passion มากกว่า ซึ่งเป็นบรรยากาศแบบเดียวกับในอังกฤษ ทำให้เขาเลือกเป็นแฟนท่าเรือ
- 15 เพลงของวงดนตรีแนวร็อกชื่อวง “หิน เหล็ก ไฟ” เผยแพร่ครั้งแรกเมื่อปี 2548
- 16 ดูได้ที่ <https://www.youtube.com/channel/UC6TKWLk6xqWeDsWT2IY6KYw>
- 17 ดูได้ที่ www.facebook.com/humansofthaiport
- 18 Humans of New York เป็นเพจภาษาอังกฤษที่นำเสนอเรื่องราวชีวิตที่หลากหลายของชาวนิวยอร์กผ่านภาพถ่ายประกอบบทสัมภาษณ์สั้น ๆ, ดูได้ที่ www.facebook.com/humansofnewyork
- 19 ภาพจาก www.cokethai.com/forum/viewtopic.php?f=23&t=1142&start=315, เข้าถึงเมื่อ 30 ธันวาคม 2558

- 20 ยิ่งโดยเฉพาะความสัมพันธ์ของชาวชุมชนคลองเตยกับการทำเรือ ที่เป็นความสัมพันธ์แบบทั้งรัก-ทั้งชังแบบเดียวกับที่แฟนบอลมักจะมีกับสโมสร
- 21 ข้อมูลจากการสำรวจอาชีพของคนในชุมชนแออัดในกรุงเทพฯ โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติเมื่อปี 2537 ระบุว่า ส่วนมากประกอบอาชีพค้าขายและเป็นช่าง โดยเฉพาะช่างเป็นช่างมากที่สุด รองลงมาคือซักรีดซักย้อมผ้าห่ม ส่วนเพศหญิงประกอบอาชีพค้าขายมากที่สุด รองลงมาคือช่าง ขณะที่การสำรวจชุมชนผู้มีรายได้น้อยในเมือง โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติเมื่อปี 2549 พบว่าในเขตกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน/ร้านค้า รองลงมาคือค้าขาย (อุกฤษฏ์, 2554: 11-14) (แม้การสำรวจทั้งสองครั้งจะมีการเปลี่ยนแปลงขอบเขตกลุ่มสำรวจให้ต่างกันไปบ้าง แต่ตัวเลขดังกล่าวก็น่าจะสามารถแสดงถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงได้พอสมควร)
- 22 ไม่ต่างในเชิงรูปแบบ แต่ในเชิงเนื้อหาของชุมชนใหม่ที่เกิดขึ้นมานั้นก็อาจยังแสดงให้เห็นลักษณะเฉพาะบางอย่างได้ อย่างเช่นกรณีความเป็นชายของแฟนท่าเรือ
- 23 แฟนบอลไทยมักชอบพูดกันว่า “อย่าให้งานมาทำให้เสียบอล” แม้จะเป็นคำพูดติดตลก แต่เอาเข้าจริงแล้วในหลาย ๆ กรณีมันก็จะเกิดขึ้นจริงตามตัวอักษรอยู่เหมือนกัน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- การทำเรือแห่งประเทศไทย. ม.ป.ป. ประวัติความเป็นมา. จาก www.port.co.th/sitenew/topic1_know01.php, เข้าถึงเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2558.
- ชาลินี สนพลาย. 2558. มาตามแป้ง นางฟ้าของวงการฟุตบอลไทย: ลักษณะของผู้หญิงที่ได้รับการยอมรับจากชุมชนชาย. *ประชาไท*. จาก www.prachatai.com/journal/2015/04/58810, เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558.

ไทยรัฐ. 2555. 'ท่าเรือ' สุดซ่า!!! ฟ่ายเมืองทอง 1-2 ตกชั้นไทยลีก. จาก www.thairath.co.th/content/300315, เข้าถึงเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2558.

นवलพรรณ สามไพบูลย์. 2553. *ผู้ป่วยพิษสุราเรื้อรังกับความเจ็บป่วยของสังคมไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นันทยา เนื่องนิยม. 2553. "อยากล้างภาพลักษณ์..." นवलพรรณ ล้ำซ้ำคลุกวงกรลูกหนัง ขึ้นแทนผู้จัดการทีมฟุตบอลหญิง. *Who?*, 76(2553). 76-82.

นิด้าไพล. 2558. คนไทยกับฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ 2015-2016 และไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ลีกฤดูกาล 2015. จาก http://nidapoll.nida.ac.th/multimedia/Myfiles/Poll%202558/Aug%2058/NIDA%20Poll_Barclays%20Premier%20League%20and%20Toyota%20Thai%20Premier%20League%20_2015.pdf, เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2558.

ปิติกศักดิ์ โชติพิบูลย์ทรัพย์. 2558. มาดามแป้งนั่งประธานท่าเรือ 5 ปี แยมใช้โลโก้ "ม้า" ชั่วคราว. *Goal*. จาก www.goal.com/th/news/4280/ฟุตบอลไทย/2015/02/12/8848932/มาดามแป้งนั่งประธานท่าเรือ5ปี-แยมใช้โลโก้-ม้าชั่วคราว, เข้าถึงเมื่อ 30 ธันวาคม 2558.

วิชัย รูปขำดี, เฉลิม เกิดโมลี, และสังคม คุณคนณากรสกุล. 2550. *รายงานฉบับสมบูรณ์ การบูรณาการกองทุนสวัสดิการสังคม: กรณีศึกษาพื้นที่เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร*. เสนอต่อกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

สมพงษ์ พัดปุย. 2554. 35 ปี ประวัติและพัฒนาการชุมชนคลองเตย – ผู้ไล่ที่ แก่ยาเสพติด คิดต่างการเมืองแต่ไม่แตกแยก. *สภาองค์กรชุมชนกรุงเทพมหานคร*. จาก <http://coc.nida.ac.th/node/7734>, เข้าถึงเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2558.

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

สยามกีฬา. 2558. ทูริซึ้นส์อัปเดตสถิติไทยลีก 4 ปี 4,200 ล้านบาท. จาก www.siamsport.co.th/Sport_Football/150929_198.html, เข้าถึงเมื่อ 30 ธันวาคม 2558.

อภิชาติ สถิตนิรามัย, ยุกติ มุกดาวิจิตร, และนิติ ภาวครพันธ์. 2556. *ทบทวนภูมิทัศน์
การเมืองไทย*. เชียงใหม่: แผนงานสร้างเสริมนโยบายสาธารณะที่ดี (นสธ.)
สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. 2542. วิวัฒนาการชุมชนแออัดและองค์กรชุมชนแออัดในเมือง
กรณีศึกษาเมืองเชียงใหม่. ใน อคิน รพีพัฒน์ (บรรณาธิการ), *ชุมชนแออัด:
องค์ความรู้กับความเป็นจริง*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

_____. 2556. ความตกต่ำของผู้ชายกับอนาคตสังคมไทย. *กรุงเทพธุรกิจ*.
จาก www.bangkokbiznews.com/blog/detail/486294, เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน
2558.

อุกฤษฏ์ เฉลิมแสน. 2554. *บนเส้นทางของการปลดหนี้: วิธีการจัดการหนี้สินของคนใน
ชุมชนแออัดที่เข้าร่วมโครงการบ้านมั่นคง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขา
วิชามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

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.

Bourdieu, Pierre. 1993. How can one be a Sport Fan? In Simon During (ed.),
The Cultural Studies Reader. 2nd ed. (pp. 427-440). London: Routledge.

Crawford, Garry. 2004. *Consuming Sport: Fans, Sport and Culture*. London and
New York: Routledge.

de Certeau, Michel. 1984. *The Practice of Everyday Life*. Steven Rendall (tran),
Berkeley: University of California Press.

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.

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

Jenkins, Henry. 1992. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. London: Routledge.

Mauss, Marcel. 1973. Techniques of the Body. *Economy and Society*, 2(1), 70-88.

Pattana Kitiarsa. 2005. 'Lives of hunting dogs': "Muai Thai" and the politics of Thai masculinities. *South East Asia Research*,13(1), 57-90.

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.