

วัฒนธรรมเยาวชนใน “สนาม” ของกีฬา: การรวมกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสร เมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด¹

สายชล ปัญญชิต

บทคัดย่อ

บทความชิ้นนี้ศึกษาวัฒนธรรมเยาวชนในกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด โดยใช้แนวคิด “สนาม” ของ Pierre Bourdieu และกรอบการศึกษาสังคมวิทยาการกีฬาเป็นแนวทางในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับที่เกิดขึ้นทั้งในและนอกพื้นที่สนามการแข่งขัน จากการศึกษาพบว่ากีฬาเป็นหนึ่งในสนามของความนิยมในวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เยาวชนจะเลือกเข้าร่วมหรือก่อตัวเครือข่ายทางสังคมภายใต้ภูมิหลังหรือความสนใจที่แตกต่างหลากหลายของพวกเขาเอง ในฐานะสมาชิกกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับเยาวชนจะร่วมพัฒนาวัฒนธรรม สัญลักษณ์ ตลอดจนทุนทางสังคมที่สามารถแสดงออกถึงอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มตนเองซึ่งแตกต่างออกไปจากสโมสรฟุตบอลอื่น โดยเราสามารถพิจารณาสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าวได้จากปฏิบัติการของเครือข่ายทางสังคม ความเคลื่อนไหวบนพื้นที่ออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ ความคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม การควบคุมทางสังคมในพฤติกรรมกรเซียร์ และที่สำคัญที่สุดคือการสร้างจิตสำนึกร่วมผ่านปฏิบัติการทางสังคม เช่น การสร้างเพลงเชียร์ กิจกรรมต่างๆ ที่สมาชิกทำร่วมกันทั้งที่เกี่ยวข้องกับกีฬาและอื่นๆ รวมทั้งการครอบครองและแลกเปลี่ยนสินค้าที่ระลึกของสโมสร เป็นต้น การศึกษาครั้งนี้จึงพยายามนำเสนอ “สนาม” ของวัฒนธรรมเยาวชนในกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับที่ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะพื้นที่ทางกายภาพในสนามกีฬาเท่านั้น นอกจากนี้ยังชี้ชวนให้มอง “แนวจริต” และเส้นทางที่เยาวชนได้ก่อตัววัฒนธรรม และสังคมที่เราจะสามารถทำความเข้าใจกิจกรรมการแสดงออก และการช่วงชิงขอบเขตพื้นที่ของ “สนาม” ในวิถีชีวิตของวัฒนธรรมเยาวชนปัจจุบัน

คำสำคัญ: สนาม, วัฒนธรรมเยาวชน, สังคมวิทยาการกีฬา, กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ, สโมสรฟุตบอลเมืองทอง หนองจอก ยูไนเต็ด

Abstract

This study examines youth culture among the football fans of Muangthong Nongjorg United Football Club. The concept of 'field' by Pierre Bourdieu and frameworks under the sociology of sport are employed to study the emergence and maintenance of football fanclub occurring in and out of football stadium. The study shows that sport is one of the popular fields in contemporary culture which youth choose to involve and build up their social networks amidst a variety of social backgrounds. As members of a football fanclub, youth have come together to develop cultural, symbolic, and social capital that represent their collective identity as well as to strengthen their status in comparison with other football fanclubs. This can be observed from the practices of social networks, the employment of cyber technology, the creation of localism ideology, the social control of cheer behaviors, and the social construction of collective consciousness through songs, sport and non-sport related activities, and sharing among members the souvenirs and products made with a club's logo. The study argues that the 'field' of youth culture among the football fanclub is not limited within the physical field of a football stadium. Rather, by looking at their 'habitus' and the way in which they accumulate their cultural and social that we can understand the broader landscape of 'field' actively performed and contested in daily lives of contemporary youth culture.

Keywords: Field, Youth Culture, Sociology of Sport, Football Fanclub, Muangthong Nongjorg United Football Club

บทนำ

บ่ายวันหนึ่งของการแข่งขันฟุตบอล ในเดือนพฤษภาคม 2553 ทีมสโมสรเมืองทองหนองจอก อยู่ในเต็ดเปิดบ้านพบกับทีมสโมสรฟุตบอลชลบุรี นัดดังกล่าวถือได้ว่าเป็นนัดที่ทีมสโมสรฟุตบอลอันดับหนึ่งและสองของไทยมาเจอกัน ในวันนั้นมีแฟนบอลเดินทางเข้าจับจองที่นั่งก่อนการแข่งขันหลายชั่วโมง และเมื่อถึงเวลาการแข่งขันปรากฏว่ามีแฟนบอลมาเชียร์เต็มความจุของสนามกว่า 20,000 คน บรรดาแฟนบอลที่เข้าไปชมต่างชูผ้าพันคอและโบกธงตราสโมสรอย่างเอิกเกริก ส่วนใหญ่ตั้งใจสวมเสื้อเชียร์ตราสโมสรและพกพาอุปกรณ์การเชียร์ที่แสดงถึงการเป็นหนึ่งเดียวของครอบครัวแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก อยู่ในเต็ด เมื่อการแข่งขันเริ่มไปได้แค่ 2 นาที ทีมสโมสรฟุตบอลชลบุรีสามารถยิงประตูขึ้นนำไปก่อน แต่เหตุการณ์ดังกล่าวไม่ได้ส่งผลจนขวัญและกำลังใจของแฟนบอลของสโมสรเมืองทองหนองจอก อยู่ในเต็ดแต่อย่างใด ซ้ำยังเป็นการกระตุ้นให้แฟนบอลเหล่านั้นร่วมกันลุกขึ้นยืนตะโกนร้องเพลงเชียร์ของสโมสรเพื่อกระตุ้นให้นักฟุตบอลกลับมาสู้และมีสมาธิและยิงประตูกลับคืนมา เหตุการณ์ดังกล่าวนี้ไม่ต่างจากเช่นทุกครั้งที่ผ่านมาที่แฟนบอลของสโมสรแห่งนี้จะร่วมยืนร้องเพลงเชียร์อย่างกึกก้องตลอดระยะเวลาของการแข่งขันโดยไม่รู้จักรู้เหน็ดเหนื่อย บรรยายากาศในวันนั้นทำให้ผู้เขียนนึกถึงประโยคหนึ่งที่สมาชิกของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับมักจะพูดเสมอว่า “ตอนนีฟุตบอลนอกแค่สะใจ แต่ฟุตบอลไทยอยู่ในสายเลือด”

ในสังคมปัจจุบันวัฒนธรรมส่วนหนึ่งถูกผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทางสังคมและการรวมกลุ่มที่หลากหลายของเยาวชน ผลจากการผลิตดังกล่าวส่งผลให้กลุ่มเยาวชนสามารถเลือกที่จะเข้าร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมต่างๆ ได้ ขณะเดียวกันกลุ่มเยาวชนเองก็สามารถผลิตวัฒนธรรมเพื่อแสดงออกซึ่งตัวตนและตำแหน่งแห่งที่ของกลุ่มตนเองในสังคม การผลิตดังกล่าวนี้เองที่สะท้อนภาพแนวคิด “สนาม” (field)

ของ Pierre Bourdieu ที่เสนอว่าสนามเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสถาบันในการสร้างพื้นที่ให้เกิดปฏิบัติการภายใต้ระบบคุณค่าและความหมายทางสังคมหนึ่งๆ สนามจึงเป็นเขตแดนของการต่อสู้ เป็นปริภูมิของการแข่งขันแย่งชิงทรัพยากร หรือแม้กระทั่งเป็นแหล่งของการต่อสู้เพื่อการยึดพื้นที่ รวมไปถึงการขยายขอบเขตอำนาจเหนือพื้นที่นั้นด้วย Bourdieu ใช้คำอุปมาในการอธิบายอาณาบริเวณดังกล่าวว่า เป็น “สนามของการเล่นเกม” (field as the playing field) การแข่งขันกันนั้นไม่เพียงแต่การเอาชนะคู่แข่งเท่านั้น แต่เป็นไปเพื่อที่จะครองกฎในสนามของการแข่งขัน รวมถึงเพื่อขยายพื้นที่ของการแข่งขันออกไป (Bourdieu, 1990 และ 1993a)

อย่างไรก็ตาม Bourdieu มิได้พิจารณาสนามในฐานะพื้นที่ที่สามารถสร้างปฏิบัติการของเครือข่ายทางสังคมขึ้นมาได้อย่างเอกเทศ เขาได้นำเสนอแนวคิดที่เรียกว่า “habitus” หรือ แนวจิต ซึ่งมีความหมายถึงกรอบคิดหรือโครงสร้างความรู้ที่คนในสังคมมีต่อสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เผชิญหน้า ซึ่งเป็นผลผลิตจากการเรียนรู้ละภูมิหลังทางสังคมของบุคคลนั้น (Bourdieu, 1984: 468) สำหรับคำถามที่น่าสนใจเกี่ยวกับอิทธิพลของโลกาภิวัตน์หรือสังคมสมัยใหม่ต่อ “habitus” นั้นถูกหยิบยกขึ้นมาถกเถียงในงานเขียนชิ้นหนึ่งของ Arjun Appadurai โดยเขาได้วิเคราะห์ว่าโลกปัจจุบันซึ่งการควบคุมในระบบข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนระบบวัฒนธรรมต่างๆ ได้ลดระเบียบลง เหตุผลประการหนึ่งเพราะการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีได้มีส่วนช่วยให้มีการเชื่อมต่อข้อมูลและถ่ายทอดเรื่องราวทางสังคมและวัฒนธรรมไปสู่พื้นที่ที่ต่างถิ่นมากขึ้น ทำให้คนในสังคมสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทั้งในลักษณะเสียง ภาพและกิจกรรมต่างๆ ที่ตนเองสนใจจากทั่วทุกมุมโลกได้มากขึ้นตามไปด้วย ส่งผลประการหนึ่งคือคนในสังคมปัจจุบันจะสามารถนำแบบแผนพฤติกรรมหรือโครงสร้างทางสังคมที่ถูกกับจิตตนเองมาเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ของตนเองได้รวดเร็วขึ้น

(Appadurai, 1997: 6)

ในอีกบทความหนึ่งที่ชื่อ “How can one be a sports fan?” Bourdieu (1993b) ได้ประยุกต์แนวคิด “สนาม” เพื่ออธิบายกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมกีฬาในสังคมปัจจุบัน เขาเสนอให้พิจารณากิจกรรมต่างๆเหล่านั้นในฐานะที่เป็นอุปทาน (supply) ที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการหรืออุปสงค์ทางสังคม (social demand) นอกจากนี้ Bourdieu ยังตั้งคำถามถึงรสนิยมของผู้คนที่มีความรักกีฬา รวมทั้งความสนใจในผลิตภัณฑ์และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬาเพื่อชี้ชวนให้ทำความเข้าใจระบบคุณค่าของคนในสังคมที่มีต่อกีฬาในปัจจุบันว่าเป็นเพียงกิจกรรมหรือได้รับการยกระดับขึ้นเป็นการแสดงทางสังคมแบบหนึ่งที่น่าตื่นเต้นและเร้าใจ ในการตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น Bourdieu ได้เสนอให้นำเงื่อนไขของสถาบันทางสังคม ความเชื่อ และระบบคุณค่าในแต่ละสังคมเข้าประกอบด้วย ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเข้าใจถึง “สนามของการแข่งขัน” (field of competition) อันเป็นอาณาบริเวณของการเผชิญหน้าเพื่อแย่งชิงความสนใจและช่วงชิงตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งในที่นี่ก็รวมถึงสนามของวงการกีฬาด้วย

บทความชิ้นนี้มองเรื่อง “สนาม” ผ่านกรอบการศึกษาของสังคมวิทยาการกีฬาซึ่งให้ความสำคัญกับการศึกษากลุ่มทางสังคม ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และกิจกรรมทางสังคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา การศึกษาทางสังคมวิทยาการกีฬามุ่งทำความเข้าใจปรากฏการณ์ในวงการกีฬาที่เกี่ยวข้องกับมิติทางสังคมตั้งแต่เรื่องเพศวิถี ชนชั้น และอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละสังคม รวมทั้งกระบวนการขัดเกลาทางสังคมผ่านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Maguire 2004) นอกจากนี้แล้วประเด็นของการพัฒนาระบบกีฬาในสังคมสมัยใหม่ก็ยังเป็นประเด็นที่ทำให้กีฬาที่มีความเป็นสถาบันและน่าสนใจศึกษามากขึ้น เพราะกีฬาได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่แพร่หลายและมีผู้ติดตามไปทั่วโลก



รูปที่ 1: บรรยากาศการเชียร์ของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด

Lever (1992) กล่าวว่าสังคมวิทยาการกีฬาเป็นการศึกษาถึงคนในสังคมที่เข้าร่วมแข่งขันกีฬาพร้อมๆ ไปกับการศึกษาคนที่ติดตามชมการแข่งขันกีฬา ในสังคมปัจจุบันกีฬาเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในฐานะที่เป็นการพักผ่อนหรือใช้เวลาว่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อระบบธุรกิจเข้ามามีส่วนในการจัดการกิจกรรมต่างๆ ในวงการกีฬามากขึ้น เช่น การขายบัตรการแข่งขัน การโฆษณา ลิขสิทธิ์การถ่ายทอด ตลอดจนการผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาที่ทันสมัย ส่งผลให้กีฬาเป็นกิจกรรมทางสังคมที่ทำให้คนในสังคมมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน สร้างอารมณ์ร่วมจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างและสถาบันทางสังคมในที่สุด หากเรามองจากงานเขียนดังกล่าวจะเห็นได้ว่าสังคมวิทยาการกีฬาถือเป็นศาสตร์ที่มีความเป็นสหวิทยาการ (interdisciplinary) เพราะมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ ในมุมมองทางสังคมวิทยาทั้งเรื่องสุขภาพ สังคมวิทยา การศึกษา การจัดระเบียบทางสังคม รวมทั้งเรื่องวัฒนธรรมศึกษาผ่านการดูบริบทของสื่อและการละเล่นแต่ละท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมกีฬาประจำชาติ นอกจากนี้ การเมืองเรื่องของกีฬาก็มีส่วนเกี่ยวข้องด้วย เพราะสังคมวิทยาการ

กีฬาพยายามอธิบายถึงอำนาจที่ครอบงำการกีฬาทั้งเรื่องของชนชาติ เพศ และระบบคุณค่าที่เกี่ยวข้องกับกีฬา โดยในงานของ Maguire (2004) ได้ยกตัวอย่างผู้นำในองค์กรกีฬาระดับโลกว่ามักเป็นคนผิวขาวและเพศชาย เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ เขายังได้ชี้ให้เห็นว่าสังคมวิทยาการกีฬาก็จะมีความเกี่ยวข้องกับสังคมสมัยใหม่มากขึ้น ผ่านการศึกษาวิจัยในแง่มุมมองของ กีฬากับชนชั้นทางสังคม กีฬากับอัตลักษณ์ กีฬากับสื่อ ซึ่งประเด็นเหล่านี้คือรูปแบบของความสัมพันธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการศึกษาวิจัยในแนวทาง สังคมวิทยาการกีฬาในอนาคต

บทความชิ้นนี้สะท้อนภาพปรากฏการณ์ทางสังคมของกลุ่มเยาวชนฟุตบอลแฟนคลับในวัฒนธรรมกีฬา ซึ่งครอบคลุมถึงกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่ได้จำกัดอยู่แค่การร่วมชมและเชียร์การแข่งขันฟุตบอลในสนามแข่งขันเท่านั้น หากแต่รวมไปถึงสนามของการสร้างวัฒนธรรมกีฬานอกสนามแข่งขันให้เกิดขึ้นด้วย ในที่นี้ผู้เขียนศึกษาวัฒนธรรมของกลุ่มเยาวชนในกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับโมสโรวเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ต เพื่อทำความเข้าใจเส้นทางการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ ตลอดจนการประกอบสร้าง “สนาม” ของกลุ่มวัฒนธรรมเยาวชนผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ โดยการใช้กรอบการศึกษาของสังคมวิทยาการกีฬา ประกอบกับมโนทัศน์เรื่องสนาม (field) และวัฒนธรรมเยาวชน (youth culture) ผู้เขียนใช้หนังสือ Youth Culture in Late Modernity (1995) ซึ่ง Fornas J. และ Bolin G. เป็นบรรณาธิการ เพื่อทำความเข้าใจความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับวัฒนธรรมเยาวชน หนังสือเล่มนี้อธิบายความเชื่อมโยงระหว่างเยาวชน วัฒนธรรม ภาวะสมัยใหม่ โดยกล่าวถึงความหลากหลายของมาตรฐานที่กำหนดความเป็นเยาวชน ไม่ว่าจะ เป็นเกณฑ์ทางการศึกษา กฎหมาย ไปจนถึงพฤติกรรมทางสังคม เช่น การแต่งงาน การย้ายออกจากครอบครัว การประกอบอาชีพด้วยตนเอง เป็นต้น งานชิ้นดังกล่าวนี้เสนอให้ใช้ช่วงวัยตั้งแต่ 13-30 ปี ในฐานะวัยที่เหมาะสมกับการศึกษาเยาวชนในบริบทของวัฒนธรรมเยาวชนศึกษา ใน

โลกปัจจุบันที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี กิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมถูกทำให้เคลื่อนที่ได้อย่างอิสระและรวดเร็ว วัฒนธรรมเยาวชนซึ่งมีพลวัตตามยุคสมัยไม่ว่าจะเป็นประเด็นทางศิลปะ ดนตรี กีฬาต่างได้รับการปรับให้สอดคล้องกับพื้นที่และเวลาของสมัยนั้นๆ ประเด็นวัฒนธรรมเยาวชนศึกษาจึงกลายเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่เพิ่มแบบแผนชีวิตให้กับสังคมสมัยใหม่ และเชื่อได้ว่าวัฒนธรรมรูปแบบนี้จะกลายเป็นหนึ่งในการศึกษาประเด็นทางวัฒนธรรมที่สำคัญต่อไป

กลุ่มเยาวชนที่เป็นสมาชิกกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก อยู่ในเครือข่ายเป็นกลุ่มทางสังคมที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของภาวะสมัยใหม่กับการชมฟุตบอลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมการชมฟุตบอลในต่างประเทศ ในที่นี้ผู้เขียนคิดว่าการได้หยิบยกและเปิดพื้นที่ให้กับวัฒนธรรมเยาวชนที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอลในสังคมไทยจะเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจสังคมไทยปัจจุบันไม่มากนักน้อย

การเกิดขึ้นของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับในสังคมไทยมีความเชื่อมโยงและเป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์การเคลื่อนตัวอย่างไร้พรมแดนของกิจกรรมบนพื้นที่และเวลาในสังคมสมัยใหม่ Eric Dunning ศาสตราจารย์ด้านสังคมวิทยาผู้บุกเบิกงานการศึกษาสังคมวิทยาการกีฬาเสนอว่าทั้งกีฬาฟุตบอล ผลิตภัณฑ์ และวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมสมัยใหม่ต่างมีส่วนช่วยผลักดันให้แฟนกีฬาฟุตบอลสร้างสนามของกิจกรรมได้อย่างกว้างขวางและหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้ฟุตบอลยังเป็นสื่อกลางในการสร้างความสนใจและความรู้สึกร่วมจากคนทั้งโลกได้พร้อมๆ กัน ตัวอย่างเช่นในช่วงที่มีการแข่งขันฟุตบอลโลก (Dunning, 1999: 2-3)

Kick Off กับกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ

กระแสของความตื่นตัวและความสนใจที่มีต่อวงการฟุตบอลอาชีพของไทยดังที่ผู้เขียนได้สะท้อนบรรยากาศในช่วงแรกของบทความถือเป็น

ผลิิตใหม่ (rebranding) ของสิ่งที Bourdieu เรียกว่า “สนาม” ในวัฒนธรรมการกีฬานในสังคมไทย ภายหลังกการฟื้นตัวจากควมล้มเหลวของการจัดการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพในประเทศไทยก่อนหน้าี้ กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ตสามารถรวมตัวและวางแนวทางการดำเนินงานทีมีการส่งเสริมและร่วมดำเนินกิจกรรมในระบบการเชียร์ให้กับสโมสรฟุตบอลแห่งนี้ อิทธิพลของเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนด้านกีฬาทั้งรายการโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์หรือแม้แต่ชุมชนออนไลน์ต่างก็มีส่วนผลักดันให้เกิดการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของจำนวนสมาชิกในกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ต การมีเว็บไซต์ทีมีความรวดเร็วในการติดตามผลการแข่งขัน การจำหน่ายตั๋วการแข่งขันผ่านระบบออนไลน์ หรือแม้แต่การพัฒนากระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์อย่างเป็นทางการของสโมสรล้วนแล้วแต่เป็นตัวอย่งทีเห็นได้ชัดถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีสมัยใหม่ต่อการผลิตใหม่ของวงการฟุตบอลไทย ปัจจุบันกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ตมีจำนวนมากขึ้นและมีความหลากหลายทั้งสถานภาพและช่วงวัย แต่เมื่อกลุ่มคนเหล่านี้เข้ามาอยู่ในสนามของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับแล้ว พวกเขาสามารถจะสละสถานภาพส่วนตัวแล้วสวมวิญญาณ “อุลตราเมืองทอง” เพื่อส่งเสียงตะโกนโห่ร้องเพลงเชียร์ แสดงสัญลักษณ์ต่างๆ ประกอบการเชียร์ รวมไปถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กันในลักษณะทีช่วยให้กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้สามารถสร้างความเป็นชุมชนให้เกิดขึ้นทั้งในและนอกสนามฟุตบอลได้

กลุ่มแฟนบอลทีเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกจนเรียกตัวเองได้ว่าเป็น “แฟนคลับ” นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นสโมสรทีมีประวัติศาสตร์มายาวนาน เช่น สโมสรฟุตบอลการทำเรือไทย สโมสรฟุตบอลทหารอากาศ สโมสรฟุตบอลราชประชา เป็นต้น ภายหลังกการถูกทำให้ปรับตัวด้วยกฎระเบียบของสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชียประกอบกับการลงทุนของสโมสร

ฟุตบอลที่เกิดขึ้นใหม่ตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้มีส่วนปลูกกระแสให้เกิดสโมสรฟุตบอลอาชีพในไทยที่พยายามพัฒนารูปแบบทางการตลาด การจัดการองค์กร และระบบการจัดการแข่งขันให้มีความเป็นมืออาชีพด้านการกีฬามากขึ้น สำหรับกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดยุติเริ่มก่อตั้งขึ้นจากความร่วมมือของกลุ่มแฟนคลับจำนวน 7 คนและได้มีมติว่ากลุ่มจะทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มของตนเองเนื่องจากสโมสรทำหน้าที่เพียงอำนวยความสะดวกตามที่ร้องขอและไม่ได้ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนในการก่อตั้งกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับแต่อย่างใด หลังจากนั้นกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้ได้เริ่มแบ่งหน้าที่ในการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การนำร้องเพลง การแต่งเพลงเชียร์ การพัฒนารูปแบบการเชียร์ การประสานงานกับทางสโมสร เป็นต้น นี่ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการก่อตั้งและขยายตัวของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้ หลังจากนั้นเพียง 2 เดือนสมาชิกได้รวมตัวเพื่อซ้อมร้องเพลงเชียร์ฟุตบอลกันอย่างต่อเนื่อง จนเมื่อเปิดฤดูกาลการแข่งขันในเดือนมีนาคม 2552 การขยายตัวของกลุ่มผู้ที่สนใจเข้าชมการแข่งขันซึ่งส่วนมากเป็นอิทธิพลของการประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ตได้ส่งผลให้ในวันเปิดการแข่งขันวันแรกมีผู้มาชมที่สนามของสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดยุติเกินกว่าเป้าหมายที่วางไว้มาก ปวิตรซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่สโมสรที่ดูแลเรื่องแฟนคลับและประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลกับผู้เขียนว่า

“นัดแรกของไทยพรีเมียร์ลีกปี 2009 เราเปิดเจอท่าเรือ แมทช์นี้นั้นถือว่าประสบความสำเร็จมาก เพราะเราคิดว่าอย่างมากที่สุดจะมีคนมาดูแค่ 700-800 คน ซึ่งตอนนั้นอัฒจันทร์ยูนิแม็กซ์เดียว สโมสรก็คิดว่าจะ 800 คนคือหรูแล้ว พิมพ์ตัวเลขมาแค่ 1,000 ใบ สุดท้ายคนมาประมาณ 2,700-2,800 คน เราทำตัวมาไม่พอ เราต้องฉีกกระดาษเขียนเอา ถือว่ามันเกินความคาดหมาย หลังจากนั้นก็มีคนมาชมการแข่งขันมากขึ้นเรื่อยๆ”

ความนิยมอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนในการแข่งขันฟุตบอลไทย พรีเมียร์ลีกที่เกิดขึ้นกับสโมสรแห่งนี้ ส่งผลให้ระยะเวลาเกือบ 2 ปีที่ผ่านมาเกิดการปรับปรุงและพัฒนามากมายทั้งที่เกิดจากสโมสรเองและจากกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ อาทิเช่น การขยายจำนวนที่นั่งของสนามแข่งขัน การลงทุนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบเทคโนโลยีสนับสนุนการแข่งขัน การจัดกิจกรรมพัฒนาระบบการเชียร์ การจัดทำแผ่นเพลงเชียร์เพื่อนำเงินไปทำกิจกรรมในส่วนของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ เป็นต้น

เรื่องราวและคำบอกกล่าวของเยาวชนในกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ

อรรคพล “ทุกที ทุกเวลา ถ้ามีเมื่องทองฯ ผมไม่ขอพลาด”

อรรคพลเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ด้วยความที่เป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์ดี ชอบความสนุกสนานและเข้าสังคม ทำให้เขาชื่นชอบการไปเชียร์ฟุตบอลมาตั้งแต่อายุน้อย เพราะเห็นว่ามีบรรยากาศที่ตื่นเต้นและเร้าใจ เนื่องจากภูมิลำเนาเดิมของอรรคพลอยู่ในจังหวัดตราด ดังนั้นช่วงแรกของการสนใจฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก อรรคพลจึงตระเวนดูการแข่งขันฟุตบอลทั้งที่จังหวัดชลบุรี ระยอง ปราจีนบุรี เมื่อเข้ามาศึกษาในระดับมัธยมในกรุงเทพมหานคร อรรคพลได้มีโอกาสและประสบการณ์ในการดูฟุตบอลตามสนามต่างๆ ในกรุงเทพมหานครมากขึ้น ในหลายๆ ครั้งถ้าเป็นการแข่งขันของทีมชาติไทยเขาก็ยินดีขาดเรียนเพื่อไปชมการแข่งขันฟุตบอล

การที่มีครอบครัวให้การสนับสนุนด้านทุนทรัพย์ในการเรียนอย่างเต็มที่ ทำให้อรรคพลคิดว่าเขาเองมีหน้าที่สำคัญ 2 ประการ ประการแรกคือ การให้ความสำคัญการเรียน อีกประการหนึ่งคือทำในสิ่งที่ตนเองรัก และสิ่งที่อรรคพลรักมากที่สุดอย่างหนึ่งในตอนนี้คือการติดตามชมและเชียร์ฟุตบอลของสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด เกือบทุกนัดการแข่งขันของทีม

เมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด อรรถพลจะยืนอยู่ด้านหน้าสุดของสแตนด์เชียร์กับบรรดาเพื่อนๆ ที่ได้รู้จักกันจากการชมฟุตบอลของสโมสรแห่งนี้ ปัจจุบันกลุ่มเพื่อนรวมถึงอรรถพลจะนัดพบกันอย่างต่ำ 3 วันต่อสัปดาห์ เพราะนอกจากการไปเชียร์ฟุตบอลแล้ว กลุ่มของอรรถพลยังรวมตัวกันเพื่อเตะฟุตบอลอีกด้วย

สำหรับอรรถพลแล้วการที่ยังเป็นนักศึกษาอยู่ทำให้เขากลายเป็นน้องคนเล็กของกลุ่มเพื่อนๆ ที่ไปดูฟุตบอลด้วยกัน ถึงแม้จะเป็นเพื่อนกันไม่นานแต่เขารู้สึกว่าสมาชิกที่มีอายุมากกว่าดูแลเขาเสมือนเป็นคนในครอบครัวเดียวกันไปแล้ว ความประทับใจหนึ่งของอรรถพลคือการเดินทางไปดูสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดทำการแข่งขันนอกประเทศ อรรถพลเก็บเงินทำงานตั้งแต่ช่วงที่รู้ว่าสโมสรแห่งนี้มีโอกาสเป็นตัวแทนของประเทศไทยไปแข่งขันในต่างประเทศ จนเมื่อโปรแกรมถูกกำหนดจากสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชียว่าสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดอาจต้องเดินทางไปแข่งขันในต่างประเทศถึง 2 ประเทศในระยะเวลาใน 1 เดือน เพื่อทำการแข่งขันในฐานะตัวแทนประเทศไทยในการแข่งขันเข้าแข่งขันในรายการชิงแชมป์สโมสรฟุตบอลแห่งเอเชีย อรรถพลก็เตรียมพร้อมสำหรับการเดินทางไปดูการแข่งขันของทีมโปรดดังกล่าว ในการเดินทางไปเวียดนามซึ่งเป็นประเทศแรกในการแข่งขัน อรรถพลเดินทางไปแม้ว่าจะไม่รู้จักคนอื่นๆ ที่ร่วมเดินทางไปกับรถทัวร์ของสโมสรด้วยกันเลย อรรถพลเล่าย้อนให้ฟังถึงช่วงเวลาดังกล่าว

“ไปเชียร์ต่างประเทศผมก็ไป มันเป็นเรื่องที่แปลกใหม่มาก อย่างเป็นทางการผมเสียเงินกับสโมสร 6,500 บาท นั่งรถไปถึงเวียดนามเลย ไปกันประมาณ 50 กว่าคน รถบัสทั้งคันผมไม่รู้จักใครเลย แต่พอเดินทางไปด้วยกันก็เริ่มสนิทขึ้นครับ พอเมืองทองฯ ต้องไปทำการแข่งขันที่สิงคโปร์ผมได้อาศัยรถที่รู้จักที่เวียดนามไป มีไปกัน 4 คน เภารถไปจอดไว้ที่หาดใหญ่ แล้วก็ต่อรถไฟไป

เสียไปไม่กี่พันถูกกว่าตอนไปदानังอีก ไปถึงดูเสร็จก็กลับเลย อยู่
นานไม่ได้ไม่มีที่พักเลย เวลาไปต่างประเทศส่วนใหญ่ผมจะเจอที่
ที่โตกว่าผมทั้งนั้น พอกลับก็จะแลกเบอร์ไว้ให้กัน สุดท้ายก็กลายเป็น
เป็นเพื่อนใหม่ที่ได้จากการดูบอลอีกกลุ่มครับ”

นอกจากการชมฟุตบอลที่ต่างประเทศแล้ว ที่ผ่านมารอคพลได้ร่วม
ทำกิจกรรมกับสโมสรและกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้มากมาย
จนนับครั้งไม่ถ้วน ยิ่งเวลาผ่านไปความสนิทสนมของตัวเขาและเพื่อน
ก็ยิ่งมากขึ้นเรื่อยๆ จนกลายเป็นครอบครัวของกันและกันไปแล้ว เพราะ
อรคพลมองว่าความสัมพันธ์ที่สนิทสนม อีกทั้งความช่วยเหลือเกื้อกูล
ของเพื่อนๆ สมาชิกในกลุ่มในยามที่มีใครเดือดร้อนเรื่องต่างๆ ได้สร้าง
ให้ทั้งเขาและเพื่อนไว้เนื้อเชื่อใจกัน นอกจากนี้การที่เจอกันบ่อย สนใจ
ในเรื่องต่างๆ คล้ายกัน ทำให้กลุ่มของอรคพลสนิทสนมกันค่อนข้างเร็ว
ตลอดระยะเวลาของการเข้ามาเป็นสมาชิกในกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของ
สโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด อรคพลมองว่ากิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้ง
ในและนอกสนามที่เขาได้สัมผัสมาตลอดเป็นสิ่งตรงกับความต้องการ
ของเขาอย่างมาก โดยเฉพาะการที่กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้
สามารถยกระดับการเชียร์การแข่งขันฟุตบอลให้มีสีสัน พร้อมทั้งมีอุปกรณ์
การเชียร์ที่สามารถสร้างความตื่นเต้นเร้าใจ อีกทั้งการที่กลุ่มฟุตบอลแฟน
คลับของสโมสรแห่งนี้รณรงค์ให้สมาชิกภายในกลุ่มมีรูปแบบการเชียร์ที่ไม่
หยาบคาย ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวไปในข้างต้น ทำให้อรคพลประทับใจ
ในกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดเป็นอย่างมาก
ทุกวันนี้อรคพลใช้เวลาส่วนใหญ่ในแต่ละวันไปกับการปฏิสัมพันธ์
กับกลุ่มเพื่อนฟุตบอลแฟนคลับ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูล
ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับวงการฟุตบอลผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มฟุตบอลแฟน
คลับ การติดตามรายการการแข่งขันผ่านเว็บไซต์ของสโมสร รวมถึงการ
ไปถึงการเลือกซื้อสินค้าและสะสมของที่ระลึกของสโมสรฟุตบอลแห่ง
นี้ อรคพลยอมรับว่าเขาได้กลายเป็นหนึ่งในสมาชิกฟุตบอลแฟนคลับที่

เหนียวแน่น และมีจังหวะชีวิตที่หมุนตามโลกของฟุตบอลลูกกลมๆ ลูกนี้
อย่างถอนตัวไม่ขึ้นไปแล้ว

ต้อม “ผมฝันอยากให้บอลไทยมีกองเชียร์แบบบอลอังกฤษ วัน
นี้เหมือนตื่นมาแล้วมันเป็นจริง”

ต้อมบอกว่าเริ่มสนใจติดตามชมฟุตบอลต่างประเทศมาก่อนฟุตบอล
ไทยหลายปี ตัวเขาเองเล่าว่าแต่เดิมไม่คิดว่าจะกลายเป็นคนที่ติดตาม
ฟุตบอลไทยเหมือนในปัจจุบัน เพราะการที่ต้อมติดตามฟุตบอลต่างประเทศ
มาเป็น 10 ปี เขามองไม่เห็นว่าการฟุตบอลอาชีพของไทยจะมีวิวัฒนาการ
ที่จะพัฒนาขึ้นได้ เขาจึงไม่ได้ให้ความสนใจกับสโมสรฟุตบอลอาชีพที่
แข่งขันในรายการไทยพรีเมียร์ลีกมากนัก จนกระทั่งเมื่อรุ่นพี่ที่มหาวิทยาลัย
แนะนำให้ต้อมไปคัดตัวเพื่อเป็นนักฟุตบอลของสโมสรเมืองทองหนองจอก
ยูไนเต็ด เขาจึงได้รู้จักกับสโมสรแห่งนี้เป็นครั้งแรก แต่เนื่องจากในขณะ
นั้นสโมสรแห่งนี้ยังไม่ได้ได้รับความนิยมนักจากแฟนฟุตบอลรวมทั้งการที่มี
สนามแข่งขันจริงอยู่ที่หนองจอกทำให้ต้อมไม่ได้ให้ความสนใจในการไป
ร่วมคัดตัวแต่อย่างใด ภายหลังจากเมื่อสโมสรแห่งนี้ย้ายสนามแข่งขันมาอยู่
ในเมืองทองธานีต้อมจึงตัดสินใจชักชวนแฟนสาวไปดูฟุตบอล ถึงแม้ว่าจะ
ประทับใจบรรยากาศในสนามและชื่นชมต่อการบริหารงานที่เป็นมืออาชีพ
ของเจ้าของสโมสรมากเพียงใด แต่ในตอนนั้นต้อมก็ยังไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของ
ของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับที่ร่วมเชียร์ร้องเพลงรวมทั้งเข้าไปมีส่วนร่วมในการ
ทำกิจกรรมเช่นในปัจจุบัน

จนกระทั่งวันหนึ่งหลังจากที่กลับจากชมการแข่งขันของทีมเมืองทอง
หนองจอก ยูไนเต็ด ต้อมได้เข้าไปในเว็บบอร์ดของกลุ่มแฟนคลับสโมสร
แห่งนี้ โดยที่เขามีความตั้งใจจะไปดูความเคลื่อนไหวและเรื่องราวต่างๆ
ของทีมและนักฟุตบอล โดยปกติแล้วในเว็บบอร์ดของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ
สโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดจะมีกระทู้ที่รายงานความเคลื่อนไหว
และข่าวคราวที่เกี่ยวข้องกับสโมสรและนักฟุตบอลอยู่เสมอ นอกจากนี้

เว็บไซต์ยังเป็นพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับได้เป็นอย่างดี การที่เว็บไซต์สามารถเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงเครือข่ายของสมาชิกกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับทำให้สมาชิกหลายคนต่างได้รู้จักและคุ้นเคยกัน โดยอาศัยพื้นที่ออนไลน์ดังกล่าวเป็นสนามของการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่มากขึ้นไปกว่าการพบปะกันเฉพาะในสนามแข่งขัน ตัวอย่างเช่นการจัดกิจกรรมทำบุญประจำปีของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ ซึ่งในการจัดครั้งล่าสุดเมื่อปี 2552 ได้มีคนมาร่วมกิจกรรมเกือบสองร้อยคนและสามารถระดมทุนจากเครือข่ายสมาชิกของกลุ่มได้กว่าหนึ่งแสนบาท การที่กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับรู้จักและสนิทกันมากขึ้นส่งผลให้เกิดการขยายความสัมพันธ์ไปในชีวิตส่วนตัวด้วย เห็นได้จากการที่สมาชิกของกลุ่มหลายคนมีความสนิทสนมมากถึงขนาดไปร่วมงานบวช งานแต่งงาน งานศพ หรือกิจกรรมทางสังคมอื่นๆ ที่เป็นการแสดงให้เห็นถึงความช่วยเหลือที่มีต่อกันของเครือข่ายทางสังคมกลุ่มนี้

ต่อมเองได้ใช้ประโยชน์จากพื้นที่ทางสังคมที่หลากหลายของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก อยู่ในเน็ตทั้งพื้นที่ออนไลน์ พื้นที่จัดกิจกรรมสังสรรค์นอกสนาม หรือในสนามแข่งขันเวลาเชียร์ทีมรักร่วมกัน โดยตัวอย่างที่ชัดเจนของต่อมคือ การที่เขาได้รู้จักและเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มชมรมเตะฟุตบอลก็เป็นผลมาจากการที่เขาเข้าไปอ่านกระทู้และได้พัฒนาไปสู่การสร้างชมรมของกลุ่มเยาวชนที่ใช้ชื่อว่า “กลุ่มคาสโนว่า” เมืองทองหนองจอก อยู่ในเน็ตขึ้นมา เขาเล่าให้ฟังว่าหลังจากที่ตัดสินใจไปสมัครเข้ากลุ่มเพื่อเตะฟุตบอลแล้วทำให้เขามีเครือข่ายเพื่อนที่รักการชมและเตะฟุตบอลร่วมกันมากขึ้น จนถึงขณะนี้ต่อมบอกว่ากลุ่มของเขาไม่ได้แต่เพียงชม เชียร์ และเตะฟุตบอลร่วมกันเท่านั้น แต่ยังท่องเที่ยวและพบปะพูดคุยกันอย่างสม่ำเสมอ ความสนิทสนมดังกล่าวนี้ถูกถ่ายทอดออกมาดังที่ต่อมได้เล่าให้ฟังตอนเขียนฟังกายหลังจากการเตะฟุตบอลประจำสัปดาห์ของกลุ่มของเขาว่า

“ตอนนี้เพื่อนที่มหาวิทยาลัยกับเพื่อนกลุ่มที่เคยไปตามเชียร์แมน เซสเตอร์ อยู่ในเต็ดด้วยกันแทบจะลืมน้ำผมไปหมดแล้ว เพราะตอนนี้ส่วนมากผมเอาเวลามาให้กับกลุ่มเพื่อนสโมสรเมืองทองฯ เยอะ อย่างถ้ามีโอกาสได้เดินทางไปเชียร์ฟุตบอลที่ต่างจังหวัด ส่วนมากเราจะไปกันเยอะๆ ไปสังสรรค์กันด้วย ไม่ดูฟุตบอล อย่างเดียว พอกลับบ้านกลางสัปดาห์จะมีเตะฟุตบอลระหว่างแฟนคลับกันเองอีก เป็นบรรยากาศที่ดีมากเหมือนที่ผมฝันอยาก ให้บอลไทยมีกองเชียร์แบบบอลอังกฤษ วันนี้เหมือนตื่นมาแล้ว มันเป็นจริง”

สำหรับต่อมแล้วเขามองว่าการที่ตัวเองหรือสมาชิกฟุตบอลแฟนคลับคนอื่นๆ เสียสละทุนและเวลาให้กับสโมสรฟุตบอลแห่งนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยผลักดันให้สโมสรสามารถมีงบประมาณในการไปบริหารจัดการสโมสรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่นักฟุตบอลเองก็จะมีกำลังใจที่จะทุ่มเทเพื่อตอบแทนให้กับกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับและสโมสร ต่อมมองว่าถ้าสโมสรแห่งนี้สามารถพัฒนาสู่การเป็นสโมสรฟุตบอลแถวหน้าของเอเชียได้ในอนาคต เขาเองอยากให้นักฟุตบอลต่างประเทศที่มีชื่อเสียงได้เข้ามาสู่ทีมนี้มากขึ้น เมื่อระยะเวลาผ่านไปเขาเชื่อว่าจะสามารถช่วยให้นักฟุตบอลไทยพัฒนาความสามารถจนกลายเป็นผู้เล่นส่งออกไปยังยุโรปหรืออย่างน้อยก็ญี่ปุ่นหรือเกาหลีใต้ได้ อย่างไรก็ตามแม้ว่าต่อมจะวาดฝันให้กับสโมสรฟุตบอลที่เขารักไว้ในอนาคตอย่างสวยงาม แต่ตัวเขาเองก็ออกตัวว่าถึงแม้สโมสรจะไม่สามารถบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้ในเร็ววัน นั่นก็ไม่ใช่สิ่งที่ทำให้เขาผิดหวังแต่อย่างใด ต่อมเชื่อว่าตราบที่กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับยังมีความรักและศรัทธาในสโมสรแห่งนี้ไม่ว่าผลการแข่งขันจะเป็นเช่นไรกลุ่มของพวกเขา ก็ยังคงจะให้การสนับสนุนต่อไปไม่เปลี่ยนแปลง



รูปที่ 2: กลุ่มเยาวชนคาดโนว่าซึ่งรวมตัวกันเพื่อเตะฟุตบอลเป็นประจำทุกสัปดาห์

สนามในวัฒนธรรมเยาวชน

“สโมสรฟุตบอลเทโรฯ มีช่อง 3 สนับสนุน การทำเรือไทยมีประวัติศาสตร์มายาวนาน แล้วเมืองทองฯ เป็นใคร เปรียบไปเทโรฯ เหมือนนางแบบสวย เซ็กซี่ ทำเรือก็ผู้หญิงวัยกลางคน เปรียบพร้อม มีฐานะ แต่เมืองทองคือเด็ก 3 ขวบยังไม่เลิกนมเลย ผมคิดเช่นนั้น เลย์รู้ว่าเราต้องสร้างจุดเด่นเพื่อแย่งชิงแฟนบอลมาเป็นแฟนคลับของสโมสรเราให้ได้ ”

คำกล่าวข้างต้นเป็นของพิพัฒน์ วราเมธพิพัฒน์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรเมืองทองหนองจอก อยู่ในดีดและอีกคือตำแหน่งคือ “พ่อใหญ่” ของลูกหลานครอบครัวเมืองทองฯ คำพูดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่ Bourdieu เรียกว่า “สนาม” ในวัฒนธรรมกีฬา ซึ่งไม่จำกัดอยู่ในเฉพาะสนามการแข่งขัน (stadium) หากแต่ยังรวมไปถึงสนามของการแข่งขัน (field of competition) เพื่อแย่งชิงแฟนบอลที่เป็นกลุ่มเยาวชนให้หันมาสนใจและร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการผลิตใหม่

ของปรากฏการณ์ฟุตบอลแฟนคลับในสังคมไทยดังที่ผู้เขียนได้ถ่ายทอดบรรยายภาคให้เห็นไว้ในตอนต้นของบทความ

เราอาจจำแนกกระบวนการเข้าสู่สนามของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดยกเป็น 3 เส้นทางดังต่อไปนี้

(1) กลุ่มที่ชอบดูฟุตบอลต่างประเทศมาก่อน

หากกล่าวถึงการชมและเชียร์ฟุตบอลแล้วต้องยอมรับว่าอิทธิพลและกระแสของฟุตบอลต่างประเทศได้ครอบครองส่วนแบ่งการตลาดในสังคมไทยเรื่อยมา เหตุผลที่สำคัญคือกระบวนการที่สร้างให้เกิดความนิยมของฟุตบอลต่างประเทศ เอื้ออำนวยต่อการรับรู้ของสังคมและผู้สนใจกีฬาฟุตบอลได้มากกว่า ทั้งในแง่ของการตลาด การถ่ายทอดผ่านสื่อสารมวลชน หรือการจัดการองค์กรกีฬาที่ดูทันสมัยและเป็นมืออาชีพ ส่งผลให้ที่ผ่านมามีความนิยมของฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทยมีมากกว่าฟุตบอลไทยมาโดยตลอด

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันกระแสความนิยมฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทยไม่ได้มีแนวโน้มว่าจะลดลง แต่การที่วงการฟุตบอลไทยพัฒนารูปแบบการแข่งขันให้มีความทันสมัยมากขึ้น ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลให้ความนิยมในการติดตามและรับชมการแข่งขันรายการฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกเพิ่มมากขึ้นไปด้วย และผลที่ปรากฏขึ้นอย่างชัดเจนคือการเกิดขึ้นของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับประจำสโมสรต่างๆ กรณีของตั้มถือเป็นตัวอย่างที่ดีของคนที่ชอบฟุตบอลต่างประเทศอยู่ก่อนที่จะหันมาสนใจการแข่งขันฟุตบอลอาชีพของไทย ตั้มเล่าว่าอันที่จริงเขาเป็นคนที่ชอบทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดยิ่งเป็นสโมสรฟุตบอลชื่อดังของประเทศอังกฤษมานานกว่า 10 ปี และถ้าหากสโมสรแห่งนี้เดินทางมาแข่งขันที่ไทยหรือมีกิจกรรมของแฟนคลับ (กลุ่มแฟนคลับสโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดยุโรป) ทั้งการฉลองแชมป์หรือเชียร์บอลในการแข่งขันนัดสำคัญๆ เขาก็จะเข้าร่วมตลอด แต่

หลังจากมีโอกาสไปชมการแข่งขันของสโมสรเมืองทองหนองจอก อยู่ในเต็ด และได้เห็นถึงพัฒนาการของการเชียร์ฟุตบอลของกลุ่มแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้ ทำให้ต้องรู้สึกประทับใจและหาโอกาสเข้ามาร่วมเชียร์การแข่งขันอย่างสม่ำเสมอมากขึ้น

“ผมบ้าแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดมาตั้งแต่เด็ก เรียกได้ว่าอ่านหนังสือบอลมากกว่าหนังสือเรียนเลยดีกว่า แต่ตอนนี้อารมณ์มันเปลี่ยนไป เพราะผมได้รู้จักสโมสรเมืองทองฯ ยิ่งเมื่อรวมกลุ่มเพื่อนที่รักการเตะฟุตบอลด้วยกัน ยิ่งทำให้ผมมีอะไรหลายอย่างที่ผูกพันกับสโมสรแห่งนี้ ทั้งเพื่อน ทั้งท้องถิ่น ทั้งกองเชียร์ จนเรียกได้ว่าเป็นครอบครัวของผมไปแล้ว”

ขณะที่ พี เยวชนอีกคนที่ชื่นชอบฟุตบอลต่างประเทศมาก่อนจนกระทั่งมาได้มารู้จักสโมสรเมืองทองหนองจอก อยู่ในเต็ดเพราะเขาเห็นภาพแฟนบอลจำนวนมากเข้าไปเชียร์การแข่งขันฟุตบอลจากหนังสือพิมพ์กีฬาฉบับหนึ่ง เมื่อมีโอกาสเขาจึงชวนกลุ่มเพื่อนไปดูที่สนามย่านเมืองทองธานี และไม่เปลี่ยนใจไปเชียร์ทีมอื่นอีกเลย

“จริงๆ ผมเป็นคนสระบุรีนะครับแล้วที่นั่นก็มีสโมสรประจำอยู่อย่างน้อยก็ 2 ทีม แต่ผมไม่ได้ชอบอะไรมาก จนกระทั่งได้โอกาสไปดูเมืองทองฯ และที่ทำให้ผมประทับใจมาก คือการที่แฟนบอลทุกคนช่วยกันเชียร์ ช่วยกันร้องเพลง มีปรบมือตามจังหวะด้วย และที่สำคัญที่สุดคือไม่สกปรก เป็นการเชียร์แบบสุภาพ ผมประทับใจตรงนี้แหละครับ ตอนนี้ผมมีทั้งตัวปี เสื้อแข่ง ผ้าพันคอ มีทุกอย่าง เรียกว่าบ้ากว่าตอนเชียร์บอลต่างประเทศอีก”

(2) กลุ่มติดตามฟุตบอลไทยมาตั้งแต่ต้น

หากย้อนกลับไป 30 ปีที่แล้วฟุตบอลไทยถือว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมสนใจเป็นอย่างมากจากกลุ่มที่รักกีฬา เห็นได้จากชื่อเสียงของนักกีฬาฟุตบอลในอดีตทั้งอย่าง ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน วิทยา เลหากุล หรือวรวรรณ

ชิตะวณิช ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าทุกวันนี้ยังได้รับการกล่าวขานถึงไม่น้อยไปกว่านักฟุตบอลชื่อดังของไทยในปัจจุบัน แต่การที่สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยไม่สามารถยกระดับคุณภาพการจัดการแข่งขันให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มแฟนฟุตบอลได้ ส่งผลให้วงการฟุตบอลไทยได้รับความนิยมน้อยลงเป็นอย่างมาก ในขณะที่ปัจจุบันฟุตบอลต่างประเทศโดยเฉพาะการแข่งขันลีกอาชีพในยุโรป เช่น อังกฤษ สเปน อิตาลี และเยอรมัน มักเป็นที่สนใจของแฟนฟุตบอลและสื่อมวลชนกีฬาของไทย แต่กระนั้นยังมีคนกลุ่มหนึ่งที่เฝ้าติดตามวงการฟุตบอลไทยมาอย่างต่อเนื่อง บางคนถึงขนาดติดตามมาตั้งแต่สมัยที่ตัวเองยังเป็นนักเรียนมัธยมวาระระยะเวลาที่ผ่านมาเกือบ 30 ปี แฟนบอลเยาวชนคนหนึ่งที่ได้บอกกล่าวถึงความชื่นชอบในวงการฟุตบอลไทยของเขาตั้งแต่ยังเด็กว่า

“ผมชอบฟุตบอลทีมชาติไทยมาก ผมตามดูทุกนัดตั้งแต่อยู่ ม.ปลาย พอตอนหลังสโมสรเริ่มตั้งขึ้นมาบ้าง ผมก็ตระเวนเชียร์ทั่วภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากที่บ้านเกิดของผม แต่มาเชียร์เมืองทองฯ เพราะตอนนั้นผมรู้ว่าธีรศิลป์ แดงดา นักฟุตบอลที่ผมชื่นชอบสังกัดอยู่ผมก็เลยอยากดู พอเข้ามาดูทีมเมืองทองฯ แล้วผมก็รู้สึกติดใจ”

อย่างไรก็ดีผู้ที่เขียนได้ถ่ายทอดเรื่องราวไปก่อนหน้านี้ถือเป็นผู้เยาวชนที่แตกต่างจากกลุ่มเยาวชนทั่วไปที่ชื่นชอบและติดตามฟุตบอลด้วยกัน เขาให้ความสนใจและติดตามข่าวสารของวงการฟุตบอลไทยเป็นหลัก ในขณะที่เพื่อนฝูงในวัยเดียวกันมักจะไปติดตามการแข่งขันฟุตบอลลีกของแต่ละประเทศ อรรถพลมองในมุมที่ต่างออกไปว่าการดูฟุตบอลไทยสามารถสัมผัสกับบรรยากาศและอรรถรสของการเชียร์ได้ดีกว่า เนื่องจากสามารถมีประสบการณ์ตรงและร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ “สนาม” ได้อย่างเต็มที่ ปัจจุบันอรรถพลมองว่าสถานการณ์ของฟุตบอลอาชีพของไทยกำลังมีความพร้อมที่จะพัฒนาต่อไปได้มากขึ้น เนื่องจากทั้งกระแสฟุตบอลอาชีพ

ในความสนใจของสื่อสารมวลชน การมีนักฟุตบอลที่มีคุณภาพทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศร่วมอยู่ในทีม การบริหารสโมสรต่างๆ ที่มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น และที่สำคัญที่สุดคือการได้รับการยอมรับอีกครั้งจากแฟนบอลชาวไทย ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ทำให้เขาเชื่อว่าในอนาคตแฟนบอลชาวไทยจะกลับมาให้ความสนใจกับวงการฟุตบอลไทยมากขึ้น

(3) กลุ่มท้องถิ่นนิยม

รูปแบบพื้นฐานที่สำคัญที่สุดของการขยายฐานกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ คืออาศัยความเป็นท้องถิ่นนิยมเข้ามาสร้างสำนึกร่วม (collective consciousness) ดังจะเห็นได้จากอดีตของการก่อตั้งสโมสรฟุตบอลชื่อดังในระดับโลก ที่ล้วนแล้วแต่สร้างกลุ่มผู้ชม กองเชียร์และการสนับสนุนจากคนในท้องถิ่นเป็นหลักทั้งในตุริน มิลาน ลิเวอร์พูล และการสนับสนุนจากคนในท้องถิ่น เป็นหลักทั้งในตุริน มิลาน ลิเวอร์พูล แมนเชสเตอร์ ลอนดอน มาดริด ซึ่งความเป็นท้องถิ่นนิยมในบางครั้งก็อิงอยู่กับความเป็นเชื้อชาติและศาสนา ด้วย (เกษม, 2552: 80 - 81) สำหรับสังคมไทยอาจกล่าวได้ว่าการเกิดขึ้นของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับอาจไม่ได้มีความซับซ้อนในมิติทางเชื้อชาติและศาสนาที่เด่นชัดมากนัก แต่ทว่าความเป็นท้องถิ่นนิยมก็ยังมีส่วนสำคัญในการช่วยผลักดันให้เกิดกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับในสังคมไทยได้เป็นอย่างดี

ในช่วงแรกของการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกนั้น สโมสรที่เข้าร่วมการแข่งขันเป็นสโมสรที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรที่ต้องการประชาสัมพันธ์องค์กรตนเอง เช่น สโมสรฟุตบอลธนาคารกสิกรไทย สโมสรฟุตบอลโรงงานยาสูบ สโมสรฟุตบอลตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น แต่การที่ทีมฟุตบอลลักษณะดังกล่าวมักประสบปัญหาความไม่ต่อเนื่องในการให้การสนับสนุนจากองค์กรซึ่งอาจเป็นผลมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจ ปัญหาการบริหารงานภายใน หรือปัญหาจากผลงานของสโมสรฟุตบอลเอง ทำให้ในหลายกรณีองค์กรที่ให้การสนับสนุนก็ตัดสินใจยุบทีมฟุตบอลทิ้ง จากผลดังกล่าวทำให้แฟนฟุตบอลชาวไทยเบื่อหน่ายกับความไม่ต่อเนื่องของการสร้างทีมฟุตบอลลักษณะนี้ จนแฟนฟุตบอลชาวไทยมักให้

ฉายาหรือเรียกอย่างติดปากว่า “ทีมองค์กร รักง่าย หน่ายเร็ว” ซึ่งแตกต่างจากสโมสรฟุตบอลที่สร้างจากฐานฟุตบอลท้องถิ่นที่จะมีมวลชนท้องถิ่นให้การสนับสนุนการทำงานของสโมสรทำให้มีความต่อเนื่องในการสร้างทีมฟุตบอลมากกว่า

สำหรับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด การเข้าซื้อกิจการของเจ้าของสโมสรในปัจจุบัน ทำให้เกิดนโยบายย้ายสนามการแข่งขันจากหนองจอกเขตชานเมืองของกรุงเทพฯ มาสู่สนามแข่งขันในเมืองทองธานี ในวงการฟุตบอลนั้นสนามแข่งขันประจำสโมสรฟุตบอลสามารถยึดโยงความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันของคนในท้องถิ่นได้ ตัวอย่างเช่น ความนิยมในสโมสรฟุตบอลในอังกฤษซึ่งแฟนฟุตบอลมักให้การสนับสนุนสโมสรในท้องถิ่นของตนเอง ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงที่ตั้งของสโมสรจึงมีผลกระทบต่อความนิยมของแฟนฟุตบอล ถึงกระนั้นยังมีแฟนบอลส่วนหนึ่งที่ติดตามผลงานและเป็นแฟนคลับของสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดมาอย่างต่อเนื่องไม่เปลี่ยนแปลง ผู้เขียนได้พูดคุยกับชัย เยาวชนคนหนึ่งซึ่งเป็นคนหนองจอกแต่ยังเดินทางตามมาเชียร์สโมสรแห่งนี้อย่างสม่ำเสมอถึงแม้ว่าสโมสรดังกล่าวจะย้ายสนามแข่งขันดังที่ได้กล่าวไปแล้วก็ตาม ชัยได้ถ่ายทอดความเห็นเกี่ยวกับการติดตามเชียร์ฟุตบอลของเขาให้ผู้เขียนได้รับฟังว่า

“จริงๆ แล้วเมื่อสัก 5 ปีที่แล้ว แถวหนองจอกมีสโมสรฟุตบอลอยู่หลายแห่ง แต่ผมก็ไปดูบ้าง ไม่ได้ดูบ้าง จนช่วงหลังสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดตั้งขึ้นมา ผมก็คิดว่าทำไมเขาย้ายสนามแข่งขันไปแล้วยังใช้ชื่อหนองจอกอยู่ แสดงว่าเขาให้เกียรติกับการที่สโมสรแห่งนี้ก่อตั้งขึ้นที่หนองจอก เพราะฉะนั้นผมจึงตามเชียร์เพราะมีชื่อหนองจอกนี่แหละ ใครที่รักบ้านผม ผมก็พร้อมสนับสนุนเต็มที่ ถ้าผมมีโอกาสมาได้ ผมมาตลอด สิ้นคำ ผมก็สนับสนุนเต็มที่ หายห่วงได้เลย”

การให้ความสำคัญกับการพัฒนาทีมฟุตบอลแฟนคลับโดยวางรากฐานที่กลุ่มคนในท้องถิ่นถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาสโมสรฟุตบอลไทยในปัจจุบัน เนื่องจากทุกสโมสรต่างตระหนักเป็นอย่างดีว่าการสนับสนุนของคนในท้องถิ่นจะสามารถสร้างพลังขับเคลื่อนในมิติต่างๆ เช่น จำนวนผู้ชม งบประมาณ กำลังใจจากกองเชียร์ เป็นต้น ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือการที่สโมสรฟุตบอล เช่น สโมสรฟุตบอลชลบุรี สโมสรฟุตบอลศรีสะเกษเมืองไทย สโมสรฟุตบอลพัทยา ยูไนเต็ด สโมสรฟุตบอลราชนาวิระยอง ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสโมสรที่เติบโตและได้รับการสนับสนุนจากคนในท้องถิ่นเป็นหลัก จนสามารถพัฒนาศักยภาพของทีมเข้าสู่รายการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีกซึ่งเป็นลีกฟุตบอลสูงสุดของประเทศได้

ในกรณีของสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด ต้องยอมรับว่ากิจกรรมที่กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับจัดขึ้นมีส่วนช่วยสร้างฐานแฟนบอลในท้องถิ่นเป็นอย่างมาก เช่น การจัดการแข่งขันฟุตบอลสำหรับกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับด้วยกัน การจัดกิจกรรมพัฒนาระบบการเชียร์ หรือการนัดพบปะสังสรรค์ ส่วนใหญ่กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับจะเลือกใช้พื้นที่ย่านเมืองทองธานีเป็นศูนย์กลาง เพราะฉะนั้นกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับที่อยู่ตามวงศ์วานแจ้งวัฒนะ นนทบุรีซึ่งอยู่ใกล้กับย่านเมืองทองธานีจึงสามารถชักชวนผู้ที่สนใจกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลเข้าร่วมกับกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้ได้ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของจำนวนสมาชิกกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดไม่ได้จำกัดอยู่แต่ในกลุ่มแฟนบอลท้องถิ่นเท่านั้น เมื่อเวลาผ่านไปทั้งสโมสรและแกนนำกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับต่างตระหนักว่า แฟนบอลกลุ่มนี้มีความสำคัญและจะทำให้สโมสรยืนหยัดอยู่ได้ถึงแม้ว่ากระแสความนิยมในฟุตบอลไทยอาจลดลง ปัจจุบันจึงมีความพยายามสร้างกิจกรรมที่ทำให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับในกลุ่มท้องถิ่นนิยมให้เพิ่มมากขึ้น



รูปที่ 3: กลุ่มเยาวชนที่เป็นสมาชิกกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด

บทสรุป

ปัจจุบันกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดสามารถขยายพื้นที่ทางสังคมในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกได้มากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่สมาชิกภายในกลุ่มทำความรู้จัก สนับสนุน และประทับใจในกิจกรรมต่างๆ ที่ทำร่วมกัน เช่น การเดินทางไปทำบุญที่ต่างจังหวัดร่วมกันหลังจบการแข่งขันฟุตบอลประจำปี การเดินทางไปเชียร์การแข่งขันฟุตบอลทั้งในและต่างประเทศ การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ประจำปี เป็นต้น การที่กิจกรรมลักษณะเช่นนี้ประสบความสำเร็จได้ส่งผลกระทบหนึ่งคือสมาชิกที่มีความสนใจและความชื่นชอบกิจกรรมต่างๆ เหมือนกันจะรวมตัวและตั้งเป็นชมรมย่อยในกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้ เช่น ชมรมแบดมินตัน ชมรมฟุตบอล ชมรมกอล์ฟ เป็นต้น หากพิจารณาจากชมรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น ชมรมฟุตบอลและชมรมแบดมินตันถือเป็นที่มาของการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่สมาชิกเยาวชนของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับ

สโมสรแห่งนี้ให้ความสนใจเข้าร่วมมากที่สุด ทั้งนี้กิจกรรมภายในชมรมต่างๆ ไม่ได้แยกออกตามช่วงอายุ ทำให้ในแต่ละกิจกรรมก็จะมี การพบปะกันของ สมาชิกหลากหลายทั้งเพศและวัย ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลให้สมาชิกภายใน ชมรมมีความสนิทสนมกันมาก ถึงขนาดที่บางกรณีกลุ่มเยาวชนสามารถ แสดงความคิดเห็นต่อการพัฒนาทีมฟุตบอลแฟนคลับกับบรรดาสมาชิกผู้ใหญ่ที่เป็นแกนนำของกลุ่มได้ ดังที่เป็กนักศึกษาหนุ่มเล่าให้ผู้เขียนฟังว่า

“ผมเป็นคนปั้นเกล้าแต่มหาวิทยาลัยอยู่แถวบางกะปิทำให้ไปทำ กิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนแถวสโมสรไม่ไหว แต่โชคดีมีบ้านที่แกนนำ กลุ่มแฟนคลับของเราคนหนึ่งอยู่แถวมหาวิทยาลัย ทำให้ผมได้ รวมตัวกันเตะฟุตบอลหรือกินข้าวสังสรรค์กันแถวๆ นี้ ยิ่งระยะ หลังผมติดกลุ่มเพื่อนๆ พี่ๆ ที่นี้มาก พอพี่เขาชวนมาอยู่บ้านเขา ผมก็เลยย้ายมาอยู่บ้านพี่แกนนำกองเชียร์ พอพี่เขาเห็นว่าผมมี ความจริงใจ ตั้งใจในการเสนอความคิดในการพัฒนาระบบการ เชียร์ของเรา พี่ๆ เขาก็ชวนผมเป็นแกนนำเชียร์รุ่นใหม่”

นอกจากเป็กแล้วกรณีของเต๋อถือเป็นความน่าสนใจของการรวม ตัวกันเพื่อสร้างพื้นที่สำหรับกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ เป็นกลุ่มเยาวชน เนื่องจากกลุ่มของเขาได้รับสมัครแฟนคลับของสโมสร เมืองทองหนองจอก อยู่ในเต็ดที่ต้องการเตะฟุตบอลร่วมกัน ซึ่งจนถึงขณะนี้ กิจกรรมเตะฟุตบอลของกลุ่มเยาวชนกลุ่มนี้มีมาอย่างต่อเนื่อง และด้วย ความที่สมาชิกในกลุ่มมีความสนิทสนมกันมากขึ้นทำให้กลุ่มของเต๋อจะ รวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมอื่นๆ ด้วย

“ตอนแรกผมเห็นประกาศอยู่ในเว็บบอร์ดของสโมสรผมก็สนใจ และสมัครเป็นคนแรกเลย หลังจากนั้นไม่นานกลุ่มของเราก็รวม ตัวกันได้มากขึ้น ตอนนี้เรามีสมาชิกเกือบ 30 คนแล้วครับ ทั้ง ผู้ชาย ผู้หญิงแต่ส่วนใหญ่ยังเป็นนิสิต นักศึกษากันอยู่ กิจกรรม ที่พวกเราทำคือเตะฟุตบอล และถ้ามีการแข่งขันที่ต่างจังหวัดเรา

ก็จะไปเชียร์ด้วยกันทุกครั้ง ทำให้ตอนนี้ทุกคนสนิทกันมากเรียก
ได้ว่าเป็นครอบครัวกันไปแล้ว เพราะนอกจากเรื่องฟุตบอล ใคร
เดือดร้อนอะไรพวกเราก็จะช่วยเหลือกัน”

การที่กลุ่มเยาวชนที่เป็นสมาชิกกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้สามารถรวมตัวทำกิจกรรมและสร้างพื้นที่ทางสังคมของตนเองได้ ส่งผลให้ในปัจจุบันเยาวชนหลายคนได้เข้าไปมีบทบาทสำคัญในกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับในการพัฒนากิจกรรมต่างๆ นอกจากกิจกรรมกีฬาแล้วกลุ่มเยาวชนยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาระบบการเชียร์ เช่น การแต่งเพลงเชียร์ การออกแบบท่าเชียร์ หรือแม้แต่เป็นแกนนำในการเชียร์ เป็นต้น จากที่กล่าวมาในช่วงต้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มเยาวชนของสโมสรเมืองทองหนองจอกยูไนเต็ดได้สร้างพื้นที่ให้กับตนเองทั้งโดยประสงค์จะมีบทบาทหรือไม่ก็ตาม แต่การที่สามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการทำกิจกรรมหรืออยู่ในชุดของปฏิสัมพันธ์ทางสังคมใน “สนาม” ของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรแห่งนี้ได้ ส่งผลประการหนึ่งที่ชัดเจนคือการแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการประกอบสร้างพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรมของตนเองขึ้นมาได้ แม้ว่าเขาเหล่านั้นจะเป็นเพียงเยาวชนก็ตาม

หากกลับไปพิจารณาปรากฏการณ์ดังที่ผู้เขียนนำเสนอเกี่ยวกับบทความ “How Can One Be a Sportsman?” ของ Bourdieu (1993c) เราจะพบว่าปรากฏการณ์ที่กลุ่มเยาวชนสามารถสร้างเครือข่ายทางสังคมขึ้นมาได้นั้นสอดคล้องกับมุมมองของ Bourdieu ในบทความดังกล่าวซึ่งเขาได้นำเสนอถึงสนาม (field) ในวงการกีฬาว่าเป็นเครือข่ายทางสังคมซึ่งเกิดจากปฏิบัติการ (practices) ที่หลากหลายทั้งในลักษณะการเคลื่อนไหวเพื่อสร้างกิจกรรมของชนชั้น การแข่งขันพื้นที่ในการจัดวางสินค้าในเศรษฐกิจแบบทุนนิยม หรือแม้แต่ผลผลิตทางความคิดของสังคมสมัยใหม่ โดยปฏิบัติการเพื่อสร้างให้คนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของผู้สนใจกีฬานั้นทำงานควบคู่ไปกับแนวจริต (habitus) อย่างสอดคล้องจนสามารถทำให้คนตระหนัก

ถึงประโยชน์และคุณค่าของการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวงการกีฬา หรืออีกนัยหนึ่งคือปฏิบัติการที่สามารถทำให้สาธารณชนตระหนักถึงคุณค่าและการมีอยู่อย่างมีนัยสำคัญของวงการกีฬาในสังคมปัจจุบัน

เราจึงเห็นได้ว่าการเกิดขึ้นของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับที่เป็นเยาวชนนั้นประกอบสร้างจากภูมิหลังทางสังคมทั้งที่ชื่นชอบฟุตบอลต่างประเทศ ชื่นชอบฟุตบอลไทยหรือท้องถิ่นนิยม นอกจากนี้ยังมีปฏิบัติการทางสังคมผ่านกิจกรรมที่เข้าร่วมหลากหลายรูปแบบและสถานที่ ทั้งเป็นสมาชิกกลุ่มชมรมเตะฟุตบอล เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาระบบเพลงเชียร์ และที่ขาดไม่ได้คือการเป็นส่วนหนึ่งของผู้ชมในสนามการแข่งขัน ปฏิบัติการดังตัวอย่างที่กล่าวไปนี่เองที่ได้มีส่วนสร้างกรอบการรับรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ส่งผลให้เยาวชน กลุ่มนี้ยึดถือการเป็นสมาชิกกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่ตนเองชื่นชอบ หรืออีกนัยหนึ่งคือการยอมรับว่าเป็นแนวจริตของตนเอง

ประเด็นวัฒนธรรมเยาวชนในปัจจุบันกำลังขยายพื้นที่ความน่าสนใจเข้าสู่สังคมไทยมากขึ้น จากการศึกษาของผู้เขียนพบว่ากลุ่มเยาวชนกำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญอยู่ในพื้นที่ของกีฬา ถึงแม้ว่าในอดีตภาพของกลุ่มเยาวชนจะติดอยู่ในกรอบของการตกเป็นเหยื่อการพนันทางกีฬา แต่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงบทบาทของกลุ่มเยาวชนในปัจจุบัน กีฬาได้กลายเป็นเส้นทางสู่ความสำเร็จในชีวิตและเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมที่เยาวชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเองมากขึ้น ปรัชญาการณดังกล่าวถูกนำเสนอผ่านภาพของกลุ่มเยาวชนที่เป็นสมาชิกกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดซึ่งสามารถจัดวางตำแหน่งและบทบาทของพวกเขาภายใต้ “สนาม” ของความหลากหลายในวัฒนธรรมเยาวชนสมัยใหม่ การผลิตใหม่ของวัฒนธรรมการชมการเชียร์ และการรวมกลุ่มที่เกิดขึ้นกับกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ดจึงเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการผลิตทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการใน

รูปแบบใหม่ๆ ของกลุ่มเยาวชน กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับของสโมสรเมืองทอง หนองจอก อยู่ในเต็ดถือเป็นผลผลิตของการช่วงชิงพื้นที่ในวงการกีฬาผ่าน ปฏิบัติการของเครือข่ายทางสังคม เทคโนโลยี การผลิตสินค้า การสร้าง ความเป็นท้องถิ่น และการแสดงออกถึงสำนึกร่วมของคนในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น “สนาม” ของวัฒนธรรมเยาวชนในกีฬาฟุตบอลจึงไม่ได้หยุดอยู่บน พื้นที่ทางกายภาพของสนามแข่งขันเท่านั้น หากแต่ยังพบได้ทุกหนทุกแห่ง ที่ซึ่งการช่วงชิงและให้ความหมายทางวัฒนธรรมยังมีความสำคัญต่อความ ต้องการและการแสดงออกของเยาวชน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

เกษม เพ็ญภินันท์. 2552. “ความโกลาหลของวัฒนธรรมศึกษา” ใน สุวรรณา เกียรติงไกรเพ็ชร (บก). *รวมบทความจากการประชุมประจำปีประจำปีทางมานุษยวิทยาครั้งที่ 7 เล่มที่ 2*, หน้า 11-105. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

ภาษาอังกฤษ

Appadurai, A. 1997. *Modernity at Large*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Bourdieu, P. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge Mass: Harvard University Press.

_____. 1990. *The Logic of Practice*. Translated by Nice, R. Cambridge: Policy Press.

_____. 1993a. *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press.

_____. 1993b. “How Can One be a Sports Fan?” In *The Cultural study Reader*, During, S. (ed.). pp. 427-440. London: Routledge.

_____. 1993c. “How Can One be a Sportsman?” In *Sociology in Question*, pp. 117-131. London: Sage Publication.

Dunning, E. 1999. *Sport Matters: Sociological Studies of Sport, Violent and Civilization*. New York: Routledge Publishing.

Fornas, J. and Bolin, G. 1995. *Youth Culture and Late Modernity*. New Delhi: Sage Publication.

Lever, J. 1992. “Sociology of Sport” In *Encyclopedia of Sociology*, Elly Dickason (ed.). pp. 2046-2049. New York: Macmilan Publishing Company.

Mcguire, J. 2004. “Sociology of Sport” In *The Social Science Encyclopedia, Volume 2*, Adam Kuper and Jessica Kuper (eds.). pp. 985-987. New York: Routledge Publishing.

เชิงอรรถท้ายบท

¹ บทความชิ้นนี้เรียบเรียงจากส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ของผู้เขียนเรื่อง ฟุตบอลแฟนคลับในสังคมไทยสมัยใหม่: ศึกษากรณีเมืองทองหนองจอก ชูในเต็ด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- 2 ความล้มเหลวดังกล่าวถูกนำเสนอภายหลังการประเมิณของสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asia Football Confederation) ซึ่งได้กำหนดให้สมาคมฟุตบอลต่างๆ ในทวีปเอเชียต้องได้รับการประเมินความพร้อมด้านการจัดการแข่งขันลีกอาชีพในภาพรวมเพื่อที่จะได้สิทธิ์ในโควตาเข้าแข่งขันในรายการชิงแชมป์สโมสรแห่งเอเชีย ซึ่งในการประเมินรอบที่ผ่านมาในปี พ.ศ. 2551 ประเทศไทยมีคะแนน 221.5 จากคะแนนเต็ม 500 ได้เกรดแค่ C ทำให้หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย บริษัท ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด และสโมสรฟุตบอลที่เข้าแข่งขันอยู่ในรายการไทยพรีเมียร์ลีก จำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพเพื่อให้การประเมินในครั้งต่อไปในปี พ.ศ. 2553 ที่จะมาถึงจะมีคะแนนที่มากขึ้นจนสามารถได้สิทธิ์เข้าแข่งขันในรายการ ชิงแชมป์สโมสรฟุตบอลแห่งเอเชีย (AFC Champion League) โดยอัตโนมัติ
- 3 กลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสโมสรเมืองทองหนองจอก อยู่ในเต็ดจะใช้สัญลักษณ์การ์ตูนอุลตร้าแมน (Ultraman) ในการเรียกชื่อตนเอง นอกจากนี้ยังมีสัญลักษณ์และการแสดงออกคล้ายกับการปล่อยพลังของตัวการ์ตูนดังกล่าวในช่วงระหว่างการร้องเพลงเชียร์ด้วย