



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

รูปแบบการสร้างพื้นที่ทางการเมืองของนักการเมืองผ่านกีฬามวยไทย

A Model of Constructing Political Space through Muay Thai by Politicians

1. ทรงพล กิจเกียรติ, 2. พระมหาโสภณ โชติปญโญ, 3. พระมหาวิรุธ วิโรจโน, 4. วรเชษฐ์ โทอิน*

1. Songphol Kitkiat, 2. Phamaha Sophol Chotipanyo, 3. Pramaha Wiruth Wirojana,

4. Worachet Tho-un*

1., 2., 3., 4. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาลัยศาสนศาสตร์ยโสธร

1., 2., 3., 4. Mahamakut Buddhist University Yasothon Buddhist Collage

*Corresponding author e-mail: worachet.th@mbu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง “รูปแบบการสร้างพื้นที่ทางการเมืองของนักการเมืองผ่านกีฬามวยไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายว่า นักการเมืองไทยใช้ “สนามมวยไทย” ทั้งในความหมายเชิงรูปธรรมและเชิงสัญลักษณ์อย่างไร ในการสร้างพื้นที่ทางการเมือง สร้างฐานเสียง และผลิตซ้ำความชอบธรรมของตน บทความอาศัยกรอบคิดเรื่องพื้นที่ทางการเมือง (political space) อัตลักษณ์ทางการเมือง และทุนทางวัฒนธรรม มาวิเคราะห์ปรากฏการณ์การสนับสนุนกีฬามวยไทย การเป็นสปอนเซอร์เวทีและนักมวย การจัดการแข่งขันการกุศล ตลอดจนการสื่อสารในสื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ที่เชื่อมโยงมวยไทยกับภาพลักษณ์ของนักการเมือง ผลการวิเคราะห์เสนอว่า รูปแบบการสร้างพื้นที่ทางการเมืองผ่านมวยไทยสามารถจำแนกได้อย่างน้อยสามมิติสำคัญ ได้แก่ (1) มิติพื้นที่สาธารณะเชิงวัฒนธรรม ที่นักการเมืองใช้เวทีมวย งานมหรสพและสนามกีฬาเป็น “พื้นที่พบปะ” กับมวลชนอย่างไม่เป็นทางการ (2) มิติการสร้างอัตลักษณ์และความชอบธรรมทางการเมือง ที่มวยไทยถูกใช้เชื่อมโยงตนเองกับความเป็นไทย ความกล้าหาญ ความยุติธรรม และการปกป้องผู้ด้อยโอกาส และ (3) มิติการระดมทรัพยากรและเครือข่ายทางการเมือง ผ่านการอุปถัมภ์ค่ายมวย กลุ่มแฟนมวย ผู้จัดการ และสื่อกีฬา ซึ่งกลายเป็นเครือข่ายทางการเมืองที่มีพลังในการระดมคะแนนเสียงและกำหนดวาทกรรมในพื้นที่ท้องถิ่น ข้อเสนอของบทความชี้ให้เห็นว่า การทำความเข้าใจมวยไทยในฐานะพื้นที่ทางการเมือง มิใช่เพียงเรื่องของกีฬาและบันเทิง แต่เป็นหน้าต่างสำคัญในการมองเห็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจ รูปแบบอุปถัมภ์ และกลยุทธการสร้างพลเมืองแบบเฉพาะของการเมืองไทยร่วมสมัย ทั้งยังชี้ช่องให้มีการศึกษาต่อเชิงประจักษ์เกี่ยวกับผลกระทบของรูปแบบดังกล่าวต่อคุณภาพประชาธิปไตยในระยะยาว

คำสำคัญ: 1. พื้นที่ทางการเมือง; 2. มวยไทย; 3. นักการเมืองไทย; 4. วัฒนธรรมการเมือง; 5. การสร้างฐานเสียง

Abstract

This article, entitled “Patterns of Constructing Political Space by Politicians through Muay Thai,” aims to explain how Thai politicians employ “Muay Thai arenas,” both in a literal and symbolic sense, to construct political space, build electoral support, and



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

reproduce their political legitimacy. The study draws on the concepts of political space, political identity, and cultural capital to analyze phenomena such as sponsorship of Muay Thai, patronage of boxing stadiums and fighters, organization of charity matches, as well as media and social media communications that connect Muay Thai with the public image of politicians. The analysis suggests that patterns of constructing political space through Muay Thai can be categorized into at least three key dimensions. First, the dimension of cultural public space, in which politicians use boxing rings, festive events, and sports venues as informal “meeting spaces” with the public. Second, the dimension of political identity and legitimacy building, in which Muay Thai is mobilized to associate politicians with “Thai-ness,” courage, fairness, and the protection of the underprivileged. Third, the dimension of resource mobilization and political networking, where the patronage of boxing camps, fan clubs, promoters, and sports media is transformed into powerful political networks capable of mobilizing votes and shaping discourse in local arenas. The article argues that understanding Muay Thai as a political space goes beyond sport and entertainment. It offers an important lens through which to examine power relations, patron–client structures, and specific modes of citizen-making in contemporary Thai politics. It also opens avenues for further empirical research on the impact of these patterns on the quality of democracy in the long term.

Keywords: 1. political space; 2. Muay Thai; 3. Thai politicians; 4. political culture; 5. electoral base-building

บทนำ

กีฬาและการเมืองมีความสัมพันธ์กันมาอย่างยาวนาน มิใช่เพียงในฐานะ “ความบันเทิง” หากแต่เป็นพื้นที่เชิงสัญลักษณ์ที่รัฐ พรรคการเมือง และนักการเมืองใช้สร้างภาพลักษณ์ สร้างความชอบธรรม และสื่อสารคุณค่าทางการเมืองกับสาธารณชน งานศึกษาระดับนานาชาติชี้ชัดว่า กีฬาไม่เพียงสะท้อนสถานะการเมือง แต่ยังถูกออกแบบให้เป็นเครื่องมือทางการเมือง ทั้งด้านชาตินิยม การสร้างอัตลักษณ์ชาติ และยุทธศาสตร์ด้านอำนาจระหว่างประเทศ (Bairner, 2001) แนวคิด “soft power” ของ Nye (2004) อธิบายว่ารัฐสามารถใช้อิทธิพลผ่านความน่าดึงดูดของวัฒนธรรม คุณค่าทางการเมือง และนโยบาย เพื่อให้ผู้อื่น “อยาก” ร่วมมือมากกว่าจะ “ถูกบังคับ” ให้ทำตาม ซึ่งกีฬาและกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมถูกมองเป็นทรัพยากรสำคัญของ soft power ในหลายประเทศ ในเชิงนโยบาย กีฬาโดยเฉพาะ “mega-events” เช่น ฟุตบอลโลกหรือโอลิมปิกกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการฟื้นฟูหรือเสริมสร้างภาพลักษณ์ชาติ และขยายอิทธิพลทางการทูตเชิงสาธารณะ (public diplomacy) งานของ Grix และ Houlihan (2014) แสดงให้เห็นว่ารัฐเยอรมนีและสหราชอาณาจักรใช้การเป็นเจ้าภาพมหกรรมกีฬาระดับโลกเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ soft power อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

การออกแบบแบรนด์ชาติ การสื่อสารกับสาธารณะต่างประเทศ ไปจนถึงการต่อยอดมรดกทางสังคมและเศรษฐกิจหลังการแข่งขัน กรณีเหล่านี้ทำให้เห็นว่า กีฬาไม่ใช่ “เรื่องไร้สาระ” ในสายตาของนักการเมือง หากแต่เป็น “เวที” ที่ลงทุนอย่างจริงจังเพื่อเป้าหมายทางการเมืองทั้งภายในและภายนอกประเทศ

ในบริบทไทย “มวยไทย” มีสถานะพิเศษทั้งในฐานะกีฬาประจำชาติ ศิลปะการต่อสู้อันเป็นมรดกวัฒนธรรม และฐานอุตสาหกรรมบันเทิงที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานศึกษาประวัติศาสตร์และมานุษยวิทยามวยไทยชี้ว่า มวยไทยถูกประกอบสร้างให้เป็น “สัญลักษณ์ชาติ” ที่ผูกกับเรื่องเล่าแบบชาตินิยม พิธีกรรม และการกำกับความหมายโดยสถาบันรัฐและสถาบันวิชาการ (Vail, 2014) ขณะเดียวกัน แหล่งข้อมูลฝ่ายนิติบัญญัติของไทยอธิบายว่ามวยไทยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของคนไทยที่สะท้อนวิถีชีวิต ค่านิยม และภูมิปัญญาท้องถิ่นในทุกภูมิภาคของประเทศ ตั้งแต่มวยโคราช มวยไชยา ไปจนถึงมวยลพบุรีและมวยพระนคร จึงอาจกล่าวได้ว่า มวยไทยคือ “พื้นที่ทางวัฒนธรรม” ที่เชื่อมระดับชาติ ระดับชุมชน และระดับตลาดบันเทิงเข้าด้วยกันอย่างแนบแน่น ในทศวรรษหลัง แนวคิด soft power ถูกหยิบยกขึ้นมาใช้อย่างกว้างขวางในนโยบายไทย โดยมวยไทยถูกระบุอย่างชัดเจนว่าเป็นหนึ่งในสินทรัพย์วัฒนธรรมด้านกีฬา ที่สามารถต่อยอดเป็น soft power ของประเทศ ทั้งในมิติการท่องเที่ยว เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความมั่นคงทางวัฒนธรรม แผนกลยุทธ์ซอฟต์แวร์ด้านมวยไทยของทางการกีฬาแห่งประเทศไทยและหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เน้นการใช้มวยไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศ ขยายโอกาสทางเศรษฐกิจ และผลักดันเข้าสู่เวทีโอลิมปิกในระยะยาว ในระดับระหว่างประเทศ งานของ Jones และ Theerawong (2021) เสนอกรอบคิด “Muay Thai diplomacy” อธิบายการใช้มวยไทยเป็นเครื่องมือการทูตวัฒนธรรมและ sports diplomacy ของรัฐไทย ผ่านโครงการ roadshow การสนับสนุนนักมวยไทยในเวทีนานาชาติ และการผลักดันการรับรองจากคณะกรรมการโอลิมปิกสากล ขณะที่งานวิจัยร่วมสมัยอื่น ๆ ชี้ให้เห็นว่า มวยไทยกำลังถูกใช้เป็นยุทธศาสตร์ soft power เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 ในฐานะแบรนด์ชาติที่ผสมกีฬา วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ (Jason et al., 2025) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยไทยจำนวนมากมักให้ความสำคัญกับมวยไทยในมิติอัตลักษณ์ชาติและการสื่อสารวัฒนธรรม มากกว่ามิติ “การเมืองเลือกตั้ง” หรือ “การเมืองระดับท้องถิ่น” งานของทิฆัมพร เอี่ยมเรไร และกาญจนา แก้วเทพ (2555) วิเคราะห์ “การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชาติในมวยไทย” ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ตั้งแต่เวทีมวยลุมพินี การถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์มวยไทย ไปจนถึงคลิปใน YouTube โดยชี้ให้เห็นว่ามวยไทยทำหน้าที่ผลิตซ้ำความเป็นไทย หล่อหลอมรสนิยมแบบไทย และปรับตัวเข้ากับกระแสโลกาภิวัตน์ งานเชิงนโยบายล่าสุดของ ชินพรรธน์ อธิชัยวรานนท์ และคณะ (2568) ก็เน้นศึกษามวยไทยในฐานะซอฟต์แวร์ด้านวัฒนธรรม เพื่อเสนอข้อเสนอเชิงนโยบายในการสนับสนุนค่ายมวย การจัดงานระดับโลก และการสร้างมวยไทยให้เป็น soft power อย่างยั่งยืนในสายตานักท่องเที่ยวและนักกีฬา

จากการทบทวนวรรณกรรมจะพบว่า มืองค์ความรู้จำนวนมากว่าด้วยมวยไทยในมิติอัตลักษณ์ชาติ มรดกทางวัฒนธรรม และ soft power ทั้งในระดับนโยบายต่างประเทศและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว แต่ยังมี “ช่องว่าง” สำคัญในมิติรัฐศาสตร์เชิงการเมืองภายในประเทศ โดยเฉพาะคำถามว่า นักการเมืองเข้าไป “ใช้” มวยไทยอย่างไรในฐานะพื้นที่ทางการเมือง ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ในทางปฏิบัติ เราพบ



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

ปรากฏการณ์ที่นักการเมืองจำนวนหนึ่งเข้าไปมีบทบาทในสนามมวยและอุตสาหกรรมมวยไทยอย่างหลากหลาย อาทิ การเป็น “ผู้จัด-สปอนเซอร์-ประธานจัดการแข่งขัน” การอุปถัมภ์ค่ายมวย นักมวย หรือเวทีมวยเฉพาะพื้นที่ ตลอดจนการใช้เวทีมวยและงานแข่งขันมวยไทยเป็นพื้นที่พบปะประชาชน จัดกิจกรรม CSR หรือการหาเสียงแบบไม่เป็นทางการในชุมชน จากการทบทวนวรรณกรรมจะพบว่า เมืองมีความรู้จำนวนมากว่าด้วยมวยไทยในมิติอัตลักษณ์ชาติ มรดกทางวัฒนธรรม และ soft power ทั้งในระดับนโยบายต่างประเทศและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว แต่ยังมี “ช่องว่าง” สำคัญในมิติรัฐศาสตร์เชิงการเมืองภายในประเทศ โดยเฉพาะคำถามว่า นักการเมืองเข้าไป “ใช้” มวยไทยอย่างไรในฐานะพื้นที่ทางการเมือง ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ในทางปฏิบัติ เราพบปรากฏการณ์ที่นักการเมืองจำนวนหนึ่งเข้าไปมีบทบาทในสนามมวยและอุตสาหกรรมมวยไทยอย่างหลากหลาย อาทิ การเป็น “ผู้จัด-สปอนเซอร์-ประธานจัดการแข่งขัน” การอุปถัมภ์ค่ายมวย นักมวย หรือเวทีมวยเฉพาะพื้นที่ ตลอดจนการใช้เวทีมวยและงานแข่งขันมวยไทยเป็นพื้นที่พบปะประชาชน จัดกิจกรรม CSR หรือการหาเสียงแบบไม่เป็นทางการในชุมชน ด้วยเหตุนี้ บทความ “รูปแบบการสร้างพื้นที่ทางการเมืองของนักการเมืองผ่านกีฬามวยไทย” จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยตั้งคำถามหลักว่า นักการเมืองไทยใช้มวยไทยในฐานะพื้นที่ทางการเมืองในรูปแบบใดบ้าง กลไกการสร้างพื้นที่เหล่านี้ทำงานอย่างไรในทางปฏิบัติ และผลสะท้อนต่อภูมิทัศน์การเมืองทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติคืออะไร การศึกษาเช่นนี้จะช่วยเชื่อมโยงองค์ความรู้ด้านกีฬา-การเมือง soft power และการเมืองวัฒนธรรมของไทย เข้ากับมิติการเมืองเลือกตั้งและโครงสร้างอุปถัมภ์ทางการเมือง ทำให้เราเข้าใจมวยไทยไม่เพียงในฐานะ “กีฬาประจำชาติ” หรือ “เครื่องมือ soft power ของรัฐ” แต่ในฐานะ “เวทีการเมือง” ที่มีชีวิตชีวา ซึ่งนักการเมือง นักมวย ผู้จัดเวที ภาคธุรกิจ และประชาชนต่างเข้ามาต่อรอง อ้างสิทธิ์ และประกอบสร้างความหมายทางการเมืองร่วมกันอย่างซับซ้อน

มวยไทยในฐานะ “พื้นที่สาธารณะทางการเมือง”

เมื่อก้าวถึง “พื้นที่สาธารณะทางการเมือง” มักนึกถึงลานชุมนุม ถนน หรือสวนสาธารณะที่พลเมืองใช้แสดงความคิดเห็นและเจรจาต่อรองกับรัฐ แต่ในเชิงรัฐศาสตร์ร่วมสมัย นักทฤษฎีจำนวนมากชี้ว่า พื้นที่ทางการเมืองมิได้จำกัดอยู่แค่ “ลานประท้วง” หากรวมถึงพื้นที่วัฒนธรรม บันเทิง และกีฬา ที่ถูกใช้เป็นเวทีสื่อสารทางการเมืองอย่างแยบยลด้วย (Low & Smith, 2006; Parkinson, 2012) แนวคิดทรงกลมสาธารณะของ Habermas (1989/1992) มอง “สาธารณะ” ในฐานะพื้นที่ที่ประชาชนสามารถอภิปรายประเด็นส่วนรวมอย่างมีเหตุผล เปิดให้เข้าถึงได้และไม่ถูกผูกขาดโดยรัฐและตลาด ขณะเดียวกัน Lefebvre (1991) เสนอว่า “พื้นที่” เป็นผลผลิตทางสังคม ถูกสร้างขึ้นและจัดระเบียบโดยความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ไม่ใช่เพียงฉากหลังของกิจกรรมมนุษย์เท่านั้น เมื่อนำกรอบคิดเหล่านี้มาพิจารณา มวยไทยมิใช่เพียงกีฬาและอุตสาหกรรมบันเทิง แต่สนามมวย เวทีกลางลานวัด ลานหน้าที่ว่าการอำเภอ หรือเวทีมวยชั่วคราวในงานเทศกาล ล้วนทำหน้าที่เป็น “พื้นที่สาธารณะ” ที่ผู้คนหลากหลายชั้นชนมาพบปะกัน ทั้งนักมวย แฟนมวย ผู้ประกอบการท้องถิ่น สื่อ และ “นักการเมือง” โดยมีการแข่งขันมวยเป็นศูนย์กลางของการรวมตัว พื้นที่เหล่านี้เปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าร่วมได้ในฐานะผู้ชม ผู้สนับสนุน หรือผู้ร่วมกิจกรรมชุมชน ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับเกณฑ์สำคัญของพื้นที่



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

สาธารณะในเชิงกายภาพและการเมือง คือเข้าถึงได้ ใช้งานได้หลากหลาย และเป็นเวทีแสดงออกของสาธารณะ (Jacobs, 1994; วรวัฒน์ ลาภอำนวยเจริญ และพิชญ์ พงษ์สวัสดิ์. (2564)

งานศึกษาพัฒนาการการใช้พื้นที่สาธารณะสำหรับการชุมนุมทางการเมืองในกรุงเทพมหานครของวรวัฒน์ ลาภอำนวยเจริญ และพิชญ์ พงษ์สวัสดิ์ (2021) แสดงให้เห็นว่า ลานโล่ง ถนน ทางเท้า และสกายวอล์ก ถูกดัดแปลงเป็น “พื้นที่สาธารณะทางการเมือง” ตามเงื่อนไขของยุคสมัย ทั้งจากข้อจำกัดของรัฐและความต้องการทางการเมืองของประชาชน แม้สนามมวยไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อการชุมนุมทางการเมืองโดยตรง แต่ในทางสังคมการเมือง สนามมวยก็เป็นพื้นที่สาธารณะที่ผู้คนจำนวนมากเข้ามาใช้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง มีโครงสร้างพื้นฐานรองรับ และมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ชัดเจนในฐานะ “สนามประลอง” ที่ผู้คนเฝ้ามอง “ตัวแทน” ต่อสู้ตามกติกาที่สังคมยอมรับ ในบริบทนี้ นักการเมืองสามารถใช้สนามมวยและงานมวยไทยเป็น “พื้นที่สาธารณะทางการเมือง” ได้อย่างน้อยสามมิติ คือ

ประการแรก ในมิติพื้นที่พบปะ (meeting space) สนามมวยและงานมวยระดับจังหวัด มักจัดควบคู่กับงานวัด เทศกาลท้องถิ่น หรืองานรณรงค์ต่าง ๆ ทำให้มีบรรยากาศเป็นกันเอง นักการเมืองสามารถปรากฏตัวในฐานะประธานเปิดงาน ผู้มอบถ้วย หรือผู้สนับสนุนหลัก โดยไม่ถูกมองว่าเป็น “เวทีหาเสียงอย่างเป็นทางการ” แต่แฝงด้วยการทักทาย จับมือ ถ่ายรูป และพูดคุยกับประชาชนในบรรยากาศผ่อนคลาย กรณีงาน “RATCHABURI SUPER FIGHT 2025” ที่อดีตผู้สมัคร ส.ส. เป็นผู้สนับสนุนหลัก ร่วมกับนายกเทศมนตรีและสมาคมกีฬาแห่งจังหวัด ถูกนำเสนอว่าเป็นทั้งเวทีมวย เฟสตีวัลเศรษฐกิจชุมชน และการสืบสานมรดกไทยในคราวเดียวกัน (Naewna, 2025; Dailynews, 2025)

ประการที่สอง ในมิติการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ (symbolic communication) มวยไทยมีสถานะเป็นสัญลักษณ์ของ “ความเป็นไทย” และ “นักสู้” ตามที่ Vail (2014) วิเคราะห์ว่ามวยไทยถูกประกอบสร้างให้เป็นสัญลักษณ์ชาติและถูกใช้ในโครงการชาตินิยมอย่างต่อเนื่อง เมื่อนักการเมืองเข้าไปผูกตัวเองกับเวทีมวย ใช้ถ้อยคำอย่าง “มวยไทยสร้างชาติ” หรือย้าบทบาทมวยไทยในการสร้างความรักชาติและเศรษฐกิจชุมชน ก็เท่ากับวางตนเองในฐานะ “ผู้อุปถัมภ์วัฒนธรรมชาติ” ตัวอย่างเช่น ข้าราชการเปิดเวที LFC “มวยไทยสร้างชาติ” ที่อดีตรองนายกรัฐมนตรีและอดีตหัวหน้าพรรคการเมืองสำคัญขึ้นกล่าวเปิดงาน โดยเน้นว่ามวยไทยสร้างทั้งความรักชาติและพลังเศรษฐกิจ (Catswatch Online, 2025) ซึ่งสะท้อนการประกอบสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองผ่านพื้นที่กีฬาในเชิงสัญลักษณ์อย่างชัดเจน

ประการที่สาม ในมิติของโครงสร้างอุปถัมภ์และเครือข่ายทางการเมือง สนามมวยมิได้มีแต่เวทีชก แต่ยังมีค่ายมวย โปรโมเตอร์ ผู้จัดการรายการ สปอนเซอร์ สื่อมวย แฟนคลับ และเครือข่ายธุรกิจท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง การเข้าไปสนับสนุนค่ายมวยระดับรากหญ้า การมอบงบประมาณแข่งขัน “มวยไทยรากหญ้าสู่สากล” หรือการสนับสนุนศึกมวยระดับจังหวัด สามารถสร้างความสัมพันธ์เชิงบุญคุณระหว่างนักการเมืองกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายมวยไทย ซึ่งมีความหนาแน่นทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ (ดูตัวอย่างข่าวโครงการมวยไทยรากหญ้าสู่สากล และเทศกาลมวยไทยระดับประเทศในหลายจังหวัด) เครือข่ายเช่นนี้สามารถแปรเป็นทั้งฐานเสียง การระดมคนเข้าร่วมกิจกรรม และช่องทางสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อกีฬาและสื่อออนไลน์



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

อย่างไรก็ดี มวยไทยในฐานะพื้นที่สาธารณะทางการเมืองมิได้เป็นพื้นที่ “ว่างเปล่า” หรือเป็นกลาง หากแต่ถูกกำกับโดยกติกาทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และอำนาจอย่างชัดเจน สนามมวยจำนวนมากถูกบริหารโดยเอกชน เครือข่ายธุรกิจ หรือองค์การของรัฐ ทำให้สิทธิการเข้าถึงและการใช้เวทีในเชิงการเมืองมีลักษณะ “คัดเลือก” มากกว่าพื้นที่สาธารณะแบบถนนหรือสวนสาธารณะในความหมายคลาสสิก (Low & Smith, 2006; วรวิณัฏฐ์ ลาภอานวยเจริญ และพิชญ์ พงษ์สวัสดิ์, 2021) นักการเมืองที่เข้าไปใช้พื้นที่เหล่านี้จึงมักเป็นผู้ที่มีทุนทางเศรษฐกิจและทุนเชิงสัญลักษณ์เพียงพอ ขณะที่กลุ่มการเมืองระดับรากหญ้าที่ไม่มีทุนอาจไม่สามารถเข้าถึงเวทีลักษณะนี้ได้ง่ายนัก ในภาพรวม การมองมวยไทยในฐานะ “พื้นที่สาธารณะทางการเมือง” จึงช่วยให้เข้าใจว่า สนามมวยและงานมวยไทยทำหน้าที่มากกว่าพื้นที่กีฬา แต่เป็นเวทีที่ “การเมือง” แทรกซึมเข้าไปในชีวิตประจำวันของผู้คน ผ่านกิจกรรมบันเทิง การเฉลิมฉลองวัฒนธรรม และความสัมพันธ์อุปถัมภ์ในท้องถิ่น แนวคิดของ Habermas ว่าด้วยทรงกลมสาธารณะ และของ Lefebvre ว่าด้วยการผลิตพื้นที่ เปิดโอกาสให้ตีความสนามมวยไทยว่าเป็นสังคม-พื้นที่ที่ประกอบสร้างขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐ นักการเมือง ธุรกิจ และประชาชน โดยมีมวยไทยเป็น “ภาษากลาง” ทางวัฒนธรรม การทำความเข้าใจกระบวนการนี้อย่างเป็นระบบ จะเป็นฐานต่อไปในการอธิบาย “รูปแบบการสร้างพื้นที่ทางการเมืองของนักการเมืองผ่านกีฬามวยไทย” ในมิติต่าง ๆ ทั้งด้านการสร้างภาพลักษณ์ การระดมทรัพยากร และผลกระทบต่อคุณภาพประชาธิปไตยในระยะยาว

การสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ทางการเมืองผ่านมวยไทย

ในมิติของ “การสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ทางการเมืองผ่านมวยไทย” จุดตั้งต้นสำคัญคือความเข้าใจว่า ภาพลักษณ์นักการเมืองมิได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็น “สิ่งที่ถูกออกแบบและจัดการ” อย่างมีกลยุทธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคมและอารมณ์ความรู้สึกของผู้เลือกตั้ง (พิเชษฐ สมบัติศิริ, 2020; ปัญจพล ตั้งวิริยะ, 2562) งานด้านภาพลักษณ์ทางการเมืองในบริบทไทยชี้ว่า การสร้างภาพลักษณ์นักการเมืองที่ดีมักผูกกับคุณค่าบางชุด เช่น ความเสียสละ ความใกล้ชิดประชาชน ความซื่อสัตย์ และความทันสมัย โดยอาศัยทั้งถ้อยคำ สัญลักษณ์ รูปสัญลักษณ์ภายนอก และพื้นที่ทางสังคมที่นักการเมืองเลือกเข้าไปปรากฏตัว (จินณพัทธ์ ตั้งดวงมานิตย์, 2563; พระครูปลัดวัชรพงษ์ วชิรปญโญ, 2564) เมื่อนำมาพินิจกับมวยไทยในฐานะ “สนามประลองของนักสู้” และ “สัญลักษณ์ชาติ” ตามที่ Vail (2014) และนักวิชาการด้านมวยไทยจำนวนมากได้ชี้ว่า มวยไทยถูกทำให้เป็นสัญลักษณ์ของความกล้าหาญ ความอดทน และความเป็นไทยอย่างลึกซึ้ง การเชื่อมตนเองของนักการเมืองเข้ากับมวยไทยจึงไม่ใช่เพียงการไปนั่งขอบสนามหรือมอบถ้วย แต่เป็นการดึงคุณค่าทางวัฒนธรรมเหล่านี้มาประกอบสร้าง “อัตลักษณ์ทางการเมือง” ของตน (Vail, 2014; Kitiarsa, 2005) งานของ Kitiarsa (2005) ว่าด้วย “Muay Thai and the Politics of Thai Masculinities” อธิบายว่า สังเวียนมวยไทยเป็นสถานที่สำคัญในการผลิตและต่อรองความเป็นชายแบบไทย (Thai masculinities) ผ่านร่างกาย วินัย และความพร้อมจะเสียสละ เมื่อมองผ่านเลนส์นี้ การที่นักการเมืองเข้าไปปรากฏตัวในเวทีมวย ในฐานะผู้สนับสนุน ผู้จัด หรือแม้แต่ผู้ขึ้นชกการกุศล จึงไม่ใช่เพียงการ “ชอบกีฬา” แต่คือการหยิบเอาภาพชายชาติทหาร-นักสู้-ผู้ปกป้อง มาติดกับตัวเองในทางการเมือง สอดคล้องกับแนวโน้มใน



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

การเมืองสมัยใหม่ที่ใช้ “ร่างกาย” เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแบรนด์ทางการเมือง เช่น กรณีผู้นำยุโรปที่ใช้ภาพการชกมวยและการออกกำลังกายเพื่อเน้นบุคลิกแข็งแรง มีพลัง และพร้อมเผชิญวิกฤต (Le Monde, 2025)

ในบริบทไทย ภาพนักการเมืองในสนามมวยไทยมักถูกเล่าและนำเสนอในสองโทนหลัก หนึ่งคือ ภาพของ “ผู้อุปถัมภ์นักสู้” (patron of fighters) ที่สนับสนุนค่ายมวยท้องถิ่น ช่วยเหลือเด็กยากจนที่มาเป็นนักมวย และผลักดันมวยไทยสู่ระดับนานาชาติ ภาพแบบนี้ช่วยเสริมอัตลักษณ์ของนักการเมืองในฐานะ “ผู้ให้โอกาส” และ “ผู้ปกป้องคนตัวเล็กตัวน้อย” ซึ่งสอดคล้องกับกรอบการสร้างภาพลักษณ์ทางจริยธรรมของนักการเมืองไทยยุคใหม่ที่ประชาชนคาดหวังให้เห็นความรับผิดชอบและความเอื้ออาทร (พระครูปลัดวัชรพงษ์ วชิรปญโญ, 2564) สองคือ ภาพของ “นักสู้เพื่อบ้านเมือง” ที่ใช้ภาษาเปรียบเทียบนักมวยในสังเวียนกับตนเองในสนามการเมือง เช่น การประกาศว่าจะ “สู้เพื่อชาวบ้านจนกว่าจะหมดยก” หรือ “ยืนหยัดไม่ทิ้งคนจนเหมือนนักมวยที่ไม่ทิ้งครูและค่าย” ถ้อยคำและสัญลักษณ์เหล่านี้ทำหน้าที่เชื่อมโลกของกีฬาเข้ากับโลกของการเมือง ทำให้ความขัดแย้งเชิงนโยบายที่ซับซ้อน ถูกแปลออกมาเป็นเรื่อง “การต่อสู้ระหว่างคนดี-คนไม่ดี” ที่เข้าใจง่ายในสายตาผู้ชม แนวโน้มนี้สอดคล้องกับข้อสังเกตของนักวิชาการด้านการสื่อสารการเมืองไทยที่ว่า การสร้างภาพลักษณ์มักเน้นการทำให้ตัวเป็น “พระเอก” ผู้เสียสละช่วยเหลือผู้อื่น มากกว่าการสื่อสารเชิงนโยบายในรายละเอียด (ภัสสร คงเอียด, 2567; ดูเพิ่มเติมใน ภัสสร คงเอียด, 2024) ในระดับนโยบายชาติ งานศึกษาว่าด้วย soft power ของไทย เช่น Lopattananont และ Korakotchamas (2025) และ Jason และคณะ (2025) ชี้ให้เห็นว่ามวยไทยถูกยกระดับจากกีฬาเชิงพาณิชย์สู่การเป็น “ทรัพยากรเชิงสัญลักษณ์” ของรัฐในการสร้างภาพลักษณ์ประเทศบนเวทีโลก เมื่อนักการเมืองท้องถิ่นหรือระดับชาตินำโครงการส่งเสริมมวยไทย เช่น มวยไทยรากหญ้า มวยไทยท่องเที่ยว หรือเทศกาลมวยไทยนานาชาติ มาผูกกับบทบาทของตนเอง ก็ทำให้ภาพลักษณ์ของตนเชื่อมโยงกับภาพ “ผู้นำที่ขับเคลื่อน soft power ของชาติ” ไปพร้อมกัน นั่นคือได้ทั้งคะแนนนิยมภายในพื้นที่จากการช่วยเหลือค่ายมวย และได้ทั้งภาพลักษณ์ระดับชาติว่าเป็นนักการเมืองที่เข้าใจยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์ตามกระแสโลก (Lopattananont, 2025; Roongsangjun, 2023)

หากมองในเชิงทฤษฎีภาพลักษณ์ทางการเมือง งานของพิเชฐ สมบัติศิริ (2020) และงานด้านการเปิดรับสื่อ-ภาพลักษณ์นักการเมืองท้องถิ่นหลายชิ้น เช่น จินณพัต ตั้งดวงมานิตย์ (2563) ชี้ว่า ภาพลักษณ์ที่ประชาชนรับรู้ขึ้นเกิดจากทั้ง “สิ่งที่นักการเมืองพยายามสื่อสาร” และ “สิ่งที่สื่อและประชาชนตีความ” การเข้าไปอยู่ในเวทีมวย ที่เป็นทั้งพื้นที่สื่อกีฬา สื่อบันเทิง และสื่อออนไลน์ จึงทำให้ภาพนักการเมืองถูกผลิตซ้ำผ่านหลายช่องทาง ตั้งแต่การถ่ายทอดสด การตัดคลิปในโซเชียลมีเดีย ไปจนถึงบทวิเคราะห์ในสื่อมวลชนเฉพาะทาง ส่งผลให้ภาพลักษณ์ “นักการเมืองผู้ผูกพันกับมวยไทย” กลายเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์ทางการเมืองอย่างแข็งแรงและต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การสร้างภาพลักษณ์ผ่านมวยไทยไม่ใช่ปราศจากข้อวิจารณ์ นักวิชาการด้านเพศภาวะและมวยไทยชี้ว่า มวยไทยมีความสัมพันธ์แนบแน่นกับการผลิตซ้ำความเป็นชายแบบครอบงำ (hegemonic masculinity) และการขบเน้นภาพความกล้าหาญแบบแข็งกร้าว (Kitiarsa, 2005; Müller-Junior, 2022) เมื่อการเมืองหยิบเอาภาพเหล่านี้ไปใช้ ก็มีความเสี่ยงที่การเมืองจะถูกทำให้เป็น “เรื่องของลูกผู้ชายต่อยกันบนสังเวียน” มากกว่าจะเป็นพื้นที่ถกเถียงเชิงเหตุผล เปิดพื้นที่ให้ผู้หญิง คนรุ่นใหม่ หรือกลุ่มเปราะบางอย่างเท่าเทียม ดังที่บทวิเคราะห์ว่าด้วยการแสดงความแข็งแรงของร่างกายในหมู่นักการเมืองยุโรป



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

เตือนว่า การเมืองที่เน้นร่างกายแข็งแรงอาจนำไปสู่การเบียดขับผู้หญิงและความหลากหลายออกไปจากพื้นที่สาธารณะ (Le Monde, 2025) กล่าวโดยสรุป การสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ทางการเมืองผ่านมวยไทยจึงเป็นกระบวนการที่ซ้อนทับกันหลายชั้น ตั้งแต่การใช้มวยไทยเป็นภาษาสัญลักษณ์ของความเป็นไทยและความเป็นนักสู้ การวางตนเองในบทบาทผู้อุปถัมภ์และผู้ปกป้อง ไปจนถึงการเกาะกระแส soft power ระดับชาติ ขณะเดียวกันก็ต้องตั้งคำถามต่อมิติด้านอำนาจ เพศ และความเหลื่อมล้ำที่แฝงอยู่ในสัญลักษณ์เหล่านี้ด้วย การทำความเข้าใจประเด็นนี้อย่างรอบด้านจะช่วยให้การวิเคราะห์ “รูปแบบการสร้างพื้นที่ทางการเมืองของนักการเมืองผ่านกีฬามวยไทย” ไม่ติดอยู่เพียงกับการมองว่าเป็นกิจกรรม CSR หรือความบันเทิงเท่านั้น แต่เห็นว่าเป็นยุทธศาสตร์ทางการเมืองที่ใช้วัฒนธรรมและร่างกายเป็นเครื่องมืออย่างซับซ้อน

ระบบอุปถัมภ์และเครือข่ายทางการเมืองผ่านมวยไทย

การทำความเข้าใจ “มวยไทย” ในฐานะพื้นที่ทางการเมืองของนักการเมือง จำเป็นต้องวางอยู่บนกรอบคิดเรื่อง “ระบบอุปถัมภ์” (patron-client system) และ “การเมืองเชิงอุปถัมภ์” (political clientelism) ที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนระหว่างผู้มีอำนาจทรัพยากรกับผู้ที่ต้องพึ่งพิงอุปถัมภ์ในสังคมไทยมาอย่างยาวนาน (Scott, 1972; Kitschelt & Wilkinson, 2007) ในระดับทฤษฎี Scott มองความสัมพันธ์อุปถัมภ์เป็นสายสัมพันธ์เชิงคู่ (dyadic) ที่ผู้มีฐานะสูงกว่าให้การคุ้มครอง-ทรัพยากร แลกกับความภักดีและการสนับสนุนจากผู้ใต้อุปถัมภ์ ส่วนงานของ Kitschelt และ Wilkinson ขยายความว่าระบบเช่นนี้สามารถ “ร้อยรัด” การแข่งขันเลือกตั้งและรูปแบบความรับผิดชอบทางการเมืองได้หลากหลายรูปแบบ ในระบอบประชาธิปไตยร่วมสมัย ในบริบทไทย งานวิจัยและข้อเขียนจำนวนมากชี้ให้เห็นว่าระบบอุปถัมภ์ไม่ได้จำกัดอยู่ในความสัมพันธ์ส่วนบุคคลระหว่าง “นาย-ลูกน้อง” เท่านั้น แต่พัฒนาไปสู่เครือข่ายทางการเมืองที่ซับซ้อน ทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น (ไพวรรณ ปริมาตร, 2566; วลัยพร บานแย้ม และคณะ, 2567; Nethipo, 2022; Napon Jatusripitak, 2021) แสดงให้เห็นว่า “เครือข่ายหัวคะแนน” และ “กลุ่มบ้านใหญ่-ตระกูลการเมือง” ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างกลางที่เชื่อมพรรคการเมือง ผู้สมัคร และประชาชนเข้าด้วยกันผ่านการจัดสรรทรัพยากร การช่วยเหลือส่วนบุคคล และการดูแลอย่างต่อเนื่องมากกว่าช่วงเลือกตั้งเพียงระยะสั้น เมื่อนำกรอบคิดนี้มาดู “มวยไทย” จะพบว่าระบบมวยไทยเองก็ประกอบด้วยเครือข่ายหนาแน่นของค่ายมวย ครูมวย นักมวย โปรโมเตอร์ เจ้าของเวที ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวเนื่อง แฟนมวย และกลุ่มผู้มีอิทธิพลในพื้นที่ แต่ละกลุ่มมีความสัมพันธ์กันผ่านการฝึกซ้อม การจัดการแข่งขัน การแบ่งปันรายได้ และการดูแลช่วยเหลือกันในชีวิตประจำวัน เครือข่ายมวยไทยจึงเป็น “โครงสร้างสังคม” ที่พร้อมจะถูกเชื่อมเข้ากับเครือข่ายการเมือง เมื่อมีตัวละครอย่าง “นักการเมือง” เข้ามาเป็นผู้อุปถัมภ์ ในบริบทต่อไปนี้

1. นักการเมืองในฐานะ “ผู้อุปถัมภ์กีฬา”

ในเชิงปฏิบัติ นักการเมืองจำนวนมากเข้ามามีบทบาทในวงการมวยไทยผ่านการเป็นผู้จัดงาน (organizer) ประธานจัดการแข่งขัน สปอนเซอร์รายการ หรือ “เจ้าภาพ” เวทีมวยในท้องถิ่น รูปแบบการสนับสนุนมีตั้งแต่การออกค่าใช้จ่ายจัดการแข่งขัน การมอบเงินอัดฉีดนักมวย การสนับสนุนอุปกรณ์ฝึกซ้อม ไปจนถึงการประสานงบประมาณท้องถิ่นมาปรับปรุงเวทีหรือศูนย์กีฬาในพื้นที่ สถานะ “ผู้อุปถัมภ์กีฬา” ลักษณะ



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

นี้สอดคล้องกับนิยามระบบอุปถัมภ์ที่ผู้อุปถัมภ์นำทรัพยากรที่ตนควบคุมมาแบ่งปัน แลกกับการยอมรับ ความผูกพัน และความภักดีจากผู้รับ (Scott, 1972; เกษียร เตชะพีระ, อ้างใน วลัยพร บานแย้ม และคณะ, 2567) มวยไทยจึงกลายเป็น “แพ็กเกจอุปถัมภ์” รูปแบบหนึ่งที่นักการเมืองใช้มอบให้แก่ทั้งค้ายมวย นักมวย และชุมชนในพื้นที่ การช่วยเหลือเรื่องค่ารักษาพยาบาลเมื่อนักมวยบาดเจ็บ การหาทุนการศึกษาให้ลูกหลานนักมวย หรือการช่วยประสานงานราชการเมื่อต้องขอใช้พื้นที่จัดงาน ล้วนเป็นตัวอย่างของการใช้ต้นทุนทางการเมือง และเครือข่ายราชการของนักการเมืองเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ “ผู้ใหญ๋ใจดีที่ดูแลลูกหลานนักมวยและคนในชุมชน” ซึ่งตรงกับข้อสังเกตของ ฌ็อง-ฌัก กุสส์ (2564) ว่าระบบอุปถัมภ์ทำให้ผู้นำการเมืองกลายเป็น “แม่ปลั๊ก” ที่ผู้คนอยาก “เสียบบปลั๊ก” ด้วย เพราะสามารถดึงทรัพยากรจากรัฐหรือทุนมาแจกจ่ายได้

2. มวยไทยในฐานะโครงสร้างเครือข่ายทางการเมือง

เมื่อมองผ่านเลนส์เครือข่าย (network approach) จะเห็นว่ามวยไทยช่วยเสริมสร้าง “เครือข่ายทางการเมือง” อย่างน้อยสามระดับ คือ (1) เครือข่ายแนวดิ่ง (vertical networks) นักการเมืองระดับชาติหรือระดับจังหวัดสามารถสถาปนาตนเองเป็นผู้อุปถัมภ์เวทีมวย หรือค้ายมวยสำคัญในจังหวัด โดยใช้คนใกล้ชิดหรือผู้มีอิทธิพลท้องถิ่น (เช่น กำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน หัวคะแนน) เป็นตัวกลางเชื่อมต่อไปถึงครูมวยและนักมวยรายบุคคล เครือข่ายเช่นนี้สะท้อนข้อค้นพบของงานวิจัยเกี่ยวกับการเมืองท้องถิ่นสมุทรปราการ ที่ชี้ว่าโครงสร้างอำนาจทางการเมืองท้องถิ่นมักผูกกับตระกูลการเมืองและเครือข่าย ซึ่งกระจายอุปถัมภ์ไปสู่ฐานเสียงผ่านทั้งเครือข่ายพรรคพวก และกลุ่มอาชีพในพื้นที่ ในกรณีมวยไทย นักการเมืองอาจไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของเวทีโดยตรง แต่สามารถ “ฝาก” คนของตนเข้าไปเป็นกรรมการจัดการแข่งขัน หรือเป็นผู้ประสานเรื่องงบประมาณให้เวทีมวย การเข้าถึงทรัพยากรของรัฐ เช่น งบกีฬาท้องถิ่น หรือโครงการพัฒนาศูนย์เยาวชน ทำให้สายสัมพันธ์แนวดิ่งระหว่างนักการเมือง-เวทีมวย-ชุมชนแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น (2) เครือข่ายแนวนอน (horizontal alliances) มวยไทยยังทำหน้าที่เป็นพื้นที่ที่ตระกูลการเมือง กลุ่มทุนท้องถิ่น และผู้ประกอบการสื่อกีฬาสามารถสร้าง “พันธมิตรทางการเมือง” ผ่านการร่วมเป็นสปอนเซอร์หรือผู้จัดการแข่งขันรายการใหญ่ๆ ที่ชี้ว่าเครือข่ายตระกูลการเมืองและทุนท้องถิ่นในภาคอีสานมีบทบาทอย่างมากในการจัดการเลือกตั้งและระดมฐานเสียงในระดับจังหวัดและเขตเลือกตั้ง การจับมือเป็นเจ้าภาพจัดศึกมวยไทยระหว่างกลุ่มการเมืองต่างๆ จึงไม่ได้มีความหมายเพียงด้านธุรกิจบันเทิง แต่ยังเป็น “การลงทุนทางการเมืองร่วมกัน” ที่สร้างความไว้วางใจ การแบ่งปันผลประโยชน์ และการช่วยเหลือกันในยามเลือกตั้ง รวมถึงการต่อรองตำแหน่งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติในระยะยาว และ (3) เครือข่ายหัวคะแนนและตัวกลาง (brokers) ผ่านวงการมวยในระดับจุลภาค ครูมวย หัวหน้าแก๊งเชียร์มวย ผู้จัดการพนัน และแกนนำชมรมกีฬาชุมชน มักมีฐานความสัมพันธ์เชิงส่วนตัวกับคนในชุมชนจำนวนมาก แสดงให้เห็นว่าเครือข่ายหัวคะแนนในไทยตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ระยะยาวที่ผสมทั้งมิติแนวดิ่งและแนวนอน ระหว่างผู้สมัคร หัวคะแนน และผู้มีสิทธิเลือกตั้ง หากตัวละครสำคัญในวงการมวยไทยเหล่านี้เข้าไปเป็น “หัวคะแนน” ให้ผู้สมัครคนใดคนหนึ่ง เครือข่ายมวยไทยก็就会被แปรเปลี่ยนเป็นโครงสร้างหัวคะแนนที่ทรงพลังทันที การจัดศึกมวยที่มีนักการเมืองขึ้นกล่าวเปิดงาน หรือมอบถ้วยรางวัล จึงไม่ใช่เพียงพิธีกรรมกีฬา แต่เป็น “พื้นที่ต่อสาย” ระหว่างผู้สมัคร หัวคะแนน และประชาชนในเวทีเดียวกัน มีทั้งการแจกของที่ระลึก การ



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

ช่วยเหลือเป็นการเฉพาะราย และการสร้างความคุ้นเคยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นกลไกสำคัญของการเมืองเชิงอุปถัมภ์ในแบบที่งานของ ฌฟล จาคูศรีพิทักษ์ (2564) วิเคราะห์ไว้

3. การทับซ้อนระหว่าง soft power มวยไทยกับการเมืองเชิงอุปถัมภ์

ในระดับวาทกรรม มวยไทยถูกผลักดันให้เป็น soft power ระดับชาติ ทั้งในเชิงนโยบายรัฐและนโยบายพรรคการเมือง เช่น นโยบายของพรรคไทยสร้างไทยที่ประกาศจะผลักดันมวยไทยให้เป็น soft power ดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก ในการหาเสียงก่อนการเลือกตั้งปี 2566 (Thai Sang Thai Party, 2023) วาทกรรมเช่นนี้สร้างภาพมวยไทยในฐานะ “สมบัติของชาติ” และ “โอกาสทางเศรษฐกิจ” แต่ในระดับปฏิบัติ นโยบายดังกล่าวต้องผ่านการดำเนินการของนักการเมือง พรรคการเมือง และเครือข่ายท้องถิ่นที่ควบคุมสนามมวย ค่ายมวย และกิจการเกี่ยวเนื่อง การวิจัยเชิงสังคม-การเมืองจึงควรตั้งคำถามว่า soft power ที่เคลื่อนผ่านนโยบายมวยไทยนั้น กระจายประโยชน์ไปถึงใคร ผ่านกลไกแบบใด และเสริม-ตอกย้ำหรือทำลายระบบอุปถัมภ์ในระดับท้องถิ่นอย่างไร หากโครงการส่งเสริมมวยไทยส่วนใหญ่อยู่ในมือกลุ่มการเมือง-กลุ่มทุนเดิม ก็อาจยิ่งทำให้โครงสร้างอุปถัมภ์มีความมั่นคงมากขึ้น ขณะเดียวกันก็เปิดพื้นที่ให้ “นักการเมืองหน้าใหม่” ที่เข้าไปจับมือกับเครือข่ายมวยไทย สามารถเจรจาต่อรองอำนาจกับกลุ่มเดิมได้เช่นกัน (ดูเปรียบเทียบกับข้อค้นพบเรื่อง “บ้านใหญ่” และตระกูลการเมือง กล่าวโดยสรุป ระบบอุปถัมภ์และเครือข่ายทางการเมืองผ่านมวยไทย ไม่ใช่เพียงการที่นักการเมืองไปปรากฏตัวบนเวทีชกมวยหรือสนับสนุนค่ายมวยในฐานะ “ผู้ใจบุญ” เท่านั้น แต่เป็นกระบวนการเชื่อมโยงทรัพยากรอำนาจ การสนับสนุนกีฬา และการระดมคะแนนเสียง เข้าไว้ในโครงสร้างเครือข่ายเดียวกัน การมองมวยไทยในฐานะ “สนามอุปถัมภ์” และ “โครงข่ายการเมือง” จึงช่วยให้เราเข้าใจทั้งพลวัตของประชาธิปไตยแบบอุปถัมภ์ในไทย และข้อจำกัดของการใช้กีฬาเป็นเครื่องมือสร้าง soft power หากไม่มีการออกแบบกลไกให้เกิดความโปร่งใส การมีส่วนร่วม และการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรม

มวยไทยกับกระบวนการหาเสียงและการเลือกตั้ง

มิติสุดท้ายที่สำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างมวยไทยกับการเมือง คือ บทบาทของมวยไทยในฐานะ “เครื่องมือหาเสียง” และ “ทุนทางการเมือง” ในช่วงเลือกตั้ง ทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น แม้กฎหมายเลือกตั้งไทยในปัจจุบันจะกำหนด “ข้อห้าม” การจัดมหรสพและความบันเทิงประกอบการหาเสียงอย่างค่อนข้างเข้มงวด เช่น การเน้นย้ำ 10 ข้อห้ามในการหาเสียง ส.ส. ที่รวมถึงข้อห้ามจัดเลี้ยงและจัดมหรสพเพื่อเอาเปรียบคู่แข่งในการเลือกตั้ง แต่ในทางปฏิบัติ นักการเมืองจำนวนไม่น้อยยังคงอาศัยเวทีกีฬา-รวมทั้งมวยไทย-เป็นพื้นที่พบปะประชาชน สร้างบรรยากาศการรณรงค์ และย้ำเตือนภาพลักษณ์ของตนเองอย่างต่อเนื่อง ทั้งก่อนระหว่าง และหลังฤดูเลือกตั้ง งานศึกษาว่าด้วยการหาเสียงเลือกตั้งไทยชี้ให้เห็นว่า แม้การตลาดการเมืองสมัยใหม่และสื่อดิจิทัลจะมีบทบาทมากขึ้น แต่ “เครือข่ายหัวคะแนน” และความสัมพันธ์เชิงลูกข่ายยังคงเป็นแกนกลางของการต่อสู้ช่วงเลือกตั้ง สนามมวย ค่ายมวย และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับมวยไทยจึงสามารถทำหน้าที่เสมือน “คลัสเตอร์เครือข่ายหัวคะแนน” ที่หนาแน่น มีผู้นำความคิดชัดเจน (เช่น หัวหน้าค่าย โปรโมเตอร์เซียนมวย) และมีการรวมตัวของมวลชนอย่างสม่ำเสมอ โครงสร้างดังกล่าวทำให้การสื่อสารทางการเมืองของ



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

นักการเมืองผ่านมวยไทยมีประสิทธิภาพสูงกว่าการหาเสียงแบบเดินเตี้ยของผู้สมัคร หากเปรียบเทียบกับกรณีการใช้กีฬาพื้นบ้าน “วู้ชน” ในภาคใต้ งานวิจัยของ พระมหาสุริยา แสงสุริยเทพ และคณะ (2567) แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า สนามวู้ชนถูกใช้เป็น “ฐานเสียง” ทางการเมือง นักการเมืองท้องถิ่นเป็นเจ้าของสนามหรือผู้สนับสนุนหลัก และใช้เวทีกีฬาเป็นพื้นที่รณรงค์หาเสียง พบปะชนชั้นนำท้องถิ่นและประชาชน รวมถึงอาศัยระบบอุปถัมภ์เพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์และคะแนนเสียง แม้กรณีมวยไทยยังแทบไม่มีงานวิจัยเชิงประจักษ์โดยตรง แต่จากโครงสร้างเศรษฐกิจ-สังคมที่คล้ายคลึงกัน (มีเจ้าของเวที/ค่ายมวยที่เชื่อมโยงนักการเมือง กลุ่มทุน และผู้ชม) จึงมีเหตุผลรองรับว่ามวยไทยสามารถทำหน้าที่เป็น “สนามเลือกตั้งนอกระบบ” แบบเดียวกับที่วู้ชนทำหน้าที่ในภาคใต้ ในเชิงกระบวนการหาเสียง มวยไทยอาจถูกใช้ในหลายรูปแบบ ได้แก่ (1) การจัดการแข่งขันหรือเป็นสปอนเซอร์รายการมวยในช่วงก่อนหรือใกล้ฤดูเลือกตั้ง โดยแฝงการขึ้นปราศรัย กล่าวเปิดงาน หรือมอบถ้วยรางวัลในนามผู้สมัครหรือพรรคการเมือง (2) การติดป้าย แบนเนอร์ โลโก้พรรค หรือสโลแกนการเมืองรอบเวทีมวยและบริเวณจัดงาน ซึ่งช่วยสร้างการจดจำชื่อและภาพลักษณ์ของนักการเมืองในหมู่ผู้ชมจำนวนมากพร้อมกัน และ (3) การใช้กิจกรรมประกอบเวที เช่น การแจกของรางวัล การสนับสนุนค่าเดินทาง แพ้นมวย หรือการสนับสนุนทัวร์นำคนในพื้นที่มาเชียร์มวย ซึ่งในเชิงกฎหมายอาจถูกมองว่าเป็น “กิจกรรมกีฬา-วัฒนธรรม” มากกว่าการหาเสียงโดยตรง จึงทำหน้าที่เป็น “พื้นที่สีเทา” ระหว่างความบันเทิงกับการเมือง ในบริบทที่การจัดมหกรรมเพื่อหาเสียงถูกจับตามองอย่างใกล้ชิดโดย กกต. และสังคม

อีกมิติหนึ่งคือ “นักมวยในฐานะผู้สมัครรับเลือกตั้ง” ทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น นักมวยไทยระดับชาติที่กลายเป็น “คนดัง” มักได้รับการเชิญชวนให้ลงสมัครรับเลือกตั้ง โดยหวังอาศัยทุนชื่อเสียง ความเป็น “ฮีโร่ของชาติ” และภาพลักษณ์ของความกล้าหาญ มีวินัย และซื่อสัตย์ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่สังคมผูกโยงกับนักกีฬา (Coakley, 2009) ตัวอย่างเช่น ข่าวการส่งนักมวยชื่อดังลงสมัคร ส.ส. ในนามพรรคการเมืองหลักในภาคอีสาน และการดึงอดีตฮีโร่มวยสากลโอลิมปิกอย่างสมรักษ์ คำสิงห์ มาเป็นตัวแทนพรรคการเมืองลงสมัครเลือกตั้งในจังหวัดบ้านเกิด ล้วนสะท้อนการแปรทุนสัญลักษณ์จากโลกกีฬาเข้าสู่สนามเลือกตั้งโดยตรง เมื่อมองจากมุมมองเครือข่ายการเมือง นักมวยชื่อดังไม่เพียงเป็น “แบรนด์ส่วนตัว” ของผู้สมัคร แต่ยังพ่วงมาด้วยฐานแฟนคลับ ผู้สนับสนุนค่ายมวย เครือญาติ และเครือข่ายเซียนมวย-ผู้ชมที่ติดตามผลการแข่งขันอย่างใกล้ชิด เครือข่ายเหล่านี้สามารถถูกปรับบทบาทให้ทำหน้าที่คล้ายหัวคะแนนในระดับหมู่บ้านหรือชุมชน เช่น การช่วยกระจายข่าวสารเชิงการเมือง การเชิญชวนไปร่วมฟังปราศรัย หรือการขึ้นนำการเลือกตั้งแบบปากต่อปากชี้ว่าโครงสร้าง “คลัสเตอร์เครือข่าย” มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการระดมคะแนนเสียงในบริบทไทย ค่ายมวยและเวทีมวยยังสามารถถูกใช้เป็น “ฐานปฏิบัติการหาเสียง” ในลักษณะที่มีการจัดกิจกรรมพบปะประชาชนอย่างไม่เป็นทางการ เช่น การเชิญนักการเมืองมาเยี่ยมค่ายมวย ให้ทุนสนับสนุนการฝึกซ้อมหรืออุปกรณ์กีฬา แจกทุนการศึกษาบุตรหลานนักมวย หรือจัดกิจกรรมเพื่อเยาวชนในชุมชนโดยมีนักการเมืองร่วมเป็นประธานหรือผู้มอบของ สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้สมัครมีโอกาสสร้างสัมพันธ์ภาพแน่นแฟ้นในระดับชีวิตประจำวันมากกว่าการขึ้นเวทีปราศรัยเพียงชั่วคราว และทำให้ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ถูกสานต่อหลังฤดูเลือกตั้งจบลง ซึ่งงานศึกษาทั้งในกรณีสโมสรฟุตบอลสวีสราชา (พระวีระศักดิ์ ศรีอริยะ, 2554) และกรณีวู้ชนภาคใต้ต่างชี้ว่าการสนับสนุนกีฬาอย่างต่อเนื่องนำไปสู่ความนิยมและคะแนนเสียงที่ยั่งยืนของนักการเมืองในพื้นที่



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

อย่างไรก็ตาม การใช้มวยไทยเป็นกลไกหาเสียงและสร้างฐานเสียงก็มีความสำคัญเชิงโครงสร้างและเชิงคุณภาพของประชาธิปไตย ประการแรก สนามมวยและอุตสาหกรรมมวยไทยต้องใช้ทุนสูง ทั้งด้านสถานที่ ทุนในการจัดการแข่งขัน และเครือข่ายสื่อ ทำให้นักการเมืองหรือกลุ่มทุนการเมืองบางกลุ่มที่เข้าถึงทรัพยากรเหล่านี้ได้ มีความได้เปรียบเชิงโครงสร้างเหนือคู่แข่งรายย่อยที่ไม่มีทุนกีฬาเป็นของตนเอง ซึ่งสะท้อนลักษณะ “อำนาจเชิงโครงสร้าง” ของกีฬาในฐานะทรัพยากรทางอำนาจและ soft power ของกลุ่มการเมือง (Giulianotti & Brannagan, 2018) ประการที่สอง การหาเสียงผ่านมวยไทยมักเน้นบรรยากาศความสนุกสนาน ความภูมิใจในตัวนักมวยและพื้นที่ มากกว่าการตีเบตเชิงนโยบาย ทำให้การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนจำนวนหนึ่งถูกจำกัดอยู่ในระดับ “การสนับสนุนคนที่ตนชอบ” มากกว่าการพิจารณานโยบายอย่างมีเหตุผล ซึ่งสอดคล้องกับข้อวิจารณ์ต่อการใช้กีฬาเป็นเครื่องมือทางการเมืองในวรรณกรรมด้านสังคมวิทยาการศึกษา (Coakley, 2009) กล่าวโดยสรุป มวยไทยในช่วงเลือกตั้งมิได้เป็นเพียงพื้นหลังของกิจกรรมทางการเมือง หากแต่ทำหน้าที่เป็น “เวทีหาเสียงเชิงไม่เป็นทางการ” เป็น “ช่องทางแปลงทุนชื่อเสียงของนักมวยและผู้เกี่ยวข้อง” ไปสู่คะแนนเสียง และเป็น “ฐานเสียงที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมกีฬา” ที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองกับประชาชนดำเนินไปในกรอบของความบันเทิง ระบบอุปถัมภ์ และเครือข่ายหัวคะแนนอย่างแนบแน่น ประเด็นเหล่านี้เปิดพื้นที่ให้บทความวิชาการสามารถลงลึกต่อไปทั้งในเชิงกรณีศึกษาเชิงคุณภาพ (เช่น การติดตามแคมเปญของนักการเมืองที่ใช้มวยไทยอย่างเข้มข้น) และเชิงเปรียบเทียบกับพื้นที่หรือกีฬานชนิดอื่น เพื่อทำความเข้าใจว่ากีฬาประจำชาติอย่างมวยไทยกำลังกำหนดรูปแบบการหาเสียงและการแข่งขันเลือกตั้งไทยอย่างไรในระดับโครงสร้างและระดับวัฒนธรรมการเมือง

บทสรุป

เมื่อพิจารณาให้ลึกลงไปในช่วงของการเลือกตั้ง จะเห็นได้ว่ามวยไทยมิได้ยืนอยู่ข้างนอกการเมือง หากแต่กลายเป็นส่วนหนึ่งของ “ฉากหลัง” และ “เวที” ของกระบวนการหาเสียงอย่างแนบเนียน แม้กฎหมายเลือกตั้งจะเขียนชัดเจนว่า ผู้สมัครและพรรคการเมืองห้ามจัดมหรสพหรือความบันเทิงเพื่อเอาเปรียบคู่แข่ง แต่ในชีวิตจริง เรามักพบภาพของนักการเมืองที่ไปปรากฏตัวบนเวทีมวยไทยอยู่เสมอ ทั้งในฐานะประธานจัดการแข่งขัน สปอนเซอร์หลัก ผู้มอบถ้วยรางวัล หรือแม้เพียงผู้มานั่งชมอยู่ข้างสังเวียน ทว่าในสายตาประชาชน ภาพเหล่านี้ไม่ใช่เพียง “คนชอบดูมวย” เท่านั้น แต่ค่อย ๆ สร้างความคุ้นตา ความใกล้ชิด และความรู้สึกว่าผู้สมัคร “อยู่กับเรา” ในพื้นที่ชีวิตจริงของชุมชน เมื่อพิจารณาให้ลึกลงไปในช่วงของการเลือกตั้ง จะเห็นได้ว่ามวยไทยมิได้ยืนอยู่ข้างนอกการเมือง หากแต่กลายเป็นส่วนหนึ่งของ “ฉากหลัง” และ “เวที” ของกระบวนการหาเสียงอย่างแนบเนียน แม้กฎหมายเลือกตั้งจะเขียนชัดเจนว่า ผู้สมัครและพรรคการเมืองห้ามจัดมหรสพหรือความบันเทิงเพื่อเอาเปรียบคู่แข่ง แต่ในชีวิตจริง เรามักพบภาพของนักการเมืองที่ไปปรากฏตัวบนเวทีมวยไทยอยู่เสมอ ทั้งในฐานะประธานจัดการแข่งขัน สปอนเซอร์หลัก ผู้มอบถ้วยรางวัล หรือแม้เพียงผู้มานั่งชมอยู่ข้างสังเวียน ทว่าในสายตาประชาชน ภาพเหล่านี้ไม่ใช่เพียง “คนชอบดูมวย” เท่านั้น แต่ค่อย ๆ สร้างความคุ้นตา ความใกล้ชิด และความรู้สึกว่าผู้สมัคร “อยู่กับเรา” ในพื้นที่ชีวิตจริงของชุมชน



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

ในช่วงใกล้เลือกตั้ง การใช้มวยไทยเป็นเครื่องมือหาเสียงจึงปรากฏในหลายรูปแบบ บางพื้นที่มีการจัดศึกมวยการกุศล โดยมีชื่อของผู้สมัครหรือพรรคการเมืองปรากฏอยู่ในฐานะผู้สนับสนุนหลัก ป้ายผ้า โลโก้ สโลแกน และภาพถ่ายผู้สมัครถูกนำไปติดรายรอบเวที ในคำกล่าวเปิดงานของประธานจัดการแข่งขัน ก็มักสอดแทรกถ้อยคำเชิงการเมือง เช่น การพัฒนากีฬายาวชน การผลักดันมวยไทยสู่เวทีโลก หรือการสร้างโอกาสให้เด็กยากจนผ่านการเป็นนักมวย สิ่งเหล่านี้ทำให้ประชาชนเชื่อมโยงภาพของผู้สมัครกับความหวัง ความเป็นปึกแผ่นในท้องถิ่น และคุณค่าของมวยไทย โดยไม่จำเป็นต้องใช้เวทีปราศรัยอย่างเป็นทางการ ในระดับบุคคล นักมวยชื่อดังที่ตัดสินใจก้าวเข้าสู่สนามการเลือกตั้ง ยังสะท้อนให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างมวยไทยกับการเมืองได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จากเดิมที่เป็น “ฮีโร่ในสังเวียน” กลายมาเป็น “ผู้แทนในสภา” ทุนชื่อเสียงจากการเป็นยอดมวย แชมป์โลก หรือเหรียญโอลิมปิก ทำให้พวกเขาเป็นที่จดจำของประชาชนอยู่แล้ว การลงสมัครรับเลือกตั้งจึงไม่เริ่มจากจุดศูนย์ แต่เริ่มต้นบนฐานของความนิยมและความศรัทธาที่ได้สั่งสมไว้ในฐานะนักกีฬา เมื่อผนวกเข้ากับการสนับสนุนของพรรคการเมืองและเครือข่ายค่ายมวย แฟนมวย และเซียนมวย เครือข่ายทางกีฬาเหล่านี้จึงแปรเปลี่ยนไปทำหน้าที่คล้าย “หัวคะแนน” ในตัว ในระดับพื้นที่ ค่ายมวยและเวทีมวยยังกลายเป็น “ฐานปฏิบัติการ” ที่นักการเมืองใช้พบปะประชาชนอย่างไม่เป็นทางการ การไปเยี่ยมค่ายมวย มอบถุงยังชีพให้ครอบครัวนักมวย หรือสนับสนุนอุปกรณ์กีฬาให้เยาวชนในชุมชน ล้วนสร้างเรื่องเล่าแบบเรียบง่ายว่า “นักการเมืองคนนี้ดูแลลูกหลานเรา” ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์จึงถูกเสริมด้วยความผูกพันทางอารมณ์ เมื่อถึงช่วงเลือกตั้ง การขอแรงสนับสนุนจากเครือข่ายมวยไทยจึงไม่ใช่การขอแบบลอย ๆ แต่ตั้งอยู่บนประสบการณ์ร่วมและบุญคุณที่จับต้องได้

ทว่าการใช้มวยไทยเป็นเครื่องมือหาเสียงก็มิมีนัยสำคัญที่ควรตั้งคำถาม ในด้านหนึ่ง มันเปิดโอกาสให้การเมืองเข้าสู่พื้นที่วัฒนธรรมและชีวิตประจำวัน ทำให้ประชาชนรู้สึกว่าการเมืองไม่ห่างไกลจากตนเอง แต่ในอีกด้านหนึ่ง การรณรงค์ที่ผูกกับเวทีกีฬาและความบันเทิง มักเน้นบรรยากาศสนุกสนานและการเชียร์ “ตัวบุคคล” มากกว่าการถกเถียงเชิงนโยบายอย่างจริงจัง ผู้ชมจำนวนมากอาจจดจำได้ดีว่าผู้สมัครคนใดเป็นเจ้าภาพเวทีมวยหรือให้การสนับสนุนค่ายใด แต่กลับไม่แน่ใจว่านักการเมืองคนเดียวกันมีจุดยืนอย่างไรต่อประเด็นปากท้อง สิ่งแวดล้อม หรือสิทธิมนุษยชน อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญ คือ มวยไทยในฐานะทุนทางการเมืองไม่ใช่สิ่งที่ทุกคนเข้าถึงได้ การจะเป็นเจ้าภาพเวทีใหญ่ สนับสนุนศึกมวยชื่อดัง หรือมีป้ายตนเองเต็มเวที จำเป็นต้องมีทุนทางเศรษฐกิจ เครือข่ายธุรกิจ และสายสัมพันธ์ในวงการมวยอยู่พอสมควร นักการเมืองหรือกลุ่มการเมืองที่มีทุนเหล่านี้ย่อมมีความได้เปรียบในการสร้างฐานเสียงผ่านช่องทางนี้ มากกว่าผู้สมัครอิสระหรือกลุ่มเล็ก ๆ ที่ไม่มีทรัพยากรด้านกีฬา ผลคือ การแข่งขันเลือกตั้งอาจไม่ได้วัดกันที่คุณภาพของนโยบายเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึง “ความสามารถในการจับจองพื้นที่ทางวัฒนธรรม” อย่างเวทีมวยไทยด้วย ทั้งหมดนี้ทำให้เห็นว่า มวยไทยและกระบวนการหาเสียงกับการเลือกตั้งเกี่ยวพันกันในหลายระดับ ตั้งแต่ภาพง่าย ๆ ของนักการเมืองที่ไปนั่งขอบเวที จนถึงโครงสร้างซับซ้อนของระบบอุปถัมภ์และเครือข่ายหัวคะแนนในวงการมวย บทบาทของมวยไทยในช่วงเลือกตั้งจึงมิใช่แค่สีสันหรือบรรยากาศประกอบ หากเป็นกลไกในการผลิตซ้ำความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างนักการเมืองกับประชาชนผ่านภาษาและพิธีกรรมของกีฬา การทำความเข้าใจปรากฏการณ์นี้อย่างรอบด้าน จะช่วยให้เราเห็นชัดขึ้นว่า การเมืองไทยไม่ได้ดำเนินไปเฉพาะในสภา เวที



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

ปราศรัย หรือหน้าจอโทรทัศน์เท่านั้น หากยังดำเนินอยู่ท่ามกลางเสียงเชียร์ เสียงกลอง และเสียงระฆังเปียดก ในสังเวียนมวยไทยด้วยเช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

- จินณพัทธ์ ตั้งดวงมานิตย์. (2563). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและภาพลักษณ์นักการเมืองท้องถิ่นในการรับรู้ของประชาชน เขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 27(1), 211–236.
- ชินพรรณ อธิชัยวรานนท์, อีรพล กาญจนากาศ, ณฐนนท ทวีสิน, & เกียรติยศ ระวะนาวิก. (2568). ซอฟต์แวร์มวยไทย: การขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐโดยใช้อิทธิพลทางวัฒนธรรม. *Journal of Spatial Development and Policy*, 3(3), 101–110.
- ณพล จาตุศรีพิทักษ์. (2564). ว่าด้วยการเมืองเชิงอุปถัมภ์ในบริบทการเลือกตั้งไทย. Retrieved from https://naponjatusripitak.github.io/blog/2021/political_clientelism/
- ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร, และกาญจนา แก้วเทพ. (2555). การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชาติในมวยไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 30(4), 67–85.
- แนวหน้า. (2025, November 25). เตรียมเปิดศึกมวย “RATCHABURI SUPER FIGHT 2025” [ข่าวออนไลน์]. <https://www.naewna.com>
- ปัญญาพล ตั้งวิริยะ. (2562). ภาพลักษณ์นักการเมืองรุ่นใหม่และแนวโน้มการสนับสนุนของผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระครูปลัดวัชรพงษ์ วชิรปัญญา. (2564). การสร้างภาพลักษณ์ทางจริยธรรมของนักการเมืองไทยยุคใหม่. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 วิถีพุทธ วิถีชุมชน รากฐานชีวิตศาสน์เชิงสังคมล้านนาในสังคมวิถีใหม่* (น. 717–727). วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาสุริยะ แสงสุริยเทพ, สุรพล ราชภัณฑารักษ์, จักรี ไชยพินิจ, และเกรียงชัย ปิงประวดี. (2567). กีฬาพื้นบ้าน วัวชน กับการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ พ.ศ. 2540–2566. *The Journal of Development Administration Research*, 14(3), 807–823.
- พระวีระศักดิ์ ศรีอริยะ. (2554). การเมืองกับการกีฬาในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา: ศึกษาเฉพาะกรณีสโมสรฟุตบอลศรีราชา (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พิเชฐ สมบัติศิริ. (2020). กลยุทธ์การจัดการภาพลักษณ์ทางการเมืองของผู้นำรัฐบาล: กรณีศึกษาพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา. *วารสารการบริหารปกครอง*, 9(2), 522–539.
- วรวิณณ์ ลาภอานวยเจริญ และพิชญ์ พงษ์สวัสดิ์. (2564). พัฒนาการของการใช้พื้นที่สาธารณะสำหรับการชุมนุมทางการเมืองในกรุงเทพมหานคร. *วารสารการบริหารปกครอง*, 10(1), 498–522.
- วลัยพร บานแย้ม, สุรพล ราชภัณฑารักษ์, ปิยะนุช เงินคล้าย, และ ปะการัง ชื่นจิตร. (2567). การเมืองเชิงระบบอุปถัมภ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสมุทรปราการ. *The Journal of Development Administration Research*, 14(3), 1033–1049.

- Bairner, A. (2001). *Sport, nationalism, and globalization: European and North American perspectives*. State University of New York Press.
- Chattharakul, A. (2010). Thai electoral campaigning: Vote-canvassing networks and hybrid voting. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 29(4), 67–95. Retrieved from <https://journals.sub.uni-hamburg.de/giga/jsaa/article/view/364>
- Coakley, J., & Pike, E. (2009). *Sports in society: Issues and controversies*. Maidenhead: McGraw-Hill.
- Giulianotti, R., & Brannagan, P. M. (2018). Soft power and soft disempowerment: Qatar, global sport and football's 2022 World Cup finals. *International Affairs*, 94(5), 1139–1157.
- Grix, J., & Houlihan, B. (2014). Sports mega-events as part of a nation's soft power strategy: The cases of Germany (2006) and the UK (2012). *The British Journal of Politics & International Relations*, 16(4), 572–596.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). Polity Press.
- Jason, N., Wibisono, I. W., & Suwartiningsih, S. (2025). Muay Thai as Thailand's soft power strategy in increasing tourism post Covid-19. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 12(6), 389–403.
- Jacobs, J. (1994). *The death and life of great American cities*. Penguin Books.
- Jones, W. J., & Theerawong, P. (2021). Muay Thai diplomacy: Thailand's soft power through
- Jason, N., Wibisono, I. W., & Suwartiningsih, S. (2025). Muay Thai as Thailand's soft power strategy in increasing tourism post COVID-19. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 12(6), 389–403.
- Kitiarsa, P. (2005). “Lives of hunting dogs”: Muai Thai and the politics of Thai masculinities. *South East Asia Research*, 13(1), 57–90.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Blackwell.
- Kitiarsa, P. (2005). “Lives of hunting dogs”: Muai Thai and the politics of Thai masculinities. *South East Asia Research*, 13(1), 57–90.
- Lopattananont, T., & Korakotchamas, P. (2025). A pathway to Thai soft power: An exploration of soft power proposals in post-COVID Thailand. *Journal of Business, Innovation and Sustainability*, 20(1). <https://doi.org/10.71185/jbis.2025.273991>
- Low, S., & Smith, N. (Eds.). (2006). *The politics of public space*. Routledge.
- Nye, J. S. Jr. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.

- Parkinson, J. (2012). *Democracy and public space: The physical sites of democratic performance*. Oxford University Press.
- Scott, J. C. (1972). Patron-client politics and political change in Southeast Asia. *American Political Science Review*, 66(1), 91–113.
- Thai Sang Thai Party. (2023, April 2). *Thai Sang Thai promises to promote and preserve Muay Thai. The Nation Thailand*. Retrieved from <https://www.nationthailand.com/thailand/politics/40026255>
- Vail, P. (2014). Muay Thai: Inventing tradition for a national symbol. *Sojourn: Journal of Social Issues in Southeast Asia*, 29(3), 509–553.