

## ลักษณะการนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชนในอดีตกับปัจจุบัน

ในอดีต กีฬาเป็นกิจกรรมสันทนาการในครอบครัว ในกลุ่มย่อยๆ เช่น โรงเรียน สโมสร หรือในกลุ่มใหญ่ระดับชาติ เช่น สมาคมต่างๆ ที่เล่นกันเพื่อสุขภาพ เพื่อความบันเทิง และเพื่อชื่อเสียงเท่านั้น แต่ปัจจุบัน กีฬากลับกลายเป็นธุรกิจ กลายเป็นอาชีพๆ หนึ่งที่มีรายได้สูง และไม่เพียงแต่นักกีฬาเท่านั้นที่สามารถสร้างรายได้ ยังมีการทำการค้าอีกหลายประเภทที่เข้ามาหาผลประโยชน์จากกีฬา อนึ่ง แม้ว่าจะมีกีฬาหลายหลายประเภทเพิ่มขึ้นมา แต่หากสังเกตให้ดี จะพบว่า กีฬาทางโทรทัศน์มีให้เหลือเพียงไม่กี่ประเภทที่เป็นความสนใจของผู้อุปถัมภ์รายการ ได้แก่ ฟุตบอล บาสเกตบอล กอล์ฟ เทนนิส และการแข่งรถ โดยที่กีฬาอื่นๆ สำหรับคนทั่วไป เช่น วอลเลย์บอล เทเบิลเทนนิส วอลเลย์บอล หรือแบดมินตัน ไม่ค่อยมีปรากฏให้เห็นในรายการกีฬาแล้ว ทั้งนี้ เนื่องมาจากการที่มีเรื่องของผลประโยชน์ทางการค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง กีฬา จึงเป็นเหมือนสินค้าชนิดหนึ่งที่ต้องมีการตลาดเพื่อให้ขายได้ และการตลาดนี้เองที่ทำให้วงการนี้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงการกีฬาฟุตบอล

"ผมเลิกเล่นฟุตบอลเพราะมันกลายเป็นเรื่องของธุรกิจไปแล้ว ส่วนที่เปลี่ยนไปเล่นฟุตบอลชายหาดก็เพราะมันยังเป็นกีฬา และก็หวังว่าจะไม่เปลี่ยนไปจากที่เป็นอยู่มากนัก" (บทสัมภาษณ์พิเศษ เरिक คันโตนา, หนังสือพิมพ์สปอร์ตพูล ฉบับวันที่ 27 มีนาคม 2544, หน้า 5)

ฟุตบอล กลายเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลกในปัจจุบัน และกลายเป็นธุรกิจบันเทิงที่มีมูลค่ามหาศาล โดยจุดเปลี่ยนเปลี่ยนนั้นมาจากหลายปัจจัย แต่ปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันที่สำคัญอย่างยิ่งคือ "ธุรกิจ" กล่าวคือ ฟุตบอลได้ถูกทำให้เป็นกีฬาพาณิชย์ไปแล้วสืบเนื่องมาจากการที่ผู้ชมรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้ใหญ่ ส่วนผู้บริโภครายการที่เป็นผู้ชายเป็นกลุ่มที่เข้าถึงยากที่สุด ดังนั้น การที่เจ้าของสินค้าสำหรับผู้ชายจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้นั้น รายการกีฬาเป็นสิ่งที่เหมาะสมที่สุดที่ควรจะให้การสนับสนุน เนื่องจากแฟนกีฬาส่วนใหญ่คือ ผู้ชายวัยทำงาน ฐานะจัดอยู่ ในระดับชนชั้นกลาง ซึ่งมีลักษณะตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าสำหรับผู้ชายบางประเภท ในการสนับสนุนรายการกีฬาต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายการฟุตบอลนั้น ผู้อุปถัมภ์รายการหรือ สปอนเซอร์ (Sponsor) ต้องใช้เม็ดเงินลงทุนค่อนข้างสูง เพราะเป็นกีฬาที่สปอนเซอร์ให้ความสนใจจนมีการแย่งชิงลิขสิทธิ์กันอย่างมาก ทำให้ค่าลิขสิทธิ์

พุ่งสูงขึ้นอย่างมหาศาล ดังเช่นกรณีของสื่อโทรทัศน์ในต่างประเทศ เป็นตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจน

ค่าลิขสิทธิ์ที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเกิดจากการประมูลแย่งลิขสิทธิ์ถ่ายทอดกันระหว่างเครือข่ายโทรทัศน์กับเครือข่ายเคเบิลทีวี โดยเฉพาะฟุตบอล NFL (National Football League) นั้น เป็นเรื่องยืนยันว่ากีฬาได้กลายเป็นการค้าไปหมดแล้ว โดยในปี 1993 (พ.ศ. 2536) Fox Network ที่เพิ่งเกิดใหม่ ได้ทุ่มเงินประมูลสูงกว่าคู่แข่งถึง 400 ล้านดอลลาร์ (ประมาณ 18,000 ล้านบาท) เพื่อแย่งลิขสิทธิ์ถ่ายทอดฟุตบอล NFL ติดต่อกันสี่ปีไปจาก CBS ต่อมาในปี 1998 (พ.ศ. 2541) Disney ก็ยอมจ่ายถึง 9 พันล้านเหรียญ (ประมาณ 405,000 ล้านบาท) เพื่อซื้อลิขสิทธิ์ถ่ายทอดฟุตบอลอาชีพให้กับโทรทัศน์ ABC และช่องเคเบิล ESPN ที่ Disney เป็นเจ้าของอยู่ ในปีนั้นอีกเช่นกันมีตัวเลขว่า Fox ได้เซ็นสัญญาค่าลิขสิทธิ์ถ่ายทอดฟุตบอลมากกว่า 4 พันล้านเหรียญ (ประมาณ 180,000 ล้านบาท) ตลอด 8 ปี ค่าลิขสิทธิ์สำหรับ NFL ซึ่งขายรวมกันเป็นชุด (package) จึงพุ่งขึ้นไปมากกว่า 17.5 พันล้านเหรียญ (ประมาณ 787,500 ล้านบาท) แม้ว่าค่าลิขสิทธิ์จะแพงขึ้นๆ แต่สถานีก็สามารถผลักดันราคาใช้จ่ายไปให้กับสปอนเซอร์ได้ เพราะสินค้าสำหรับผู้ชายบางประเภท เช่น เครื่องดื่มบำรุงกำลัง รถยนต์ อุปกรณ์กีฬา ฯลฯ จำเป็นต้องจับรายการเหล่านี้ไว้เป็นช่องทางเข้าถึงลูกค้าตัวจริงให้ได้ (วิภา อุตมฉันท, 2545)

สปอนเซอร์ในปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้น โดยที่กลุ่มเป้าหมายหลักยังเป็นผู้บริโภคชาย อันได้แก่ อุปกรณ์กีฬา น้ำอัดลม เหล้า เบียร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า บริษัทท่องเที่ยว สายการบิน โทรศัพท์มือถือ และ ไวอากร้า (ยากระตุ้นสมรรถภาพทางเพศสำหรับผู้ชาย) ตลอดจนบริษัทที่พนักงานถูกกฎหมาย โดยมีการสนับสนุนในหลายระดับ เช่น การสนับสนุนเฉพาะตัวนักกีฬาบางคน การสนับสนุนในระดับสโมสร ระดับลีก หรือ ระดับชาติ ดังตัวอย่างของ "อาดิดาส" (adidas) ที่ทำสัญญากับ "เสือใต้" บาเยิร์น มิวนิค แชมป์เก่าฟุตบอลบุนเดสลีกาเป็นวงเงินสูงถึง 47.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ราว 2,137.5 ล้านบาท) ไปเมื่อเดือนกันยายน 2544

นอกจากนี้ ล่าสุด ทางสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (ฟีฟ่า) ยอมอนุญาติให้ผู้ตัดสินในสนาม สามารถติดโลโก้สปอนเซอร์ที่แถบแขนเสื้อในขณะที่ทำหน้าที่ในเกมลีกของแต่ละประเทศได้แล้ว เพื่อเป็นการหารายได้ช่วยเหลือผู้ตัดสินโดยตรง อีกทั้งยังเป็นวิธีที่จะช่วยผลักดันให้อาชีพผู้ตัดสินกลายเป็นอาชีพหลักในอนาคตด้วย แต่ได้มีคำสั่งแบนโฆษณาสินค้าในประเภทเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์, ยาสูบ, บ่อนกาสิโน รวมไปถึงเครื่องหมายที่บ่งบอกถึงการกระทำที่ผิดศีลธรรม

สำหรับลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกนั้น มีการซื้อขายในวงเงินมหาศาลเช่นเดียวกัน "เคียร์ช" (Kirsch) สถานีโทรทัศน์ยักษ์ใหญ่ของเยอรมัน ผู้ถือครองลิขสิทธิ์โดยตรงจากสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ หรือ ฟีฟ่า มีอำนาจเต็มในการจะแบ่งขายลิขสิทธิ์เกมถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย ปี 2002 (พ.ศ. 2545) ที่ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้เป็นเจ้าภาพรวม รวมไปถึงฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายปี 2006 (พ.ศ. 2549) ที่เยอรมันจะเป็นเจ้าภาพ หลังประมูลมาได้จากฟีฟ่า ด้วยราคา 2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 9 หมื่นล้านบาท ตั้งแต่ปี 1996 (พ.ศ. 2539) ได้ตกลงเซ็นสัญญาขายลิขสิทธิ์ลิขสิทธิ์การถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย ทั้ง 2 ปีดังกล่าว ให้กับกลุ่มบริษัทสถานีโทรทัศน์ยักษ์ใหญ่ของเกาหลีใต้ แม้ไม่มีการเปิดเผยรายละเอียดเรื่องจำนวนเงิน แต่ทางสื่อมวลชนเกาหลีใต้ได้รายงานว่าจำนวนเงินที่ซื้อลิขสิทธิ์น่าจะอยู่ระหว่าง 55 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ราว 2,475 ล้านบาท) ถึง 60 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ราว 2,700 ล้านบาท) นอกจากนี้ "เคียร์ช" ยังได้ยื่นข้อเสนอให้สถานีโทรทัศน์ของอังกฤษคือ บีบีซี และ ไอทีวี สามารถขอเช่าสัญญาถ่ายทอดได้ในราคาสูงถึง 170 ล้านปอนด์หรือประมาณ 11,050 ล้านบาททีเดียว ส่วนเม็ดเงินที่จะได้จากการจำหน่ายบัตรเข้าชมฟุตบอลโลกในปีนั้น นั้น รวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 441.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 1.9 หมื่นล้านบาท) ซึ่งมากกว่ารายได้จากการขายบัตรเข้าชมฟุตบอลโลก 1998 (พ.ศ. 2541) ที่ประเทศฝรั่งเศส นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำบัตรเข้าชมการแข่งขันที่มีราคาสูงที่สุด ซึ่งมีราคา 12,406 เหรียญสหรัฐฯ (ราว 558,270 บาท) อันประกอบด้วยบัตรเข้าชมเกมรอบแรกของทีมชาติญี่ปุ่น 2 นัด และบัตรเข้าชมการแข่งขันรอบรองชนะเลิศและชิงชนะเลิศ สำหรับเม็ดเงินในประเทศเกาหลีใต้นั้น นาย คิม แด จุง ประธานาธิบดีเกาหลีใต้ คาดว่า น่าจะก่อให้เกิดรายได้จากอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์ต่างๆ สูงถึง 11 หมื่นล้านล้านวอน (ประมาณ 382,500 ล้านบาท) ซึ่งจะเป็นโอกาสทองในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ (ข้อมูลจาก [www.siamsport.co.th](http://www.siamsport.co.th))

เมื่อกีฬาฟุตบอลถูกทำให้เป็นธุรกิจ มันก็ได้ถูกกระตุ้นให้กลายเป็นความบ้าคลั่งในระดับโลกด้วยเช่นกัน การจ่ายเงินอย่างบ้าคลั่งในวงการฟุตบอล ทั้งค่าตัวของนักกีฬาและโค้ชสูงเกินความเป็นจริง รางวัลที่ได้รับก็มากมายมหาศาล ซึ่งรายได้เหล่านี้มาจากค่าลิขสิทธิ์และสปอนเซอร์ที่แพงอย่างเหลือเชื่อนั่นเอง

ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก อังกฤษ ฤดูกาล 2001/2002 (พ.ศ. 2544/2545) ได้กลายเป็นลีกที่ทรงเสน่ห์ที่สุดในโลกลูกหนังในแง่ของผลตอบแทน เพราะรายได้ที่ 20 สโมสรที่ร่วมการแข่งขัน

จะได้รับเมื่อจบฤดูกาล รวมกันสูงถึง 500 ล้านปอนด์ หรือราว 30,000 ล้านบาท โดยทีมที่คว้าแชมป์ จะได้รับเงินส่วนแบ่งถึง 30 ล้านปอนด์ หรือราว 1,800 ล้านบาท

เงินรายได้ของพรีเมียร์ลีกที่สูงสุดเป็นประวัติการณ์นั้น ได้มาจากค่าลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ที่เพิ่มมูลค่าสูงขึ้นเช่นเดียวกับเงินสนับสนุนจาก "บาร์เคลย์การ์ด" สปอนเซอร์หลัก ทำให้มีเม็ดเงินถ่ายเทเข้ามายังพรีเมียร์ลีกสูงขึ้นไปกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของเมื่อฤดูกาลที่แล้ว

สถานการณ์เงินเฟ้อในวงการลูกหนังโลกปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในลีกชั้นนำของยุโรปอย่างลา ลิกา สเปน และ กัลโช เซเรีย อา อิตาลี ที่มีการทุ่มเงินจำนวนมหาศาลในการซื้อตัวนักเตะ และมีการจ่ายค่าเหนื่อยกับผู้เล่นที่สูงเกินความเป็นจริงตลอดช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งสถิติการซื้อขายนักเตะที่แพงที่สุดของโลก (ณ วันที่ 19 กรกฎาคม 2544) สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ซีเนอดีน ซีดาน (ฝรั่งเศส) จาก ยูเวนตุส (อิตาลี) ไป รีล มาดริด (สเปน)  
ปรีซีซั่น 2001/2002: 64.8 ล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณ 2,916 ล้านบาท
2. หลุยส์ ฟิโก้ (โปรตุเกส) จาก บาร์เซโลน่า (สเปน) ไป รีล มาดริด (สเปน)  
ปรีซีซั่น 2000/2001: 53.2 ล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณ 2,394 ล้านบาท
3. เฮอรัลด์ ครอสไป (อาร์เจนติน่า) จาก ปาร์ม่า (อิตาลี) ไป ลาซิโอ (อิตาลี)  
ปรีซีซั่น 2000/2001 : 48.8 ล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณ 2,196 ล้านบาท
4. ไกซ์ก้า เมนดิเอต้า (สเปน) จาก บาเลนเซีย (สเปน) ไป ลาซิโอ (อิตาลี)  
ปรีซีซั่น 2001/2002 : 41.5 ล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณ 1,867.5 ล้านบาท
5. ฮวน เซบาสเตียน เวิร์น (อาร์เจนติน่า) จาก ลาซิโอ (อิตาลี) ไป แมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด (อังกฤษ)  
ปรีซีซั่น 2001/2002 : 40 ล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณ 1,800 ล้านบาท
6. รุย คอสต้า (โปรตุเกส) จาก ฟิออเรนติน่า (อิตาลี) ไป เอซี มิลาน (อิตาลี)  
ปรีซีซั่น 2001/2002: 37.7 ล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณ 1,696.5 ล้านบาท
7. คริสเตียน วิเอรี่ (อิตาลี) จาก ลาซิโอ (อิตาลี) ไป อินเตอร์ มิลาน (อิตาลี)  
ปรีซีซั่น 1999/2000 : 36.8 ล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณ 1,656 ล้านบาท
8. ฟลิปปโป อินซากี้ (อิตาลี) จาก ยูเวนตุส (อิตาลี) ไป เอซี มิลาน (อิตาลี)  
ปรีซีซั่น 2001/2002 : 35.5 ล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณ 1,597.5 ล้านบาท
9. จิอันลุยจิ บุฟฟ่อน (อิตาลี) จาก ปาร์ม่า (อิตาลี) ไป ยูเวนตุส (อิตาลี)  
ปรีซีซั่น 2001/2002: 34.5 ล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณ 1,552.5 ล้านบาท

10. ลิลियอง ตูราม (ฝรั่งเศส) จาก ปาร์ม่า (อิตาลี) ไป ยูเวนตุส (อิตาลี)  
 ปรึชชั่น 2001/2002: 31.5 ล้านเหรียญสหรัฐหรือประมาณ 1,417.5 ล้านบาท  
 (ข้อมูลจาก [www.siamsport.co.th](http://www.siamsport.co.th))

ยิ่งไปกว่านั้น ทีม "ราชันชุดขาว" รีล มาดริด แชมป์ศึกลา ลีกา สเปน ยังได้ลงทุนจ่ายเงินถึง 205,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ (ราว 9.255 ล้านบาท) ต่อปีให้กับบริษัทประกันภัย เพื่อเป็นการรับประกันว่า เงินจำนวนมหาศาลที่พวกเขาจ่ายเป็นค่าตัวของ ซีเนอดีน ซีดาน สุดยอดเพลย์เมกเกอร์ (Play Maker) ทีมชาติฝรั่งเศส ให้กับ ยูเวนตุส ในศึกกัลโช เซเรีย อา นั้น จะไม่สูญเปล่า ในกรณีที่มิดฟิลด์วัย 29 ปีรายนี้ ได้รับบาดเจ็บไม่สามารถเล่นฟุตบอลได้ หรือสูญเสียชีวิตไปก่อน จะครบกำหนดในสัญญา บริษัทประกันภัยก็จะเป็นผู้รับผิดชอบจ่ายเงินค่าเหนื่อยของซีดานแทน

นอกเหนือจากความบ้าคลั่งในด้านเม็ดเงินของวงการฟุตบอลแล้ว กระแสความนิยมของแฟนบอลก็กลายเป็นความบ้าคลั่งอีกอย่างหนึ่ง กรณีการก่อเหตุจลาจลของแฟนบอลทีมต่างๆ ที่แพ้มการแข่งขันนัดสำคัญๆ เช่น ในดิวิชั่น 1 อังกฤษ เพื่อหาทีมสุดท้ายขึ้นไปเล่นในศึกพรีเมียร์ลีกฤดูกาลหน้า เป็นต้น โดยมีตัวอย่าง ดังนี้

"แฟนบอลสโมสร มิลล์วอลล์ ในดิวิชั่น 1 อังกฤษ มากกว่า 1,000 คน ออกอาการโมโหถึงขีดสุด หลังเห็นทีมรัก ถูกยิงประตูชัยในนาทีสุดท้าย ฟายต่อ เบอร์มิงแฮม ซิตี 0-1 ในศึกเพลย์ออฟ เมื่อวันพฤหัสบดีที่ผ่านมา พวกเขาก่อเหตุจลาจลหน้าสนาม มีทั้งขว้างปาสิ่งของ, ขวด และอาวุธ จนทำให้เจ้าหน้าที่ตำรวจปราบจลาจลต้องรีบเข้ามา ระวังเหตุโดยด่วนก่อนลุกลามใหญ่โต ความพ่ายแพ้ครั้งนี้ สร้างความเจ็บปวดแก่แฟนบอล มิลล์วอลล์ อย่างยิ่ง เนื่องจากทำให้ทีมหมดสิทธิ์ได้ผ่าน เข้าไปเตะเพลย์ออฟนัดชิงชนะเลิศ กับนอริช เพื่อหาทีมสุดท้าย ขึ้นไปเล่นในศึกพรีเมียร์ลีกฤดูกาลหน้า" ([www.siamsport.co.th](http://www.siamsport.co.th), วันที่ 3 เมษายน 2545)

"แฟนบอลซานโตส ไม่พอใจผลงานของทีมที่ความหาชัยชนะไม่เจอ ตลอดการลงเตะ 5 นัดหลังสุด รวมตัวกันกว่า 1,000 คน ประท้วงสโมสรตลอดเกมที่เปิดบ้านเอาชนะ กัวรานี่ 2-0 ในศึกชิงแชมป์แห่งชาติโอ-เซาเปาโล โดยตลอด 90 นาทีของเกม กองเชียร์เจ้าถิ่นได้ส่งเสียงโห่ใส่นักเตะ รวมทั้งผู้อำนวยการสโมสร พร้อมทั้งนำแผ่นป้ายที่มีข้อความประท้วงมาติดในสนาม แม้สุดท้ายอดีตทีมเก่าของ เปเล่ ราชันลูกหนังโลกจะเป็นฝ่ายเก็บชัยชนะไปด้วยสกอร์ 2-0 จากการยิงของ โรเบิร์ต กองกลางตัวเก่งทั้งสองลูก" ([www.siamsport.co.th](http://www.siamsport.co.th), วันที่ 25 มีนาคม 2545)

ข้อมูลจาก ศูนย์ข้อมูลอาชญากรรมแห่งชาติ (เอ็นซีไอเอส) ในประเทศอังกฤษ ได้เปิดเผยเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2545 ถึงสถิติผู้ถูกจับกุมเนื่องจากก่อความวุ่นวาย ว่ามีเพิ่มขึ้นก็จริง แต่ก็เพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยในจำนวนผู้เข้าชมเกมลูกหนังในอังกฤษทั้งหมด 25 ล้านคนในฤดูกาล 1999/2000 (พ.ศ. 2542/2543) มีผู้ถูกจับกุม 3,238 คน ก่อนที่ตัวเลขผู้ถูกจับกุมจะเพิ่มขึ้นแค่ 253 คนเมื่อฤดูกาลที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ตัวเลขของปัญหาความรุนแรงที่เกิดขึ้นในเกมฟุตบอลอังกฤษเวลานี้ บ่งชี้ว่าเหตุการณ์ทะเลาะวิวาท และความรุนแรงในเกมลูกหนังมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ แต่ส่วนใหญ่เป็นเกมในระดับดิวิชัน 1, 2 และ 3 ไม่ใช่จากระดับพรีเมียร์ลีก ซึ่งเป็นเพราะเกมในลีกสูงสุดมีมาตรการตรวจสอบและรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดมากกว่า

ทางด้านสโมสรหรือสมาคมต่างๆ เองก็มีการปลุกกระแสของแฟนบอลเช่นกัน โดยมีการแต่งเพลงประจำทีม และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ได้รับความนิยมติดหูแฟนบอล อย่างเช่น สมาคมฟุตบอลอังกฤษ (เอฟเอ) ที่ได้เปิดตัวเพลงประจำทีม "สิงโตคำราม" อังกฤษ หนึ่งในประเทศที่จะไปลุยศึกฟุตบอลโลก 2002 (พ.ศ. 2545) รอบสุดท้าย ที่ประเทศเกาหลีใต้และญี่ปุ่นอย่างเป็นทางการแล้ว โดยมีชื่อว่า "วี อาร์ ออน เดอะ บอล" [We are on the ball] เป็นต้น ส่วนเพลงที่ได้รับความนิยมของสองทีมดัง ได้แก่ เพลง You'll never walk alone ของทีมหงส์แดง ลิเวอร์พูล และเพลง Glory glory Man. U. ของทีมปีศาจแดง แมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายของที่ระลึกต่างๆ และเสื้อทีม ซึ่งหากเป็นเสื้อทีมของแท้ที่มีลิขสิทธิ์แล้ว ก็จะมีราคาหลายพันบาทต่อตัวทีเดียว

การจอบัตรชมฟุตบอลโลก เป็นอีกประเด็นที่แสดงให้เห็นถึงกระแสความบ้าคลั่งของแฟนลูกหนัง โดยเว็บไซต์ [www.fifaworldcup.com](http://www.fifaworldcup.com) ซึ่งสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ หรือ ฟีฟ่า ได้จัดทำขึ้นเพื่อเปิดให้แฟนบอลจากทั่วโลกได้จอบัตรเข้าชมศึกฟุตบอลโลก 2002 (พ.ศ. 2545) รอบสุดท้าย ที่ประเทศเกาหลีใต้และญี่ปุ่น โดยได้ปิดการเปิดรับจองผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นวันสุดท้าย ในวันจันทร์ที่ 29 เมษายน 2545 นั้น ปรากฏว่า ในเวลา 22.00 น. (ตามเวลาในประเทศไทย) มีคอบอลจากทั่วโลกแห่เข้ามาจองบัตรผ่านอินเทอร์เน็ตกว่า 8 ล้านคน จนทำให้เซิร์ฟเวอร์ไม่สามารถรองรับได้ ข้อมูลการส่งจองบางส่วนสูญหาย ส่งผลให้แฟนบอลหลายๆ คนต้องพลาดการจอบัตรในครั้งนี้ไปอย่างน่าเสียดาย ในการจอบัตรเข้าชมศึก เวิลด์ คัพ ครั้งนี้ นั้น ถือได้ว่าเป็นการซื้อขายข้ามชาติผ่านทางอินเทอร์เน็ตครั้งที่ใหญ่ที่สุด โดยมีแฟนบอลมากกว่า 120 ประเทศทั่วโลก ซึ่งส่วนใหญ่มาจาก 2 ประเทศเจ้าภาพ, สหรัฐอเมริกา, สหราชอาณาจักร, ฝรั่งเศส, เยอรมัน และฮ่องกง

การสร้าง Super star หรือ ดารา ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดกระแสนิยมฟุตบอล เช่น เดวิด เบ็คแฮม กัปตันทีม "สิงโตคำราม" อังกฤษ และนักเตะตำแหน่งกองกลางสุดหล่อของทีม "ปีศาจแดง" แมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด ที่เป็นขวัญใจสาว ๆ ทั่วโลกนั้น ได้แสดงให้เห็นแล้วว่า ความบ้าคลั่งของแฟนบอลไม่ได้แสดงออกมาในลักษณะของความรุนแรงเสมอไป ในกรณีของแฟนบอลชาวญี่ปุ่นทั่วประเทศที่ช่วยกันพันนกกระเรียนกระดาษ 6,000 ตัว เพื่อสร้างแรงอธิษฐานให้ เดวิด เบ็คแฮม ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงพักฟื้นจากการบาดเจ็บฝ่าเท้าซ้ายแตก ให้นายทันไปเล่นฟุตบอลโลก 2002 (พ.ศ. 2545) รอบสุดท้าย ตามประเพณีของชาวเมืองซามูไรที่มีความเชื่อกันว่า การพันนกกระเรียน 1,000 ตัวจะทำให้คำอธิษฐานกลายเป็นจริง นั้น นับว่าเป็นความคลั่งไคล้ที่น่ารักและสร้างสรรค์ที่ผู้รับคงจะยินดีมากกว่า

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้กีฬาฟุตบอลได้รับความนิยมแพร่หลายคือการพนัน ซึ่งในการชมฟุตบอลนั้น สามารถแยกผู้ชมได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ผู้ชมที่ชื่นชอบกีฬา ผู้ชมที่เป็นนักกีฬา และผู้ชมที่เล่นพนัน สำหรับผู้ชมที่เล่นพนันในปัจจุบันมีจำนวนสูงชันมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในศึกฟุตบอลโลก 2002 (พ.ศ. 2545) ที่ประเทศเกาหลีใต้และญี่ปุ่น ครั้งนี้แลดโบรคส์ (Ladbrokes) ร้านรับพนันถูกกฎหมายที่ใหญ่ที่สุดในอังกฤษ ได้ออกมาทำนายถึงเม็ดเงินที่จะหลั่งไหลเข้าสู่วงการพนันขั้นต่อในระหว่างการแข่งขันฟุตบอลโลก 2002 (พ.ศ. 2545) รอบสุดท้าย ที่จะเปิดฉากชิงชัยในวันที่ 31 พฤษภาคม 2545 นี้ว่า น่าจะมีเงินไหลเข้าสู่บ่อนพนันทั่วประเทศถึง 200 ล้านปอนด์ (ประมาณ 13,000 ล้านบาท) ซึ่งมากกว่าศึกฟุตบอลโลกครั้งก่อนถึงกว่า 2 เท่าตัวเลยทีเดียว โดยในช่วงฟุตบอลโลกที่ประเทศฝรั่งเศส หรือ "ฟร็องซ์ 98" (พ.ศ. 2541) นั้น มีเงินหมุนเวียนในบ่อนทั่วอังกฤษ 85 ล้านปอนด์ (ประมาณ 5,525 ล้านบาท) ขณะที่ฟุตบอลโลก ปี 1994 (พ.ศ. 2537) ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา มีจำนวนเงินเพียง 40 ล้านปอนด์ (ประมาณ 2,600 ล้านบาท) เท่านั้น นอกจากนี้ เจ้ามือรับแทงพนันรายนี้ ซึ่งมีสาขากว่า 1,900 แห่งทั่วอังกฤษ ยังได้ระบุถึงการเล่นพนันผ่านทาง อินเทอร์เน็ตในศึก เวิลด์ คัพ ที่เกาหลีใต้และญี่ปุ่นว่า จะได้รับความนิยมอย่างสูงแน่นอน โดยคาดว่า จะมีลูกค้าเมืองผู้ดีมาลงเงินแทงพนันรวมกันประมาณ 20 ล้านปอนด์ (ประมาณ 1,300 ล้านบาท) เลยทีเดียว

นอกจากปัจจัยทั้งหมดที่ได้กล่าวข้างต้นแล้ว เทคโนโลยีและสื่อมวลชน เป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนทุกปัจจัยและทำให้ฟุตบอลกลายเป็นกระแสความนิยมของโลก โดยเทคโนโลยีการถ่ายทอดสด เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้คนนิยมชมกีฬา ด้วยความสด ความตื่นเต้นตลอดเกมการแข่งขัน การได้เห็น Action และการได้ชมดารากีฬา นั้น เป็นสิ่งที่น่าสนใจและติดตามเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากการถ่ายทอดสดในประเทศที่มีการแข่งขันแล้ว ด้วยเทคโนโลยีการส่งสัญญาณภาพผ่านดาวเทียมที่ทันสมัยที่มีสื่อมวลชนมารองรับ ทำให้สามารถดำเนินการเผยแพร่ไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้อย่าง Real time หรือเป็นภาพสดในเวลาเดียวกันทันที รวมถึงประเทศไทยด้วย

ปัจจุบันกระแสความนิยมฟุตบอลของโลกได้แพร่ระบาดมาถึงเมืองไทยในลักษณะเดียวกัน นับตั้งแต่คำลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก 2002 (พ.ศ. 2545) ที่เกาหลีใต้ และญี่ปุ่นในครั้งนั้น บริษัท ทศภาค จำกัด ได้ทุ่มเงินซื้อถึง 7.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 337.5 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่าคำลิขสิทธิ์ฟุตบอลโลกในครั้งก่อนๆ หลายเท่า เช่น ที่สหรัฐอเมริกา ปี 1994 (พ.ศ. 2537) ประมาณ 6 ล้านบาท และที่ฝรั่งเศส ปี 1998 (พ.ศ. 2541) เกือบ 8 ล้านบาท โดยในการถ่ายทอดสดครั้งนี้ ซึ่งมีค่าดำเนินการอีกประมาณ 50 ล้านบาทนั้น จะไม่มีโฆษณา ไม่มีตัววิ่งในระหว่างเกมการแข่งขันตลอด 90 นาที แต่จะให้โลโก้ (Logo) ของสินค้านั้นๆ ขึ้นที่หน้าจอได้

นอกจากนี้ ไทยเป็นชาติแรกและชาติเดียวในโลกที่ปลูกกระแส "เวิลด์ คัพ ฟีเวอร์" ปี 2006 (พ.ศ. 2549) ในครั้งหน้า ด้วยการเตรียมถ่ายทอดสดเกมฟุตบอลโลกผ่านจอภาพยนตร์ขนาดยักษ์พร้อมด้วยระบบเสียงที่ทันสมัยในเครือ EGV ทั่วประเทศ ซึ่งน่าจะสามารถดึงดูดความสนใจของแฟนบอลชาวไทยซึ่งคลั่งไคล้ในเกมลูกหนังอย่างสุดๆ ได้อย่างแน่นอน ถือเป็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ และเป็นการจุดประกายแก่ชาติอื่นๆ อีกด้วย

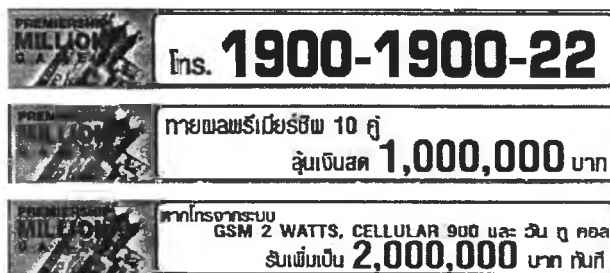
อนึ่ง การจัดกิจกรรมของสินค้าต่างๆ สามารถสร้างความคึกคักในวงการลูกหนังของไทยได้เป็นอย่างดี เช่น รายการ "ไค้กสตาร์" ที่นักเตะเยาวชนดาวรุ่งจากโรงเรียนต่างๆ ผู้ได้รับคัดเลือก 5 คน จะได้เดินทางไปประเทศอังกฤษ เพื่อพบกับสุดยอดของนักเตะของทีม "หงส์แดง" ลิเวอร์พูล และทีมชาติอังกฤษ ตลอดจนถึงสัมผัสความเร้าใจสุดขีดกับการเข้าชมเกมการแข่งขันในศึกพรีเมียร์ลีกระหว่าง ลิเวอร์พูล ในเด็ค กับ ชันเดอร์แลนด์ และเข้ารับการอบรมที่ลิเวอร์พูล อะคาเดมี่ จาก คาร์ล โรบินสัน โค้ชทีมเยาวชนลิเวอร์พูล เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีแมวมองเข้าไปหาดาวรุ่งในสถาบันการศึกษาต่างๆ ด้วย

และการสร้าง Super Star ของไทยที่สร้างความฮือฮาในวงการขณะนี้ คือ "ลีซอ" อีรเทพ วิโนทัย ขวัญใจเยาวชนที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล หลังจากเดินทางไปเป็นนักเตะฝึกหัดของ สโมสร คริสตัล พาเลซ ทีมดังในอังกฤษพร้อมกับสร้างผลงานได้อย่างยอดเยี่ยม จนมีแนวโน้มที่จะเป็นนักเตะไทยคนแรกที่ก้าวขึ้นไปเล่นในลีกอังกฤษได้ มีรายได้รวม 2 ล้านบาท จากการ



เป็นฟรีเซนต์อร์ 2 สิ้นค้ายักษ์ใหญ่ เป๊ปซี่ และมือถือวัน ทุ คอล (1-2-CALL) ที่ประสบความสำเร็จ  
อย่างมาก

การเข้ามามีความเกี่ยวข้องกับฟุตบอล ของสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือมือถือ นั้น  
นอกจากเจ้าของสินค้าจะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอลแล้ว ยังสามารถ  
เข้าถึงผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่ง คือ วัยรุ่นที่ชื่นชอบการเล่นพนันบอล เนื่องจากโดยส่วนใหญ่แล้ว  
ในการเล่นพนันกับเจ้ามือ นั้น ต้องอาศัยโทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร  
ยิ่งไปกว่านั้น โทรศัพท์มือถือบางระบบยังสามารถใช้ในการทายผลฟุตบอลลีกยอดนิยมต่างๆ ผ่าน  
หมายเลข 1900 xxxx xx โดยผู้ทายจะได้รางวัลมากกว่าการใช้โทรศัพท์บ้านเป็น 2 เท่า ซึ่งในการโทร.  
ไปยังหมายเลขนี้ ผู้โทร. จะเสียค่าโทรศัพท์ในอัตรานาทีละ 9 บาททั่วประเทศ ส่วนทางผู้จัดจะได้รับ  
ส่วนแบ่งจากค่าโทรศัพท์ดังกล่าวด้วย ซึ่งกิจกรรมทางการตลาดประเภทนี้อาจจะมีส่วนในการสร้าง  
นิสัยการเล่นพนันบ้างไม่มากก็น้อย อย่างไรก็ตาม มันได้รับความนิยมจากแฟนบอลเป็นอย่างมาก  
โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับเยาวชนและวัยรุ่น



ภาพที่ 1 เกมเศรษฐีฟรีเมียรี่ชีพ

กิจกรรมดังกล่าว ทาง AIS บริษัทมือถือรายใหญ่เป็นสปอนเซอร์หลักร่วมกับ  
บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) จัดการทายผลฟุตบอลในชื่อ "เกมเศรษฐีฟรีเมียรี่ชีพ"  
ผ่านโทรศัพท์หมายเลข 1900 1900 22 หากทาย score ถูก 10 คู่ ภายใน 1 สัปดาห์ จะได้รับรางวัล  
เงินสด 1 ล้านบาท และหากผู้ทายใช้โทรศัพท์มือถือระบบ GSM 2 WATTS, CELLULAR 900 หรือ  
1-2-CALL ในการโทรศัพท์เข้ามา รางวัลจะเพิ่มเป็น 2 ล้านบาททันที

ซึ่งนอกจากการโฆษณาเชิญชวนให้ร่วมทายผลแล้ว สื่อยังได้เผยแพร่ข่าวการได้รับ  
รางวัลจริงอีกด้วย เช่น ข่าวการรับรางวัลเงินสด 300,000 บาท จากการร่วมสนุกทายผล ในเกม  
เศรษฐีกัลโช เซเรีย อา เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2544 ของหนุ่มชาวประมง จังหวัดปัตตานี

"นายวาสนา จันทร์สุข" ผู้ที่เคยสนใจเรื่องการพนันแม้แต่นิดเดียว แต่แสดงความสามารถแบบเก่ง บวกเฮงทวยผลการแข่งขัน กัลโช เซเรีย อา 5 คู่ด้วยสกอร์ที่ถูกต้องทั้ง 5 คู่ สาเหตุที่เล่นเริ่มจากที่รู้จัก เกมนี้มาจากลูกชายวัย 17 ปี "นายทรงพร จันทร์สุข" ที่เรียนอยู่โรงเรียนการอาชีพปัตตานี ซึ่งลูกชาย สนใจกีฬาเป็นพื้นฐานอยู่แล้วและชอบอ่านหนังสือพิมพ์กีฬา เขาจะซื้อประจำคือ สยามกีฬารายวัน กับสตาร์ชอคเกอร์ และในช่วงนั้นไม่ได้ออกหาปลา ก็เห็นว่าเกมนี้น่าสนใจ เล่นง่าย และประกอบกับ ลูกชายแนะนำให้ลองเล่น จึงโทรศัพท์ไปร่วมสนุกโดยเลือกทายฟุตบอลอิตาลี 5 คู่จาก 8 คู่ ตามคำแนะนำของลูกชาย ซึ่งเลือกทาย 5 คู่คือ อูดิเนเซ่ - เวโรน่า, ลาซิโอ - ฟิออเรนติน่า, เบรสซา - อินเตอร์, เปรูจา - เวเนเซีย และ คิเอโว่ - เลชเช่ โดยทายสกอร์ 2-1, 3-0, 1-3, 2-0 และ 2-1 ตามลำดับ ซึ่ง ปรากฏว่าถูกต้องทั้งหมด ชนิดที่แฟนบอลตัวจริงเมืองไทยตะลึงกันทั้งประเทศ (ข้อมูลจาก [www.siamsport.co.th](http://www.siamsport.co.th))



ภาพที่ 2 เกมเศรษฐี กัลโช เซเรีย อา

การจัดรางวัลทายผลการแข่งขันฟุตบอลผ่านสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ ทายผลฟุตบอลโลก 2002 (พ.ศ. 2545) ในครั้งนี้ เป็นธุรกิจอีกประเภทหนึ่งที่กำลังอยู่ในกระแส นิยมในปัจจุบัน โดยนอกจากสื่อมวลชนและสปอนเซอร์ในเมืองไทยแล้ว สปอนเซอร์จากต่างประเทศ ก็ให้ความสนใจเช่นกัน ดังกรณีของ Ladbrokes บริษัทรับพนันถูกกฎหมายยักษ์ใหญ่จากประเทศ อังกฤษ ที่จัดกิจกรรมร่วมกับหนังสือพิมพ์สปอร์ตพูลัน แจกรางวัลใหญ่สำหรับผู้ร่วมทายผล ฟุตบอลโลก 2002 เป็นรถยนต์ TOYOTA ALTIS เลยทีเดียว

**เชียร์บอลโลก ลุ้นโชค**



**เชียร์บอลโลก ลุ้นโชคกับ  
Ladbrokes และสปอร์ตพูล  
ลุ้นรับ ALTIS พิธีทองค่า**

**ใบก่อกู้ที่ 1** ลุ้นโชคพิธีทองค่า  
**ใบก่อกู้ที่ 2** ลุ้น TOYOTA ALTIS  
สมัครเล่นเกม ฟรี! โดยคลิกที่โลโก้ ladbrokes

**Ladbrokes .com**

ภาพที่ 3 เชียร์บอลโลก ลุ้นโชคกับ Ladbrokes และสปอร์ตพูล

การเข้ามาทำกิจกรรมทางการตลาดในเมืองไทยที่การพนันบอลยังเป็นสิ่งผิดกฎหมายของ Ladbrokes ร่วมกับ หนังสือพิมพ์สปอร์ตพูล ที่เน้นการนำเสนอข้อมูลที่สามารถนำไปเชื่อมโยงกับการพนันได้ทันทีนั้น แสดงให้เห็นถึงสายสัมพันธ์ของสื่อมวลชนไทยกับบริษัทรับพนันในต่างประเทศ และเป็นที่น่าสนใจว่าตลาดผู้เล่นพนันในบ้านเรามีขนาดใหญ่เพียงใด

จากผลการสำรวจของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญกรุงเทพ ที่ได้จัดทำโพลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปจำนวน 1,800 ราย พบว่าชาวพนันในกรุงเทพมหานครประมาณ 400,000 ราย วางแผนที่จะใช้เงินถึง 9.37 พันล้านบาทในการพนันฟุตบอลโลกครั้งนี้เลยทีเดียว ส่งผลให้สำนักงานตำรวจแห่งชาติ มีแนวคิดที่จะเสนอให้เลื่อนเวลาการถ่ายทอดสดการแข่งขันออกไป 30 นาที เพื่อลดปัญหาการเล่นพนันฟุตบอลของคนไทย แต่ความคิดดังกล่าวได้รับการคัดค้านจากแฟนบอลไปเรียบร้อยแล้ว (www.siamspport.co.th, วันที่ 29 มีนาคม 2545)

แม้ว่าการเล่นพนันฟุตบอลต่างประเทศในบ้านเราจะเกิดขึ้นมานานแล้ว แต่จำกัดอยู่ในวงแคบเฉพาะกลุ่ม เป็นการเล่นในหมู่เพื่อนฝูง ไม่เป็นระบบธุรกิจอย่างในปัจจุบัน แต่ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านดาวเทียม ที่สามารถแพร่ภาพการแข่งขันที่กำลังเกิดขึ้นในซีกโลกหนึ่งให้คนทั่วโลกชมและนำไปเล่นพนันได้ทั่วโลกอีกเช่นกัน ตลอดจน สีสันของรูปแบบ และเนื้อหาการนำเสนอรายการฟุตบอลของสื่อมวลชนที่นำพาเอาวัฒนธรรมการพนันจากต่างประเทศเข้ามาพร้อมกับจุดกระแสดความนิยมกีฬาฟุตบอลด้วยปัจจัยทางธุรกิจต่างๆ ตามที่ได้กล่าวข้างต้น ทำให้การพนันฟุตบอลในบ้านเราได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ในกาครั้งนี้ สื่อมวลชนได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องเพียงใด ผู้วิจัยจะอธิบายลักษณะการนำเสนอของสื่อในอดีตกับปัจจุบันแยกตามประเภทของสื่อ ดังนี้

#### 4.1 หนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ทั่วไปในอดีต จะให้ความสำคัญกับเรื่องของกีฬาเป็นอันดับท้ายๆ สังเกตได้จากการจัดคอลัมน์ข่าวกีฬาไว้ที่หน้ารองสุดท้าย ส่วนรูปแบบการนำเสนอก็มีเพียงแค่การรายงานผลการแข่งขันเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬาฟุตบอลต่างประเทศนั้นแทบจะไม่มีภาพข่าวประกอบ สาเหตุประการหนึ่งอาจมาจากความนิยมกีฬาของคนสมัยก่อนยังไม่แพร่หลายนัก แต่ปัจจุบัน ด้วยความก้าวหน้าของระบบการพิมพ์ การแข่งขันในธุรกิจหนังสือพิมพ์ด้วยกันเอง ประกอบกับการที่กลุ่มคนที่คลั่งไคล้กีฬาฟุตบอลมีขนาดใหญ่มากขึ้น ดังนั้น รูปแบบและเนื้อหาจึงถูกปรับให้ตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน โดยการนำเสนอที่หลากหลาย มีภาพข่าวประกอบมากขึ้น มีการวิเคราะห์เกม ข่าวคราวของนักเตะทีมต่างๆ และความเคลื่อนไหวของแต่ละสโมสร บางฉบับถึงกับมีการนำเสนออัตราต่อรองด้วย อาทิ เดลินิวส์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัด section กีฬาแยกต่างหากจากข่าวอื่นๆ มีการพาดข่าวพร้อมภาพข่าว 4 สี เหมือนกับหน้า 1 ซึ่งเสมือนเป็นหนังสือพิมพ์อีกฉบับหนึ่งทีเดียว เช่น ไทยรัฐ และ เดลินิวส์ ใน section แรกเป็นข่าวอื่นๆ ส่วน section ที่ 2 จะเป็นข่าวกีฬาและบันเทิง เป็นต้น

ด้วยเทคโนโลยีที่ยังไม่ทันสมัย ทำให้การรายงานผลของหนังสือพิมพ์ในยุคก่อนเป็นไปอย่างลำบาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกไปทำข่าวในต่างจังหวัดหรือต่างประเทศนั้น ต้องอาศัยเครื่องมือในการส่งข้อมูลมายังโรงพิมพ์ ซึ่งในยุคแรกใช้ Telex ต่อมาใช้การคุยโทรศัพท์ กระทั่งมีการพัฒนาเครื่องส่งภาพวิถีไกล (Facimile) ใช้สำหรับส่งรูปทั้งสีและขาวดำ โดยการ scan แล้วส่งผ่านทางสายโทรศัพท์ คล้ายกับเครื่องมือที่ถูกพัฒนามาใช้หลังจากนั้น คือเครื่อง Fax สำหรับในปัจจุบัน ด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย ผู้สื่อข่าวส่วนใหญ่จึงนิยมใช้ E-mail ที่ทำให้การส่งข้อมูลข่าวสารสะดวกขึ้นมาก

ในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2525 การรายงานข่าวกีฬาในรายการแข่งขันระดับโลก เช่น ฟุตบอลโลกหรือโอลิมปิกเกมส์ สื่อมวลชนทุกแขนงต่างต้องพึ่งพาข่าวสารที่ได้จากรายการข่าวผ่านดาวเทียม หรือเทเล็กซ์ แล้วนำผลที่ได้มารายงานให้ประชาชนทราบ และในการแข่งขันกีฬาบางรายการที่สามารถส่งผู้สื่อข่าวไปรายงานข่าวจากสถานที่แข่งขันจริงก็จะส่งผู้สื่อข่าวไป แต่วิธีการดังกล่าวก็ไม่สามารถใช้ได้กับการแข่งขันกีฬาในระดับใหญ่ๆ อย่างเช่น ฟุตบอลโลก ที่มีการจำกัดจำนวนโควตาของนักข่าวแต่ละประเทศ และเนื่องจากประเทศไทยไม่สามารถเข้าสู่งการแข่งขันรอบสุดท้ายได้ ทำให้ส่งผู้สื่อข่าวและช่างภาพไปได้อย่างจำกัด จึงจำเป็นต้องพยายามหาแหล่งข่าว

จากทางอื่นมาเสริม ซึ่งจุดเปลี่ยนรูปแบบการรายงานข่าวกีฬาที่แข่งขันกันในต่างประเทศของสื่อหนังสือพิมพ์เริ่มเกิดขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 2525 โดยที่หนังสือพิมพ์ได้ใช้วิธีการติดตามข่าวการแข่งขันจากสถานที่ที่สามารถรับสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมได้ ซึ่งทำให้การรายงานผลนั้นเกิดขึ้นรวดเร็ว และสามารถถ่ายภาพการแข่งขันจากจอโทรทัศน์ที่รับชมได้อีกด้วย โดยในการแข่งขันฟุตบอลโลกที่สเปน ในปี 1982 (พ.ศ. 2525) นั้น เนื่องประชาชนให้ความสนใจกับผลการแข่งขันเป็นอย่างมาก แต่ยังไม่มีการถ่ายทอดสดให้ชม ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ทั่วไป เช่น ไทยรัฐ และ เดลินิวส์ นั้น จำเป็นต้องมีการรายงานอย่างละเอียด และการที่คอลัมนิสต์จะสามารถเขียนบรรยายผลการแข่งขันอย่างละเอียดที่สุด เพื่อให้ผู้อ่านจะสามารถเห็นภาพการแข่งขันได้ นั้น ก็ต่อเมื่อมีโอกาสเห็นภาพการแข่งขันจริง ซึ่งใช้วิธีการติดตามชมภาพการแข่งขันจากสถานที่ที่สามารถรับสัญญาณภาพที่สถานีแม่ข่ายในสเปนทำการส่งผ่านดาวเทียมได้ ดังเช่นผู้สื่อข่าวกีฬาของไทยรัฐ รับชมที่ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี และผู้สื่อข่าวกีฬาของเดลินิวส์ รับชมที่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เป็นต้น โดยผู้สื่อข่าวที่รับชมแล้วทำหน้าที่รายงานผลการแข่งขันจากภาพที่เห็นจากจอโทรทัศน์ (วิโรจน์ กิจกุลอนันตเอก, 2543)

ในขณะที่หนังสือพิมพ์กีฬา ได้มีการซื้อภาพข่าวเข้ามาลงพิมพ์เป็นเจ้าแรก (ซึ่งไทยรัฐและเดลินิวส์มีเฉพาะพาดหัวธรรมดา) นอกจากนี้ ยังมีรายละเอียดครบถ้วน ทั้งสถิติเจาะลึกเบื้องหน้าเบื้องหลัง วิเคราะห์วิจารณ์เกมการแข่งขัน และมีการรายงานข้อมูลจากนักข่าวหลายคนทั้งทางสยามสปอร์ตฯ ได้ส่งไปประจำที่สเปนด้วย ยิ่งไปกว่านั้น คือ มีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการพนันแล้วด้วย แต่เป็นเพียงการเขียนเป็นสีสันเล็กๆ น้อยๆ หรือเรียกว่าเป็นผงซุส เพื่อให้รู้ว่าทีมใดเป็นตัวเต็งเท่านั้น โดยนำเสนอเรื่องอัตราต่อรองเป็นครั้งแรกในหนังสือพิมพ์ "ฟุตบอลโลก 82" รายวัน ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ขนาดแท็บลอยด์ (Tabloid) เฉพาะกิจที่ บริษัทสยามสปอร์ตฯ พรีนติ้ง จำกัด จัดทำออกมาในช่วงฟุตบอลโลก ปี 1982 (พ.ศ. 2525) ที่สเปน เท่านั้น เป็นการนำเสนอผ่านคอลัมน์ "เป่าบันจิ้น" โดย พิษณุ นิลกลัด ที่เขียนในแนวสนุกให้ผู้อ่านนำไปเล่นเป็นค่าขนม หรือค่าน้ำจิ้ม เล็กๆ น้อยๆ เช่น คู่นี้ควรจะห่างราคาสัก 10 - 1 หรือ 40 - 1 และอาจมีหยอดคำว่า "ครึ่งลูก" คือเสมอเป็นแพ้ ทั้งนี้ ราคาดังกล่าวเป็นราคาที่ตั้งขึ้นเองโดยพิจารณาตามสถิติและฟอร์มการเล่น ไม่ได้อิงราคากับของต่างประเทศแต่อย่างใด และแม้ว่าในขณะนั้นยังไม่มีการถ่ายทอดสดการแข่งขันให้ได้ชม (จะมีเฉพาะนัดปิด คือ คู่ชิงชนะเลิศเท่านั้น) ซึ่งการรู้ผลก็จะต้องรออ่านจากหนังสือพิมพ์ในเช้าวันรุ่งขึ้น แต่คอลัมน์นี้ก็ยังคงได้รับความนิยมจากผู้อ่าน และความสนใจต่อฟุตบอลโลกของคนไทยในขณะนั้นมีสูงมาก ทำให้หนังสือพิมพ์ฉบับนี้

มียอดจำหน่ายสูงถึงวันละกว่าแสนฉบับ นับเป็นยอดจำหน่ายที่สูงมากสำหรับหนังสือพิมพ์กีฬาที่ยังไม่เคยมีมาก่อน (ข้อมูลจาก "คุณเจียบ", สัมภาษณ์ 30 มีนาคม 45)

เหตุการณ์ดังกล่าว ได้สะท้อนให้เห็นกระแสความสนใจของประชาชนที่มีต่อการติดตามข่าวสารการแข่งขันฟุตบอลโลก ก่อนที่จะเริ่มมีการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ด้วย

จากนั้น บริษัท สยามสปอร์ต พริ้นติ้ง จำกัด (ในปี พ.ศ. 2533 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด) ได้ผลิตหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาเฉพาะกีฬารายวันฉบับแรก "สยามกีฬารายวัน" เริ่มวางจำหน่ายครั้งแรกปี พ.ศ. 2527 นำเสนอข่าวสารการกีฬาทั้งภายในและต่างประเทศ โดยเน้นเนื้อหากีฬาต่างประเทศอังกฤษและมวยเป็นหลัก จนกระทั่งฟุตบอลโลกปี 1986 (พ.ศ. 2529) ที่เม็กซิโก หลังจากที่มีการถ่ายทอดสดตั้งแต่วอร์ชเชลเป็นครั้งแรกในเมืองไทยแล้ว หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวันซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูงในขณะนั้น จึงเริ่มนำเสนอเกี่ยวกับอัตราต่อรอง เนื่องจากมีผู้อ่านเรียกร้องเข้ามาขอให้นำเสนอจำนวนมาก

เมื่อกระแสความนิยมฟุตบอลต่างประเทศจากผู้อ่านเพิ่มมากขึ้น จนกระทั่งในเดือนสิงหาคม 2535 ทางสยามสปอร์ตฯ จึงได้ผลิตหนังสือพิมพ์กีฬารายวันฉบับที่ 2 ในขนาดแทบลอยด์ จำนวน 24 หน้า ออกมาจำหน่าย ชื่อ "สตาร์ชอคเกอร์รายวัน" ที่มีเนื้อหาและข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลในต่างประเทศเพียงอย่างเดียว ซึ่งในขณะนั้นถือว่าเป็นหนังสือพิมพ์กีฬารายวันฉบับแรกฉบับเดียวของโลกที่เจาะลึกเรื่องฟุตบอลต่างประเทศโดยเฉพาะ สำหรับยอดจำหน่ายในช่วง 1 ปีแรก อยู่ที่ 10,000 ฉบับต่อวัน และหลังจากฟุตบอลโลก ปี 1994 (พ.ศ. 2537) ที่สหรัฐอเมริกา คือ ในปี พ.ศ. 2538 คนไทยได้ให้ความสนใจกับฟุตบอลต่างประเทศเพิ่มขึ้นมาก ส่งผลให้ยอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์รายวันกลับเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วเป็น 53,000 ฉบับต่อวัน และปัจจุบันสูงถึง 250,000 ฉบับต่อวัน (เพิ่มจำนวนเนื้อหาเป็น 32 หน้า)

ในช่วงฟุตบอลโลกที่สหรัฐอเมริกา ปี 1994 (พ.ศ. 2537) นั้น ไม่เพียงแต่หนังสือพิมพ์กีฬาที่สนองตอบกระแสความนิยมของคนไทย หนังสือพิมพ์ทั่วไปอย่างไทยรัฐ ก็ให้ความสำคัญกับข่าวฟุตบอลโลกมากขึ้น ทั้งการพาดหัวหน้า 1 พร้อมภาพข่าว การนำเสนอข้อมูลเรื่องอัตราต่อรองจากประเทศอังกฤษ และคอลัมน์วิจารณ์เกี่ยวกับการเล่นพนัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

## ราคาต่อรองแลดโบรคส์

### จากอังกฤษคู่ประจำวันที่ 20

ผลการแข่งขัน (ทีมแรกขึ้นก่อน)	บราซิล	ฮอลแลนด์
	รัสเซีย	ซาอุดีอาระเบีย
1-0	5-1	7-1
2-0	8-1	6-1
2-1	7-1	12-1
3-0	10-1	7-1
3-1	9-1	9-1
3-2	33-1	66-1
4-0	40-1	8-1
4-1	28-1	10-1
4-2	80-1	80-1
5-0	100-1	16-1
5-1	80-1	18-1
6-0	100-1	25-1
6-1	100-1	28-1
7-0	100-1	66-1
7-1	100-1	66-1
0-0	11-2	8-1
1-1	11-2	7-1
2-2	20-1	33-1
3-3	100-1	100-1
0-1	8-1	20-1
0-2	25-1	100-1
1-2	16-1	50-1
0-3	100-1	100-1
1-3	80-1	100-1
2-3	80-1	100-1
0-4	100-1	100-1
1-4	100-1	100-1
2-4	100-1	100-1

ภาพที่ 4 ราคาต่อรองแลดโบรคส์ จากไทยรัฐ วันที่ 20 มิถุนายน 2537 หน้า 23

# เขอรันนุก่อถูกกดรั้ง ปิดประตูคนแพ้ เปิดสนามดีใจคืนนี้

ภาพที่ 5 พาดหน้า 1 จากไทยรัฐ วันที่ 17 มิถุนายน 2537



## ต่อลูกไม่ไหวแล้วจ้า!!

เรียบร้อยโรงเรียนเขียนหนุย. ไม่ว่าเด็ก-ใหญ่ พายสาม!

ไอ้ประเภทต่อลูกควบคู่กันมันแหละ! เพราะมาก หนักจนพรียังไม่มียิ่งประตุนิดคือนถือกันเถย

ด้วยสภาพอากาศหรือรากเลือดประกอบกับ "พีฟ่า" ออกกฎใหม่เอี่ยมอ่องมาใช้แก่ "ฟุตบอลโลก" ครั้งนี้

เกมกลางสนามไม่เฝ้าใจและจุดนี้ เพราะนักเตะเกร็ง กลัวหัวใจ ถวมการเองก็เกร็ง กลัวจะถูกส่งกลับบ้าน ก็เก็บ เป้ากันแหละยิ่งกว่า พว.จางรเมืองไทยจะอีก

เสียงนกหวีดดัง เกมก็สะดุดบ่อย ทำให้โกลแมนซ์

ของเกมไม่เกิน แลมยังส่งผลไปถึงการเข้ายิงประตูอีกต่างหาก มาว่ากันถึงเกมวันจันทร์ที่ 20 มิ.ย. นี้ กันดีกว่า มี ลงสนาม 2 คู่ แฟนทีมแชมป์ บราซิล ไม่ควรพลาด ลง พาดแข่งกับ รัสเซีย เป็นนัดแรกด้วยกันทั้งคู่

จากการคาดหมายให้เป็นทีมเต็งหนึ่งสำหรับบราซิล ตามสภาพทีมถึงแม้ในรอบคัดเลือกจะถูกดุดุกกลาน แต่ มาถึงชั่วโมงนี้ คาร์ลอส อัลแบร์โต ปารีโรรา กุนชื่อของ ทีม คุมเครื่องจักรที่ล้วนกะเน่บ่นหน้า เกมโบด กับ โรมาริโอ ลงโชว์ฟอร์มแน่นอน นัดนี้อาจจะเป็นนัดแรกที่มีการยิงประตู มากกว่าที่ผ่านมาก็ได้ โลกถ้าๆแล้วเอาบราซิลต่อหน้าลูกแล้ว แลมน่าจับให้ลูกเข้าไปเลย

อีกคู่ ฮอลแลนด์ กับ ซาอุดีอาระเบีย ไม่มี ปัญหากับการที่จะคือเอาฮอลแลนด์ต่อลูก แต่...ปัญหามัน อยู่ที่ว่าจะต่อกันสักกี่ลูกถึงจะสมป่าตมเนื้อที่ล่ะ! ว่าไปความ ฟอร์มแล้ว สองลูก ต้องมี แต่ระวังเหตุการณ์ที่เพิ่มผ่าน มาหลายๆ ที่โดนขวณะกระหิงชะเต็งไปเลย

ฟุตบอลโลกหนนี้ ต่อลูกอันทรายนมาก เพราะมันมี บังจ้อยไม่เอื้อการเข้ายิงประตูมากมาจนบางที่นำเบือ แต่...ถ้าใครจะฝืนความจริง คิวคิวเป็น "คู่แข่ง" ใน ระบบลูกก็ตามใจ!

กระหม เข็ดชื้ออน-ชี้แก้แล้วเข้าจะ!!!

เขียนหนุย

ภาพที่ 6 คอลัมน์ "ได้เสีย" จากไทยรัฐ วันที่ 20 มิถุนายน 2537 หน้า 22



**Chraa Luorik** เสนอ **‘จ๋าแจ่ง’**  
**แข่งบอลโลก**

**เขียนยังไม่พินรุ**

ขณะที่จ๋าแจ่งนั่งปั่นคันฉับ “แยงบอลโลก” สำหรับคอฮันมันนี่ ปรากฏว่า การแข่งแยงบอลโลกของปี 1994 ผ่านไปแล้ว ๕ คู่ ต้องยกนิ้วให้เลยครั้นว่า เป็น ๕ คู่ แห่งความ

ในหลายๆ สมศักดิ์ศรีบอลโลกทุกประการ มั่งอุษนิคตาต่างวางตาไม่ลงแทบทุกคู่ว่าจั้น

ที่สำคัญกว่านั้น ยังเต็มไปด้วยรายการหักปากกาเขียนคำมั่วคำมั่ว

เมื่อปี 1990 ระเบิดอกที่สุดก็คือ “เขียนอยู่

หมอบูตึก” มาถึงปี 1994 ตะไปเพียง ๘ เกม ปรากฏว่า

ทีมยังไม่สามารถหลุดออกจากวงให้ครบ

ในขณะที่หมอบูตึกธรรมดาเท่านั้น ยังไปอยู่บนเต้าเต็งหรือตึกหิน 2 ซะอีกด้วย

เพราะเกิดรายการพลิกล็อกทำให้หมอบูตึกโดย

กันกันแทบทุกวัน

ไม่ว่าจะเป็นคู่ “อักร์เจียว” ไอร์แลนด์ ที่หัก

กติกามะกะโรนี อิตาลี เติงตามลงได้อย่างหุคหุค

หรือคู่ โรมานีเย ที่ควหวัเทือกไล่เชือด

โคลัมเบีย ลงได้อย่างพลิกความคาดหมายถึง 3-1

ตะใจคนจนทั้ง 2 คู่ ว่าจั้นเหอะ สำหรับอิตาลีนั้นใจรั ความจริงก็ยังไม่เล่นได้ดี

เพียงแต่ยังตีไม่ครบ 100 เปอร์เซ็นต์ เมื่อมาเจออักร์เจียวของ แจ็กกี ชาร์ลตัน ที่เล่นได้ 100 เปอร์เซ็นต์

กว่า ก็เลยเสร็จ

โดยเฉพาะ บักโจ้ ของน้องหนู เล่นผิดฟอร์มไปจนทะเลอ

จนน่าจะเอากรไรไปแอบคัดจุดบริเวณท้ายทอยทิ้งซะให้หายแค้น

ส่วน โคลัมเบีย ที่ถถานทุกขอร้องอย่าเรียกนักเตะโคเคนนั้น

ความจริงก็กลัวคือปุ่หอรอก แต่เข้าข่าย “สิ่งรสนามซ้อม” อย่างที่ใครต่อใครเขาว่า

พอมาลงสนามจริงและเจอของจริงอย่างโรมานีเยเข้าก็เลยเสร็จ

ปานฉะนี้ โคลัมเบียคงนั่งสะอื้นทั้งทีม และถามหา จอร์จี่ ฮาจิ เคอะเคียบแห่งโรมานีเย กระห่ม

ไปแล้ว

คนอะไรก็ไม่รู้ ตัวดีคเดียว แต่เล่นบอลเก่งซะมีคฤาติผ่าเหอะ

เสน่ห์ของบอลโลกก็อยู่ตรงนี้แหละ ยิ่งพลิกมากก็สนุกมาก และยิ่งเขียนร้องให้มาก ก็หมายถึงว่า

โลกนี้เป็นของหนูแล้วโดยสิ้นเชิง ๕ แมคซ์ที่ผ่านมาสะใจหนูทั้งโลกครั้น.

**“จ๋าแจ่ง”**

ภาพที่ 7 คอลัมน์ “จ๋าแจ่ง แยงบอลโลก จากไทยรัฐ วันที่ 20 มิถุนายน 2537 หน้า 23

หลังจากช่วงฟุตบอลโลกที่สหรัฐอเมริกา ปี 1994 (พ.ศ. 2537) ได้สิ้นสุดลงแล้ว แต่ยังคงมีกระแสความนิยมของผู้อ่าน หนังสือพิมพ์ยังคงนำเสนอเรื่องฟุตบอลต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ยิ่งไปกว่านั้น การขยายตัวอย่างรวดเร็วของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันทั้งสองฉบับ ได้แก่ "สยามกีฬารายวัน" และ "สตาร์ชอคเกอร์รายวัน" ทำให้บริษัทดังกล่าว ซึ่งได้จดทะเบียนเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนในชื่อ บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ในเดือนกุมภาพันธ์ 2538 ได้ผลิตหนังสือพิมพ์กีฬารายวันเพิ่มขึ้นอีกฉบับ คือ "สปอร์ตพูล" วางแผงจำหน่ายวันแรกในวันที่ 20 เมษายน 2539 แม้ยอดขายจำหน่ายจะไม่ประสบความสำเร็จในระยะเริ่มต้น แต่ปัจจุบันยอดได้พุ่งสูงถึง 200,000 ฉบับต่อวัน สำหรับข้อมูลจะเน้นเนื้อหาของกีฬาต่างประเทศ ทั้งข้อมูลความพร้อมของทีม ระบบการเล่น และสถิติต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพนัน เช่น ราคาพูลของต่างประเทศ อัตราต่อรองและการวิเคราะห์เกมก่อนแข่ง การคาดการณ์ความน่าจะเป็นของผลการแข่งขัน โอกาสแพ้-ชนะ และการให้ทรรศนะว่าควรเล่นฝ่ายต่อหรือฝ่ายรอง ซึ่งเนื้อหาในลักษณะนี้เหมาะสำหรับผู้ที่เล่นพนันเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ หากพิจารณาจากยอดขายจำหน่ายดังกล่าวและกระแสความนิยมการเล่นพนันฟุตบอลที่มีการขยายตัวอย่างสูงแล้ว อาจกล่าวได้ว่าการนำเสนอข้อมูลลักษณะนี้น่าจะมีความสัมพันธ์ต่ออัตราการเติบโตของผู้เล่นพนันอยู่บ้างไม่มากนัก

"เจาะเกมส์จะออกเป็นราย 3 วันซึ่งแม่นยำไม่แม่นยำ ข้อมูลจะไม่ค่อย update แต่อย่างสตาร์ชอคเกอร์จะมีเกี่ยวกับเรื่องการแทงน้อย ไม่ค่อยให้ราคาพูล ในขณะที่เดียวกันสปอร์ตพูล จะมีสำหรับคนเล่นโดยเฉพาะเลย มีราคาเยอะ มีการวิเคราะห์ที่ละเอียดดีเหมาะสำหรับคนเล่นบอลโดยเฉพาะ" (กั้ง, สัมภาษณ์ 25 มีนาคม 2545)

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถนำเสนอข้อมูลได้ในปริมาณมากโดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาเหมือนกับสื่อโทรทัศน์และวิทยุ จึงไม่น่าแปลกใจหากผู้รับสารเปิดรับสื่อชนิดนี้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งแฟนฟุตบอลต่างประเทศที่นิยมเล่นการพนัน หนังสือพิมพ์กีฬาถือเป็นเครื่องมือชิ้นสำคัญ เนื่องจากมีข้อมูลครบครัน ทั้งสถานการณ์ของสโมสรต่างๆ โปรแกรมการแข่งขัน สถิติการแข่งขันที่ผ่านมาของทีม คอลัมน์วิเคราะห์วิจารณ์และคาดการณ์ผลการแข่งขัน ตลอดจนอัตราต่อรองของแต่ละคู่ ทำให้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมากในวงการนี้

"ไม่ได้มีกฎอะไรมาบังคับตายตัวว่าห้าม หรือไม่ห้าม แต่อย่างหนึ่งก็คือ ถ้าห้ามและก็ห้ามอย่างเป็นทางการ ก็แน่นอนว่าคงจะไม่มีฉบับไหนลงได้อยู่แล้ว แต่ทุกวันนี้มีลงกันได้นั้นหมายถึงว่า เขาก็ไม่ได้ห้าม แล้วถ้าเราจะมองถึงต่างประเทศ เขาก็ลงกันอย่างนี้เหมือนกัน

หลายๆ ประเทศที่เขาให้ความสนใจเรื่องฟุตบอล แต่ก่อนนี้ที่ยังไม่ได้มีลีกกันเยอะ ส่วนหนึ่งก็เป็นเพราะว่าก่อนหน้านี้นี้ข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะข้อมูลทางด้านนี้ไม่สามารถที่จะได้มารวดเร็วเหมือนกับปัจจุบันนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเทียบกับ 15 – 20 ปีก่อนนี้ จะได้ข้อมูลช้ามาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นอัตราต่อรองหรือว่าในลักษณะของการคาดหมายจากต่างประเทศก็จะได้มาช้ากว่าปัจจุบันนี้” (สาธิต กรีกุล, สัมภาษณ์ 27 มีนาคม 45)

อนึ่ง ผู้วิจัยพบว่าการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภท มีลักษณะตามแนวคิดของ E. E. Dennis, 1984 ที่ได้อ้างถึงแล้วในบทที่ 2 ดังนี้

1. การเสนอเชิงพรรณนาการรายงานข้อเท็จจริง เช่น ผลการแข่งขัน โปรแกรมการแข่งขัน สถิติการแข่งขันที่ผ่านมาของทีม อัตราต่อรอง เป็นต้น
2. การนำเสนอเชิงวิเคราะห์ เช่น คอลัมน์วิเคราะห์วิจารณ์ผลการแข่งขันสาเหตุของการแพ้-ชนะ การวิเคราะห์รูปแบบก่อนแข่งจากสถิติ สภาพทีม และรายชื่อผู้ที่จะลงเล่น เป็นต้น
3. การเสนอเชิงผลกระทบ ได้แก่ การคาดการณ์ผลการแข่งขันและการให้ทรรศนะฟันธงว่าทีมใดจะแพ้-ชนะ รวมถึงทรรศนะการต่อรองสำหรับการเล่นพนัน เป็นต้น เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบการนำเสนอที่นอกเหนือไปจากแนวคิดดังกล่าวด้วย คือ คอลัมน์ซุบซิบ ที่เขียนแซวคนในวงการ เช่น ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จะมีคอลัมน์ “สโมสรมักลู่” ที่คอลัมนิสต์หลายคนผลัดเปลี่ยนกันเขียน แต่ที่เป็นที่รู้จักมานานคือ จุ่น บางระจัน และคุณดู่ อีกคอลัมน์หนึ่ง คือ “กีฬาเฮฮากับจำแ่ง” หรืออีกนามปากกาหนึ่งก็คือ “ซุม” เจ้าของคอลัมน์ “ซุมชอกแซก สุดส์ปาดาน์” ส่วนชื่อจริงก็คือ คุณสมชาย กุศลสวนสมบัติ นั่นเอง สำหรับในหนังสือพิมพ์สตาร์ซอคเกอร์รายวัน ก็จะมีคอลัมน์ “ตอกไข่ใส่สัตว์” หรือ สโมสรมินทา สตาร์ซอคเกอร์ เป็นต้น

สิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือการโฆษณาในหนังสือพิมพ์กีฬาที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับการเล่นอย่างชัดเจน คือ

1. การโฆษณาให้ติดตามชมรายการ "เจาะเกมส์" ช่วง "เขียนมองเกม" ซึ่งนำ  
 ทรรศนะของ "เขียน" ชื่อดังในคู่มือเดิมนำเสนอเป็นตัวอย่างเป็นตัวอย่างให้นำติดตาม และใช้ข้อความ  
 สนับสนุนว่า "ใครแพ้ ใครชนะ เช็คข้อมูลสุดท้ายก่อนตัดสินใจ" ซึ่งหมายถึงให้ติดตามชมทรรศนะ  
 ว่าควรเล่นทีมใดก่อนตัดสินใจเล่นพนันนั่นเอง

**เจาะเกมส์**

**เจาะเกมส์ "ช่วงเขียนมองเกม"**

**"ป้ายาว"** ให้ เบรตชา ไม่น่าแพ้ อตาลันต้า

**"คุณจตุร"** ให้ นาโปลี ดีกว่า เปรูจา

ช่อง ๕ เสาร์-อาทิตย์ เวลา 19.10-19.30 น.

**"ใครแพ้ ใครชนะ เช็คข้อมูลสุดท้ายก่อนตัดสินใจ"**

ภาพที่ 8 โฆษณาจากหนังสือพิมพ์สตาร์ซอคเกอร์ ฉบับวันที่ 6 มีนาคม 2544 หน้า 9

2. โฆษณาการให้บริการวิเคราะห์และทำนายผลการแข่งขันทางโทรศัพท์ เสียค่า  
 สมาชิกเป็นรายเดือนๆ ละประมาณ 3,000 บาท โดยการโอนผ่าน ATM ไม่รับโอนผ่านบัญชีที่จะ  
 ต้องระบุชื่อเจ้าของบัญชี ทั้งนี้เพื่อป้องกันการถูกจับ เช่นเดียวกับการการเล่นพนันในระบบเครดิต



นอกจากโฆษณาในลักษณะดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยพบว่าหนังสือพิมพ์กีฬาส่วนใหญ่ จะมีโฆษณาสำหรับผู้เล่นพนันอีก 2 ประเภท คือ

1. โฆษณาสำหรับผู้ได้พนัน ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าและบริการต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ สถานบันเทิงสำหรับผู้ชาย ประเภท อาบ-อบ-นวด ผับ และ คาราโอเกะ เป็นต้น
2. โฆษณาสำหรับผู้เสียพนัน ได้แก่ การบริการเงินสด เงินด่วนในหลากหลายรูปแบบ เป็นการรับซื้อสินค้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า โทรศัพท์มือถือ เหล้า ตัวจํานํา นาฬิกา ROLEX นอกจากนี้ยังมีบริการสืบพดดิกรรม และเร่งรัดหนี้สินอีกด้วย

ซึ่งโฆษณาดังกล่าวได้สะท้อนภาพทางการเงินของวงการนี้ คือ ผู้ที่ได้เงินจากการพนันก็จะใช้จ่ายไปกับการเที่ยวตามสถานเริงรมย์ ส่วนผู้ที่เสียพนันก็จะมี การขายทรัพย์สินต่างๆ เพื่อแลกเงินสดนำไปใช้หนี้หรือเล่นพนันต่อไป ส่วนเจ้ามือหรือโต๊ะที่ถูกนักพนันเบียดเงินก็จะใช้บริการนักสืบเพื่อติดตามทวงหนี้สินคืนกลับมา

นอกจากนี้ยังมี โปรแกรมทัวร์ต่างประเทศฟรี ทั้งตัวเครื่องบิน โรงแรมและอาหาร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวในเขตชายแดนไทยและข้ามไปยังประเทศเพื่อนบ้านในเขตที่มีบ่อนคาสิโน เช่น ปอยเปต ประเทศกัมพูชา เป็นต้น

สรุปได้ว่า การนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพนันนั้น เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน ซึ่งหนังสือพิมพ์เกือบทุกฉบับที่นำเสนอเรื่องกีฬาฟุตบอลต่างประเทศได้มีการนำเสนออย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว เรียกว่าเป็นจุดขายของสินค้าด้วยซ้ำไป ทั้งนี้ การนำเสนอข้อมูลลักษณะนี้ ในขณะที่การเล่นพนันบอลในบ้านเรายังเป็นสิ่งผิดกฎหมาย สื่อสิ่งพิมพ์นับเป็นสื่อประเภทเดียวเท่านั้นที่สามารถนำเสนอได้อย่างเปิดเผย เนื่องจากไม่มีหน่วยงานใดควบคุมอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม การเอาผิดในเรื่องของการนำเสนอ นั้น เป็นสิ่งที่ทำได้ลำบาก เพราะคอลัมนิสต์เองก็ไม่เคยได้ระบุให้ผู้อ่านเล่นการพนันผิดกฎหมาย ไม่ได้ระบุให้ไปเล่นที่โต๊ะใด และไม่ได้ระบุให้เล่นในเมืองไทยด้วยซ้ำ ดังนั้น จึงยังคงมีการนำเสนอได้ต่อไป และหนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อยอดนิยมของผู้เล่นในการเป็นแหล่งข้อมูลหรือเครื่องมือประกอบการตัดสินใจเล่นพนัน เรียกได้ว่าเป็นหนังสือใบ้บอล ซึ่งมีความหมายและคุณสมบัติเดียวกับหนังสือใบ้หวยไปแล้ว

## 4.2 โทรทัศน์

โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีศักยภาพในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่มวลชนได้อย่างรวดเร็ว และทันที โดยสามารถนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียง ซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้ชมอย่างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การถ่ายทอดกีฬาที่มีความสดชื่น สร้างความตื่นเต้น เร้าใจให้กับผู้ชมได้มาก

ในสมัยก่อน การถ่ายทอดสดรายการกีฬาจากต่างประเทศ ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยนัก จะต้องเป็นรายการสำคัญๆ ระดับชาติหรือระดับโลก และในรอบชิงชนะเลิศเท่านั้น เช่น ซีเกมส์ (SEA GAMES), เอเชียเกมส์ (ASIAN GAMES) และโอลิมปิกเกมส์ (OLYMPIC GAMES) หรือ เทนนิสแกรนด์สแลมทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็น วิมเบอร์ตัน, ยูเอส โอเพ่น, ออสเตรเลียน โอเพ่น หรือ เฟรนช์โอเพ่น เป็นต้น หรือถ้าเป็นกีฬามวย ก็ต้องเป็นคู่ที่สำคัญมากๆ อย่างเช่น มูฮัมหมัด อาลี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากเป็นนักกีฬาไทยไปแข่งในต่างประเทศ คนไทยแทบจะหมดสิทธิ์ชมภาพการแข่งขัน ได้แต่รอลุ้นผลในข่าวภาคค่ำว่านักกีฬาไทยจะชนะหรือแพกลับมามีเท่านั้น บางครั้งก็ไม่มีเทปให้ชม เพราะนักกีฬาไทยก็ไม่ได้มีชื่อเสียงในระดับที่ชาวต่างชาติจะทำเป็นข่าว และหากต้องการชมจริงๆ อาจจะต้องติดต่อไปทางผู้จัดในต่างประเทศให้ช่วยบันทึกเทปการแข่งขันคู่นี้มาให้คนไทยชมด้วย แต่ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีการถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียม และค่าใช้จ่ายในการจอบเวลาดาวเทียมไม่แพงมากเกินไป คนไทยก็มีโอกาสดูรายการกีฬาจากต่างประเทศมากขึ้น เช่น รายการที่เขาทราย แกแล็กซี่ ชกป้องกันแชมป์ในต่างประเทศ เป็นต้น

สำหรับการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ ในสมัยก่อน จะมีเฉพาะในรอบชิงชนะเลิศในรายการแข่งขันระดับโลกเช่นกัน เช่น ฟุตบอล F.A. CUP, ฟุตบอลโลก เป็นต้น ดำเนินการถ่ายทอดโดย โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย (ทรท.) หรือ TV POOL ที่เกิดจากการรวมตัวกันของสถานีโทรทัศน์ 4 สถานี ได้แก่ ไทยทีวีสีช่อง 3, กองทัพบกช่อง 5, กองทัพบกช่อง 7 และ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ซึ่งได้เริ่มทำการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกตั้งแต่ ปี 1970 (พ.ศ.2513) จากประเทศเม็กซิโก, ปี 1974 (พ.ศ. 2517) จากประเทศเยอรมันตะวันตก, ปี 1978 (พ.ศ. 2521) จากประเทศอาร์เจนติน่า และ ปี 1982 (พ.ศ. 2525) จากประเทศสเปน โดยถ่ายทอดเฉพาะคู่ชิงชนะเลิศเท่านั้น จนกระทั่ง ฟุตบอลโลกปี 1986 (พ.ศ. 2529) ที่ประเทศเม็กซิโก ผลจากการนำเสนอข่าวสารอย่างละเอียดของหนังสือพิมพ์ ทำให้ประชาชนเกิดกระแสดความสนใจกับผลการแข่งขันเป็นอย่างมาก และในระหว่างการแข่งขันรอบแรกและรอบสองกำลังดำเนินอยู่ ก็ได้มีการเรียกร้องผ่านหนังสือพิมพ์เป็นจำนวนมากให้มีการถ่ายทอดสด เป็นสาเหตุให้ พลเอกชวลิต ยงใจยุทธ ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการทหารบกในขณะนั้น มีคำสั่งให้สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นแกนนำประสานงานให้โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย ดำเนินการถ่ายทอดสดการแข่งขัน

ฟุตบอลโลกครั้งนั้น รวม 7 คู่ ตั้งแต่รอบก่อนรองชนะเลิศ รอบรองชนะเลิศ และรอบชิงชนะเลิศ นับเป็นปรากฏการณ์ครั้งแรกที่คนไทยได้ชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันในรอบก่อนชิงชนะเลิศ (วิโรจน์ กิจกุลอนันตเอก, 2543)

ซึ่งปรากฏว่า ได้รับการตอบรับจากผู้ชมเป็นอย่างดี หรือที่เรียกว่า เรตติ้ง (RATING) สูง ส่งผลให้การชมกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเป็นที่นิยมและคลั่งไคล้เป็นอย่างมาก และในการแข่งขันฟุตบอลโลกปี 1990 (พ.ศ. 2533) ที่อิตาลี นั้น ก็ยังมีกระแสความนิยมฟุตบอลต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง มีการถ่ายทอดสดรอบชิงชนะเลิศ โดย TV POOL และการพูดคุยเรื่องฟุตบอลโลก นั้น เรียกได้ว่าเป็น Talk of the town หรือประเด็นยอดนิยมในการสนทนาเลยทีเดียว และที่แรงพอๆ กัน ก็คือ การเล่นพนัน เพราะในช่วงนั้นฟองสบู่ยังไม่แตก เศรษฐกิจในประเทศไทยดีมาก มีการใช้เงินอย่างฟุ่มเฟือย บางคนเงินเหลือใช้ในบัญชีก็นำมาลองเล่นเสี่ยงดู เพื่อได้เงินเพิ่มมาไว้เที่ยวหรือซื้อของ Brand name โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ทำงานในสถาบันการเงินต่างๆ จะมีเงินเยอะมาก บางบริษัทมีโบนัสครั้งละไม่ต่ำกว่า 10 เดือน

จนถึงมหกรรมกีฬาฟุตบอลโลก 1994 (พ.ศ. 2537) ที่สหรัฐอเมริกา ซึ่งถือได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ครั้งยิ่งใหญ่สำหรับวงการฟุตบอลในเมืองไทย ที่สามารถจุดกระแสความสนใจของคนไทยได้เป็นอย่างมาก TV POOL ถ่ายทอดสดครบทั้ง 64 คู่ เป็นครั้งแรก และเป็นประเทศเดียวในโลกที่ถ่ายทอดสดครบทุกคู่ โดยมีผู้สนับสนุนรายการลงโฆษณาแน่นทุกแมทช์ ตลอดจนผู้ชมจำนวนมากที่มารวมตัวกันในที่สาธารณะหรือตามสถานบันเทิงต่างๆ ชมการถ่ายทอดสดเพื่อให้ได้อารมณ์ลุ้นและเชียร์ร่วมกัน และสิ่งที่มาพร้อมกับกระแสนี้ก็คืองี๋ไม่พ้นการพนันที่แพร่หลายพอๆ กันนั่นเอง และใน World Cup 1998 (พ.ศ. 2541) TV POOL ได้ดำเนินการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก จากประเทศฝรั่งเศส จำนวน 64 คู่ เป็นครั้งที่สอง และประเทศไทยเป็นประเทศเดียวในโลกที่ถ่ายทอดได้ครบทุกคู่ที่ทำการแข่งขัน สำหรับฟุตบอลโลกปี 2002 (พ.ศ. 2545) ที่เกาหลีใต้และญี่ปุ่นเป็นเจ้าภาพร่วมกัน TV POOL ก็จะทำกรถ่ายทอดสดครบทุกคู่เช่นเดียวกัน

รูปแบบรายการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศบางรายการในปัจจุบันได้รับการพัฒนาให้มีสีสันมากขึ้น มีการวิเคราะห์เกมทั้งก่อนแข่ง ช่วงพักครึ่ง และหลังจากจบเกม โดยก่อนแข่งประมาณ 15 นาที จะมีผู้บรรยายกีฬา 2-3 ท่านมาวิเคราะห์เรื่องความพร้อมของทีม รายชื่อนักเตะที่จะลงเล่น โดยมีภาพ VTR ของแต่ละทีมประกอบ สำหรับช่วงพักครึ่งจะประเมินผลการเล่นในครึ่งแรก และวิเคราะห์แนวโน้มกลยุทธ์การแก้เกมของกุนซือหรือโค้ชแต่ละทีม เมื่อจบเกมก็จะวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้แต่ละทีมชนะ-แพ้ หรือเสมอกัน นอกจากนี้ ยังจัดรางวัลสำหรับผู้ชมที่โทรศัพท์เข้ามาทายผล ผ่านหมายเลข 1900 xxxx xx โดยเปิดสายให้ทายได้ในระหว่างการแข่งขัน



และบางรายการเปิดให้ทายผลได้จนถึงการแข่งขันนาทิตี่ 75 เลยทีเดียว สำหรับจำนวนผู้โทรศัพท์เข้ามาทายผลทั้งหมดนับหมื่น นับพันคน จะแสดงไว้บนจอเกือบตลอดเวลา โดยแยกออกเป็น 3 กลุ่มที่ทายผล ชนะ เสมอ และแพ้ นั้น ก็เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ชมต้องการมีส่วนร่วมนั่นเอง

นอกจากการถ่ายทอดสดแล้ว ยังมีรายการข่าวและรายการกีฬาในรูปแบบต่างๆ ที่มีการนำเสนอข้อมูลเรื่องฟุตบอลต่างประเทศผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยในยุคแรกๆ เนื้อหาไม่มีความหลากหลาย มีเพียงรายการข่าวประจำวันของทางสถานีซึ่งรายงานผลการแข่งขันเฉพาะคู่สำคัญในการแข่งขันระดับชาติเท่านั้น โดยเน้นที่กีฬาฟุตบอลและมวยเป็นหลัก สำหรับรูปแบบของการนำเสนอ คือ มีผู้ประกาศซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกาศชาย เช่น ย.โย่ง - เอกชัย นพจินดา (ปัจจุบันได้เสียชีวิตแล้ว) หรือ พิษณุ นิลกลัด เป็นต้น นั่งรายงานผลการแข่งขันของคู่ต่างๆ ที่แข่งกันไปแล้ว โดยมีภาพ VTR ประกอบบ้างสำหรับกีฬาฟุตบอลและมวย ส่วนกีฬาอื่นๆ ไม่ค่อยมีการรายงานและไม่มีภาพข่าวประกอบ

การจากไปของคุณเอกชัย นพจินดา เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2540 นั้น ได้กลายเป็นจุดเปลี่ยนของรายการกีฬากีฬาได้ เพราะคุณเอกชัย เป็นที่ยอมรับของผู้ชมรายการฟุตบอลว่า เป็นผู้เชี่ยวชาญและรอบรู้เรื่องฟุตบอล จนได้สมญานาม "คัมภีร์ฟุตบอล" ในการทำหน้าที่ผู้บรรยายกีฬาผู้ประกาศข่าวกีฬา และผู้ดำเนินรายการเจาะสนาม ทางช่อง 7 อย่างสนุกและมีสีสัน ทำให้คนไทยหันมาสนใจชมและคลั่งไคล้กีฬาชนิดนี้มากขึ้น แสดงให้เห็นว่าผู้ดำเนินรายการมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้ชม และเมื่อขาดผู้ดำเนินรายการอย่างคุณเอกชัยไป ก็เกิดการตื่นตัวในการผลิตรายการกีฬาทางโทรทัศน์มากขึ้น ในการให้ความสำคัญกับผู้ดำเนินรายการกีฬาและเป็นโอกาสที่จะให้คนรุ่นใหม่มาทำอาชีพนี้ต่อไป

ต่อมาเมื่อกระแสนิยมฟุตบอลต่างประเทศมีมากขึ้น ทางสถานีก็ได้ให้ความสำคัญกับรายการข่าวมากขึ้น มีการพัฒนาปรับรูปแบบเป็นการอ่านประกอบภาพ VTR เหตุการณ์หรือการแข่งขันที่เกิดขึ้นจริง การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการกราฟฟิกประกอบภาพให้มี สีสรร เช่น หรือกราฟฟิกตัวหนังสือ และ animation ต่างๆ อีกทั้ง นำดนตรีมาประกอบการนำเสนอข่าวเพื่อสร้างความตื่นเต้นเร้าใจ และนอกจากการนำเสนอข่าวกีฬาแล้ว แต่ละสถานียังนำเสนอ High Light สนุกๆ ปิดท้ายข่าวกีฬาด้วย เช่น ช่วง "ภาพกีฬามันส์ๆ" ทางช่อง 7 และ "อ่อนซ้อม" ทางช่อง 5 รวมถึงเริ่มมีผู้ประกาศหญิงสลับมาอ่านในบางวัน โดยบุคลิกที่กระฉับกระเฉงสามารถสร้างบรรยากาศในการนำเสนอได้สดชื่นไม่แพ้ผู้ประกาศชาย เช่น ลักษณะสุดา รักษากิจ ทางช่อง 9, สุธาสิณี หาญทองอไชย ทาง itv และ ศรสวรรค์ ภู่วิจิตร ทางช่อง 7 ซึ่งเป็นอดีตนักว่ายน้ำทีมชาติที่ให้ภาพลักษณ์เกี่ยวกับกีฬาได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ยังมีช่องอื่นๆ เป็นต้น สำหรับเวลาในการ

ออกอากาศของช่วงข่าวกีฬาที่ผ่านมานั้น นานถึง 7-10 นาที บางสถานีใช้รูปแบบการยื่นนำเสนอ เป็นลักษณะการพูดคุยหรือสนทนากันแทนการนั่งอ่านข่าว มีการจัดฉากให้สวยงามทันสมัย และเนื้อหา มีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากกีฬาฟุตบอลแล้วยังมีกีฬาอีกหลายประเภท เช่น กอล์ฟ เทนนิส บาสเก็ตบอล เจ็ตสกี สกุกเกอร์ และมวย กีฬาอดนินยที่ขาดไม่ได้ในบ้านเรา นอกจากนี้ ยังมีการรายงานสถานการณ์และข่าวคราว ของวงการมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรายงานอันดับตาราง ของแต่ละลีก ความเคลื่อนไหวของสโมสรต่างๆ การซื้อตัวนักเตะชื่อดัง การก่อเหตุของแฟนบอล อาการบาดเจ็บของนักเตะ หรือแม้แต่เรื่องส่วนตัวของ Super Star หลายคนก็เป็นที่สนใจของผู้ชม และมักถูกนำมานำเสนอด้วยเช่นกัน ในการแข่งขันกีฬาในระดับสำคัญ นอกเหนือจากการบรรยาย รายการกีฬาต่างประเทศแล้ว หากมีนักกีฬาไทยได้ไปเข้าร่วมแข่งขันและสามารถคว้าชัยชนะ หรือ ได้รับเหรียญรางวัล ทางสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีก็จะมีการติดต่อสัมภาษณ์นักกีฬา หรือโค้ช เป็นพิเศษ เพื่อชิงความเป็นผู้นำทางด้านกรนำเสนอรายการกีฬา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า นอกจากการถ่ายทอดสดการแข่งขันแล้ว การนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศในสื่อโทรทัศน์ มีทั้ง 2 ลักษณะ คือ Journalism ได้แก่ รายการข่าวกีฬาของสถานีเอง ทั้งช่อง 5, 9 และ itv โดยจะรายงานผลการแข่งขันและโปรแกรม การแข่งขันเท่านั้น ไม่มีการวิเคราะห์เกมก่อนการแข่งขัน สำหรับการนำเสนอในลักษณะ Entertainment นั้น ทุกรายการจะมีผู้เชี่ยวชาญ อาทิ คอลัมนิสต์ชื่อดังของหนังสือพิมพ์กีฬา เป็นต้น มาเป็นผู้วิเคราะห์วิจารณ์รูปแบบการแข่งขัน อันได้แก่รายการ “เจาะเกมส์” ทางช่อง 5 “World Soccer and Sports” ช่อง 9 และ “Be on a Hot Kick” ช่อง 9 โดยมีรูปแบบและตัวอย่าง เนื้อหา ดังนี้

- รายการข่าวกีฬาช่อง 5, ช่อง 9 และ itv มีรูปแบบ ดังนี้

ผู้ประกาศข่าวชายหรือหญิงอ่านข่าวสลับภาพ VTR หรือกราฟฟิคตัวหนังสือ ประกอบ โดย ผู้ประกาศข่าวของแต่ละสถานี มีดังนี้

ช่อง 5 : พรพรหม จุลกัทัพพะ และ ทรงอภิรักษ์ สิงโต

ช่อง 9 : ลักษณะสุดา รักษากิจ และ ภิเชก ศรีสวัสดิ์

itv : สุธาสินี หาญทองไชย, กฤษฎี สุวรรณบุปผา และ เกื้อกุล นุตเวช

- รายการ “World Soccer and Sports” (เวิลด์ซอคเกอร์ แอนด์ สปอร์ต) ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทุกวันศุกร์ เวลา 22.00 - 23.00 น.

มี คุณอิสรพงษ์ ผลมั่ง หรือ ต.โต้ง เป็นพิธีกร ผลิตรายการโดยบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รูปแบบของรายการแบ่งเป็น 6 ช่วง ดังนี้

1. ช่วง "BIG HIT" : นำเสนอเรื่องราวน่าสนใจในรอบสัปดาห์ของวงการกีฬาทั่วโลก ในลักษณะสื่อบข่าวนั้นๆ หรือเรื่องราวของนักกีฬาชั้นนำของโลกในรูปแบบสารคดีสั้นเกี่ยวกับเรื่องราวดั้งแต่อดีต - ปัจจุบัน
  2. ช่วง "SPORTS QUIZ" : นำเสนอการร่วมสนุกส่งไปรษณียบัตรเข้ามาในรายการเพื่อตอบคำถามลุ้นรับของรางวัลสัปดาห์ต่อสัปดาห์และรางวัลรายเดือน
  3. ช่วง "MATCH CLASSIC" : นำไฮไลท์เทปการแข่งขันของคู่ที่อยู่ในความทรงจำมาให้ชม
  4. ช่วง "MATCH VERDICT" (ส่องกล้องมองเกม) : นำเสนอบทวิเคราะห์ก่อนลงสนามแข่งขันฟุตบอลโลกยุโรปคู่สำคัญๆ พร้อมข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา รวมทั้งความพร้อมล่าสุดก่อนลงสนามแข่งขันของแต่ละทีม วิเคราะห์และทำนายผลการแข่งขันโดยทีมข่าวต่างประเทศสยามกีฬาสตาร์ชอคเกอร์ อาทิ คุณอุย - สมศักดิ์ สงวนทรัพย์ และ ชุมพจน์ ทรงสายสกุล
  5. ช่วง "HOTLINE สายด่วน" : วิเคราะห์และทำนายผลการแข่งขัน โดยผู้สื่อข่าวในพื้นที่ที่ประจำอยู่ต่างประเทศ
  6. ช่วง "INSIDE THAILAND" : นำเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหวของวงการกีฬาภายในประเทศ
- รายการ "Be on a Hot Kick" เป็นรายการสด ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทุกวันเสาร์ เวลา 23.00 - 24.00 น. มีพิธีกรดำเนินรายการ 2 คน คือ คุณเทพพิทักษ์ จันทร์สุเทพ และคุณปิยะ หรือคุณเทพพิทักษ์ จันทร์สุเทพ และคุณสุเทพ โดยมีผู้เชี่ยวชาญในการวิเคราะห์เกมเป็นแขกรับเชิญ ได้แก่ ทพ. วิชัย ปิตุวงค์ รูปแบบรายการแบ่งเป็น 3 ช่วง ดังนี้

1. ช่วง "HIGHT LIGHT FOOTBALL" : วิจารณ์ผลและเกมการแข่งขันที่ผ่านมา โดย ทพ. วิชัย ปิตุงศ์ พร้อมกับเปิด VTR ประกอบ
2. ช่วง "INSIDE FOOTBALL" : วิเคราะห์และทำนายผลก่อนการแข่งขัน โดย ทพ. วิชัย ปิตุงศ์

โดยในช่วงต่างๆ จะมีการแทรกการรายงานสดผลการแข่งขันล่าสุดสำหรับคู่ที่กำลังแข่งอยู่ในขณะนั้น และคู่ที่แข่งจบไปแล้วในวันนั้น ตลอดจนแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ และเกมชิงรางวัลของทางผู้อุปถัมภ์รายการเป็นระยะๆ

- รายการ "เจาะเกมส์" ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 19.10 - 19.30 น. มีคุณจักรพัชร บูรณะบุตร เป็นพิธีกร และผลิตรายการโดย บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รูปแบบของรายการแบ่งเป็น 5 ช่วง ดังนี้

1. ช่วง "ก่อนลงสนาม" : นำเสนอบทวิเคราะห์สภาพความพร้อม และสถิติที่ผ่านมา พร้อมทั้งให้ทรรศนะผลการแข่งขัน
2. ช่วง "ซีอิตเด็ดข้ามฟ้า" : วิเคราะห์และทำนายผลการแข่งขัน โดย ผู้สื่อข่าวในพื้นที่ที่ประจำอยู่ต่างประเทศ
3. ช่วง "เขียนมองเกมส์" : เชิญคอลัมนิสต์ชื่อดังได้แก่ คุณชญ - สมศักดิ์ สงวนทรัพย์, ต.โต้ง - อิศรพงษ์ ผลมั่ง และ ป้ายาว - สุริยะ กุลธำรง วิเคราะห์รูปแบบก่อนการแข่งขันฟุตบอลถ้วยยุโรปในคู่สำคัญๆ ของสัปดาห์ พร้อมให้ทรรศนะโอกาสแพ้ชนะของแต่ละทีม
4. ช่วง "ทรรศนะต่างแดน" : การทำนายผลการแข่งขัน โดยทรรศนะของสื่อมวลชนต่างประเทศต่อคู่ต่างๆ ที่กำลังจะลงแข่ง โดยนำเสนอเป็นเปอร์เซ็นต์ชนะ / เสมอ / แพ้
5. ช่วง "BEST OF THE WEEK" : ภาพไฮไลท์การแข่งขันสัปดาห์ที่ผ่านมา

โดยรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่ได้ปรับเปลี่ยนเพิ่มขึ้น สามารถแยกเป็น 3 ประเภท

ได้แก่

1. การวิเคราะห์เกมก่อนแข่ง เป็นการรายงานสถิติและความพร้อมของทีมพร้อมกับคาดการณ์รูปเกมและผลการแข่งขัน โดยผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับเชิญมาในรายการหรือเป็นผู้สื่อข่าวที่ประจำในต่างประเทศโทรศัพท์เข้ามา ทั้งนี้การวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้พูดไม่สามารถนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพนันได้อย่างชัดเจนเหมือนในหนังสือพิมพ์ ดังนั้น จึงอาจมีการพูดเชิง code ให้ผู้ที่เล่นพนันนำไปถอดรหัสเอง รายละเอียดผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงในบทที่ 5 ต่อไป
2. การวิเคราะห์เกมหลังแข่ง โดยการเปิดเทปการแข่งขันและมีผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์วิจารณ์การเล่น เหตุผลที่แพ้ - ชนะ
3. การเปิดสายให้ทายผล และร่วมสนุกเล่นเกมชิงรางวัลต่างๆ กับทางรายการ เช่น การโทรศัพท์ ผ่าน 1900 xxxx xx ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

นอกจากนี้ ยังมีรายการสาธิตการเล่นกีฬาฟุตบอลโดยใช้ชื่อดีของไทย เพื่อกระตุ้นให้เยาวชนรักกีฬา เช่น การแข่งขันในระดับมหาวิทยาลัย ใน ฟุตบอลยูลีก ซึ่งได้จัดการประกวดมิสยูลีก เพื่อเพิ่มสีสันอีกด้วย รวมทั้ง จัดกิจกรรมของสปอนเซอร์ต่างๆ เช่น โค้กสตาร์, โค้กคัพ และอัมส์เทลฟุตซอล (AMSTEL FUTSAL) กีฬาฟุตบอลที่เล่นทีละ 5 คน ซึ่งได้รับความนิยมมากจากเยาวชน และท้ายสุดกิจกรรมเหล่านี้ก็จะส่งผลให้รายการกีฬายิ่งขยายตัวออกไปอีก

สำหรับการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการพนันทางโทรทัศน์นั้น ไม่สามารถทำได้อย่างเปิดเผยเท่ากับหนังสือพิมพ์ เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงมวลชน (mass) ได้มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ดังนั้นจึงอาจจะถูกจับตามองมากกว่า ทำให้มีการควบคุมอย่างเคร่งครัดจากทางสถานี โดยแต่ละสถานีจะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารสถานี และฝ่ายตรวจสอบรายการเป็นผู้ควบคุมดูแลรับผิดชอบการออกอากาศ ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมของ คณะกรรมการควบคุมกิจการวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ หรือ กกช. สังกัดกรมประชาสัมพันธ์อีกชั้นหนึ่ง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าข้อบังคับตามกฎหมายแห่งพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ในส่วนของการควบคุมรายการไม่ได้ระบุนำห้ามเผยแพร่เรื่องการพนันโดยเฉพาะแต่อย่างใด แต่ทางสถานีก็ยังระมัดระวังอยู่เพราะแม้ว่าจะไม่ผิดกฎหมาย แต่การนำเสนอรายการที่ไม่เหมาะสม อาจมีผู้รับสารร้องเรียนไปยังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ที่คอยติดตามสอดส่องพฤติกรรมอยู่ได้เช่นกัน

"สำหรับโทรทัศน์กับวิทยุจะนำเสนออะไรที่มันออกจะโจ่งครึ่มมาก ก็อาจจะดูไม่ถูกต้องและอาจจะโดนวิพากษ์วิจารณ์เยอะพอสมควร ขนาดในส่วนของหนังสือพิมพ์ปัจจุบันนี้ก็ยังมีโดนวิพากษ์วิจารณ์จากบางกลุ่มมาเหมือนกัน แต่มันก็เป็นไปตามความสนใจที่มีเพิ่ม

มากขึ้น พอถ่ายทอดสดเยอะ คนดูเยอะ สื่อสิ่งพิมพ์ก็จำเป็นที่จะต้องนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารตรงนี้เยอะ” (สาริต กรีกุล, สัมภาษณ์ 27 มีนาคม 45)

แม้ว่า การให้ทรนนะเพื่อการเล่นพนันในรายการโทรทัศน์นั้น จะนำเสนอตรงๆ ไม่ได้ ผู้ดำเนินรายการก็จะใช้วิธีเลี่ยงโดยการให้ข้อมูลธรรมดา การวิเคราะห์โดยหลักการและเหตุผล คือ สถิติต่างๆ ฟอรัมการเล่น และทรนนะส่วนตัว ซึ่งผู้ดำเนินรายการจะรู้อยู่แล้วว่าราคาแต่ละคู่เปิดเท่าไร เช่น ถ้าต้องการให้เล่นฝ่ายต่อ ก็จะให้ score ที่มัน cover คือ เกินกว่าราคาต่อรอง เช่น ต่อหนึ่งลูก ผู้ดำเนินรายการจะให้ทรนนะว่า จะชนะกันประมาณ 2-3 ลูก ผู้ชมก็จะรู้ว่าให้อยู่ต่อ ถ้าบอกว่าน่าจะเสมอหรือแพ้แค่ลูกเดียว นั่นคือให้อยู่รอง เป็นต้น

สำหรับการนำเสนอรายการโทรทัศน์ เมื่อนำมาวิเคราะห์ตามแนวคิดในบทที่ 2 เรื่อง Mode of representation หรือ “แบบวิถีในการนำเสนอภาพตัวแทน” นั้น ผู้วิจัยพบว่า สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว ทั้งในแบบ Journalism และ Entertainment โดยการนำเสนอแบบ Journalism ได้แก่ การรายงานผลการแข่งขัน และการรายงานข่าวคราวในวงการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ ส่วนการนำเสนอแบบ Entertainment มีลักษณะครบทั้ง 7 ประการในการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ ได้แก่

1. มีดารา (Stars) ในรายการข่าวกีฬา เราจะมารวมมองเห็นการปรากฏตัวของ “ดารากีฬา” ในทุกๆ ขั้นตอน ทุกแง่มุม

นอกจากตัวนักกีฬาจะกลายเป็น “คนดัง” (Celebrities) แล้ว แม้แต่บุคคลข้างเคียง เช่น โค้ชนักกีฬา ผู้เชี่ยวชาญด้านกีฬา รวมทั้งผู้อ่านข่าวกีฬา ก็พลอยเป็น “คนดัง” และเป็นที่รู้จักตามไปด้วย ซึ่งอาจสรุปได้ว่าการเป็นนักกีฬาหรือเกี่ยวข้องกับวงการกีฬานั้น จัดได้ว่าเป็น “ดารา” ประเภทหนึ่งเหมือนกัน

2. มี Action ซึ่งเป็นจุดดึงดูดใจประการแรกที่กีฬาจะใช้กระตุ้นความสนใจของผู้ชม Action ในกีฬานั้นมีลักษณะน่าตื่นเต้น เพราะเป็นเหตุการณ์ที่ไม่มีใครอาจคาดเดาล่วงหน้าได้ ดังที่มีคำกล่าวที่ว่า “ฟุตบอลเป็นเรื่องของลูกกลมๆ” และสามารถ “พลิกล้อคดลุ่มหลาย” ได้ตลอดเวลา

3. ลักษณะทันเวลา (Immediacy) เนื่องจากการถ่ายทอดสดกีฬาทำให้มองเห็น Action ที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ในขณะนั้น แม้แต่ “รายงานข่าวล่าสุด” หรือ “คะแนนรวมครั้งสุดท้าย” ประโยคเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่า ข่าวสารมาถึงผู้ชมในระยะไล่เลี่ยกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

4. ลักษณะเป็นละคร (Drama) โครงสร้างของการแข่งขันกีฬานั้นเอง เป็นพื้นฐานอย่างดีของการเล่าเรื่อง เพราะประกอบด้วยคู่ต่อสู้ 2 ฝ่ายที่ทำนายล่วงหน้าไม่ได้ สีสันที่ให้ความน่าสนใจแบบละครของชาวกีฬา คือ ลักษณะ "ดุเดือดเผ็ดมัน" (Roughness) ของการแข่งขัน ฉะนั้น ในการวิพากษ์วิจารณ์กีฬาฟุตบอลของทีมมืออาชีพ จึงมีองค์ประกอบของความเป็นข่าวและละครผสมอยู่ โดยมีปัจจัย 3 ประการที่จะพบอยู่เสมอ คือ การให้รายละเอียด (Description) ลักษณะความเป็นละคร (ความมัน ความรุนแรงของการทะเล่ การผลัดกันแพ้ผลัดกันชนะ ผลัดกันรับผลัดกันรุก) และอารมณ์ขัน (Humour)

5. มีเหตุการณ์สำคัญ (Major Event) จะมีการเลือกกีฬาที่อยู่ในระดับเหตุการณ์ใหญ่ๆ ระดับสำคัญๆ เช่น ระดับชาติ ระดับนานาชาติ มานำเสนอในข่าวโทรทัศน์ ทั้งนี้เพื่อทำหน้าที่ประการหนึ่งของสื่อมวลชน คือหน้าที่สร้างพิธีกรรมให้คนเข้ามามีส่วนร่วมด้วย (Ritualistic Function) การดูนักกีฬาในชาติของตนเองไปแข่งขันระดับโลกนั้นสร้างความรู้สึกเป็นพลเมืองของชาตินั้น และกระตุ้นความรักชาติได้อย่างดี

6. มีเสน่ห์และแปลกใหม่ (Exotic/Novelty) แม้ฟุตบอลจะเป็นกีฬาที่ไม่มีความแปลกใหม่ เนื่องจากเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายแล้ว แต่ความตื่นเต้นเร้าใจของเกมการแข่งขันนับว่าเป็นเสน่ห์ที่สามารถทำให้ผู้ชมเกิดความคลั่งไคล้ได้เป็นอย่างมาก

7. ลักษณะสุนทรียศาสตร์ (Aesthetic) สุนทรียะเป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ใน Entertain ซึ่งในกรณีของกีฬาฟุตบอลทางโทรทัศน์นั้น พบว่า มีความเป็นสุนทรียศาสตร์แบบบุรุษ (Masculine Attributes) ได้แก่ การเผด็จศึก ความรุนแรง อัจฉริยะ เด็ดขาด และความแข็งแกร่งทางกายภาพของนักกีฬาอยู่

#### 4.3 วิทย์

การติดตามชาวกีฬาฟุตบอลต่างประเทศจากทางวิทยุในสมัยก่อน ไม่ค่อยได้รับความนิยมนื่องจากต้องรอฟังข่าวจากสถานีวิทยุแห่งประเทศไทย ในช่วง 7.00 น. และ 19.00 น. เท่านั้น รูปแบบมีเพียงการรายงานผลการแข่งขัน (score) โดยไม่มีรายละเอียดของเกม อาทิเช่น ผลการแข่งขันฟุตบอลวานนี้ แมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดชนะอาร์เซนอล 1 ประตูต่อ 0 โดย ไรอัน กิกส์ ทำประตูได้ในนาทีที่ 85 เป็นต้น ต่อมาเริ่มมีการรายงานข่าวต้นชั่วโมง ซึ่งเป็นการรายงานข่าวสดทุกๆ ชั่วโมง แต่ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีชาวกีฬา

เมื่อกระแสความนิยมกีฬาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดตามเรื่องกีฬาจากสื่อมวลชน ผู้รับสารย่อมอยากรู้ผลแพ้ชนะและความคืบหน้าในวงการกีฬาแบบไม่มีขีดจำกัด ซึ่งเดิมแม้ว่าจะมีหนังสือพิมพ์กีฬาหลายฉบับมานานกว่า 10 ปี แต่ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของแฟนกีฬาที่กระหายข่าวสารแบบทันทีทันใด ด้วยข้อจำกัดในด้านความเร็วของการรายงานข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผลกีฬาที่เกิดขึ้นหลังจากปิดข่าวแล้ว ก็จะต้องรอรายงานผลในฉบับของวันถัดไป

ดังนั้น จึงเกิดคลื่นกีฬา 24 ชั่วโมงขึ้น ในรายการ SPORT RADIO ทางสถานีวิทยุ FM 99.0 MHz ขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อ.ส.ม.ท. ได้ทำการออกอากาศในวันที่ 1 มกราคม 2539 เป็นวันแรก โดยบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) รับจ้างผลิตรายการให้กับ "บริษัทอิมเมจ คอนเน็คชั่น จำกัด" โดยใช้ทีมงานจากหนังสือพิมพ์สยามกีฬา รายวันเป็นผู้ผลิต ทั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ฟังที่เป็นแฟนกีฬา นักกีฬา หรือคนที่ชอบกีฬาเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแฟนกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่ติดตามการแข่งขัน แต่ไม่สามารถชมได้ทางโทรทัศน์เนื่องจากข้อจำกัดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเวลา หรือค่าใช้จ่ายในการบอกรับสมาชิกของเคเบิลทีวีหรือ Pay TV ก็ตาม ส่วนอันดับรองนั้นมีเป้าหมายที่จะกระจายความรู้ทางกีฬาให้กับประชาชนทั่วไปให้มีความรู้เรื่องกีฬามากขึ้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเสริมเพื่อให้กลุ่มผู้ฟังหรือประชาชนทั่วไปได้ร่วมกิจกรรมอื่นๆ อันเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์อีกทางหนึ่งด้วย อาทิเช่น การเข้าร่วมแข่งขันแรลลี่เส้นทางยานยนต์ การจัดทัวร์เสริมรายการท่องเที่ยวไปกับแคมป์ เป็นต้น รวมทั้งกิจกรรมใหญ่ๆ โดยจัดการถ่ายทอดสดฟุตบอลผ่านจอโทรทัศน์ขนาดใหญ่ของฟุตบอลนัดสำคัญๆ ตัวอย่างเช่น "กิจกรรมวันแดงเดือด" แมนยูฯ แข่งขัน กับ ลิเวอร์พูล เป็นต้น ซึ่งการจัดกิจกรรมแต่ละครั้งได้รับการตอบสนองจากแฟนรายการเป็นอย่างดี

สำหรับกลุ่มเป้าหมายของ Sport Radio คือ บุคคลทุกเพศทุกวัย และผู้สนใจเรื่องราวกีฬา และเนื่องจากในปัจจุบัน ความสนใจกีฬามีหลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเกมการแข่งขันกีฬาในแต่ละประเภท ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้ง การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ ดังนั้น รูปแบบรายการจึงมีความหลากหลาย และเน้นการนำเสนอข่าวสารที่รวดเร็ว โดยมีการจัดสรรเวลาเสนอข่าวเพื่อออกอากาศทุกนาทีที่ 30 ทุกชั่วโมง และมีช่วงสปอร์ตอัปเดตเพื่อสรุปข่าวสำคัญและย้ำผลกีฬาเกิดขึ้นทุกๆ รอบ 3 ชั่วโมง



รูปแบบการนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศในปัจจุบันได้ถูกปรับเปลี่ยนไปให้มีความหลากหลาย โดยเน้นการรายงานข่าวที่จับใจจากนักข่าวในพื้นที่ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การถ่ายทอดสดการแข่งขันโดยผู้บรรยายที่มีชื่อเสียง มีรายการวิเคราะห์วิจารณ์ก่อนและหลังการแข่งขันโดยผู้ดำเนินรายการที่เป็นคอลัมน์นิสต์และนักวิจารณ์ชื่อดัง มีการเปิดสายโทรศัพท์ให้แฟนกีฬาได้โทรศัพท์เข้าไปแสดงความคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนมีการนำเพลงของทีมยอดนิยมในพรีเมียร์ลีกมาเปิดคั่นรายการ สำหรับนักวิจารณ์ก็มีความเชี่ยวชาญเฉพาะลึกไป เช่น ถ้าเป็นพรีเมียร์ลีกก็ต้อง “ต.โต้ง” ส่วนบุนเดสลีกา ก็ต้อง “คุณจุย” หรือ “นิกร ชำนาญกุล” แต่ถ้าเป็นกัลโช่ ซีเรียอา ก็ต้อง “ป๋ายาว” เท่านั้น เป็นต้น

นอกจากนี้ ในวันที่ 16 สิงหาคม 2543 ยังเกิด “Trinity Radio” ทาง FM 97.0 MHz ในรายการ “Sports on line” ที่นำเสนอข่าวสารด้านกีฬาและการวิเคราะห์ผลการแข่งขัน แต่ไม่เป็นที่นิยมเท่า “Sport Radio” ทาง FM 99.0 MHz เนื่องจากการนำเสนอเรื่องกีฬามีเพียงบางช่วง เช่น ในวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 22.30 – 05.00 น. และวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 20.30 – 05.00 น. นอกเหนือจากเวลานี้ จะเป็นรายการทั่วไป เช่น รายการรักลูก, รายการเพื่อคุณภาพชีวิต, รายการ INTERNET I.T. TALK หรือรายการกระเบื้องบ้านสบาย คลายกังวล เป็นต้น ทำให้เสียเปรียบทาง “Sport Radio” ที่นำเสนอเฉพาะเรื่องกีฬาตลอด 24 ชั่วโมง และมีนักวิจารณ์ที่มีชื่อเสียงจากการเป็นผู้บรรยายกีฬา คอลัมน์นิสต์ และผู้ดำเนินรายการทางโทรทัศน์ ตลอดจนการมีหนังสือพิมพ์และรายการโทรทัศน์ในเครือจำนวนมากกว่า ส่วนรายการ “Sports on line” มีหนังสือพิมพ์กีฬาเพียงฉบับเดียวคือ คิกออฟรายวัน เท่านั้น

- รายการข่าวของสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. มีรูปแบบ ดังนี้

1. ผู้รายงานข่าวหญิงหรือชาย เป็นผู้อ่านคนเดียวตลอดรายการ
2. ผู้รายงานข่าวหญิงหรือชาย อ่านเฉพาะหัวข้อข่าว ส่วนรายละเอียดของข่าว จะมีผู้สื่อข่าวในพื้นที่เป็นคนรายงาน

สำหรับเนื้อหาในการนำเสนอ ได้แก่ ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ในวงการฟุตบอลต่างประเทศ จากการศึกษารายการนี้ ผู้วิจัยพบว่า มีข้อมูลอยู่เพียง 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลที่ต้องตีความก่อนนำไปใช้พินัน และข้อมูลที่ไม่สามารถนำไปใช้ในการพินันได้เลย ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอตัวอย่างต่อไป

- รายการ “มองอย่างเขียน” ทาง FM 99 MHz มีรูปแบบรายการ ดังนี้

เวลา	16.00 - 18.00 น.
ความยาว	2 ชั่วโมง
ดำเนินรายการโดย	คุณชญ - สมศักดิ์ สงวนทรัพย์ หรือ จิตติภูมิ ไคยฤทธิ์ หรือ ธีรภัทร ช่วยชู
รูปแบบ	นำเสนอข่าวสาร ความเคลื่อนไหว วิเคราะห์เจาะลึกถึง ข้อมูลล่าสุดทั้งก่อนและหลังของฟุตบอลต่างประเทศ ที่จะ ทำการแข่งขันในแต่ละวัน ตลอดจนความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้น และที่อยู่ในความสนใจของผู้ฟัง โดยแบ่งเป็น 2 ช่วงคือ ชั่วโมงที่ 1 สรุปผลการแข่งขันในคืนที่ผ่านมาและตาราง คะแนนล่าสุด ตลอดจนโปรแกรมการแข่งขันและ โปรแกรมการถ่ายทอดสดของลีกต่างๆ ตลอดจนวิเคราะห์ วิจารณ์เกมก่อนการแข่งขันและทำนายผลแต่ละคู่ของลีก ต่างๆ โดย ผู้ดำเนินรายการ ชั่วโมงที่ 2 (ต่อ) วิเคราะห์วิจารณ์เกมก่อนการแข่งขัน และทำนายผลแต่ละคู่ของลีกต่างๆ โดย ผู้ดำเนินรายการ





ภาพที่ 11ผังรายการ "Sports on line" ทาง FM 97.0 MHz

ตารางเวลาออกอากาศรายการ สปอร์ต ออนไลน์		
ช่วงเวลา	รายการ	ผู้ดำเนินรายการ
22.30-24.00 น.	ช่วงขงทมาถ 2000 (วันจันทร์ : 22.30-24.00) ช่วง GOLF ONLINE (ทุกวันอังคาร : 22.30-24.00)	ทีมงานขงทมาถ 2000 คุณเอกวิษณุ นันตะเทอม โปรสิทธิศักดิ์ นันตะเทอม
24.00-05.00 น.	เปิดทางออกอากาศวันพุธ-วันศุกร์	
<b>เฉพาะวันพุธ-วันศุกร์ เวลา 22.30-05.00 น.</b>		
22.30-23.00 น.	ช่วงรอบโลกกีฬา : นำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวของ แวดวงกีฬาทั่วโลก พร้อมบทวิเคราะห์เจาะลึก	อภิสิทธิ์, ชวาล, พรศักดิ์ และทีมงานคิกออฟ
23.00-23.05 น.	เบรกข่าวทางสถานี/สปอตโฆษณา	
23.05-23.30 น.	ช่วงรอบโลกกีฬา : นำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของ วงการฟุตบอลยุโรป พร้อมบทวิเคราะห์เจาะลึกผลการแข่งขัน	อภิสิทธิ์, ชวาล พรศักดิ์ และทีมงาน
23.30-23.35 น.	เบรกข่าวทางสถานี/สปอตโฆษณา	
23.35-24.00 น.	ช่วงสปอร์ต คิว : เป็นช่วงเปิดโอกาสให้แฟนบอลได้ร่วม สนทนาคำถาม พร้อมตั้งรางวัลกับทางรายการ	อภิสิทธิ์ และทีมงาน
24.00-24.05 น.	เบรกข่าวทางสถานี/สปอตโฆษณา	
24.05-01.00 น.	ช่วงคู่หูฟีฟ่าบอล : เป็นช่วงนำเสนอข่าวสารในแวดวงกีฬา ในรูปแบบวาไรตี้ เน้นความสนุกสนานเฮฮา แต่ห้ามมีสาระ	กพล ทองพลับ, แสง ใสเวอร์ มล งามมี
01.00-01.05 น.	เบรกข่าว "SPORTS NEWS"/สปอตโฆษณา	
01.05-02.00 น.	ช่วงคู่หูฟีฟ่าบอล :	ป๋อง (กพล), แสง, มล
02.00-02.05 น.	เบรกข่าว "SPORTS NEWS"/สปอตโฆษณา	
02.50-03.00 น.	ช่วงสมรภูมิบอลสโมสรยุโรป : นำเสนอเรื่องราวข่าวสาร ของฟุตบอลสโมสรยุโรป	ใจ, มล
03.00-03.05 น.	เบรกข่าว "SPORTS NEWS"/สปอตโฆษณา	
03.05-04.00 น.	ช่วงสมรภูมิบอลสโมสรยุโรป	ใจ, มล
04.00-04.05 น.	เบรกข่าว "SPORTS NEWS"/สปอตโฆษณา	
04.05-05.00 น.	ช่วงศึกมอร์นิ่งสปอร์ต : นำเสนอข่าวที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ ในวันนั้นๆ	ทีมงานคิกออฟ
06.00-06.05 น.	เบรกข่าว "SPORTS NEWS"/สปอตโฆษณา	
<b>เฉพาะวันเสาร์-วันอาทิตย์ เวลา 20.30-05.00 น.</b>		
20.30-24.00 น.	ช่วงรายงานสดฟุตบอล : ถ่ายทอดเสียงสดการแข่งขัน ฟุตบอลอังกฤษ, เยอรมนี, อิตาลี พร้อมบทวิเคราะห์เจาะลึก	อภิสิทธิ์, พรศักดิ์, จูน
02.00-04.00 น.	ช่วงรายงานสดฟุตบอล : ถ่ายทอดเสียงสดการแข่งขัน ฟุตบอลอังกฤษ, เยอรมนี, อิตาลี พร้อมบทวิเคราะห์เจาะลึก	พรศักดิ์, ชวาล, จูน
04.00-05.00 น.	ช่วงศึกมอร์นิ่งสปอร์ต : นำเสนอข่าวที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ ในวันนั้นๆ	ทีมงานคิกออฟ

สำหรับการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการพนันทางวิทยุ นั้น เหมือนกับทางโทรทัศน์ คือ ไม่สามารถนำเสนอได้อย่างเปิดเผยเท่ากับหนังสือพิมพ์ และมีการควบคุมโดยหน่วยงานเดียวกัน คือ คณะกรรมการควบคุมกิจการวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ หรือ กกช. สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ แม้ว่า ข้อบังคับตามกฎหมายกระทรวงแห่งพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ในส่วนของการ ควบคุมรายการไม่ได้ระบุนำเสนอเผยแพร่เรื่องการพนันโดยเฉพาะแต่อย่างใด แต่ทางสถานีโดยเฉพาะ อย่างยิ่งทางวิทยุ อ.ส.ม.ท. นั้นควบคุมรายการอย่างเคร่งครัดอยู่แล้ว

อย่างไรก็ตาม การให้ทรศนะสำหรับการเล่นพนันในรายการวิทยุ นั้น ผู้ดำเนิน รายการจะใช้การเสียงเช่นเดียวกับในรายการโทรทัศน์ ตามที่กล่าวข้างต้น

สำหรับการวิเคราะห์ลักษณะของการนำเสนอรายการตามแนวคิดเกี่ยวกับวิธีการ นำเสนอรายการวิทยุ (Technique of Programme Presentation) ของ จุมพล รอดคำดี (2525) พบว่า รายการ "มองอย่างเขียน" มีลักษณะสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว ดังนี้

1. ผู้ดำเนินรายการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
2. ลีลาการพูดของผู้ดำเนินรายการมีลักษณะเป็นการสนทนา มีความเป็นกันเอง การใช้สำนวนที่ผู้ฟังที่เป็นแฟนบอลสามารถเข้าใจได้
3. เพลงประกอบที่ใช้นำรายการ เป็นเพลงที่ได้รับความนิยม และในบางครั้งใช้ เพลงประจำสโมสรต่างๆ ซึ่งให้ความรู้สึกสนุกสนานและเร้าใจ

### สรุป

ลักษณะการนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศ ทั้งในอดีตและปัจจุบันนั้น ขึ้นอยู่กับ ความต้องการของผู้บริโภค เทคโนโลยีการผลิต และปัจจัยที่สำคัญ คือ คุณลักษณะของ สื่อแต่ละประเภท เป็นที่น่าสังเกตว่า คอลัมนิสต์ที่สร้างสารเกี่ยวกับการพนันผ่านหนังสือพิมพ์ หรือนักวิจารณ์ที่เราเรียกว่า "เขียน" นั้น หากไปทำหน้าที่ดำเนินรายการโทรทัศน์หรือวิทยุแล้ว จะเปลี่ยนบทบาทตัวเองไปเป็นเพียง ผู้ให้ข้อมูลข่าวสารและข้อเท็จจริงแก่ผู้รับสาร เท่านั้น โดยไม่ พุดถึงข้อมูลเกี่ยวกับอัตราต่อรองหรือทรศนะในการเล่นพนันเลย