

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กีฬาฟุตบอลได้รับการยอมรับว่าเป็นกีฬายอดนิยมสูงสุดของคนไทยยุคปัจจุบัน เห็นได้ว่าคนไทยจำนวนมากชื่นชอบและสนใจติดตามชมรายการกีฬาประเภทกีฬาฟุตบอลมากกว่ากีฬาประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่มีชื่อเสียงระดับโลก ได้แก่ กีฬาฟุตบอลของกลุ่มประเทศทวีปยุโรป สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะกีฬาฟุตบอลมีคุณลักษณะของรายการบันเทิงอยู่มาก นั่นคือ เรื่องราวที่ผู้ชม เนื้อหาน่าติดตาม ระยะเวลาที่ใช้สั้นกระชับ สรุปผลทันทีในตอนจบ และกฎกติกาเข้าใจง่าย ดังนั้นผู้ที่ติดตามเนื้อหาของรายการกีฬาฟุตบอลได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ตื่นเต้นเร้าใจ และลุ้นระทึกตลอดเกมการแข่งขัน พร้อมกันนี้กีฬาฟุตบอลยังได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนครบทุกประเภทสื่อ อันได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้ข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลสามารถเข้าถึงคนไทยอย่างทั่วถึงในทุกเพศ วัย ชนชั้น และสังคม ทั้งยังเป็นไปอย่างสะดวกง่ายดาย และรวดเร็วฉับไว

สื่อมวลชนนับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมให้กีฬาฟุตบอลเป็นที่รู้จักของคนไทยทั่วประเทศจนกลายเป็นกีฬายอดนิยมอันดับ 1 อยู่ในขณะนี้ เดิมกีฬาฟุตบอลไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปเพราะไม่ใช่กีฬาไทยบวกกับความด้อยประสิทธิภาพด้านเทคโนโลยีการสื่อสารของสื่อมวลชนไทยยุคแรก ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ทำให้ไม่สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลสู่สังคมไทยได้อย่างทั่วถึงเป็นเหตุให้คนไทยส่วนใหญ่ขาดโอกาสที่จะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและทำความรู้จักกับกีฬาฟุตบอล ผู้ที่รู้จักกีฬาฟุตบอลและติดตามข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลในขณะนั้นเป็นเพียงกลุ่มคนไทยเล็กๆที่ประกอบด้วยผู้เล่นฟุตบอล ผู้รู้ และผู้สนใจกีฬาฟุตบอลอย่างจริงจังเท่านั้น การชมเกมการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศจะต้องเดินทางไปชมกันถึงสนามแข่งขันจริง ก่อให้เกิดความลำบากจึงทำให้ไม่ได้รับความสนใจติดตามจากแฟนกีฬาฟุตบอล

ส่วนผลการแข่งขันและข่าวกีฬาฟุตบอลต่างประเทศสามารถติดตามได้ภายหลังจากหน้ากีฬาของหนังสือพิมพ์รายวันบางฉบับและข่าวประจำวันทางสื่อวิทยุกระจายเสียงเท่านั้น

ในยุคหลัง เมื่อสื่อมวลชนไทยสามารถพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารสูงชันเป็นลำดับส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลได้รับการเผยแพร่สู่สังคมไทยวงกว้าง คนไทยจำนวนมากรู้จักและติดตามข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลจากสื่อมวลชน โดยเฉพาะเมื่อสื่อวิทยุโทรทัศน์สามารถแพร่ภาพเกมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลสำเร็จเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2498 (ค.ศ. 1955) คือ รายการ “ฟุตบอลดาราสตาร์ช็อกเกอร์” ทางช่อง 4 บางขุนพรหมซึ่งเป็นการถ่ายทอดเทปการแข่งขันฟุตบอลอังกฤษ สาเหตุการเลือกแพร่ภาพกีฬาฟุตบอลอังกฤษคือ กีฬาฟุตบอลอังกฤษเป็นต้นตำรับของกีฬาฟุตบอลที่ทั่วโลกให้การยอมรับและชื่นชม ในครั้งนั้นรายการฟุตบอลดาราสตาร์ช็อกเกอร์ได้ปลูกให้เกิดกระแสนิยมกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่มีความรุนแรงกับคนไทยอย่างรวดเร็ว

สื่อมวลชนไทยตอบรับกระแสความนิยมกีฬาฟุตบอลต่างประเทศด้วยการผลิตผลงานที่ให้ความสำคัญกับการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเป็นพิเศษ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของแฟนกีฬาฟุตบอลชาวไทยได้อย่างแท้จริง ดังนี้ สิ่งพิมพ์กีฬา คือ นิตยสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศและหนังสือพิมพ์กีฬา ได้แก่ นิตยสาร “สตาร์ช็อกเกอร์รายสัปดาห์”, หนังสือพิมพ์กีฬา “สตาร์ช็อกเกอร์รายวัน” สื่อวิทยุกระจายเสียง ได้แก่ สถานีวิทยุกีฬา “สปอร์ตเรดิโอ” FM. 99.0 MHz อ.ส.ม.ท., รายการวิทยุ “สปอร์ตออนไลน์” FM. 97.0 MHz และ สื่อวิทยุโทรทัศน์ผลิตรายการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศโดยเฉพาะ เช่น รายการ “เจาะเกมส์”, รายการ “เว็ลด์ช็อกเกอร์ แอนด์ สปอร์ต”, รายการ “ถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ Be on a hot kick” โดยสื่อวิทยุโทรทัศน์พยายามเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่ใช้การถ่ายทอดเทปบันทึกเกมการแข่งขันฟุตบอลเป็นการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลต่างประเทศและเพิ่มให้มีจำนวนมากขึ้น เนื่องจากรายการถ่ายทอดสดได้รับความนิยมจากผู้ชมมากที่สุด รายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศเกิดขึ้นครั้งแรกในรายการแข่งขันฟุตบอลโลกปี ค.ศ.1970 (พ.ศ.2513) ที่ประเทศบราซิล

นับว่าสื่อมวลชนไทยมีบทบาทอย่างมากในการส่งเสริมกีฬาฟุตบอลต่างประเทศให้เป็นที่ยอมรับและครองอันดับกีฬายอดนิยมสูงสุดของแฟนกีฬาชาวไทยตลอดมา ตรงกันข้ามกับกีฬาฟุตบอลภายในประเทศหรือฟุตบอลไทยที่ได้รับความนิยมน้อยมากเมื่อเทียบกับกีฬาฟุตบอลต่าง

ประเทศ โดยสื่อมวลชนไทยขาดการทำหน้าที่ส่งเสริมหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลไทยในปริมาณน้อยและไม่ต่อเนื่อง ปัจจัยหลักที่เป็นตัวกำหนดให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ในการเสนอข้อมูลข่าวสารของกีฬาฟุตบอลทั้ง 2 ประเภทแตกต่างกันคือ กระแสความนิยมของแฟนฟุตบอลชาวไทยที่มีต่อกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ แฟนฟุตบอลชาวไทยส่วนใหญ่มุ่งให้ความสนใจและชื่นชมกับกีฬาฟุตบอลต่างประเทศกันอย่างมาก จนทำให้กระแสความนิยมกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเป็นกระแสที่มีความเข้มข้น ทั้งยังเพิ่มปริมาณสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เทียบไม่ได้กับกระแสความนิยมของกีฬาฟุตบอลภายในประเทศหรือฟุตบอลไทยที่มีปริมาณน้อยมากหรือเรียกว่าเป็นกระแสรอง แฟนฟุตบอลชาวไทยให้ความสนใจติดตามข่าวสารและรับชมการแข่งขันฟุตบอลไทยเฉพาะการแข่งขันในระดับชาติเท่านั้น โดยไม่ค่อยให้ความสนใจติดตามข่าวสารของการแข่งขันฟุตบอลไทยในระดับอื่นๆอีกเลย เช่น ระดับสโมสรหรือระดับเยาวชน เป็นต้น ด้วยเหตุนี้สื่อมวลชนไทยจึงพร้อมใจกันนำเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศมากที่สุดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกระแสความนิยมของแฟนฟุตบอลชาวไทย

“นอกจากการเล่นที่ดูแตกต่าง และห่างชั้นกันมากอยู่แล้ว ความสามารถของผู้เล่นรวมทั้งระบบของความเป็นมืออาชีพในการจัดการแข่งขันก็เป็นตัวทำให้ฟุตบอลต่างประเทศได้รับความนิยมมากกว่าฟุตบอลภายในประเทศ” (วรวิทย์ พัฒนชาติภักดี , 2539)

แฟนกีฬาฟุตบอลชาวไทยที่ชื่นชอบและสนใจติดตามเรื่องราวของกีฬาฟุตบอลต่างประเทศมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกวัน ก่อให้เกิดเป็นกระแสความนิยมกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่มีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ สื่อมวลชนเร่งผลิตผลงานที่มุ่งเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเป็นสำคัญและนำเสนอผ่านสื่อมวลชนทุกประเภท เพื่อให้แฟนกีฬาฟุตบอลต่างประเทศสามารถเลือกรับและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกและตรงตามความต้องการมากที่สุด ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อมวลชนแต่ละประเภทมีวิธีการเสนอเนื้อหาแบ่งเป็นรูปแบบและเทคนิคการเสนอที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามคุณลักษณะของสื่อมวลชนแต่ละประเภท

สื่อสิ่งพิมพ์

ข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศได้รับการนำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์หลายประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์รายวัน, หนังสือพิมพ์กีฬา, นิตยสารกีฬาฟุตบอล, หนังสือกีฬาฟุตบอล

เป็นต้น หนังสือพิมพ์รายวันได้รับการจัดลำดับเป็นสื่อมวลชนไทยประเภทแรกที่น่าเสนอข้อมูลข่าวสาร กีฬาฟุตบอลต่างประเทศโดยจัดอยู่ในหน้ากีฬาพร้อมกับข่าวกีฬาประเภทอื่น ต่อมาเมื่อความต้องการข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของผู้อ่านเพิ่มสูงขึ้นส่งผลให้หนังสือพิมพ์รายวันต้องปรับเปลี่ยนพื้นที่สำหรับส่วนของข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ เช่น การเพิ่มจำนวนหน้ากีฬา (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ) หรือการจัดเป็นหน้ากีฬาฟุตบอลต่างประเทศโดยเฉพาะ (หนังสือพิมพ์เดลินิวส์) เป็นต้น แต่ทั้งนี้หนังสือพิมพ์รายวันก็ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้อ่านซึ่งเป็นแฟนกีฬาฟุตบอลต่างประเทศได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากหนังสือพิมพ์รายวันมีข้อจำกัดหลายประการสำหรับการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ ได้แก่ พื้นที่การนำเสนอ บุคลากรผู้ชำนาญกีฬาฟุตบอล และรูปแบบกับประเภทของเนื้อหา ทำให้ข้อมูลข่าวสารมีปริมาณน้อยและขาดความครบถ้วนสมบูรณ์ ดังนั้นหน้ากีฬาของหนังสือพิมพ์รายวันจึงได้ขยายตัวกลายเป็นนิตยสารกีฬาฟุตบอลและหนังสือพิมพ์กีฬา (ตามลำดับการผลิต) เพื่อเพิ่มความสามารถในการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศมากขึ้น

นิตยสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ

นิตยสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเกิดขึ้นก่อนหนังสือพิมพ์กีฬา นิตยสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเล่มแรก คือ "นิตยสารสตาร์ช็อคเกอร์รายสัปดาห์" ออกวางจำหน่ายครั้งแรกในปี พ.ศ. 2518 จำนวน 60 หน้า ราคาจำหน่ายครั้งแรกเล่มละ 7 บาท จัดทำโดยบริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด(มหาชน) เนื้อหาเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับฟุตบอลต่างประเทศทั้งหมด

นิตยสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเสนอข้อมูลข่าวสารของกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเพียงอย่างเดียว ผลิตขึ้นสำหรับกลุ่มผู้อ่านที่มีความสนใจเรื่องของกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเป็นพิเศษ จึงเรียกว่า "นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม" (Specialized Magazines) ปัจจุบันนิตยสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่พิมพ์ออกวางจำหน่ายแบ่งตามวาระการออกได้ 2 ประเภท คือ รายสัปดาห์และรายเดือน ได้แก่ นิตยสารสตาร์ช็อคเกอร์รายสัปดาห์ นิตยสารแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดและนิตยสารลิเวอร์พูลรายเดือน เป็นต้น

การเสนอเนื้อหาอยู่ในรูปแบบของบทความสารคดีและคอลัมน์ประจำฉบับ เนื้อหาหลักเป็นบทความสารคดีที่มีเนื้อหาเป็นเรื่องราวของนักกีฬาฟุตบอล, ผู้จัดการทีมฟุตบอล หรือทีมฟุตบอลต่างประเทศที่มีชื่อเสียง หรือกำลังเป็นประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของแฟนกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ นิตยสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศให้ความสำคัญกับการลงรูปภาพซึ่งเป็นภาพถ่ายสีสดใสของนักกีฬาฟุตบอลหรือทีมฟุตบอลที่มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูดใจผู้อ่าน นิตยสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้อ่านที่มีความนิยมชื่นชอบเรื่องราวของวงการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศหรือทีมกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเฉพาะเจาะจงเป็นพิเศษ

หนังสือพิมพ์กีฬา

หนังสือพิมพ์กีฬาฉบับแรกของประเทศไทยเป็นหนังสือพิมพ์กีฬาฉบับทดลอง ชื่อ "สตาร์ช็อคเกอร์ ฉบับฟุตบอลโลกรายวัน" ออกจำหน่ายครั้งแรกในปี พ.ศ. 2525 มีเนื้อหาเป็นการรายงานข่าวผลการแข่งขันฟุตบอลและข่าวความเคลื่อนไหวในรายการแข่งขันฟุตบอลโลกซึ่งตรงกับครั้งที่ประเทศ สเปนเป็นเจ้าภาพ จัดทำโดยบริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด(มหาชน) การวางจำหน่ายหนังสือพิมพ์สตาร์ช็อคเกอร์ ฉบับฟุตบอลโลกรายวันครั้งแรกก็ประสบความสำเร็จอย่างสูง และเป็นต้นกำเนิดของหนังสือพิมพ์กีฬาที่เน้นการเสนอเนื้อหากีฬาฟุตบอลในยุคต่อมา

หนังสือพิมพ์กีฬา จัดอยู่ในประเภทหนังสือพิมพ์เฉพาะเรื่องหรือเฉพาะกลุ่ม (Specialized Newspaper) มุ่งเสนอเนื้อหาของกีฬาทั้งในและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของคนอ่านเฉพาะกลุ่มที่สนใจติดตามเรื่องราวของกีฬาเป็นพิเศษ ประเภทกีฬาที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์กีฬาต้องเป็นที่สนใจของแฟนกีฬา ได้แก่ ฟุตบอล กอล์ฟ บาสเกตบอล อเมริกันฟุตบอล เทนนิส มวยปล้ำ การให้ความสำคัญกับกีฬาแต่ละประเภทมากน้อยไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับความนิยมของกลุ่มผู้อ่านที่มีต่อกีฬาประเภทนั้นๆ

ปัจจุบัน หนังสือพิมพ์กีฬาเน้นการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเป็นเนื้อหาหลักของฉบับคือมีปริมาณเนื้อหามากที่สุด เนื่องจากกีฬาฟุตบอลต่างประเทศได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้อ่านคนไทยสูงที่สุด เนื้อหาของคือกีฬาประเภทอื่นที่ได้รับความสนใจรองลงมา เช่น กอล์ฟ บาสเกตบอล อเมริกันฟุตบอล เทนนิส มวยปล้ำ สุนัขเกอร์

"การรายงานข่าวกีฬาจะให้ความสำคัญกับข่าวกีฬาต่างประเทศมากกว่าภายในประเทศ เนื่องจากผู้อ่านให้ความสนใจข่าวกีฬาต่างประเทศมาก และหนังสือพิมพ์มุ่งเสนอข่าวตามความนิยมของ ผู้อ่าน ข่าวกีฬาฟุตบอลได้รับความสนใจสูงสุด ปัจจัยที่สำคัญของความนิยมคือการนำเสนอมายาวนานและการพ่นฟุตบอล" (ภูมิสิทธิ์ บุญลิขิต ,2541)

ในปัจจุบันหนังสือพิมพ์กีฬาที่เน้นการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ มีออกวางจำหน่ายทั้งหมด 7 ฉบับ ดังนี้

(ก) ในเครือบริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

1. สยามกีฬารายวัน (SiamSport Daily) วางจำหน่ายครั้งแรกปี พ.ศ. 2528
2. สตาร์ซ็อคเกอร์ (Starsoccer Daily) ออกวางจำหน่ายครั้งแรกปี พ.ศ. 2535
3. สปอร์ตพูล (Sportpool) ออกวางจำหน่ายครั้งแรกปี พ.ศ. 2539
4. เจาะเกมส์ ออกวางจำหน่ายครั้งแรกปี พ.ศ.2542
5. สปอร์ตแมน (Sportsman) ออกวางจำหน่ายครั้งแรกปี พ.ศ. 2544

(ข) ในเครือบริษัทวิทยุจักรกลาสีฟายด์ส์ จำกัด

6. โลกกีฬาวันนี้ (Sports World Today)

(ค) ในเครือบริษัทฐานเศรษฐกิจ (จำกัด)

7. คิกออฟ (Kickoff Daily) ออกวางจำหน่ายครั้งแรกปี พ.ศ. 2542

หนังสือพิมพ์กีฬาแบ่งตามระยะเวลาการออกวางจำหน่ายได้ 2 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ได้แก่ สยามกีฬารายวัน สตาร์ซ็อคเกอร์ สปอร์ตพูล สปอร์ตแมน และคิกออฟ จุดเด่นคือการเสนอข้อมูลข่าวสารแบบวันต่อวันทำให้ข้อมูลข่าวสารมีความสดทันต่อเหตุการณ์จริง และการนำเสนอมีความต่อเนื่องของข่าวเหตุการณ์

2. หนังสือพิมพ์กีฬา ราย 3 วัน ได้แก่ เจาะเกมส์ และโลกกีฬาวันนี้ จุดเด่นคือการเสนอข้อมูลข่าวสารล่วงหน้าในรอบระยะเวลาที่กำหนด และการจับประเด็นข่าวเด่นในรอบ 3 วัน

จุดร่วมกันด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของหนังสือพิมพ์กีฬา คือ ให้น้ำหนักและความสำคัญกับเนื้อหาของเกมการแข่งขันฟุตบอลในลีกประจำชาติของกลุ่มประเทศยุโรป รวมทั้งข่าวสารความเคลื่อนไหวในวงการกีฬาฟุตบอลของกลุ่มประเทศยุโรป ได้แก่ ประเทศอังกฤษ เยอรมนี อิตาลี ฝรั่งเศส และสเปน โดยการกำหนดให้เป็นเนื้อหาหลักประจำฉบับ เนื่องจากกีฬาฟุตบอลของกลุ่มประเทศเหล่านี้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศไทย

รูปแบบการเสนอข้อมูลข่าวสารของวงการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศมีความหลากหลาย ได้แก่ การรายงานข่าว การวิเคราะห์ทำนายผล คอลัมน์ประจำ บทความ ภาพ ส่วนเนื้อหาส่วนใหญ่คือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคู่แข่งและรายการแข่งขันกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ

จุดเด่นของหนังสือพิมพ์กีฬา คือ ความสามารถในการให้รายละเอียดได้มากที่สุดและครบถ้วนสมบูรณ์ครอบคลุมทุกเรื่องราวที่เกิดขึ้นในวงการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศทั่วโลก การสร้างสรรคภาษาเขียนที่เป็นภาษาเฉพาะกับรหัสที่เป็นสัญลักษณ์เฉพาะของกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ รวมทั้งหนังสือพิมพ์กีฬาสามารถให้อ้างอิงได้เพราะสามารถเก็บไว้ได้นาน

สื่อวิทยุกระจายเสียง

สถานีวิทยุรายการกีฬาแห่งแรกของประเทศไทย คือ รายการ“สปอร์ตเรดิโอ” (Sport Radio) FM.99.0 MHz อ.ส.ม.ท. ระยะเวลาออกอากาศตลอด 24 ชม. เปิดตัวสถานีอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2539 จัดทำโดยทีมงานของหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวันและหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือของบริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด(มหาชน) สถานีวิทยุแห่งนี้อยู่ในความควบคุมของบริษัทสยามเทเลชั่น จำกัด (ในเครือบริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด(มหาชน)) วัตถุประสงค์หลักของการจัดตั้งสถานีวิทยุรายการกีฬา คือ การเพิ่มช่องทางสื่อใหม่ (Media Channel) ในการทำหน้าที่หลักคือเสนอข้อมูลข่าวสารของกีฬาประเภทต่างๆทั้งในและต่างประเทศ เสริมด้วยข่าวสารด้านสันตนา

การและสาระประโยชน์ เพื่อให้แฟนกีฬาชาวไทยสามารถติดตามรับทราบข้อมูลข่าวสารกีฬาได้รวดเร็วทันใจและสะดวกยิ่งขึ้น นอกเหนือไปจากการติดตามข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิทยุโทรทัศน์

สถานีวิทยุกีฬามีรูปแบบการเสนอข้อมูลข่าวสารการกีฬาด้วยการแบ่งเวลาการออกอากาศทั้งหมดออกเป็นช่วงเวลาย่อยๆ แล้วกำหนดใส่ข้อมูลข่าวสารของกีฬาหนึ่งประเภทลงไปในช่วงเวลา เรียกว่า "ช่วงรายการกีฬา" เนื้อหาแบ่งตามประเภทกีฬาที่น่าสนใจ ได้แก่ กีฬาฟุตบอลต่างประเทศ, ฟุตบอลไทย, มวย, กอล์ฟ, อเมริกันฟุตบอล, บาสเกตบอล และมอเตอร์สปอร์ต เป็นต้น

"รายการวิทยุนี้ (รายการ"สปอร์ตเรดิโอ"(Sport Radio) FM.99.0 MHz อ.ส.ม.ท.) จะมีสัดส่วนของรายการฟุตบอลถึงประมาณ 1 ใน 4 ของเวลาที่ออกอากาศทั้งหมด นอกจากนั้นยังมีการถ่ายทอดเสียงและการรายงานสดผลการแข่งขันเป็นประจำทุกวันที่มีการแข่งขันฟุตบอลอีกด้วย รวมทั้งเวลาที่รายการฟุตบอลออกอากาศก็จะเป็นเวลาช่วงค่ำไปถึงกลางดึก ซึ่งเป็นเวลาที่จะมีคนติดตามฟังมากที่สุดอีกด้วย" (วรวิทย์ พัฒนาคติภูม , 2539)

สถานีวิทยุรายการสปอร์ตเรดิโอให้น้ำหนักกับข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลกีฬาฟุตบอลต่างประเทศมากที่สุด เพราะมีปริมาณของเนื้อหากีฬาฟุตบอลต่างประเทศมากที่สุด ได้แก่ รายการพูดคุยข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ ,รายการถ่ายทอดสดการบรรยายเกมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ รวมทั้งแทรกอยู่ในช่วงรายการข่าวกีฬาทั่วไป อาทิ การรายงานข่าวของสำนักข่าวไทย, การรายงานข่าวกีฬาต้นชั่วโมง และการรายงานข่าวกีฬา Sport Update ทั้งนี้ช่วงเวลาการออกอากาศเนื้อหากีฬาฟุตบอลต่างประเทศส่วนมากคือช่วง Prime Time ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มียุติติดตามฟังจำนวนมากที่สุด คือ ช่วงเย็นหลังเลิกงานขึ้นไป ตั้งแต่ 16.00 น. ตัวอย่าง

ตัวอย่างผังรายการ : สปอร์ตเรดิโอ FM.99.0 MHz. ประจำวันเสาร์ที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545

เวลา	รายการ	เนื้อหารายการ
16.00 น.	มองอย่างเขียน	ข่าวสารความเคลื่อนไหวของฟุตบอลลีกยุโรป และวิเคราะห์เกมพรีเมียร์ลีก อังกฤษ ในคืนนี้
20.30 น.	รายงานสดฟุตบอล ลีกยุโรป	(22.00) รายงานสดการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ระหว่าง แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด กับ ชันเดอร์แลนด์ และคู่ระหว่าง อาร์เซนอลกับ เชลซี

ข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศมีรูปแบบการนำเสนอหลากหลาย เช่น การรายงานข่าว ,การพูดคุย, การตอบคำถาม, การเปิดสายโทรศัพท์พูดคุยกับผู้ฟังรายการ ,การเชิญวิทยากรมาบรรยาย ,การถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ เป็นต้น โดยเนื้อหาหรือประเด็นหลักของแต่ละช่วงรายการคือข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ

ช่วงของรายการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่ได้รับความนิยมมากที่สุด นับว่าเป็นจุดขายหนึ่งของสถานีวิทยุรายการกีฬา คือ การถ่ายทอดเสียงการบรรยายสดเกมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ เรียกได้ว่าเป็นการรายงานสถานการณ์สดของเกมการแข่งขันที่เกิดขึ้นในเวลาจริงเหมือนกับการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศของสื่อวิทยุโทรทัศน์ ข้อดีคือเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับแฟนกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่ไม่สามารถรับชมภาพการแข่งขันผ่านทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ได้ในเวลานั้น และในกรณีที่ไม่มีกรถ่ายทอดสดภาพการแข่งขันผ่านทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ ทำให้แฟนกีฬาฟุตบอลไม่พลาดการติดตามเกมการแข่งขันโดยสามารถรับฟังทางสื่อวิทยุกระจายเสียงแทนได้

จุดเด่นของสื่อวิทยุกระจายเสียงในการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ คือ ความสามารถในการรายงานสดข้อมูลข่าวสารต่างๆเทียบเท่ากับเวลาของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เช่น การถ่ายทอดสดเสียงพากย์เกมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศระหว่างที่ทำการแข่งขันจริง และการรายงานผลการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศทันทีหลังจากจบเกมการแข่งขัน รวมทั้งการเสริมหรือปรับแก้ข้อมูลข่าวสารใหม่ให้ถูกต้องได้ทันที (Update) ของข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ นั่นคือความสด รวดเร็วฉับไวในการเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องที่สุด

สื่อวิทยุโทรทัศน์

สื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นผู้ปลุกกระแสความนิยมกีฬาฟุตบอลต่างประเทศให้เกิดขึ้นในประเทศไทยเนื่องจากสื่อวิทยุโทรทัศน์สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่สาธารณชนได้ง่ายและกว้าง เนื่องจากสื่อวิทยุโทรทัศน์สามารถถ่ายทอดภาพและเสียงได้เสมือนจริงทุกประการ ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์และความรู้สึกร่วมไปกับสิ่งที่เห็นในจอโทรทัศน์เสมือนเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงกับตนเอง

เช่น รู้สึกสนุกตื่นเต้นกับเกมการแข่งขัน รู้สึกเชื่อถือเมื่อมีการออกมาแถลงข่าวของนักกีฬาฟุตบอล เป็นต้น รวมทั้งข้อดีของสื่อวิทยุโทรทัศน์ คือการดูโทรทัศน์นั้นไม่ต้องใช้ทักษะพิเศษ ได้แก่ การรู้หนังสือ (Literacy) ผู้ที่ไม่รู้หนังสือก็สามารถดูโทรทัศน์แล้วเข้าใจในเนื้อหาได้ทันที แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งยังให้อารมณ์ความรู้สึกมากกว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงเพราะมีภาพเคลื่อนไหวได้ สรุปคือสื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ง่ายและกว้างมากที่สุดในบรรดาสื่อมวลชนทุกประเภท และเมื่อโทรทัศน์ได้เข้ามาทำหน้าที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศจึงทำให้กีฬาฟุตบอลต่างประเทศเป็นที่นิยมของคนไทยจำนวนมากๆอย่างรวดเร็ว

รายการกีฬาเป็นรูปแบบรายการประเภทหนึ่งซึ่งปัจจุบันนี้ผู้ผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์ต่างมองเห็นถึงความจำเป็นของรายการประเภทนี้มากขึ้น ด้วยคุณสมบัติของรายการกีฬาที่มีคุณลักษณะของความบันเทิง (Entertainment Program) ทำให้รายการกีฬาได้รับความนิยมจากผู้ชมโทรทัศน์มาตลอด รายการกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากแฟนกีฬาชาวไทยคือ รายการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ โดยเฉพาะรายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศนัดสำคัญๆ เช่น ระหว่างทีมฟุตบอลที่มีชื่อเสียงโด่งดัง เช่น ทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ทีมลิเวอร์พูล เป็นต้น หรือรายการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในระดับโลก เช่น รายการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก, รายการแข่งขันฟุตบอลโลก เป็นต้น รายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศทั้ง 2 แบบสามารถดึงดูดผู้ชมทั่วไปจำนวนมากและแฟนกีฬาฟุตบอลได้เป็นอย่างดี

“ปัจจุบันฟุตบอลเป็นกีฬาที่มีผู้ชมอยู่ในกลุ่มทุกเพศทุกวัย ทำให้ทางสถานีโทรทัศน์เริ่มที่จะให้ความสนใจในรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์มากขึ้น อย่างไรก็ตามความนิยมในกีฬาฟุตบอลของคนไทยนั้นจะมีในการแข่งขันกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศทวีปยุโรปมากกว่า การแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศเองเห็นได้จากการที่สถานีโทรทัศน์ต่างๆมีการนำเสนอรายการฟุตบอลของต่างประเทศมากกว่ารายการฟุตบอลในประเทศไทยเราเอง” (วรวิทย์ พัฒนาคติพิบูล , 2539)

รูปแบบรายการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศเป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างกระแสความนิยมกีฬาฟุตบอลต่างประเทศในประเทศไทยอีกด้วย เดิมทีคนไทยไม่มีโอกาสชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลจึงไม่ให้ความสนใจติดตามชมเทปการแข่งขันฟุตบอลมากนัก แต่เมื่อคนไทยมีโอกาสดูรายการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลเป็นครั้งแรกในรายการฟุตบอลโลกปี ค.ศ.1970 (พ.ศ.2513) ที่ประเทศบราซิล กระแสความนิยมฟุตบอลต่างประเทศก็เริ่มก่อตัวขึ้น และในปี ค.ศ.1994

(พ.ศ.2537) ฟุตบอลโลกที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โทรทัศน์สามารถทำการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกได้อย่างต่อเนื่องและเพิ่มจำนวนนัดมากขึ้นเรียกได้ว่ามีให้ชมกันแทบทุกวัน เหตุการณ์ครั้งนั้นส่งผลให้คนไทยจำนวนมากหันมาให้ความสนใจกับกีฬาฟุตบอลต่างประเทศสูงสุดเป็นปรากฏการณ์ การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลจึงเป็นเหมือนการเปลี่ยนสถานะของกีฬาฟุตบอลต่างประเทศในประเทศไทยจากที่ไม่มีใครรู้จักหรือชื่นชอบกีฬาชนิดนี้ให้กลายเป็นกีฬายอดนิยมสูงสุดของคนไทยได้ในเวลาอันสั้น

ส่วนรูปแบบรายการอื่นๆของกีฬาฟุตบอลต่างประเทศในปัจจุบันเป็นลักษณะของรายการวาไรตี้ (Variety Program) โดยจะแบ่งออกเป็นช่วงๆ แต่ละช่วงจะมีเวลาออกอากาศสั้นหรือยาวขึ้นอยู่กับช่วงเวลาทั้งหมดของรายการ รายการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเน้นด้านความบันเทิงจากการชมเกมการแข่งขันมากกว่าการให้สาระความรู้ ประเภทเนื้อหาของรายการสามารถจัดแบ่งได้หลากหลายประเภท อาทิ การรายงานผลการแข่งขันฟุตบอลที่ผ่านมา รายงานความเคลื่อนไหวทั่วไปในวงการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ สถิติเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ เช่น ประวัตินักกีฬาฟุตบอล ข้อมูลของทีมฟุตบอล เป็นต้น ประมวลภาพเด็ดจากการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ และการวิเคราะห์เกมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศก่อนลงทำการแข่งขันจริง

รายการกีฬาฟุตบอลทางโทรทัศน์ปัจจุบันมีด้วยกันหลายรายการ แต่ละรายการก็ได้รับความนิยมจากแฟนฟุตบอลไม่แพ้กัน ได้แก่ รายการเจาะเกมส์ (ช่อง 5) รายการเจาะสนาม (ช่อง 7) รายการเส้นทางสู่ฟุตบอลโลก (ช่อง 7) 11 โลกกีฬา (ช่อง 11) เป็นต้น รายการกีฬาฟุตบอลทั้งหมดเน้นไปที่การเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเป็นหลักเนื่องจากเป็นกีฬาที่ผู้ชมให้ความสนใจมากที่สุด

ในการติดตามชมรายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศรายการต่างๆ นั้น ผู้ชมสามารถติดตามชมได้จากสถานีโทรทัศน์ระบบฟรีทีวี¹ (Free TV.) หรือโทรทัศน์ระบบเคเบิลที่

¹ โทรทัศน์ระบบฟรี ทีวี (Free TV.) คือ ระบบโทรทัศน์ที่ผู้ชมสามารถเปิดรับชมรายการต่างของทางสถานีโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายพิเศษในการเปิดรับชมเพิ่มเติม

วี2 (Cable TV) ในระบบเคเบิลทีวีผู้ชมจะต้องสมัครเป็นสมาชิกเพื่อรับการติดตั้งเครื่องมือพิเศษสำหรับรับสัญญาณและต้องเสียเงินค่าติดตั้งและเช่าสัญญาณจำนวนหนึ่งเพื่อให้สมาชิกสามารถเปิดรับชมรายการต่างๆของทางเคเบิลทีวีได้

จุดมุ่งใจของการติดตั้งโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวี คือ การสร้างทางเลือกในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ให้มากขึ้น โดยเคเบิลทีวีสามารถนำเสนอรายการโทรทัศน์หลากหลายประเภทมากกว่าฟรี ทีวี โดยเฉพาะรายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศซึ่งถูกจัดวางให้สมาชิกมีโอกาสรับชมกันเป็นจำนวนมาก และเป็นจุดขายสำคัญในการดึงดูดผู้ชมที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอลต่างประเทศมาจากโทรทัศน์ระบบฟรีทีวีให้มาเป็นสมาชิกของเคเบิลทีวี เนื่องจากว่าโทรทัศน์ระบบฟรีทีวีมีจำนวนการถ่ายทอดสดรายการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศจำกัดมาก มีปริมาณจำนวนเกมการแข่งขันและความถี่ในการออกอากาศน้อยกว่าระบบเคเบิลทีวีมากนั่นเอง “รายการฟุตบอลเป็นกีฬาที่มีการนำออกมาเป็นจุดขายของเคเบิลทีวี เพื่อใช้ในการดึงดูดผู้ชมให้เข้ามาเป็นสมาชิกมากที่สุด” (วรวิทย์ พัฒนาอิทธิกุล ,2539) สถานีโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวีในประเทศไทยปัจจุบันมีดังนี้ สถานียูบีซี (UBC: United Broadcasting Corporation) และ ช่องไทยสกายทีวี (Thaisky TV (TST): Siam Broadcasting And Communication Corporation)

สื่ออินเตอร์เน็ต (Interconnecting Network)

สื่อใหม่ที่เพิ่งก้าวเข้ามามีบทบาทต่อวงการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศในประเทศไทยเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดในการเสนอข้อมูลข่าวสารของวงการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศทั่วโลกให้มีความสะดวก รวดเร็วและกว้างไกลยิ่งขึ้น อินเตอร์เน็ตเป็นสื่อคอมพิวเตอร์ที่มีจุดมุ่งหมายคือเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลจำนวนมากมหาศาลให้กับผู้ใช้บริการ พร้อมกับเปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเข้ามาร่วมกันใช้ทรัพยากรสื่อให้เกิดความคุ้มค่าที่สุด บริการทางสื่ออินเตอร์เน็ตในส่วนของข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ คือการเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอลทั่วโลก อาทิ รายการแข่งขันฟุตบอล ทีมฟุตบอล นักกีฬาฟุตบอล โปรแกรมการแข่งขัน ฯลฯ ตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าว

² โทรทัศน์ระบบเคเบิล ทีวี (Cable TV.) คือ ระบบโทรทัศน์ที่ผู้ชมจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการติดตั้งเครื่องมือรับสัญญาณและค่าเช่าสัญญาณรายเดือนให้กับทางบริษัทที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสัญญาณภาพรายการต่างๆของทั้งภายในและต่างประเทศ

สารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของแฟนบอลชาวไทย และเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความรู้ ทัศนคติหรือข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศกับแฟนฟุตบอลทั่วโลก เช่น บริการเว็บไซต์ฟุตบอลต่างๆ www.siamsport.com , www.sportonline.com , www.liverpool.com เป็นต้น

สรุปได้ว่าสื่อมวลชนไทยซึ่งได้ใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารมวลชนมาพัฒนาขีดความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศจนสามารถสื่อสารข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและขยายขอบเขตการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจนครบทุกช่องทาง สื่อ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต ได้สร้างให้เกิดกระแสนิยมและความต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของแฟนกีฬาชาวไทยอย่างรุนแรง ดังนั้นองค์กรสื่อมวลชนไทยผู้รับผิดชอบหน้าที่ในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านกีฬาต่างมุ่งให้ความสนใจและจัดให้กีฬาฟุตบอลต่างประเทศเป็นเนื้อหาข่าวสารด้านกีฬาประเภทหลักขององค์กร รวมทั้งกำหนดเป็นนโยบายหนึ่งขององค์กรในการทำหน้าที่เสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศอย่างเต็มความสามารถ ทั้งด้านความรวดเร็วจับใจ ความหลากหลาย ความครบถ้วนสมบูรณ์ ทั้งในด้านรูปแบบการเสนอและรายละเอียดของเนื้อหา เพื่อให้ผลงานขององค์กรสามารถตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารของแฟนฟุตบอลชาวไทยได้ครอบคลุมมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม แนวนโยบายและการปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทยซึ่งมุ่งตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของแฟนฟุตบอลชาวไทยให้ได้มากที่สุด กลับแฝงไว้ด้วยผลลบซึ่งติดมากับการปฏิบัติหน้าที่ด้านนี้ของสื่อมวลชนไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นั่นคือการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการเล่นพนันฟุตบอลต่างประเทศกันอย่างหนักของแฟนฟุตบอลชาวไทย และการปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชนที่มีความรวดเร็ว ละเอียดยิ่ง และวิเคราะห์ทายผลได้กลายเป็นสาเหตุหลักของการขยายตัวของวงการพนันฟุตบอลในประเทศไทยอีกด้วย ด้วยเหตุนี้จึงเกิดการวิพากษ์วิจารณ์และชี้ให้เห็นถึงบทบาทด้านลบที่แฝงมากับการปฏิบัติหน้าที่ตรงจุดนี้ขององค์กรสื่อมวลชนไทย ดังข้อสังเกตต่อไปนี้

"หลังจากฟุตบอลโลกที่สหรัฐอเมริกาเป็นเจ้าภาพเมื่อปี พ.ศ.2537 (ค.ศ.1994) สิ้นสุด การพนันฟุตบอลในเมืองไทยได้แพร่หลายอย่างรวดเร็ว สาเหตุเนื่องมาจากประชาชนสามารถติดตาม

รับข่าวสารเกี่ยวกับความเป็นไปของฟุตบอลรายการต่างๆอย่างละเอียดจากสื่อต่างๆ....” (ฐิติมาน มุทริกเวช ,2541)

“ยิ่งสื่อทุกอย่างทั้งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต เข้ามามีบทบาทในสังคมสูงมาก การแพร่ระบาดของวงการพนันฟุตบอลก็จะรุนแรงยิ่งขึ้น ฝ่ายสถาบันสื่อมวลชนเองก็ต้องหันมาตรวจสอบกันเองว่า สิ่งที่ทำไปในบางแง่มุมนั้นจะส่งผลต่อสังคมวงกว้างอย่างไร เพราะอิทธิพลของสื่อเหล่านั้นส่งผลสะท้อนรุนแรง กว้างขวาง ขึ้นอยู่ที่ว่าจะเป็นส่วนบวกหรือทำลายเท่านั้น” (เนชั่นสุดสัปดาห์,ปีที่4 ฉบับที่ 200 วันที่ 5-11 เม.ย. พ.ศ.2539)

“ปัจจัยที่ผลักดันให้การพนันฟุตบอลขยายตัวอย่างรวดเร็วคือการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารและการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลในต่างประเทศเกือบทุกนัด ทั้งระดับสโมสร ระดับทวีป และฟุตบอลโลก ทำให้ผู้เล่นพนันสามารถติดต่อข้อมูลความเคลื่อนไหวของทีมฟุตบอลและอัตราต่อรองได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งความนิยมในเรื่องดังกล่าววัดได้จากยอดขายของหนังสือพิมพ์กีฬาบางฉบับที่มีการรายงานผลการแข่งขัน บทวิจารณ์ และอัตราต่อรองของการแข่งขันแต่ละคู่ ซึ่งยอดขายหนังสือพิมพ์ในกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา รวมถึงความถี่ของการแข่งขันเองก็มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาเล่นพนันฟุตบอลกันมากขึ้น เพราะมีการแข่งขันให้พนันทุกวัน” (เดลินิวส์, ปีที่ , ฉบับวันที่ 27 ธ.ค. พ.ศ.2544)

“ในยุคอบายมุขไร้พรหมแดน ที่สิ่งสำคัญของนักเล่นพนันฟุตบอลคือ ข่าวจากสื่อประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ซึ่งรายงานข้อมูลเบื้องต้นแก่แฟนฟุตบอล รายชื่อของนักเตะที่จะลงสนาม,สถิติการเล่นนอกบ้านและในบ้าน,สถิติการพบกันของแต่ละทีม ฯลฯ” (เนชั่นสุดสัปดาห์, ปีที่ 4 ฉบับที่ 200 วันที่ 5 -11 เม.ย. พ.ศ.2539)

“ที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ฟุตบอลอังกฤษนำล้น (การเล่นพนันฟุตบอล – ผู้เขียน) กว่าที่อื่นก็เพราะมีการถ่ายทอดสด กลับมาให้ดูกันทุกสัปดาห์” (เนชั่นสุดสัปดาห์, ปีที่ 4 ฉบับที่ 200 วันที่ 5-11 เม.ย. พ.ศ.2539)

การทำหน้าที่เสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชนถูกมองว่าเป็นการส่งเสริมให้เกิดการเล่นพนันฟุตบอล เนื่องจากเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่าง

ประเทศส่วนหนึ่งมีลักษณะล่อแหลมต่อการชี้นำไปสู่การเล่นพนันฟุตบอล ได้แก่ การวิเคราะห์วิจารณ์เกมการแข่งขันฟุตบอล, ข้อมูลอัตราต่อรองการแข่งขันฟุตบอล, ข้อมูลสถิติของเกมการแข่งขันฟุตบอล รวมทั้งรายการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ แม้สื่อมวลชนจะไม่เคยมีจุดประสงค์ในเรื่องของการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเพื่อชี้นำไปสู่การเล่นพนันฟุตบอล แต่ในความเป็นจริง กลุ่มนักพนันได้นำเอาข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศในส่วนนี้ไปใช้เพื่อการเล่นพนันฟุตบอลจริงๆ

“การพนันขั้นต่อกลายเป็นกิจกรรมสำคัญอีกประการหนึ่งซึ่งเกาะติดฝังตัวอยู่กับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารของสิ่งพิมพ์เหล่านั้น เช่นเดียวกับทุกกรณีที่อาจมีผู้ประยุกต์ใช้ข่าวสารข้อมูลผิดวัตถุประสงค์หรือขัดแย้งกับเป้าหมายพื้นฐานตามจรรยาบรรณของสื่อมวลชน” (เนชั่นสุดสัปดาห์, ปีที่ 4 ฉบับที่ 200 วันที่ 5 -11 เม.ย. พ.ศ.2539)

กล่าวได้ว่านักพนันใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศผิดไปจากเจตนารมณ์ที่แท้จริงของสื่อมวลชน ทั้งยังทำให้การปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชนขัดกับหลักจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อ

สำหรับนักวิชาชีพสื่อที่ต้องรับผิดชอบหน้าที่ในการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศซึ่งถูกกล่าวอ้างว่าเป็นแหล่งข้อมูลแฝงสำหรับวงการพนันฟุตบอลได้แสดงจุดยืนเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ และข้อคิดเห็นในประเด็นสื่อมวลชนและการพนันฟุตบอล ดังนี้

“ในการเขียนคอลัมน์โดยเฉพาะการวิเคราะห์วิจารณ์เกมการแข่งขันฟุตบอลซึ่งแฟนฟุตบอลนิยมอ่านกันมาก สำหรับการเขียนในลักษณะนี้ ย.โย่งจะเน้นการนำเสนอข้อมูลบนพื้นฐานความเป็นจริงมากกว่า ไม่เป็นการชี้แนะหรือออกมาในรูปราคาต่อรอง รูปแบบการพนันซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญและควรให้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ เพื่อทำให้กีฬาเป็นกีฬา ไม่ใช่ทำกีฬาเป็นการพนัน” (สัมภาษณ์สาริต กรีกูล วันที่ 10 มี.ค. พ.ศ. 2540 อ้างใน ศรสวรรค์ ภูวิจิตร ,2539)

“จริงๆแล้วสื่อมวลชนทุกคนไม่ได้มีความต้องการให้ประชาชนเล่นการพนัน แต่ก็ เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้สำหรับคนชายชาวลาวที่จะต้องเสนอข้อมูลที่ละเอียด ลึกซึ้ง และเป็นที่ยึดถือของผู้อ่านทั่วไป” (เนชั่นสุดสัปดาห์, ปีที่ 4 ฉบับที่ 200 วันที่ 5 -11 เม.ย. พ.ศ.2539)

“ทุกวันนี้มีการโทษว่ากีฬาเป็นต้นเหตุส่วนหนึ่งที่ทำให้การเล่นพนันระบอบไปทุกวง การ โดยเฉพาะพนันบอล นอกจากนั้นยังลามมาถึงสื่ออีกว่าเป็นตัวดีที่ชักจูงให้คนหันมาเล่นพนันกีฬา กันมากขึ้นทั้งๆที่มีการเล่นลักษณะนี้มานานก่อนจะมีการลงตามหน้าหนังสือพิมพ์เสียอีก” (สยามกีฬา รายวัน, ปีที่ 17 ฉบับที่ 5984 วันที่ 24 ก.ค. พ.ศ. 2544)

“การพนันทำให้ความสนใจของคนเพิ่มขึ้น คือก่อนหน้านี้จะมีคนสนใจจริงๆ แต่ตอนนี้คือคนสนใจเพราะว่าหวังเงินตัวเองที่นำไปลงทุนเอาไว้(เล่นพนัน) ต้องยอมรับว่า(สื่อ)ทำให้มี ปริมาณเพิ่มขึ้น(การเล่นพนัน)สำหรับคนที่ให้ความสนใจตรงนี้” (สัมภาษณ์สาธิต กรีกุล อ่างใน ศรสวรรค์ ภูวิจิตร ,2539)

คำวิพากษ์วิจารณ์และทรรคนะต่างๆต่อการปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสาร กีฬาฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชนไทยได้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาของสื่อมวลชนไทยยุคปัจจุบัน ในเรื่องภาพลักษณ์ด้านลบของสื่อ โดยสื่อถูกมองว่าการทำหน้าที่ผลิตและเผยแพร่ผลงานสื่อมวลชน กีฬา โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเป็นสาเหตุให้เกิดการขยายตัวของวงการพนัน ฟุตบอลในสังคมไทย ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากว่าแฟนฟุตบอลชาวไทยที่เป็นกลุ่มนักพนันฟุตบอลได้นำเอาข้อมูล ข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่องค์กรสื่อมวลชนไทยนำเสนอไปใช้ในการเล่นพนันฟุตบอลจริง จนกลายเป็นปัญหาสังคมที่รุนแรง สำหรับตัวองค์กรสื่อมวลชนไทยผู้ผลิตผลงานด้านข้อมูลข่าวสาร กีฬาฟุตบอลต่างประเทศยังไม่เคยมีใครออกมาแสดงนโยบายและเจตนารมณ์ที่แท้จริงว่าไม่มีเจตนาที่จะ เป็นตัวชี้้นำให้เกิดการเล่นพนันฟุตบอลในกลุ่มของผู้รับสาร การเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลด้านการพนันนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับสาร เท่านั้น มิได้มีเจตนาอื่นในการส่งเสริมยุยงให้เกิดการเล่นพนันฟุตบอลขึ้น

ทั้งหมดนี้จึงเป็นที่มาของประเด็นศึกษาในงานวิจัย ดังนี้ เพื่อเป็นการแสวงหาคำตอบ ให้กับคำวิพากษ์วิจารณ์และข้อถกเถียงเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอล ต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทย ที่ถูกกล่าวหาว่าไม่มีความเหมาะสมและเป็นตัวชี้้นำให้เกิดปัญหา การเล่นพนันฟุตบอลในสังคมไทยมากขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดที่จะศึกษาและวิเคราะห์นโยบายขององค์กร สื่อมวลชนไทยผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการผลิตผลงานสื่อมวลชนกีฬา ด้านข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอล ต่างประเทศ แล้วนำมาเปรียบเทียบกับแนวทางการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่เป็น

ผลงานขององค์กรสื่อมวลชนจริงๆ ทั้งนี้เพื่อใช้ตรวจสอบดูว่านโยบายด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่ได้วางไว้นั้นสามารถกำหนดหรือเป็นขอบเขตของการผลิตผลงานออกมาได้จริงหรือไม่

ปัญหาคำวิจัย

1. นโยบายการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทยเป็นอย่างไร
2. การปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทยเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์นโยบายการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทย

ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น

1. นโยบายการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทย คือ มุ่งเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่ตลาดผู้บริโภคหรือผู้รับสารส่วนใหญ่ให้ความสนใจสูงสุด เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้รับสาร ข้อมูลข่าวสารที่เสนอออกไปจะต้องยึดหลักความถูกต้องแม่นยำ รวดเร็ว เป็นกลางไม่มีอคติ และต้องสร้างสรรค์รูปแบบการเสนอและเนื้อหาของรายการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศในสื่อมวลชนประเภทต่างๆให้มีความหลากหลายเพื่อจะสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากและกว้างขวางที่สุด
2. การปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทยเป็นไปตามแนวนโยบายที่องค์กรสื่อมวลชนไทยกำหนดไว้ นโยบายขององค์กร

สื่อมวลชนไทยเป็นนโยบายด้านธุรกิจเนื่องจากองค์กรสื่อมวลชนไทยประกอบกิจการธุรกิจที่มุ่งแสวงหาผลกำไรจากการขายผลิตภัณฑ์หรือผลงานเป็นสำคัญ ทำให้องค์กรสื่อมวลชนไทยต้องทำการศึกษาสภาพแวดล้อมพร้อมกับตอบสนองความต้องการของตลาดด้วยการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศตามกระแสนิยมของแฟนกีฬาฟุตบอลเพื่อให้ผลงานขายได้และอยู่รอดในตลาดธุรกิจและมุ่งเสนอรายการกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก ทั้งนี้เนื่องจากตลาดธุรกิจของสื่อมวลชนด้านกีฬาฟุตบอลต่างประเทศมีการแข่งขันกันสูงมากมาโดยตลอด จึงทำให้องค์กรสื่อมวลชนไทยแต่ละแห่งต้องทำการสร้างสรรค์ผลงานของตนเองให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น แตกต่างไปจากคู่แข่งทางการค้า นอกจากนี้้องค์กรสื่อมวลชนขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับการขยายช่องทาง (channel) ในการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของตนเองให้ได้มากที่สุด ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ เพื่อสร้างช่องทางการเติบโตขององค์กร พร้อมกับการเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรได้มากขึ้น

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยกำหนดศึกษาวิเคราะห์ห้วงองค์กรสื่อมวลชนไทยจำนวน 4 แห่ง ได้แก่

1. บริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด(มหาชน)
2. บริษัท สุภาพบุรุษ จำกัด
3. บริษัท วัฏจักรคลาสสิฟายด์ส จำกัด
4. บริษัท บีอีซี เทโรเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกตัวแทนขององค์กรสื่อมวลชนไทยจากการแสดงบทบาทการเป็นสื่อมวลชนกีฬาและผลงานขององค์กรที่มุ่งเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศอย่างชัดเจน เฉพาะภายในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยกำหนดศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ คือ เดือนมกราคม-เมษายน พ.ศ.2545 เนื่องจากเป็นช่วงฤดูกาลที่มีการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศอยู่ครบทุกรายการหลักๆ คือ ในฤดูกาลที่ 2001-2002 โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ 2 ส่วนคือ นโยบายด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ และการปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ

สาเหตุที่ผู้วิจัยกำหนดศึกษาขององค์กรสื่อมวลชนไทยเพียง 4 แห่ง ทั้งๆที่ในช่วงเวลาดังกล่าวมีองค์กรสื่อมวลชนไทยอีกจำนวนหนึ่งที่ทำกรผลิตผลงานด้านสื่อมวลชนกีฬาโดยเฉพาะกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ ดังนี้คือ ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อขอความร่วมมือกับองค์กรสื่อมวลชนไทยอื่นๆอีกหลายแห่งที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ หากแต่ไม่ได้รับความร่วมมือในการตอบกลับ และไม่สามารถติดต่อขอสัมภาษณ์ได้ ได้แก่ บริษัท ทราฟฟิคคอร์เนอร์ จำกัด และบริษัท ทีวี ฟอรัม จำกัด ผู้ผลิตรายการ "Be on a hot kick" เป็นรายการถ่ายทอดสดเกมการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท., ฝ่ายผลิตรายการกีฬาของสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ผู้ผลิตรายการ 11 โลกกีฬา, บริษัท ประภิต จำกัด ผู้ผลิตรายการ "เจาะสนาม" ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7

นิยามศัพท์

1. นโยบายขององค์กรสื่อมวลชนไทย หมายถึง วัตถุประสงค์หรือหลักการดำเนินงานขององค์กรสื่อมวลชนไทยด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศในปัจจุบัน
2. องค์กรสื่อมวลชนไทย หมายถึง องค์กรธุรกิจไทยที่ดำเนินงานด้านการสื่อสารมวลชนและปฏิบัติหน้าที่ด้านการผลิตผลงานการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศโดยเป็นเจ้าของช่องทางเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ดังนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์
3. สื่อมวลชนไทย หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาสาระคือข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศเป็นเนื้อหาหลัก
4. การปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ หมายถึง รูปแบบของการดำเนินงานด้านการผลิตผลงานที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทยผ่านช่องทางสื่อมวลชนทั้ง 3 ประเภท คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์

5. ข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ หมายถึง เนื้อหาอันเป็นเรื่องราวทั้งหมดของกีฬาฟุตบอลต่างประเทศซึ่งได้รับการเสนอโดยสื่อมวลชนไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. แสดงให้เห็นถึงนโยบายขององค์กรสื่อมวลชนไทยด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ เพื่อให้สามารถนำนโยบายดังกล่าวมาตรวจสอบความสอดคล้องกับการปฏิบัติหน้าที่จริงขององค์กรสื่อมวลชนไทย
2. สามารถเข้าใจถึงนโยบายและระบบการจัดการของธุรกิจสื่อมวลชนกีฬาในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ โดยแสดงให้เห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นองค์กรสื่อมวลชนไทยที่มีรูปแบบการบริหาร ขนาด และผลงานแตกต่างกัน