

การนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศกับการพนันฟุตบอล



นางสาวจิราพร กนะกาศัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-17-0364-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3 ก.ย. 2546

I 2065 2306

INTERNATIONAL FOOTBALL PROGRAM PRESENTATION AND FOOTBALL GAMBLING

MISS CHIRAPHORN KANAKASAI

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2001

ISBN 974-17-0364-3

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศกับการพนันฟุตบอล

โดย

นางสาว จิราพร กณะกาศัย

สาขาวิชา

การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โอฟาร์ วงศ์บ้านดู

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ วิภา อุตมฉันท)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โอฟาร์ วงศ์บ้านดู)

..... กรรมการ
(อาจารย์ สุภาพร โพธิ์แก้ว)

จิราพร กนะกาศัย : การนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศกับการพนันฟุตบอล. (INTERNATIONAL FOOTBALL PROGRAM PRESENTATION AND FOOTBALL GAMBLING) อ. ที่ปรึกษา : ผศ. โอฟาร์ วงศ์บ้านดู่, 176 หน้า. ISBN 974-17-0364-3.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชนไทยในอดีตและปัจจุบัน ตลอดจนวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของการนำเสนอรายการในปัจจุบันกับการพนันฟุตบอล โดยศึกษาจากสื่อมวลชน 3 ประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ

ผลการวิจัยพบว่า ในอดีต สื่อมวลชนให้ความสำคัญกับการนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศน้อย เนื่องจากกลุ่มผู้ชื่นชอบกีฬายังมีไม่มาก และเทคโนโลยีการสื่อสารยังไม่ทันสมัย ทำให้เนื้อหาของรายการมีเพียงการรายงานผลการแข่งขัน แต่ปัจจุบันสื่อได้พัฒนาการนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศอย่างมีสีสัน ทั้งรูปแบบและเนื้อหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอเนื้อหาที่มีความเชื่อมโยงกับการพนันนั้น พบมากที่สุดในหนังสือพิมพ์ ส่วนโทรทัศน์และวิทยุ แม้ไม่ปรากฏการสนับสนุนการพนันผ่านทางเนื้อหา แต่โทรทัศน์มีอิทธิพลมากในการสร้างบรรยากาศการพนันจากการถ่ายทอดสด รวมถึงการบันทึกเทปซึ่งมีทั้งภาพและเสียง ส่วนวิทยุนั้น จะสามารถสร้างบรรยากาศได้ด้อยกว่าโทรทัศน์เพราะเสนอได้เพียงเสียงบรรยาย

เนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลต่างประเทศ ที่พบในสื่อมวลชนสามารถแยกได้เป็น 3 ประเภท คือ ข้อมูลที่นำไปใช้ในการพนันได้ทันที ข้อมูลที่ต้องตีความก่อนนำไปใช้พนัน และข้อมูลที่ไม่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้เลย โดยข้อมูลประเภทแรกได้รับความนิยมจากผู้เล่นพนันในการนำไปใช้มากที่สุด ได้แก่ อัตราต่อรอง และการทำนายผลการแข่งขัน

นอกจากนี้ยังพบว่า สาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงหลายประการในวงการฟุตบอลต่างประเทศ มาจากการที่กีฬาประเภทนี้ถูกทำให้เป็น "ธุรกิจ" ที่มีมูลค่ามหาศาล มีสินค้าต่างๆ เป็นสปอนเซอร์ โดยใช้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและสื่อ สนับสนุนในการนำเสนอ ซึ่งได้ส่งผลให้เกิดกระแสนิยมฟุตบอลและการพนันอย่างแพร่หลาย อันเป็นที่มาของการพัฒนาการนำเสนอรายการฟุตบอลของสื่อมวลชนไทยทั้งรูปแบบและเนื้อหา ให้สอดคล้องกับกระแสดังกล่าว ทั้งนี้ สื่อทำเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หากวิเคราะห์ตามทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) แล้ว จะเห็นได้ว่า สื่อกำลังทำหน้าที่ที่อาจเป็นอันตราย (Dysfunction) ต่อสังคมอยู่ เพราะจากการวิจัยพบว่าการเล่นพนันนั้น ผู้เล่นเกือบทั้งหมดใช้ข้อมูลจากสื่อต่างๆ เป็นหลักในการประกอบการตัดสินใจ

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2544

ลายมือชื่อนิสิต 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

4285217228 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: FOOTBALL / PROGRAM / GAMBLING / GAMBLE / SOCCER

CHIRAPHORN KANAKASAI : INTERNATIONAL FOOTBALL PROGRAM PRESENTATION AND FOOTBALL GAMBLING. THESIS ADVISOR : ASST. PROF. OLARN WONGBANDUE,176 pp. ISBN 974-17-0364-3.

This research is purposed to study the international football program presentation of past and current Thai mass medium as well as analyze the conjunction of current program presentation and football gambling by mainly studying 3 mass medium categories including newspaper, television and radio respectively.

It is revealed that mass medium in the past gave lesser concern on international football program due to few sport favors and lesser advance technology that made the program lesser attractive since it contained only report of competition result. However, current mass medium has continuously developed the international football presentation interestingly in both presentation format and content, especially the presentation that correlative with football gambling which is found most in newspaper. Though it is not obviously found the football gambling promotion in television and radio, television has most influence in creating the atmosphere of football gambling relay's live including tape recording that can efficiently present both picture and sound. While radio can build up lesser influence atmosphere since it only present sound narration.

Typically, major contents concerning international football in which have been found in mass medium can be categorized into 3 types which are information that can immediately apply for gambling, information that required interpretation and information that cannot apply for gambling. Information of the first type that are most favor by football gamblers including bargaining ratio and competition result prediction.

In addition, it is also found that significant cause of several changing in international football program. The changing form of sport to immense value business with numbers of product brands sponsorship, advance technology and mass medium support concurrently make the complete international football program presentation and subsequently widespread maximum public favor and football gambling afterward. The above cause brings along the development of international football program presentation of Thai mass medium in both its format and content in accordance with current fever in order to response for high demand of consumer in the market. In according to Functionalism theory, it is considered that mass medium's role is dysfunction toward our society. The research result found that almost gamblers' decision making is mainly based upon mass medium's information.

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2544

ลายมือชื่อนิสิต 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

กิตติกรรมประกาศ

ด้วยภาระหน้าที่การงานอันมากมาย ตลอดระยะเวลาที่ได้เริ่มเข้ามาศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ทำให้เป็นเรื่องไม่่ง่ายนักที่จะทำให่วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ตามที่ตั้งใจไว้ แต่ด้วยความรัก ความห่วงใยจากทุกคนที่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือ จนสามารถทำให่วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ในวันนี้ จึงขออุทิศความสำเร็จชิ้นนี้ให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในการให้คำปรึกษา ชี้แนะ ช่วยเหลือ และเอาใจใส่ เป็นอย่างดีจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โอปาร์ วงศ์บ้านคู ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ วิภา อุดมฉันท์ ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์สุภาพร โพธิ์แก้ว ที่กรุณาให้คำแนะนำและเป็นกรรมการสอบ จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณพี่ๆ ที่ใจดีในบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) พี่วิโรจน์ (โรจน์อนันต์), พี่บ๊ิกจ๊ะ, พี่โอ (คุณเจียม), พี่ ต.โต้ง และพี่น้อง (คุณจอย) ที่กรุณาให้ข้อมูล ข้อคิดเห็น และถ่ายทอดประสบการณ์ในวงการกีฬาเป็นวิทยาทานแก่ผู้วิจัย

เหนือสิ่งอื่นใด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ "คุณแม่" เป็นอย่างสูง ที่ได้ให้ชีวิตมา พร้อมกับความรัก ความห่วงใย และเอื้ออาทรอย่างเต็มเปี่ยม พร้อมกับพลังใจที่ทำให้ผู้วิจัยพบกับความสำเร็จในครั้งนี้ด้วย ขอขอบคุณกำลังใจและความช่วยเหลือจากครอบครัว พี่แจ๊ค พี่เรต้า และเล็ก ที่คอยห่วงใยและดูแลเป็นอย่างดีเสมอมา ขอขอบคุณความมีน้ำใจของด้อยกับน้องนัท ขอขอบคุณเฮียซังกับเจ๊สัน น้องสร้อย และสมาชิกในร้านที่น่ารักทุกคน ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ ชาว IEC ทุกคนที่ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีมาตลอด โดยเฉพาะพี่จี พี่สุ พี่ก้อง พี่ใหญ่ และพี่เอ๋

สุดท้ายผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ขอขอบคุณเพื่อนๆ ชาว MC9 ทุกคน ขอขอบคุณฮุ้ย หนุ่ย สูด ชิม ป๊อบ แจน จูน ไก่ และฝน สำหรับความช่วยเหลือและกำลังใจ ขอขอบคุณเป็นพิเศษสำหรับเอ็งกับตี๋ ที่ช่วยผลักดันจนสำเร็จ ขอขอบคุณคุณปูที่น่ารักของพวกเราที่ช่วยเหลือทุกอย่าง กราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ ความเมตตา ตั้งแต่เริ่มเรียนจนจบ การศึกษา และกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. กิติ กัมภัย เป็นพิเศษที่กรุณาให้ทั้งความรู้และแรงบันดาลใจหลายอย่างแก่ผู้วิจัย รวมทั้ง แรงบันดาลใจในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ด้วย

จิราพร กณะภาคัย

สารบัญ

บทที่	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาคำวิจัย.....	12
1.3 ข้อเสนอพื้นฐานเบื้องต้น.....	12
1.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	12
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	13
1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	13
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหา ในแนววัฒนธรรมศึกษา.....	16
2.2 ทฤษฎีหน้าที่นิยม.....	18
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์.....	20
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอรายการโทรทัศน์.....	21
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอรายการวิทยุ.....	23
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 หน่วยของการวิเคราะห์.....	30
3.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	30
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
3.6 การเสนอข้อมูล.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4	ลักษณะการนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชนในอดีตกับปัจจุบัน
4.1	หนังสือพิมพ์..... 50
4.2	โทรทัศน์..... 61
4.3	วิทยุ..... 69
5	ลักษณะเนื้อหาและความเชื่อมโยงกับการพนัน
5.1	ข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพนันได้ทันที..... 76
5.2	ข้อมูลที่ต้องตีความก่อนนำไปใช้พนัน..... 92
5.3	ข้อมูลที่ไม่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้เลย..... 108
5.4	การวิเคราะห์เนื้อหาในแนววัฒนธรรมศึกษา..... 119
6	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ
6.1	ลักษณะการนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชน ในอดีตกับปัจจุบัน..... 123
6.2	การนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชน กับการพนันฟุตบอล..... 128
6.3	การวิเคราะห์การนำเสนอรายการของสื่อโดยใช้ทฤษฎีหน้าที่นิยม..... 132
6.4	ข้อจำกัดในการวิจัย..... 133
6.5	ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป..... 133
	รายการอ้างอิง..... 134
	ภาคผนวก..... 136
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 176

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1 เกมเศรษฐกิจพรีเมียร์ลีก.....	47
2 เกมเศรษฐกิจ กัลโช เซเรีย อา.....	48
3 เชียร์บอลโลก ลุ้นโชคกับ Ladbrokes และสปอร์ตพูล.....	49
4 ราคาต่อรองแลคโบรคส์ จากไทยรัฐ วันที่ 20 มิถุนายน 2537.....	53
5 พาดหัวหน้า 1 จากไทยรัฐ วันที่ 17 มิถุนายน 2537.....	54
6 คอลัมน์ “ได้เสีย” จากไทยรัฐ วันที่ 20 มิถุนายน 2537.....	54
7 คอลัมน์ “จำแฉ่ง แองบอลโลก จากไทยรัฐ วันที่ 20 มิถุนายน 2537.....	55
8 โฆษณาจากหนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์ ฉบับวันที่ 6 มีนาคม 2544.....	58
9 โฆษณาจากหนังสือพิมพ์สปอร์ตพูล ฉบับวันที่ 19 มีนาคม 2544.....	59
10 มังรายการ “Sport Radio” ทาง FM 99.0 MHz.....	73
11 มังรายการ “Sports on line” ทาง FM 97.0 MHz.....	74
12 ตัวอย่างการนำเสนอราคาต่อรอง.....	77
13 ตัวอย่างราคาไหล.....	86
14 โครงสร้างทางธุรกิจของกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ.....	124

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	สัดส่วนของสื่อที่นำเสนอรายการกีฬา.....	6
2	ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาในหนังสือพิมพ์.....	20
3	แบบวิถีในการนำเสนอภาพตัวแทน.....	22