


(รายงานฉบับสมบูรณ์)

<p>มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา Foundation for Media Studies</p>	<p>เลขที่ 10 ห้องที่ 10 ถนนพหลโยธิน ซอย 3 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 02-279-9173, 081-455-6399 Email : mediamonorth@gmail.com www.mediamonitor.in.th</p>
<p>รายงานผลการศึกษารอบที่ 98</p> <p> <b>การศึกษาวเคราะห์เนื้อหาการพนัน ฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์</b></p>	
<p>ได้รับสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสาธารณสุขภาพ (สสส.)</p>	

## คณะทำงาน

### ผู้อำนวยการโครงการ

- ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

### ที่ปรึกษาวิชาการ

- ดร.ปิยวัฒน์ เกตุวงศา
- ผศ.สกุลศรี ศรีสารคาม

### งานศึกษาวเคราะห์เนื้อหาสื่อ

- นายศิระ จันทร์เจือมาศ
- นางสาวหนึ่งนยา ไหลงาม
- นายศุภกิจ แดงขาว
- นางสาวปิยมน แจ่มวุฒิปรีชา
- นางสาวชฎณี พิชญกุลมงคล
- นางสาวนพรัตน์ จิตรครบุรี
- นางสาวปณิตตา จันทร์อ่วม
- นางสาวศิริพร กิจประกอบ
- นางสาวชัชชนรรณ ศักดิ์เจริญชัยกุล
- นางสาวณัชชา วังสะวิญญ์

### งานจัดการและประสานงาน

- นางสาวธนวรรณ กรินทร์

ผู้จัดทำรายงานผลการศึกษา

- นางสาวปัทมา จันทน์อร่าม

ตรวจสอบและรับรองรายงานผลการศึกษา

- ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ กรรมการและเลขาธิการมูลนิธิสื้อมวลชนศึกษา

ส่วนที่ 1	ที่มาและความสำคัญ	4
	วัตถุประสงค์การศึกษา	6
	หน่วยการศึกษา	6
	วิธีการศึกษา	7
	แนวคิดในการศึกษา	7
ส่วนที่ 2	ผลการศึกษา	
	ผลการศึกษาในสื่อหลัก ในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขัน	16
	ผลการศึกษาในสื่อหลัก หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน และสื่อออนไลน์ ตามรอบการแข่งขัน	47
	ผลการศึกษาเครือข่ายสื่อของกลุ่มสื่อกีฬา และกลุ่มธุรกิจกีฬา	150
	ผลการศึกษาความเชื่อมโยงของเนื้อหาในสื่อของกลุ่มสื่อกีฬา และกลุ่มธุรกิจกีฬา	182
ส่วนที่ 3	สรุป วิเคราะห์และอภิปราย ผลการศึกษา	204
	ผลการศึกษาในสื่อหลัก และ หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ในช่วงสัปดาห์แรก ของการแข่งขัน	217
	ผลการศึกษาในสื่อหลัก หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน และสื่อออนไลน์ ตามช่วงรอบการแข่งขัน	225
	สรุปผลการศึกษาในภาพรวมของทุกสื่อที่ศึกษา	240
ส่วนที่ 4	ข้อเสนอแนะ	242
บรรณานุกรม		243
ภาคผนวก		244

## ส่วนที่ 1

### ที่มาและความสำคัญ

ตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีของโครงการมีเดียมอนิเตอร์ ได้ผลิตผลการศึกษาวเคราะห์เนื้อหาการพนันในการแข่งขันฟุตบอลระดับนานาชาติ ที่ปรากฏทั้งในสื่อหลักและสื่อออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 5 เรื่อง ประกอบด้วย

- รอบที่ 9 ฟุตบอลโลก 2006: การพนัน แอลกอฮอล์ และการชิงโชคกับบทบาทของสื่อไทย
- รอบที่ 23/1 ฟุตบอลยูโร 2008: การพนันและการชิงโชคทางเว็บไซต์และอดิโอเท็กซ์
- รอบที่ 23/2 ฟุตบอลยูโร 2008: การพนันและการชิงโชคทางสื่อหนังสือพิมพ์และวิทยุกระจายเสียง
- รอบที่ 59 SMS และฟุตบอลยูโร 2012
- รอบที่ 81 เนื้อหาการพนันฟุตบอลโลก 2014 ในสื่อมวลชน

โดยทุกครั้ง มีเดียมอนิเตอร์ จะร่วมมือกับองค์การภาคนำเสนอผลการศึกษาสู่สาธารณะผ่านสื่อของโครงการและสื่อต่างๆ ซึ่งมีสื่อนำเสนอสาระสำคัญของผลการศึกษา ไปเผยแพร่ต่อ ดังตัวอย่าง “พาดหัว” ของสื่อที่อ้างอิงที่มาจากผลการศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์ ดังต่อไปนี้

Media Monitor ดึงสื่อธุรกิจกลายเป็นปัจจัยขับเคลื่อนวัฒนธรรมการบริโภคอบายมุข (Highlights form Events, 13 กรกฎาคม 2558)

มีเดียมอนิเตอร์พบ “หนังสือพิมพ์กีฬา” มีเนื้อหา “การพนันบอลโลก 2014” มากที่สุด เสนอให้ม็กลไกการกำกับดูแลสื่อและสื่อสารการพนันกีฬาทุกประเภท (สำนักข่าวอิศรา, 5 สิงหาคม 2557)

มีเดียมอนิเตอร์พบ หนังสือพิมพ์กีฬา มีเนื้อหาที่นำไปใช้ในการพนันฟุตบอลโลก 2014 มากกว่าสื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุกระจายเสียง (เว็บไซต์มีเดียมอนิเตอร์, 4 กรกฎาคม 2557)

มีเดียมอนิเตอร์พบ “หนังสือพิมพ์กีฬา” มีเนื้อหา “การพนันบอลโลก 2014” มากที่สุด เสนอให้ม็กลไกกำกับดูแลสื่อและสื่อสารการพนันกีฬาทุกประเภท (MGR Online, 13 มกราคม 2554)

บทสรุปที่สำคัญจากผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพนันในการแข่งขันฟุตบอลที่ทางมีเดียมอนิเตอร์ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ชี้ให้เห็นว่า สื่อต่างๆ ยังคงมีการนำเสนอเนื้อหาที่เชื่อได้ว่าจะนำไปสู่การพนัน โดยเฉพาะระยะหลังที่สื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในฐานะช่องทางใหม่ที่นำผู้รับสื่อเข้าถึงการพนันได้มากขึ้น ทั้งในระดับเนื้อหา คือเผยแพร่ข้อมูลการพนัน เช่น อัตราต่อรอง คำทำนายผล เป็นต้น หรือเป็นช่องทางเพื่อการพนัน เช่น การระบุสถานที่ที่สามารถเล่นพนันได้ วิธีการเล่นพนัน เป็นต้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายสำคัญคือ เด็กและวัยรุ่น ดังผลการศึกษาของศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ทำการสำรวจพฤติกรรมและผลกระทบจากการเล่นการพนันในประเทศไทย เมื่อปี 2556 พบว่า ร้อยละ 28.97 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา ระบุว่าเกมพนันที่เล่นมากสุดในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาคือ ไพ่ ร้อยละ 67.16 รองลงมาคือ บิงโก ร้อยละ 29.60 หวยใต้ดิน ร้อยละ 27.27 สลากกินแบ่งรัฐบาล ร้อยละ 26.04 และเกมพนันฟุตบอล ร้อยละ 19.76 ซึ่งวงเงินพนันฟุตบอลเฉลี่ยอยู่ที่ 36,000 บาท ต่อคนต่อปี ช่องทางการเล่นนิยมผ่านเจ้ามือ รองลงมาเล่นกันเองกับเพื่อน แทงพนันผ่านเว็บไซต์ โดย นักศึกษาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล นิยมเล่นพนันฟุตบอลผ่านเว็บไซต์มากกว่าต่างจังหวัด ทั้งนี้ ศูนย์ ศึกษาศึกษาปัญหาการพนัน ยังระบุว่า เมื่อมีการแข่งขันฟุตบอลในฤดูกาลต่างๆ จะเกิดนักเล่นหน้าใหม่ทุกครั้ง ในส่วนของกลุ่มประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป พบว่ามีการพนันฟุตบอลร้อยละ 9.41 เฉลี่ยเล่นมานานกว่า 6 ปี วงเงินเฉลี่ยทั้งปี 260,000 บาทต่อคน

แม้ว่าการพนันฟุตบอลนั้นสามารถเล่นได้เกือบตลอดทั้งปี เพราะมีการแข่งขันต่างๆ จากทั่วโลกอยู่ แทบทุกวัน แต่การแข่งขันฟุตบอลที่ประชาชนและสื่อมวลชนให้ความสนใจมากเป็นพิเศษคือ การแข่งขันฟุตบอลระดับนานาชาติ ที่จัดโดยสมาพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ (FIFA) อาทิ ฟุตบอลโลก ฟุตบอลยูโร ฟุตบอลเอเชียนคัพ เป็นต้น เนื่องจากเป็นการแข่งขันรายการสำคัญ และไม่ได้จัดขึ้นบ่อย ผู้เข้าร่วมคือทีมชาติต่างๆ ที่เป็นสมาชิก ผู้ชนะจะได้รับรางวัลและเกียรติยศมากกว่ารายการอื่นๆ สำหรับประเทศไทยนั้น การแข่งขันที่ได้รับความนิยมมากคือ ฟุตบอลโลก และฟุตบอลยูโร โดยในส่วนของฟุตบอลยูโร แม้จะเป็น การแข่งขันชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป คือ เป็นการแข่งขันระหว่างทีมในทวีปยุโรปเท่านั้น ซึ่งไทยไม่มีส่วน เกี่ยวข้อง แต่จากการที่คนไทยจำนวนหนึ่งมีการติดตามการแข่งขันฟุตบอลลีกยุโรปมาโดยตลอด ทำให้เกิด ความคุ้นเคยกับนักฟุตบอลยุโรป และเกิดความรู้สึกอยากติดตามดูการแข่งขันในระดับนานาชาติด้วย ซึ่ง การแข่งขันฟุตบอลยูโร จะจัดขึ้นทุกๆ 4 ปี และการแข่งขันครั้งล่าสุดคือ ฟุตบอลยูโร 2016 จัดการแข่งขันที่ ประเทศฝรั่งเศส ระหว่างวันที่ 10 มิถุนายน – 10 กรกฎาคม 2559 โดยการแข่งขันครั้งนี้มีความแตกต่างจาก ครั้งก่อนๆ ตรงที่เพิ่มจำนวนทีมเข้าแข่งขันเป็น 24 ทีม จากเดิมครั้งก่อนๆ กำหนดไว้ที่ 16 ทีม ทั้งนี้ ในส่วน ของประเทศไทย “ช่อง 3” เป็นฟรีทีวีเพียงสถานีเดียวที่ได้สิทธิ์ในการออกอากาศจำนวน 20 นัด ตั้งแต่รอบ แรกไปจนถึงนัดชิงชนะเลิศ

เนื่องจากการแข่งขันรายการฟุตบอลระดับนานาชาติครั้งสำคัญๆ รวมถึงฟุตบอลยูโร มักได้รับความ สนใจจากประชาชนและสื่อมวลชนเป็นจำนวนมาก ทำให้มีความกังวลว่าจะทำให้ระดับการเล่นพนัน ฟุตบอลเพิ่มมากขึ้น สื่อมวลชนอาจถือโอกาสใช้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพนันเป็นจุดขาย ขณะที่ประชาชน บางส่วนอาจเริ่มทดลองเล่นการพนันฟุตบอลจากรายการเหล่านี้ เพราะเห็นว่าเป็นรายการดัง และมีข้อมูล ช่วยตัดสินใจจำนวนมาก ประกอบกับการแข่งขันเป็นแบบทัวร์นาเมนต์ใช้ระยะเวลาเพียง 1 เดือน บางส่วน จึงคิดว่าเพียงช่วงระยะเวลาสั้นๆ ไม่ทำให้เกิดการติดพนัน ลักษณะความคิดเช่นนี้ ทำให้เกิดนักพนันหน้า ใหม่มากขึ้นในช่วงเทศกาลฟุตบอลรายการสำคัญๆ

ด้วยเหตุนี้ โครงการมีเดียมอนิเตอร์ มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา จึงเห็นสมควรจัดทำโครงการวิเคราะห์เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์ เพื่อดำเนินการศึกษาวิเคราะห์สื่อหลักและสื่อออนไลน์ที่เป็นหน่วยการศึกษา ว่าในช่วงที่มีการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ได้มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพนันและการชิงโชคมากน้อยเพียงใดและในลักษณะใด เพื่อให้ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ ได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาการพนันต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ผลการศึกษาครั้งนี้ยังมีความต่อเนื่องกับงานการศึกษาเกี่ยวกับการพนันฟุตบอลของโครงการมีเดียมอนิเตอร์ในอดีต ซึ่งส่งผลดีให้โครงการสามารถพัฒนาวิธีการมอนิเตอร์ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสื่อและสังคม ในช่วงของการแข่งขันกีฬาสำคัญเช่นนี้ในอนาคต

## วัตถุประสงค์การศึกษา

1. ศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาการพนันในสื่อที่เป็นหน่วยการศึกษา
2. สรุปรวการนำเสนอการรณรงค์ต่อต้านการพนันและการชิงโชคในสื่อหลักที่ศึกษา
3. สรุปรวเว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊ก ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพนันด้วยการใช้คำสำคัญ
4. ศึกษาวิเคราะห์การนำเสนอของกลุ่มสื่อในเครือสยามสปอร์ตและสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย
5. จัดทำข้อเสนอต่อหน่วยงาน/องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาการนำเสนอเนื้อหาการพนันกีฬาในสื่อและสื่อมวลชน

## หน่วยการศึกษา

หน่วยการศึกษาครั้งนี้คือ สื่อ โดยกำหนดหน่วยสำหรับการสังเกตตามช่วงเวลา ขอบเขตของการศึกษา ได้แก่ เนื้อหาการพนันและชิงโชคใน 6 สื่อ ได้แก่

1. สื่อโทรทัศน์ จำนวน 6 ช่อง ได้แก่
  - สถานีที่ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด จำนวน 3 ช่อง คือ 3 Family, 3SD และ 3HD
  - สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่ได้รับความนิยมใน 3 อันดับแรกในช่วงเวลาที่ศึกษา จำนวน 2 ช่อง คือ 7HD และ Workpoint
  - สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม จำนวน 1 ช่อง คือ SMM TV ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ในเครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย
2. สื่อวิทยุกระจายเสียง/ออนไลน์ 3 สถานี ประกอบด้วย 2 คลื่นกีฬา (FM 96 Sport Radio และ FM 99 Active Radio) และ 1 วิทยุออนไลน์ (NR Sports Radio บนหน้าเว็บไซต์ nrsportsradio)
3. หนังสือพิมพ์รายวัน 4 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ คมชัดลึก และข่าวสด
4. หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน 6 ฉบับ ได้แก่

- หนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ตซินดิเคท จำนวน 5 ฉบับ คือ สยามกีฬารายวัน สปอร์ตแมน สปอร์ตพูล สตาร์ชอคเกอร์ และตลาดลูกหนัง
- หนังสือพิมพ์กีฬานอกเครือสยามสปอร์ตซินดิเคท จำนวน 1 ฉบับ คือ ฮอตสกอว์ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์กีฬาออนไลน์

#### 5. สื่อออนไลน์ 2 สื่อ ได้แก่

- เว็บไซต์ ประกอบด้วย 1) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับฟุตบอลยูโร 2016 จากการค้นหาด้วยคำสำคัญ และ 2) เว็บไซต์สยามสปอร์ต
- เพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) ประกอบด้วย 1) เพจเฟซบุ๊กที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับฟุตบอลยูโร 2016 จากการค้นหาด้วยคำสำคัญ และ 2) เพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต

## วิธีการศึกษา

การศึกษารั้วนี้ ได้ใช้เกณฑ์การศึกษาระดับเนื้อหาการพนัน เช่นเดียวกับการศึกษาฟุตบอลโลก 2014 คือ เกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหา IPHG โดย

I คือ General Information หรือ ข้อมูลทั่วไป เช่น ตารางการแข่งขัน ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน การวิเคราะห์ตัวผู้เล่น แผนการเล่น ฯลฯ

P คือ Prediction เป็นการคาดการณ์ หรือการทำนายผลการแข่งขัน การชนะ-แพ้ โดยไม่ระบุว่า จะชนะ จะแพ้ เท่าไร

H คือ Handicap เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอัตราต่อรอง เบอร์เซนต์ความได้เปรียบเสียเปรียบ โอกาสยิงประตู รวมทั้งข้อความในลักษณะชักชวนให้เล่นพนัน

G คือ Gambling หมายถึง ข้อมูลเพื่อการพนันบอล เช่น แหล่งรับพนัน หมายเลขบัญชีของแหล่งรับพนัน การโอนเงิน ฯลฯ

นอกจากนี้ ยังกำหนดให้มีการวิเคราะห์เนื้อหาที่เป็นการรณรงค์ต่อต้านการพนันในบอลยูโร 2016 และเนื้อหาเกี่ยวกับการชิงโชคในบอลยูโร 2016 ด้วย

### ระยะเวลาในการศึกษา

กำหนดช่วงเวลาที่ศึกษาเป็น 2 ช่วง ตามรอบการแข่งขัน และประเภทสื่อ ดังนี้

ช่วงที่ 1 ศึกษาวันที่ 10, 12, 14 และ 16 มิถุนายน พ.ศ.2559 ซึ่งอยู่ในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 เป็นรอบแบ่งกลุ่มนัดแรก โดยศึกษาเฉพาะสื่อหลัก ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน เพื่อให้เห็นข้อมูลและทิศทางที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขัน

ช่วงที่ 2 ศึกษาวันที่ 10, 17, 24 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2559 ซึ่งเป็นการศึกษาในทุกวัน ศุกร์ตั้งแต่วันเปิดการแข่งขันไปจนถึงรอบก่อนรองชนะเลิศ โดยศึกษาในทุกประเภทสื่อ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน และสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ และ เฟซบุ๊ก เพื่อให้เห็นข้อมูลในสิ่งที่ศึกษา และทิศทางที่เปลี่ยนแปลงไปในทุกสัปดาห์ จากวันแรกของฟุตบอลยูโร 2016

## แนวคิดในการศึกษา

### 1. พระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478

พระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๔๗๘ ได้ระบุถึงลักษณะการเล่นหรือการพนันที่มีลักษณะต้องห้ามต่างๆ ตามบัญชี ก. หรือต้องมีการขออนุญาตก่อน ตามบัญชี ข. อย่างไรก็ตาม ในส่วนข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสื่อ/สื่อมวลชน คือมาตรา ๑๒ ซึ่งเป็นการห้ามการโฆษณาเพื่อชักชวนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้ผู้อื่นเล่นพนันซึ่งไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าหน้าที่ ดังนี้

“มาตรา ๑๒ ผู้ใดจัดให้มีการเล่น หรือทำอุบายล่อ ช่วยประกาศโฆษณาหรือชักชวนโดยทางตรงหรือทางอ้อมให้ผู้อื่นเข้าเล่นหรือเข้าพนันในการเล่นซึ่งมิได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานหรือรับอนุญาตแล้วแต่เล่นพลิกแพลง หรือผู้ใดเข้าเล่นหรือเข้าพนันในการเล่นอันขัดต่อบทแห่งพระราชบัญญัตินี้ หรือกฎกระทรวง หรือข้อความในใบอนุญาต ผู้นั้นมีความผิดต่อไปนี้

(๑) ถ้าเป็นความผิดในการเล่นตามบัญชี ก. หมายเลข ๑ ถึงหมายเลข ๑๖ หรือ การเล่นตามบัญชี ข. หมายเลข ๑๖ เฉพาะสลากกินรวบ หรือการเล่นซึ่งมีลักษณะคล้ายกันนี้ ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ ๓ เดือนขึ้นไปจนถึง ๓ ปี และปรับตั้งแต่ ๕๐๐ บาท ขึ้นไปจนถึง ๕,๐๐๐ บาท ด้วยอีกโทษหนึ่ง เว้นแต่ผู้เข้าเล่นหรือเข้าพนันที่เรียกว่าลูกค้า ให้จำคุกไม่เกิน ๓ ปี หรือปรับไม่เกิน ๕,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(๒) ถ้าเป็นความผิดในการเล่นอื่นใดตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๒ ปี หรือปรับไม่เกิน ๒,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ เว้นแต่ความผิดตามมาตรา ๔ ทวิ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือปรับไม่เกิน ๑,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

จะเห็นได้ว่า พระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๔๗๘ ไม่ได้กำหนดความผิดสำหรับการเล่นหรือการพนันที่ไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าหน้าที่เพียงเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงการทาย หรือทำนายผลด้วย ดังที่ระบุไว้ในมาตรา ๔ ทวิ

“มาตรา ๔ ทวิ ในการเล่นอื่นใดนอกจากที่กล่าวในมาตรา ๔ จะพนันกันหรือจะจัดให้มีเพื่อให้พนันกันได้เฉพาะการเล่นที่ระบุชื่อและเงื่อนไขไว้ในกฎกระทรวง

คำว่า “การเล่น” ในวรรคก่อน ให้หมายความรวมถึงการทายและการทำนายด้วย”

## 2. แนวปฏิบัติในการรายงานข่าวกีฬา สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ

เพื่อให้การรายงานข่าวกีฬามีคุณภาพตามวัตถุประสงค์ เป้าหมายและมาตรฐานการเล่นกีฬาให้เป็นที่ยอมรับระดับสากล สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติได้จัดทำแนวปฏิบัติให้ผู้สื่อข่าวกีฬามีอาชีพควรยึดถือในการรายงานข่าวกีฬาเพื่อส่งเสริมมาตรฐานการกีฬาของประเทศในหลายประเด็น อาทิ ความเที่ยงตรงและเป็นธรรม ความสร้างสรรค์ ความเท่าเทียม ฯลฯ โดยได้มีการระบุถึงการรายงานข่าวกีฬาที่มีลักษณะไม่ซื่อสัตย์หรือชักจูงสู่การพนันเอาไว้ดังนี้

### ข้อ 5 การไม่ซื่อสัตย์และชักจูงไปสู่การพนัน

**ผู้สื่อข่าวกีฬาควรคำนึงถึงโอกาสและความละเอียดอ่อนที่การเสนอข่าวกีฬาอาจนำมาซึ่งการพนันอันไม่พึงประสงค์ได้เสมอ ผู้สื่อข่าวจึงต้อง**

5.1) **เพิ่มความระมัดระวังการรายงานข่าว การวิเคราะห์การแข่งขันเกี่ยวกับแต้มต่อ อัตราต่อรอง ไม่ให้น้ำหนักโน้มเอียง ซักถาม หรือชักจูงไปในทางการพนัน หรือคล้อยตามในทางที่ไม่ดีงาม**

5.2) **ไม่ระบุหรือชี้ช่องทางเพื่อนำไปสู่การพนันทุกรูปแบบอย่างสิ้นเชิง**

## 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ อ้างถึงผลงานการศึกษาก่อนหน้านี้ของมีเดียมอนิเตอร์ ซึ่งมี 4 งานการศึกษา คือ 1) ฟุตบอลโลก 2006 : การพนัน แอลกอฮอล์ และการชิงโชค กับบทบาทสื่อไทย 2) ฟุตบอลยูโร 2008 : การพนันและการชิงโชคทางสื่อวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์และออดิโอเท็กซ์ 3) ฟุตบอลยูโร 2012 : SMS และฟุตบอลยูโร 2012 4) ฟุตบอลโลก 2014 : เนื้อหาการพนันฟุตบอลโลก 2014 ในสื่อมวลชน

ทั้งนี้ การศึกษาใน 3 ครั้งแรก ใช้เกณฑ์ G1-G2-G3-G4 โดย G1 คือ ข้อมูลทั่วไป หมายถึง เนื้อหาประเภทการรายงานผลการแข่งขันหรือข้อมูลหลังจากการแข่งขันสิ้นสุดแล้ว, ข่าวหรือบทความเกี่ยวกับวงการฟุตบอล ฯลฯ G2 คือ ข้อมูลที่ต้องนำไปตีความก่อนการพนัน หมายถึง เนื้อหาประเภทรายงานข้อเท็จจริงของทีมก่อนการแข่งขัน เช่น สภาพความพร้อมของทีม รายชื่อผู้เล่น สถิติการแข่งขันที่ผ่านมา เป็นต้น G3 คือ ข้อมูลที่นำไปใช้ในการพนันได้ทันทีโดยไม่ต้องตีความ เช่น ความคิดเห็น การคาดการณ์เกี่ยวกับเกมการแข่งขัน การทำนายผล อัตราต่อรอง และการให้ทรรศนะว่าควรเล่นทีมใด ข้อมูลเหล่านี้ถูกนำเสนอก่อนการแข่งขัน จึงสามารถนำไปใช้เล่นพนันได้ โดยไม่ต้องอาศัยการวิเคราะห์อีก G4 คือ ข้อมูลเพื่อการรับแทงพนันโดยตรง เช่น หมายเลขบัญชีธนาคาร หมายเลขโทรศัพท์ ขั้นตอน วิธีการโอนเงิน การจดทะเบียนผู้เล่น เป็นต้น

ต่อมาในฟุตบอลโลก 2014 ซึ่งอยู่ในช่วงเดียวกับปีที่ กสทช. จัดให้มีการประมูลเพื่อดำเนินการโทรทัศน์ธุรกิจภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล ที่ทำให้มีผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ มากขึ้น การแข่งขัน

นำเสนอเนื้อหาด้านการแข่งขันกีฬาจึงมีมากขึ้น จนคณะกรรมการวิชาการของมีเดียมอนิเตอร์ เห็นว่า เนื้อหาที่เคยถูกตีความว่าเข้าข่ายการพนัน อาจเป็นเนื้อหาระดับการสื่อสารข้อมูล จึงเป็นเหตุให้มีการปรับปรุงเกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหาการพนันเป็น เกณฑ์ IPHG โดย I คือ General Information หรือ ข้อมูลทั่วไป เช่น ตารางการแข่งขัน ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน การวิเคราะห์ตัวผู้เล่น แผนการเล่น ฯลฯ P คือ Prediction เป็นการคาดการณ์ หรือการทำนายผลการแข่งขันว่าจะชนะหรือแพ้ แต่ไม่ระบุแต้ม หรือประตู H คือ Handicap เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอัตราต่อรอง เปอร์เซ็นต์ความได้เปรียบเสียเปรียบ โอกาสยิงประตู ฯลฯ G คือ Gambling หมายถึง ข้อความในลักษณะชักชวนให้เล่นพนัน ข้อมูลเพื่อการรับพนันบอลโดยตรง เช่น แหล่งรับพนัน หมายเลขบัญชีของแหล่งรับพนัน เป็นต้น

แม้เกณฑ์การวิเคราะห์จะมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ แต่วัตถุประสงค์การศึกษา จะค่อนข้างเหมือนกัน คือ ต้องการค้นหา “เนื้อหาการพนัน” ในสื่อที่ศึกษา โดยบางปี มีการศึกษาเนื้อหา “การชิงโชค” ในเทศกาลฟุตบอลที่ศึกษาด้วย

ส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ คือ ช่วงวันเวลาที่ศึกษา และการคัดเลือกสื่อที่เป็นหน่วยการศึกษา ซึ่งโดยทั่วไป มีเดียมอนิเตอร์มักเลือก ประเภทสื่อ ที่เป็นที่นิยม หรือ ที่คาดว่าจะ เป็นแหล่งข้อมูลที่สนับสนุนหรือเป็นช่องทางในการพนัน ดังนั้น ประเภทของสื่อที่ศึกษา จึงสะท้อน สภาพสื่อ และความนิยมในสื่อ ในแต่ละยุคสมัยของการศึกษาได้ด้วย ดังนี้

ในฟุตบอลโลก 2006 ทำการศึกษาในช่วงวันที่ 9-15 มิถุนายน 2549 สื่อที่เป็นหน่วยการศึกษา คือ ฟรียีทีวี (ช่อง 3-5-7-9-11-ITV) คลื่นวิทยุกีฬา FM 98 (Sport Online) FM 99 (คลื่นเมืองไทยแข็งแรง เพื่อคนรักกีฬา) และ FM 105 (Sport Radio) หนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ คมชัดลึก ผู้จัดการ มติชน และข่าวสด หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ได้แก่ สปอร์ตพูล, สปอร์ตแมน, คิกออฟ และสตาร์ซ็อคเกอร์ เว็บไซต์ภาษาไทยที่มีเนื้อหากีฬาโดยตรง บริการข้อความเสียงและข้อความสั้นผ่านมือถือ (Audio Text /SMS) เมื่อวิเคราะห์ย้อนหลัง จะเห็นว่าสะท้อนว่าสื่อหลัก คือ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์รายวัน รวมทั้ง หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน แต่มี Audio Text /SMS เป็นสื่อรอง และเว็บไซต์เริ่มเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารของสังคมและในการพนันบอล

ใน ฟุตบอลยูโร 2008 ทำการศึกษาในช่วงเดือน มิถุนายน 2549 สื่อที่เป็นหน่วยการศึกษา คือ คลื่นวิทยุกีฬา FM 98 (Sport Online) FM 99 (คลื่นเมืองไทยแข็งแรง เพื่อคนรักกีฬา) และ FM 105 (Sport Radio) หนังสือพิมพ์รายวัน คือ ไทยรัฐ เดลินิวส์ คมชัดลึก ผู้จัดการ มติชน และข่าวสด หนังสือพิมพ์กีฬา คือ สยามกีฬารายวัน, สปอร์ตพูล, สปอร์ตแมน, คิกออฟ และสตาร์ซ็อคเกอร์ เว็บไซต์ภาษาไทยที่มีเนื้อหา กีฬาโดยตรง บริการข้อความเสียงและข้อความสั้นผ่านมือถือ (Audio Text /SMS) จะเห็นว่าสื่อที่ศึกษา ค่อนข้างใกล้เคียงกับในครั้งบอลโลก 2006 แต่ไม่มีการศึกษาสื่อโทรทัศน์

ใน ฟุตบอลยูโร 2012 ทำการศึกษาในช่วงเดือน มิถุนายน 2555 เน้นการศึกษาข้อความสั้นผ่าน โทรศัพท์มือถือ (Audio Text /SMS) โดยคัดเลือกหน่วยการศึกษาจากโฆษณาสมัครรับ Audio Text /SMS

เกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2012 ทางโทรศัพท์มือถือ ที่ปรากฏใน หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ได้แก่ สยามกีฬา รายวัน, สปอร์ตพูล, สปอร์ตแมน, คิกออฟ, ตลาดลูกหนัง และ เจาะเกม สำหรับเว็บไซต์สืบค้นผ่าน www.google.com ด้วยคำสำคัญ คือ ฟุตบอลยูโร พนันฟุตบอล ที่ได้ฟุตบอล SMS ฟุตบอลยูโร และบอล ชุดฟุตบอลยูโร 2012 พบข้อมูลแหล่งสมัครรับข้อความสั้นจาก www.zeanstep.com และ www.guideball.com จากนั้นจึงทำการสมัครรับข้อความสั้น เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่ผู้ให้บริการส่งมา ตามเกณฑ์การศึกษาที่ใช้ คือ G1 G2 G3 G4 หน่วยการศึกษาคั้งนี้ สะท้อนว่า Audio Text /SMS มีบทบาท สำคัญในการให้ข้อมูล และพนันบอล

ใน ฟุตบอลโลก 2014 ทำการศึกษาในช่วงเดือน มิถุนายน – กรกฎาคม 2557 เป็นอีกครั้งที่ กลับมาศึกษาสื่อหลัก คือ วิทยูกระจายเสียง โทรศัพท์ซึ่งศึกษาหลังจากช่วงที่ กสทช.เปิดประมูลและให้ ใบอนุญาตการประกอบกิจการธุรกิจของโทรศัพท์นิติจิตอลภาคพื้นดินในช่วงเดือนเมษายน 2557 ซึ่งเป็นช่วง การทดลองออกอากาศ และเริ่มออกอากาศจริงในเดือนมิถุนายน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ทำการศึกษา ส่วนสื่อ สิ่งพิมพ์ศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน การมีสื่อโทรศัพท์นิติจิตอลจำนวนมาก ทำให้มีการแข่งขันกัน นำเสนอเนื้อหากีฬา อันเป็นเหตุให้มีเดียมอนิเตอร์ปรับเกณฑ์การศึกษาวเคราะห์เนื้อหาการพนันเป็น IPHG ดังได้กล่าวแล้วข้างต้น โดยใน ฟุตบอลโลก 2014 นับเป็นครั้งแรกที่มีการจัดช่วงเวลาการศึกษา ตามรอบ การแข่งขัน กล่าวคือ ทำการศึกษาในช่วง การแข่งขันรอบ 32 ทีม กับ รอบ 8 ทีม

เปรียบเทียบผลการศึกษาเนื้อหาการพนันและการชิงโชคที่ดำเนินการมาในการศึกษาทั้ง 4 ครั้ง

เปรียบเทียบเนื้อหาเกี่ยวกับการพนันจากการศึกษาทั้ง 4 ครั้ง				
สื่อที่ศึกษา	ฟุตบอลโลก 2006	ฟุตบอลยูโร 2008	ฟุตบอลยูโร 2012	ฟุตบอลโลก 2014
โทรศัพท์	สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีทั้ง 6 ช่องที่ศึกษา มีเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้โดยไม่ต้องตีความ (G3)	ไม่ได้ทำการศึกษา	ไม่ได้ทำการศึกษา	สถานีโทรทัศน์ช่องที่ศึกษาทั้งกลุ่มดิจิตอลและทีวีดาวเทียมช่องกีฬา ในภาพรวมเน้นการให้ข้อมูลทั่วไป (I) เป็นหลัก ในรอบ 32 ทีม พบเนื้อหาประเภทการทำนายผล (P) เฉพาะในช่อง 7 และช่อง 8 ขณะที่รอบ 8 ทีม พบใน 3 ช่อง คือ ช่อง FIFA World Cup, T-Sport และ ช่อง MCOT HD โดยทั้ง 2 ช่องไม่พบเนื้อหาอัตราต่อรอง (H)

เปรียบเทียบเนื้อหาเกี่ยวกับการพนันจากการศึกษาทั้ง 4 ครั้ง				
สื่อที่ศึกษา	ฟุตบอลโลก 2006	ฟุตบอลยูโร 2008	ฟุตบอลยูโร 2012	ฟุตบอลโลก 2014
				และข้อมูลเพื่อการรับพนันบอล (G)
วิทยุ	สถานีวิทยุทั้ง 3 คลื่น มีเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้โดยไม่ต้องตีความ (G3)	สถานีวิทยุทั้ง 3 คลื่นที่ศึกษา พบเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้ โดยไม่ต้องตีความ (G3) เช่นเดียวกับการศึกษาปี 2006	ไม่ได้ทำการศึกษา	ในภาพรวมพบเนื้อหาประเภทข้อมูลทั่วไป (I) เป็นหลัก ในรอบ 32 ทีม พบเนื้อหาประเภทการทำนายผล (P) ใน FM 96 สเปนเรดิโอ (2 รายการ) และ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ (4 รายการ) ส่วนในรอบ 8 ทีม พบการทำนายผล (P) เฉพาะในคลื่น FM 99 แอคทีฟเรดิโอ (5 รายการ) ส่วนอัตราต่อรอง (H) พบเฉพาะในรอบ 32 ทีม เฉพาะคลื่น FM 99 แอคทีฟเรดิโอ (2 รายการ) และไม่พบประเภทข้อมูลเพื่อการรับพนันบอล (G) ทั้ง 3 คลื่น
หนังสือพิมพ์รายวัน	มี 4 ฉบับจาก 6 ฉบับที่ศึกษามีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้ทันที โดยไม่ต้องตีความอีก (G3) คือ ไทยรัฐ, เดลินิวส์, คมชัดลึก และผู้จัดการ ขณะที่มติชนพบเพียงข้อมูลที่ต้องตีความก่อนการนำไปใช้ในการพนัน (G2) และข่าวสดพบเพียงการให้ข้อมูลทั่วไป (G1)	หนังสือพิมพ์ทั้ง 6 ฉบับ นำเสนอเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้อย่างไม่ต้องตีความ (G3) ต่างจากผลการศึกษาในปี 2006 ที่พบเพียง 4 ฉบับ	ไม่ได้ทำการศึกษา	ไม่ได้ทำการศึกษา



เปรียบเทียบเนื้อหาเกี่ยวกับการพนันจากการศึกษาทั้ง 4 ครั้ง				
สื่อที่ศึกษา	ฟุตบอลโลก 2006	ฟุตบอลยูโร 2008	ฟุตบอลยูโร 2012	ฟุตบอลโลก 2014
หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน	หนังสือพิมพ์กีฬารายวันทั้ง 6 ชื่อฉบับ นำเสนอเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้อย่างไม่ต้องตีความ (G3)	มีหนังสือพิมพ์กีฬาจำนวน 4 ฉบับ คือ สปอร์ตแมน สปอร์ตพูล ดิกออฟ และเจาะเกมส์ ที่นำเสนอข้อมูลที่น่าไปสู่การแทงพนัน (G4) ขณะที่ สยามกีฬา รายวัน และสตาร์ชอคเกอร์ เสนอเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้อย่างไม่ต้องตีความ (G3) ต่างจากผลการศึกษาปี 2006 ที่ทั้ง 6 ฉบับเป็นเนื้อหา ระดับ G3	ไม่ได้ทำการศึกษา	ภาพรวมพบเนื้อหาประเภทอัตราต่อรอง (H) เพิ่มขึ้น จากร้อยละ 38 ในรอบ 32 ทีม เป็น ร้อยละ 49 ในรอบ 8 ทีม โดยพบมากในหนังสือพิมพ์ตลาดลูกหนัง และเจาะเกมส์ ส่วนเนื้อหาประเภทข้อมูลทั่วไป (I) มีแนวโน้มลดลง จากร้อยละ 51 ในรอบ 32 ทีม เป็นร้อยละ 47 ในรอบ 8 ทีมสุดท้าย ส่วนเนื้อหาประเภทการทำนายผล (P) พบว่ามีสัดส่วนโดยเฉลี่ยทั้งสองรอบใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 4 โดยพบในทุกฉบับ ยกเว้นตลาดลูกหนัง ทั้งนี้ ไม่พบเนื้อหาประเภทข้อมูลเพื่อการรับพนันบอล (G) ทั้งใน 5 ชื่อฉบับที่ศึกษา
อินเทอร์เน็ต	ทุกเว็บไซต์ที่ศึกษา มีข้อมูลที่ สามารถนำไปใช้ในการพนันได้ (G2-G3) และ บางเว็บไซต์ก็มีข้อมูลเพื่อรับแทงพนันเช่นกัน (G4)	จาก 43 เว็บไซต์ที่ศึกษา มีเพียง 1 เว็บไซต์ที่ไม่มีเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้ ซึ่งเป็นจำนวนที่ใกล้เคียงกับผลการศึกษาในปี 2006 ในจำนวนนี้ 8 เว็บไซต์ มีข้อมูลเพื่อรับแทงพนันโดยตรง (G4)	ไม่ได้ทำการศึกษา	ไม่ได้ทำการศึกษา
Audio	พบว่าทั้งบริการข้อความ	พบว่าทั้ง บริการ	SMS ที่พบทั้งในสื่อ	ไม่ได้ทำการศึกษา

เปรียบเทียบเนื้อหาเกี่ยวกับการพนันจากการศึกษาทั้ง 4 ครั้ง				
สื่อที่ศึกษา	ฟุตบอลโลก 2006	ฟุตบอลยูโร 2008	ฟุตบอลยูโร 2012	ฟุตบอลโลก 2014
Text/SMS	เสียง/ บริการข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือที่ศึกษา ต่างมีเนื้อหาสนับสนุนการเล่นพนัน	ข้อความเสียง/ บริการข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือที่ศึกษา ต่างมีเนื้อหาสนับสนุนการเล่นพนัน ไม่ต่างจากผลการศึกษาในปี 2006	หนังสือพิมพ์และสื่อเว็บไซต์มีเนื้อหาสนับสนุนการเล่นพนันไม่ต่างจากผลการศึกษาในปี 2006 และปี 2008 โดยเนื้อหาที่พบสามารถนำไปใช้ในการพนันโดยไม่ต้องตีความ (G3)	

เปรียบเทียบเนื้อหาส่งเสริมการชิงโชค จากการศึกษาทั้ง 4 ครั้ง

เปรียบเทียบเนื้อหาส่งเสริมการชิงโชค				
สื่อที่ศึกษา	ฟุตบอลโลก 2006	ฟุตบอลยูโร 2008	ฟุตบอลยูโร 2012	ฟุตบอลโลก 2014
โทรทัศน์	พบ 1 รายการ คือ Worldcup Mania ทางช่อง MCOT ให้ผู้ชมส่งไปรษณียบัตรเพื่อชิงโชค	ไม่ได้ทำการศึกษา	ไม่ได้ทำการศึกษา	ไม่ได้ทำการศึกษา
วิทยุ	ไม่พบ	ไม่พบ	ไม่ได้ทำการศึกษา	ไม่ได้ทำการศึกษา
หนังสือพิมพ์รายวัน	พบใน 5 ชื่อฉบับ คือ ไทยรัฐ, มติชน, ข่าวสด, คมชัดลึก, และเดลินิวส์ ให้ตัดชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์หรือส่งไปรษณียบัตรส่งผ่านตู้ปณ.	พบจำนวนลดเพียงเล็กน้อย จาก 5 ฉบับ ในปี 2006 เหลือ 4 ฉบับ ในการศึกษาปี 2008 ได้แก่ ไทยรัฐ, เดลินิวส์, คมชัดลึก, ข่าวสด วิธีการชิงโชคส่วนมากกำหนดให้ผู้ชิงโชคตัดคูปองและเขียนชื่อทีมที่จะได้แชมป์ส่งกลับมาที่หนังสือพิมพ์	ไม่ได้ทำการศึกษา	ไม่ได้ทำการศึกษา
หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน	พบใน นสพ.คิกออฟ เพียงฉบับเดียว	จากที่พบใน นสพ.คิกออฟเพียงฉบับเดียวใน	ไม่ได้ทำการศึกษา	ไม่ได้ทำการศึกษา

เปรียบเทียบเนื้อหาส่งเสริมการชิงโชค				
สื่อที่ศึกษา	ฟุตบอลโลก 2006	ฟุตบอลยูโร 2008	ฟุตบอลยูโร 2012	ฟุตบอลโลก 2014
		ปี 2006 ผลการศึกษา ในปี 2008 กลับพบ เนื้อหาส่งเสริมการชิง โชคเพิ่มขึ้นเป็น 4 ฉบับ ได้แก่ สยามกีฬา รายวัน, สตาร์ชอคเกอร์ , สปอร์ตพูล และคิก ออฟ		
อินเทอร์เน็ต	ไม่พบ	ไม่พบ	ไม่ได้ทำการศึกษา	ไม่ได้ทำการศึกษา
Audio Text/SMS	พบในระบบโทรศัพท์ TOT และ Hutch ให้ โทรศัพท์ไปที่หมายเลข ที่แจ้งไว้ กดหมายเลข เพื่อเล่นเกม	ไม่พบ	ไม่ได้ทำการศึกษา	ไม่ได้ทำการศึกษา

จากการศึกษาเนื้อหาการพนันในบอลโลกและบอลยูโร ทั้ง 4 ครั้ง ในปี 2006,2008,2012,2014 ของมีเดียมอนิเตอร์ อาจสรุปได้ว่า สื่อออนไลน์ และ สื่อหนังสือพิมพ์กีฬา รายวัน เป็นสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพนัน มากกว่าสื่อหลัก เช่น สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ ในขณะที่ สื่อวิทยุ และ สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงสูงด้านการลดเนื้อหาที่เอื้อต่อการพนัน อาจเป็นเพราะ จากปลายปี 2554 เป็นต้นมา มี กสทช.ทำหน้าที่กำกับดูแล ในขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์ ยังมีอยู่บ้างที่น่าเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการพนัน แต่เป็นการเปรียบเทียบเฉพาะ ในช่วงปี 2006 และ 2008 เท่านั้น อย่างไรก็ดี ในผลการศึกษาบอลลูกปี 2014 ที่มีการศึกษาเปรียบเทียบ ช่วงรอบ 32 ทีม และรอบ 8 ทีม พบว่า จำนวนรอบที่ลึกขึ้น ไม่มีผลต่อเนื้อหาการพนันที่เข้มข้นขึ้น สำหรับ สื่อวิทยุ ตรงกันข้ามกับหนังสือพิมพ์กีฬารายวันที่เนื้อหาการพนันเข้มข้นมากขึ้นเมื่อจำนวนรอบการแข่งขันเข้มข้นขึ้น

ส่วนผลการศึกษาเนื้อหาการชิงโชค ซึ่งทำการศึกษาเฉพาะใน บอลโลกปี 2006 และ บอลยูโร 2008 เมื่อเปรียบเทียบกัน พบว่า สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน มีเนื้อหาการชิงโชคมากที่สุด โดยรูปแบบที่ใช้คือ การส่งไปรษณียบัตร และ การส่งคูปอง ในขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์กีฬา รายวัน มีแนวโน้มที่จะนำเสนอเนื้อหาการชิงโชคในการแข่งขันฟุตบอลโลกและฟุตบอลยูโร เพิ่มมากขึ้น

## ส่วนที่ 2

### ผลการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์

จากโจทย์หลักในการศึกษาคือ เนื้อหาการพนัน การชิงโชค การรณรงค์ต่อต้านการพนันบอล ในสื่อที่เป็นหน่วยการศึกษา โดยกำหนดประเภทสื่อให้หลากหลาย ทั้งกำหนดช่วงเวลาการศึกษาที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มแรกเป็นการศึกษาในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขัน (วันที่10,12,14,16 มิถุนายน 2559) โดยศึกษาสื่อหลัก ได้แก่วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน กลุ่มสองทำการศึกษาทุกวันศุกร์ตลอดฤดูกาลแข่งขัน เริ่มจากวันแรกของบอลยูโร 2016 คือ วันศุกร์ที่ 10 ตามด้วยวันที่ 17, 24 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม 59) โดยสื่อที่ศึกษา คือ สื่อหลัก(วิทยุ-โทรทัศน์-หนังสือพิมพ์รายวัน) หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก โดยในกลุ่มสื่ออินเทอร์เน็ต เน้นการใช้คำสำคัญสืบค้น เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงเชิงปริมาณในแต่ละสัปดาห์จากเริ่มฤดูกาลจนถึงสิ้นสุดการแข่งขัน กลุ่มสาม เป็นการศึกษาการใช้สื่อของกลุ่มสื่อและกลุ่มธุรกิจด้านการกีฬา 2 เครือข่าย ได้แก่ สื่อในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีเดีย สื่อที่ศึกษา คือ FM96 Sport Radio และ SMMTV และ สื่อในเครือข่ายสปอร์ตซินดิเคท คือ หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน (สยามกีฬา สตาร์ ซ็อคเกอร์ สปอร์ตพูล สปอร์ตแมน และตลาดลูกหนัง) เว็บไซต์ และ เพจเฟซบุ๊ก

จึงขอเสนอผลการศึกษาเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

### ผลการศึกษาในสื่อหลัก ในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขัน (10, 12, 14, 16 มิ.ย. 59)

หน่วยที่ศึกษา ทำการศึกษาในสื่อหลัก ได้แก่

- 1) สื่อโทรทัศน์ จำนวน 6 ช่อง แบ่งเป็น สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล จำนวน 5 ช่อง ได้แก่ ช่อง 3 Family, ช่อง 3 SD, ช่อง 3 HD, ช่อง 7 HD, ช่อง Workpoint และสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม จำนวน 1 ช่อง ได้แก่ ช่อง SMMTV
- 2) สื่อวิทยุ จำนวน 3 สถานี แบ่งเป็น สถานีวิทยุแบบมีผังรายการ จำนวน 2 สถานี ได้แก่ FM 96 Sport Radio, FM 99 Active Radio และสถานีวิทยุแบบไม่มีผังรายการ เป็นวิทยุบนเว็บไซต์ จำนวน 1 สถานี ได้แก่ NR Sports Radio โดยทั้งหมดสืบค้นหน่วยการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต
- 3) สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 4 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ, เดลินิวส์, คมชัดลึก และข่าวสด

### ช่วงเวลาการศึกษา

สื่อโทรทัศน์และวิทยุศึกษาในช่วงเวลาระหว่างเวลา 15.00-23.00 น. ของวันที่เป็นหน่วยการศึกษา ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์รายวันศึกษาฉบับที่จำหน่ายในวันที่เป็นหน่วยการศึกษา จำนวน 4 วัน ได้แก่

- วันที่ 10 มิถุนายน 2559 ก่อนการแข่งขัน รอบแบ่งกลุ่มนัดแรก มีการแข่งขัน 1 คู่ คือ ฝรั่งเศส-โรมาเนีย 02.00 น.
- วันที่ 12 มิถุนายน 2559 : รอบแบ่งกลุ่มนัดแรก มีการแข่งขัน 3 คู่ ได้แก่ ตุรกี-โครเอเชีย 20.00 น. , โปแลนด์-ไอร์แลนด์เหนือ 23.00 น. , เยอรมนี-ยูเครน 02.00 น.
- วันที่ 14 มิถุนายน 2559 : รอบแบ่งกลุ่มนัดแรก มีการแข่งขัน 2 คู่ ได้แก่ ออสเตรีย-ฮังการี 23.00 น. , โปรตุเกส-ไอซ์แลนด์ 02.00 น.
- วันที่ 16 มิถุนายน 2559 : รอบแบ่งกลุ่มนัดที่สอง มีการแข่งขัน 3 คู่ ได้แก่ อังกฤษ-เวลส์ 20.00 น. , ยูเครน-ไอร์แลนด์เหนือ 23.00 น. , เยอรมนี-โปแลนด์ 02.00 น.

ผลการศึกษาตามสื่อหลัก 3 สื่อ รายละเอียดดังนี้

1. สื่อโทรทัศน์ ได้แก่

- ช่อง 3 Family

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 3 Family							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
ผู้หญิงถึงผู้หญิง	แมกกาซีน	-	1	-	-	-	-
มองรอบด้าน	วิเคราะห์ข่าว	1	-	-	-	-	-
กูรูยูโร	วิเคราะห์ฟุตบอลยูโร	1					

จำนวนรายการ พบใน 3 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ 2 รายการ ได้แก่ 1) ผู้หญิงถึงผู้หญิง 2) มองรอบด้าน เป็นรายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการกูรูยูโร 2016 มีรายละเอียด ดังนี้

- รูปแบบรายการ พบ 3 รูปแบบ ได้แก่ แมกกาซีน จำนวน 1 รายการ คือ ผู้หญิงถึงผู้หญิง, วิเคราะห์ข่าว จำนวน 1 รายการ คือ มองรอบด้าน และวิเคราะห์ฟุตบอลยูโร จำนวน 1 รายการ คือ กูรูยูโร

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 2 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) และ การทำนายผลการแข่งขัน (P) ดังนี้

- I (Information) พบใน 2 รายการ ได้แก่ รายการมองรอบด้าน และรายการกูรูยูโร 2016 เนื้อหาที่พบ ได้แก่ การนำเสนอเทคนิคการเล่นฟุตบอลและการยิงประตู ย้อนดูภาพการยิงประตูสุดสวยในอดีต ข่าวสั้น เช่น แพ้ขึ้นนักเตะ

- P (Prediction) พบใน 1 รายการ ได้แก่ รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง มีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ให้ข้อมูลจากการเสนอข่าวการวิเคราะห์ของสถาบันการเงินและการลงทุนของสหรัฐอเมริกาว่า “ฟันธงว่าเจ้าภาพฝรั่งเศสจะเป็นเต็งหนึ่งในการคว้าแชมป์” (10-06-59)
- ไม่พบ เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน และ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 3 Family							
วันที่	จำนวนรายการรวม	ประเภทเนื้อหา				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)					
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	2	1	1	-	-	-	-
12 มิ.ย. 59	1	1	-	-	-	-	-
14 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
16 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-

จำนวนรายการที่พบทาง ช่อง 3 Family มีแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ คือ จากที่พบจำนวน 2 รายการในวันที่ 10 มิ.ย. ลดเหลือเพียง 1 รายการในวันที่ 12 มิ.ย. และไม่พบเลยในการศึกษาวันที่ 14 และ 16 มิ.ย. ส่วนเนื้อหาที่พบเป็นในระดับ I ในทั้ง 2 วันที่ศึกษา และพบระดับ P ในวันที่ 10 มิ.ย. ไม่พบระดับ H และ G ในทุกวันที่ศึกษา รวมทั้งเนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนันและเนื้อหาการชิงโชค

ภาพตัวอย่าง ช่อง 3 Family



ภาพการยิงประตูสุดสวยในอดีต  
รายการ กูรูยูโร 12-06-59



ประวัตินักเตะที่เป็นตำนานของการแข่งขันยูโร  
รายการ กูรูยูโร 12-06-59

● ช่อง 3 SD

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 3 SD							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
Top Sports	เล่าข่าว	1	-	-	-	-	-
Top News	เล่าข่าว	1	-	-	-	-	-
Sport Guru	เล่าข่าว	1	-	-	-	1	-
The Football Review	แมกกาซีน	1	-	-	-	-	-
Euro 2016 Magazine	แมกกาซีน	-	1	-	-	-	-
Euro Highlight	แมกกาซีน	1	-	-	-	-	-

จำนวนรายการ พบใน 6 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ จำนวน 3 รายการ ได้แก่ 1) Tops Sports 2) Top News และ 3) Sport Guru ส่วนรายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 พบใน 3 รายการ ได้แก่ 1) ยูโร 2016 Magazine 2) ไฮไลท์ยูโร 2016 และ 3) รายการรีวิฟฟุตบอล มีรายละเอียด ดังนี้

- รูปแบบรายการ พบ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบเล่าข่าว จำนวน 3 รายการ ได้แก่ Top Sports, Top News, Sport Guru และแมกกาซีนกีฬา จำนวน 3 รายการ ได้แก่ The Football Review, Euro 2016 Magazine, Euro Highlight

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 2 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) และ การทำนายผลการแข่งขัน (P) ดังนี้

○ I (Information) พบใน 5 รายการ ได้แก่ รายการ Top News, Sport Guru, Top Sports, The Football Review และ Euro Highlight เนื้อหาที่พบ ได้แก่ รายงานโปรแกรมการแข่งขัน รายงานผลการแข่งขัน ไฮไลท์การแข่งขัน ภาพการยิงประตู สภาพความพร้อมของทีม รายชื่อนักเตะ ประวัตินักเตะ และข่าวสีสัน เช่น บรรยากาศกองเชียร์ประเทศต่าง ๆ

○ P (Prediction) พบใน 1 รายการ ได้แก่ รายการ Euro 2016 Magazine มีข้อความจากรายงานพิเศษที่ระบุว่า “ทีมเต็งแชมป์ยูโรปีนี้เป็นใคร” (10-06-59)

- เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน พบ 1 ครั้ง ในรายการ Sport Guru วันที่ 26 มิ.ย. 59 ช่วง Sport tips ผู้ประกาศข่าว พิศณุ นิลกลัด นำเสนอข่าวการตั้งสถานะในเฟซบุ๊กของ Max Warayus ที่ให้ข้อมูลว่า “ชาวพนันบอลยูโรในไทยเป็นเงินนับแสนนับล้านบาท 80% เป็นคนในวัยเรียน ลมจะจับ ต้องขอแรงทุกฝ่ายช่วยกันแล้วครับ” หลังจากนั้นผู้ประกาศจึงกล่าวแสดงความคิดเห็นต่อข้อความนี้ “เหตุผลที่วัยเรียนเป็นวัยที่มีการพนันมากที่สุดเป็นเพราะเหตุผลหลัก 2 ประการ ประการแรก ตามเชียร์ที่ชอบ และสอง คือ ตัวเองยังไม่ได้ทำงาน เลยไม่รู้ว่าการหาเงินมันยากลำบากขนาดไหน”

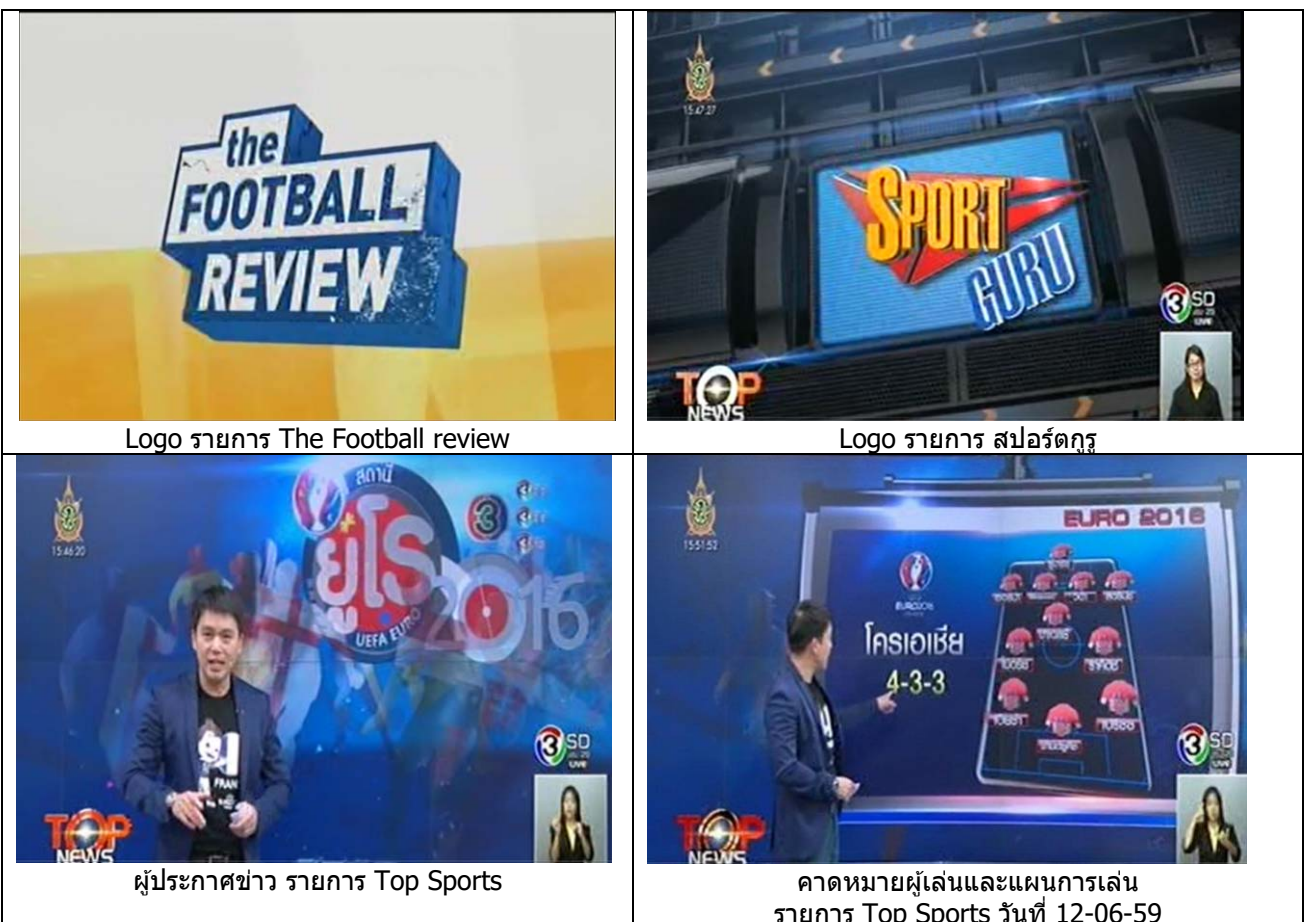
- ไม่พบ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 3 SD							
วันที่	จำนวนรายการรวม	ประเภทเนื้อหา				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)					
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	3	2	1	-	-	-	-
12 มิ.ย. 59	3	3	-	-	-	-	-
14 มิ.ย. 59	3	3	-	-	-	-	-
16 มิ.ย. 59	3	3	-	-	-	1	-

จำนวนคู่ที่แข่งขันในแต่ละวันไม่มีผลต่อจำนวนรายการที่พบในช่อง 3 SD เนื่องจากมีความคงตัวในทุกวัน คือ พบวันละ 3 รายการ มีเพียงวันที่ 10 มิ.ย. ที่พบระดับเนื้อหาทั้ง I และ P นอกนั้นเป็นเนื้อหาในระดับ I ทั้งนี้ ไม่พบเนื้อหาในระดับ H และ G รวมทั้งเนื้อหา รณรงค์ต่อต้านการพนันและเนื้อหาการชิงโชค ในทุกวันที่ศึกษา

ภาพตัวอย่าง ช่อง 3 SD







รายงานพิเศษ ทีมเยอรมนี ทีมเต็งแชมป์ยูโร 2016  
รายการ Euro 2016 Magazine 10-06-59



เนื้อหาทรงค้ำต่อการพนัน  
รายการ Sport Guru 16-06-59

- ช่อง 3 HD

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 3 HD							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
เรื่องเด่นเย็นนี้	เล่าข่าว	1	-	-	-	-	-
เรื่องเด่นเย็นนี้เสาร์-อาทิตย์	เล่าข่าว	1	-	-	-	-	-
ข่าว 3 มิติ	เล่าข่าว	-	1	-	-	-	-
แฟลชนิวส์	ข่าว	1	-	-	-	-	-
เรื่องเด่นยูโร	วิเคราะห์	-	1	-	-	-	2

จำนวนรายการ พบใน 5 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ จำนวน 4 รายการ ได้แก่ 1) เรื่องเด่นเย็นนี้ 2) เรื่องเด่นเย็นนี้เสาร์-อาทิตย์ 3) ข่าว 3 มิติ และ 4) แฟลชนิวส์ ส่วนรายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 พบ 1 รายการ ได้แก่ รายการเรื่องเด่นยูโร

- รูปแบบรายการ พบ 3 รูปแบบ ได้แก่ เล่าข่าว จำนวน 3 รายการ คือ เรื่องเด่นเย็นนี้, เรื่องเด่นเย็นนี้เสาร์-อาทิตย์, ข่าว 3 มิติ รูปแบบข่าว จำนวน 1 รายการ คือ แฟลชนิวส์ และรูปแบบวิเคราะห์ฟุตบอลยูโร จำนวน 1 รายการ คือ เรื่องเด่นยูโร

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 2 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) และ การทำนายผลการแข่งขัน (P) ดังนี้

- I (Information) พบใน 3 รายการ ได้แก่ รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ รายการเรื่องเด่นเสาร์-อาทิตย์ และรายการแฟลชนิวส์ เนื้อหาที่พบ ได้แก่ สีสันและบรรยากาศการแข่งขัน โปรแกรมแข่งขัน ผลการแข่งขัน รายชื่อนักเตะ และความพร้อมของทีม เป็นต้น

- P (Prediction) พบใน 2 รายการ ได้แก่ รายการเรื่องเด่นยูโร และรายการข่าว 3 มิติ มีผู้ดำเนินรายการ 1 คน และผู้สื่อข่าวภาคสนาม 1 คน เป็นผู้ให้ข้อมูล มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ คือ

- "ถ้าถามผม ผมก็ยังคิดว่าฝรั่งเศสมีโอกาสชนะ..." (ผู้ดำเนินรายการ, เรื่องเด่นยูโร, 12-06-59)
- "สำหรับเวลส์ครั้งแรกเก็บ 3 คะแนนมาก่อนแล้ววันนี้แพ้ก็ยังมีโอกาสเข้ารอบ ส่วนอังกฤษตอนนี้โอกาสเข้ารอบถือว่าสดใสครับ" (ข่าว 3 มิติ, 16-06-59)

- เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน ไม่พบเนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน
- เนื้อหาการชิงโชค พบจำนวน 2 ครั้ง ผ่างกับเนื้อหารายการ ได้แก่ กิจกรรมชิงรางวัล "เรื่องเด่นยูโร" โดยการตอบคำถามจากทางรายการ ได้แก่ เกมทายภาพปริศนา "ลูกฟุตบอลอยู่ตรงไหน" และ เกมตอบคำถาม "มีนักเตะคนใดที่ยิงไปแล้วเกิน 1 ประตู มีใครและกี่ยิงกันกี่ประตู?" ชิงรางวัลลูกฟุตบอลยูโร 2016 ลิขสิทธิ์แท้

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 3 HD							
วันที่	ประเภทเนื้อหา						
	จำนวนรายการรวม	เนื้อหาจามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	3	2	1	-	-	-	-
12 มิ.ย. 59	3	3	-	-	-	-	-
14 มิ.ย. 59	4	3	1	-	-	-	1
16 มิ.ย. 59	4	2	2	-	-	-	1

จำนวนรายการที่พบในช่อง 3 HD มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเล็กน้อย กล่าวคือ ในวันที่ 10 และ 12 มิ.ย. พบวันละ 3 รายการ ก่อนจะเพิ่มเป็นวันละ 4 รายการในวันที่ 14 และ 16 มิ.ย. ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าสถานีให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเมื่อการแข่งขันเข้าสู่รอบที่ลึกขึ้น เนื้อหาที่พบส่วนใหญ่เป็นระดับ I ส่วนเนื้อหาระดับ P พบบ้างในช่วงวันที่ 10 และ 14 ก่อนจะเพิ่มขึ้นในวันที่ 16 มิ.ย. แต่ไม่พบเนื้อหาในระดับ H และ G รวมทั้งเนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน ส่วนเนื้อหาการชิงโชคพบจำนวน 2 ครั้ง ในวันที่ 14 และ 16 มิ.ย. 59

ภาพตัวอย่าง ช่อง 3 HD



ผู้ดำเนินรายการ เรื่องเด่นยูโร



Logo รายการเรื่องเด่นยูโร



ผู้สื่อข่าวรายงานสดทางโทรศัพท์จากประเทศฝรั่งเศส  
รายการ ข่าว 3 มิติ วันที่ 16-06-59



คาดหมายผู้เล่นและแผนการเล่น  
รายการ เรื่องเด่นยูโร วันที่ 16-06-59

• ช่อง 7 HD

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 7 HD							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงคต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
เจาะประเด็นข่าวค่ำ	ข่าว	1	-	-	-	-	-

จำนวนรายการ พบ 1 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ ได้แก่ รายการเจาะประเด็นข่าวค่ำ มีรายละเอียด ดังนี้

- รูปแบบรายการ เป็นรายการรูปแบบข่าว
- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 1 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) ดังนี้

- I (Information) พบใน 1 รายการ คือ รายการเจาะประเด็นข่าวค่ำ เนื้อหาที่พบ ได้แก่ รายงานผลการแข่งขัน ตารางเปรียบเทียบผลคะแนนการแข่งขันในแต่ละกลุ่ม และรายงานโปรแกรมการแข่งขัน
- ไม่พบ เนื้อหาบรรณคดีต่อต้านการพนัน และ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 7 HD							
วันที่	ประเภทเนื้อหา					รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
	จำนวนรายการรวม	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)					
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
12 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
14 มิ.ย. 59	1	1	-	-	-	-	-
16 มิ.ย. 59	1	1	-	-	-	-	-

ในช่วงต้นของการแข่งขัน คือ วันที่ 10 และ 12 มิ.ย. ไม่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโรเลย ในช่อง 7 HD โดยเริ่มมีการนำเสนอในวันที่ 14 และ 16 มิ.ย. แต่เป็นการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เนื้อหาที่พบเป็นเพียงข้อมูลในระดับ I ทั้ง 2 วัน ไม่พบเนื้อหาในระดับ P H และ G รวมทั้งเนื้อหาบรรณคดีต่อต้านการพนันและเนื้อหาการชิงโชค ในทุกวันที่ศึกษา

ภาพตัวอย่าง ช่อง 7 HD



- ช่อง Workpoint

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง Workpoint							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
ข่าวต้นชั่วโมง	ข่าว	-	-	-	-	-	1

จำนวนรายการ พบ 1 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ ได้แก่ รายการข่าวต้นชั่วโมง

– รูปแบบรายการ เป็นรูปแบบข่าว

– เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG ไม่พบเนื้อหาเกี่ยวกับการพนัน

– เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน ไม่พบเนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน

– เนื้อหาการชิงโชค พบจำนวน 1 ครั้ง ในข่าว “ไปรษณีย์ไทยชวนทายผลฟุตบอลยูโร 2016 ชิงเงิน 40 ล้านบาท” (ผู้ประกาศข่าว, ข่าวต้นชั่วโมง, 10-06-59)

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบรายวันในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง Workpoint							
วันที่	จำนวนรายการรวม	ประเภทเนื้อหา				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)					
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	1	-	-	-	-	-	1
12 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
14 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
16 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-

ช่อง Workpoint เป็นช่องเดียวที่ไม่พบเนื้อหาการพนันตามเกณฑ์ IPHG เลย พบเพียงเนื้อหาชิงโชค จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นการรายงานกิจกรรมชิงโชคของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ภาพตัวอย่าง ช่อง Workpoint



ผู้ดำเนินรายการ ข่าวต้นชั่วโมง



กิจกรรมโปรโมตการชิงโชคของไปรษณีย์ไทย รายการ ข่าวต้นชั่วโมง 10-06-59



● ช่อง SMMTV

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง SMMTV							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
Sport Break	ข่าว	1	-	-	-	-	-
World Sport	ข่าว	-	1	-	-	-	-
สนามข่าว 96	เล่าข่าว	-	1	-	-	-	-
Sport Weekly Outdoor	ข่าว	1	-	-	-	-	-
คุยข่าวกีฬาไทย	เล่าข่าว	1	-	-	-	-	1
ตะลุยแดนลูกหนังไทย	วิเคราะห์ฟุตบอลยูโร	-	-	1	-	-	-
เกาะติดยูโร	วิเคราะห์ฟุตบอลยูโร	-	-	1	-	-	-

จำนวนรายการ พบ 7 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ จำนวน 6 รายการ ได้แก่ 1) Sport Break 2) World Sport 3) สนามข่าว 96 4) ตะลุยแดนลูกหนังไทย 5) Sport Weekly Outdoor และ 6) คุยข่าวกีฬาไทย ส่วน รายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 พบจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการเกาะติดยูโร

— รูปแบบรายการ พบ 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบข่าว จำนวน 3 รายการ คือ Sport Break, World Sport, Sport Weekly Outdoor เล่าข่าว จำนวน 2 รายการ คือ สนามข่าว 96, คุยข่าวกีฬาไทย และรูปแบบวิเคราะห์ฟุตบอลยูโร จำนวน 2 รายการ คือ ตะลุยแดนลูกหนังไทย, เกาะติดยูโร

— เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 3 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และ การให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้

- I (Information) พบใน 3 รายการ ได้แก่ รายการ Sport Break รายการคุยข่าวกีฬาไทย และรายการ Sport Weekly Outdoor เนื้อหาที่พบ ได้แก่ สีสันและบรรยากาศการแข่งขัน โปรแกรมแข่งขัน ผลการแข่งขัน รายชื่อนักเตะ และความพร้อมของทีม เป็นต้น
- P (Prediction) พบใน 2 รายการ ได้แก่ รายการ World Sport และรายการสนามข่าว 96 มีผู้สื่อข่าวภาคสนาม 1 คน เป็นผู้ให้ข้อมูล มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ เช่น
  - "จากสถิติทุกอย่าง คิดว่าอังกฤษน่าจะเก็บ 3 แต้มวันนี้" (ผู้สื่อข่าวภาคสนาม, สนามข่าว 96, 16-06-59)
- H (Handicap) พบใน 2 รายการ ได้แก่ รายการเกาะติดยูโร และรายการตะลุยแดนลูกหนังไทย ที่มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน เป็นผู้ให้ข้อมูล มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ คือ
  - "คู่นี้ผมยังเชียร์ไปที่โรมานเนีย เต็มที่แพ้แค่เม็ดเดียวครับ" (ผู้ดำเนินรายการ, ตะลุยแดนลูกหนังไทย, 10-06-59)

- "เสวนดิแคปคู่นี้ เปิดออกมายูเครนยังเป็นต่อไอร์แลนด์เหนืออยู่ที่ครึ่งควบลูกบอล 5" (ผู้ดำเนินรายการ, ตะลุยแดนลูกหนังไทย, 16-06-59)
  - "เกมนี้อันนี้ผมเชื่อว่ายูเครนน่าจะเบียดชนะไอร์แลนด์เหนือไปได้ ด้วยสกอร์ 1 ประตูต่อ 0" (ผู้ดำเนินรายการ, ตะลุยแดนลูกหนังไทย, 16-06-59)
  - "มองว่าออสเตรียดีกว่า ชนะกันได้ 1 ประตูเป็นอย่างน้อย" (ผู้ดำเนินรายการ, เกาะติดยูโร, 16-06-59)
- เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน ไม่พบเนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนันโดยสถานี
  - เนื้อหาการชิงโชค พบจำนวน 1 ครั้ง เป็นข่าวกิจกรรมชิงโชคทายผลการแข่งขันโดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (คุยข่าวกีฬาไทย, 10-06-59)

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ของ SMMTV							
วันที่	จำนวนรายการรวม	ประเภทเนื้อหา				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)					
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	6	3	2	1	-	-	1
12 มิ.ย. 59	3	2	-	1	-	-	-
14 มิ.ย. 59	6	4	-	2	-	-	-
16 มิ.ย. 59	6	3	1	2	-	-	-

จำนวนรายการที่พบในช่อง SMMTV มีความใกล้เคียงกันในแต่ละวัน คือพบวันละ 6 รายการในวันที่ 10, 14 และ 16 มิ.ย. ยกเว้นวันที่ 12 มิ.ย. พบเพียง 3 รายการ เนื่องจากเป็นวันอาทิตย์ที่ผังรายการมีความแตกต่างจากวันธรรมดา และสถานีเน้นรายการถ่ายทอดสดกีฬาในประเทศ รายการที่พบส่วนใหญ่มีเนื้อหาในระดับ I แต่ขณะเดียวกันก็เป็นช่องเดียวที่พบเนื้อหาในระดับ H โดยในช่วงวันที่ 10 และ 12 มิ.ย. พบรายการที่มีข้อมูลระดับ H เพียงรายการเดียว แต่ในวันที่ 14 และ 16 มิ.ย. พบ H ในจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 2 รายการ

ภาพตัวอย่าง ช่อง SMMTV



Logo รายการเกาะติดยูโร



ผู้วิเคราะห์ รายการตะลุยแดนลูกหนังไทย



รายงานสดจากฝรั่งเศส รายการ สนามข่าว 96



ผู้วิเคราะห์ รายการเกาะติดยูโร



คาดการณ์รายชื่อผู้เล่นที่จะลงสนาม รายการ สนามข่าว 96 วันที่ 10-06-59



รายงานโปรแกรมการแข่งขัน รายการ สนามข่าว 96 วันที่ 10-06-59

2. สื่อวิทยุวิทยุกระจายเสียง ที่เก็บข้อมูลจากทางออนไลน์ ได้แก่ กลุ่มสถานีวิทยุกีฬาที่มีผังรายการ คือ

- FM 96 Sport Radio

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 วิทยุ FM 96 Sport Radio							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
ข่าวต้นชั่วโมง (ศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบก)	ข่าว	1	-	-	-	-	-
ส่องเศรษฐกิจ	วิเคราะห์	1	-	-	-	-	-
มองอย่างเขียน	วิเคราะห์	-	-	1	-	-	-
ฟุตบอล 2016 นิวส์	ข่าว	-	1	-	-	-	-
สปอร์ต ฟริสไต์ลส์... จัดไปดี	สนทนา	-	-	1	-	-	-
มองอย่างเขียน by มิสเตอร์เอ็กซ์	วิเคราะห์	-	-	1	-	-	-
Preview the Match	วิเคราะห์	1	-	-	-	-	6
ตะลุมแดนลูกหนังไทย	วิเคราะห์	-	-	1	-	-	-



ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 วิทย์ FM 96 Sport Radio							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
อินไซด์ยูโร 2016	รายงานพิเศษ	1	-	-	-	-	-
ขอบสนามลูกหนัง	ข่าว	1	-	-	-	-	-

จำนวนรายการ พบ 10 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ จำนวน 8 รายการ ได้แก่ 1)ข่าวต้นชั่วโมง (ศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบก) 2)ส่องเศรษฐกิจ 3)มองอย่างเขียน 4)สปอร์ตฟริสสไตล์ จัดไปดี 5)มองอย่างเขียน By Mr.X 6)ขอบสนามลูกหนัง 7)Preview the Match 8)ตะลุยแดนลูกหนังไทย รายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 จำนวน 2 รายการ คือ ฟุตบอล 2016 นิวส์ และ รายการอินไซด์ยูโร 2016

— รูปแบบรายการ พบ 4 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบวิเคราะห์ฟุตบอลยูโร จำนวน 5 รายการ คือ ส่องเศรษฐกิจ, มองอย่างเขียน, มองอย่างเขียน By Mr.X , Preview the Match, ตะลุยแดนลูกหนังไทย รองลงมาคือ รูปแบบข่าว จำนวน 3 รายการ คือ ข่าวต้นชั่วโมง, ฟุตบอล 2016 นิวส์, ขอบสนามลูกหนัง รูปแบบสนทนา จำนวน 1 รายการ คือ สปอร์ตฟริสสไตล์...จัดไปดี และรายงานพิเศษ จำนวน 1 รายการ คือ อินไซด์ยูโร 2016

— เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 3 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และ การให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้

- I (Information) พบใน 5 รายการ ได้แก่ ตะลุยแดนลูกหนังไทย ส่องเศรษฐกิจ ข่าวต้นชั่วโมงศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบก ขอบสนามลูกหนัง และอินไซด์ยูโร 2016 เนื้อหาที่พบ ได้แก่ โปรแกรมแข่งขัน ผลการแข่งขัน การคุมเข้มสกัดการพนันทายผลฟุตบอลยูโร 2016 และแนะนำให้ชมฟุตบอลโดยไม่กระทบต่อสุขภาพ
- P (Prediction) พบใน 1 รายการ ได้แก่ ฟุตบอล 2016 นิวส์ มีผู้สื่อข่าวเป็นผู้ให้ข้อมูลจากการเสนอข่าว ตัวอย่างเช่น “คริสเตียน โรนัลโด ซูเปอร์สตาร์ทีมชาติโปรตุเกส เลือกฝรั่งเศส, เยอรมัน, อิตาลี และ สเปน คือ 4 ทีมเต็งแชมป์สำหรับศึกยูโร 2016” (10-06-59)
- H (Handicap) พบใน 4 รายการ ได้แก่ มองอย่างเขียน สปอร์ต ฟริสสไตล์ จัดไปดี มองอย่างเขียน By Mr.X และPreview the Match พบผู้ให้ข้อมูลจำนวน 4 คน แบ่งเป็นผู้ดำเนินรายการ 3 คน และ ผู้ฟัง 1 คน ตัวอย่างเช่น ผู้ดำเนินรายการ : ฝรั่งเศสน่าจะแค่เดือนชนะโรมาเนียไปประมาณ 2 ประตูต่อ 1 (มองอย่างเขียน by Mr.X, 10-06-59), ผู้ดำเนินรายการ : คุณี่ผมคิดว่าออสเตรเลียจะชนะฮังการีไปได้ 2: 1 (มองอย่างเขียน by Mr.X, 14-06-59) และ ผู้ฟัง : ขอทรรชนะทั้งสามคนหนอยว่าคีนี่ฝรั่งเศสจะชนะไหม ส่วนผมทายเบาๆ ว่า 2 ต่อ 0 (สปอร์ต ฟริสสไตล์จัดไปดี, 10-06-59) เป็นต้น

- เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน ไม่พบ เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน
- เนื้อหาการชิงโชค พบจำนวน 6 ครั้ง ในรายการ Preview the Match ช่วง 1st Score Game ระหว่างวันที่ 12, 14 และ 16 มิถุนายน 2559 พบวันละ 2 ช่วง ในรูปแบบชิงรางวัล ด้วยการโทรศัพท์เข้ามา ในรายการเพื่อทายผลฟุตบอลว่าทีมใดจะเป็นฝ่ายยิงประตูขึ้นนำได้ก่อน โดยมีของรางวัลเป็นกีฬาวอลเลย์บอล จำนวน 500 บาท จาก [www.ensogo.co.th](http://www.ensogo.co.th) และ เสื้อกีฬา สนับสนุนโดยเบียร์ช้าง

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 วิทยูออนไลน์ FM96 Sport Radio							
วันที่	ประเภทเนื้อหา						
	จำนวนรายการรวม	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	6	2	2	2	-	-	-
12 มิ.ย. 59	5	3	2	-	-	-	2
14 มิ.ย. 59	7	3	2	2	-	-	2
16 มิ.ย. 59	6	3	2	1	-	-	2

จำนวนรายการที่พบทาง FM 96 Sport Radio มีความใกล้เคียงกันในแต่ละวัน ต่ำสุดคือ 5 รายการ ในวันที่ 12 มิ.ย. สูงสุดคือ 7 รายการในวันที่ 14 มิ.ย. ส่วนวันที่ 10 และ 16 มิ.ย. พบวันละ 6 รายการ ส่วนเนื้อหาการพนัน พบเนื้อหา ระดับ I P และ H โดยระดับ I และ P พบในทุกวันที่ศึกษา กล่าวคือ พบ I หรือ เนื้อหาระดับการให้ข้อมูล ในวันที่ 12, 14, 16 มิ.ย. จำนวน 3 รายการ ส่วนวันที่ 10 พบ I จำนวน 2 รายการ ส่วนเนื้อหาระดับ P พบใน 2 รายการ ในทุกวันที่ศึกษา สำหรับเนื้อหาระดับ H มีแนวโน้มขึ้นลงตามจำนวนการออกอากาศของรายการที่มีเนื้อหาประเภทนี้ คือ พบสูงสุด 2 รายการ ในวันที่ 10 และ 14 มิ.ย. พบ 1 รายการในวันที่ 16 มิ.ย. ส่วนวันที่ 12 มิ.ย. เป็นวันเดียวที่ไม่พบเนื้อหาระดับ H

- FM 99 Active Radio

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 วิทยู FM 99 Active Radio							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
ข่าวต้นชั่วโมง	ข่าว	1	-	-	-	-	-
ข่าวกีฬา	ข่าว	1	-	-	-	-	-
กีฬาพารวย	สนทนา	1	-	-	-	2	1
Sport Guide	สนทนา	-	-	1	-	-	-
99 ครู	สนทนา	-	-	1	-	-	1
ยูโรไฮไลต์	สนทนา	-	-	1	-	2	7
เจาะสนามบอลไทย	สนทนา	-	-	1	-	-	-
Techno for Life	สนทนา	1	-	-	-	-	-
นินทากีฬาโลก	สนทนา	-	1	-	-	1	-
*ช่วงโฆษณาระหว่าง	-	-	-	-	-	6	-

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 วิทย์ FM 99 Active Radio							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
รายการ							

จำนวนรายการ พบใน 9 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ จำนวน 8 รายการ ได้แก่ 1)ข่าวต้นชั่วโมง 2)ข่าวกีฬา 3)Sport Guide 4)99กูรู 5)กีฬาพารวย 6)เจาะสนามบอลไทย 7)Techno for Life และ 8)นินทากีฬาโลก เป็นรายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการยูโรไฮไลต์

- รูปแบบรายการ พบ 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบสนทนา จำนวน 7 รายการ คือ Sport Guide, 99 กูรู , กีฬาพารวย, เจาะสนามบอลไทย, ยูโรไฮไลต์, Techno For Life, นินทากีฬาโลก ส่วนอีก 2 รายการเป็นรูปแบบข่าว คือ ข่าวต้นชั่วโมง และข่าวกีฬา

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 3 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และการให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้

○ I (Information) พบใน 4 รายการ ได้แก่ รายการข่าวต้นชั่วโมง ข่าวกีฬา กีฬาพารวย และ Techno for Life เนื้อหาที่พบ ได้แก่ บรรยายการแข่งขันทัวร์นาเมนต์ โปรแกรมแข่งขันทัวร์นาเมนต์ รายการชิงแชมป์ สภาสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย

○ P (Prediction) พบใน 1 รายการ ได้แก่ รายการนินทากีฬาโลก มีผู้ดำเนินรายการและผู้สื่อข่าวเป็นผู้ให้ข้อมูลจากการเสนอข่าว ตัวอย่างเช่น ผู้สื่อข่าวรายงานจากฝรั่งเศส : “ดูแล้วออสเตเรียดีกว่าฮังการี น่าจะเฉือนได้นะครับ ผมขอบอลออสเตเรีย” (นินทากีฬาโลก,10-06-59)

○ H (Handicap) พบใน 4 รายการ ได้แก่ Sport Guide, ยูโรไฮไลต์, 99 กูรู และเจาะสนามบอลไทย พบผู้ให้ข้อมูลจำนวน 9 คน แบ่งเป็นผู้ดำเนินรายการ 7 คน แขกรับเชิญ 1 คน และ SMS จากผู้ฟัง 1 คน ตัวอย่างเช่น ผู้ดำเนินรายการ : ฝรั่งเศสชนะ 1-0 (Sport Guide,10-06-59), ผู้ดำเนินรายการ : ถ้าชนะชนะ 1-0 (Sport Guide,14-06-59) แขกรับเชิญ : ฟังธง สกอร์ฝรั่งเศส-โรมันเนีย 3:1 (ยูโรไฮไลต์, 10-06-59) และ ผู้ดำเนินรายการอ่าน SMS จากผู้ฟัง : ฝรั่งเศสจะชนะ 3-1 จากนายพล (Sport Guide,10-06-59) เป็นต้น

- เนื้อหาต่อต้านการพนัน พบจำนวน 11 ครั้ง มีการนำเสนอทุกวันและพบสูงสุดวันที่ 14 และ 16 มิ.ย. (จำนวน 4 ครั้ง/วัน) และพบใน 2 รูปแบบ คือ การโฆษณาณรงค์ต่อต้านการพนัน โดยกองทุนสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อพัฒนาสังคม ( 6 ครั้ง) และในเนื้อหารายการโดยผู้ดำเนินรายการเป็นผู้รณรงค์ต่อต้านการพนันบอล (5 ครั้ง)

- เนื้อหาการชิงโชค พบจำนวน 9 ครั้ง (จาก 3 รายการ) ในรูปแบบของกิจกรรมลุ้นรางวัลเชิญชวนเล่นเกมตอบคำถามผ่าน SMS (8 ครั้ง) และการให้รายละเอียดส่งไปรษณียบัตรชิงโชคลุ้นแชมป์กับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (1 ครั้ง) โดยพบการนำเสนอสูงสุดในวันที่ 10 มิ.ย. (4 ครั้ง) และ 12 มิ.ย. (3 ครั้ง)

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 วิทยุออนไลน์ FM99 Active Radio							
วันที่	ประเภทเนื้อหา						
	จำนวนรายการรวม	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	7	3	-	4	-	1	4
12 มิ.ย. 59	5	3	2	-	-	2	3
14 มิ.ย. 59	9	5	3	1	-	4	1
16 มิ.ย. 59	4	1	-	3	-	4	1

จำนวนรายการที่พบทาง FM 99 Active มีแนวโน้มไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับจำนวนรายการที่ออกอากาศตามผังของวันนั้นๆ คือ พบสูงสุด 9 รายการ (14-06-59) และต่ำสุด 4 รายการ (16-06-59) ด้านเนื้อหาการพนันพบเนื้อหา 3 ประเภท คือ ระดับ I P และ H โดยพบเนื้อหาระดับ I ในทุกวัน สูงสุดในวันที่ 14 มิ.ย. (5รายการ) และใน 3 รายการในวันที่ 10 และ 12 มิ.ย. ส่วนเนื้อหาระดับ P พบเพียง 2 วัน คือ วันที่ 12 และ 14 มิ.ย. วันละ 2 และ 3 รายการตามลำดับ ส่วนเนื้อหาระดับ H มีแนวโน้มขึ้นลงตามจำนวนการออกอากาศของรายการที่มีเนื้อหาประเภทนี้ คือ พบสูงสุด 4 รายการ ในวันที่ 10 มิ.ย. และ 16 มิ.ย. พบ 3 รายการ 14 มิ.ย. พบ 1 รายการ ไม่พบ H ในวันที่ 12 มิ.ย. ไม่พบเนื้อหาระดับ G ในทุกวัน ส่วนการรณรงค์ต่อต้านการพนันฟุตบอล และการชิงโชค พบในทุกวันที่ศึกษา เนื้อหาต่อต้านการพนันบอล พบสูงสุดคือ 4 ครั้ง ในวันที่ 14 และ 16 มิ.ย. ส่วนการชิงโชคพบสูงสุด 4 ครั้งในวันที่ 10 มิ.ย. จากนั้นลดลงเป็น 3 ครั้งในวันที่ 12 มิ.ย. และ 1 ครั้ง ในวันที่ 14 และ 16 มิ.ย.

กลุ่มสถานีวิทยุที่ไม่ปรากฏผังรายการ เป็นวิทยุบนเว็บไซต์

- NR Sports Radio โดยทำการศึกษาเนื้อหาทั้งหมด 3 ส่วน คือ 1)วิทยุออนไลน์ 2)หน้าหลักเว็บไซต์ [www.nrsportsradio.com](http://www.nrsportsradio.com) 3)เพจfacebooknrsportradio ผลการศึกษา พบว่า

วิทยุออนไลน์ NR Sports Radio มีวัตถุประสงค์คือ “คลื่นกีฬาสายพันธุ์ใหม่ ฉีกทุกกฎเกณฑ์ ให้เราดูบอลเป็นเพื่อนคุณ” แต่ไม่มีผังรายการชัดเจน และในช่วงที่ไม่มีการจัดรายการจะมีการเปิดเพลงต่อเนื่อง จากการศึกษาทั้ง 4 วัน พบรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 จำนวน 2 วัน คือ วันที่ 14 มิถุนายน พบรายการสนทนาวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอลในรูปแบบต่างๆ เช่น การทำนายผลแพ้ชนะในคู่ต่างๆ โดยวิเคราะห์ให้เห็นภาพข้อมูลของแต่ละทีมโดยบอกจุดอ่อนและจุดแข็งของแต่ละทีม และวันที่ 16

มิถุนายน พบรายการพากย์ฟุตบอลสด ผลการศึกษา พบเนื้อหาเกี่ยวกับพนันฟุตบอลยูโร 2016 (I P H G) ทั้งหมด 2 ระดับ ได้แก่ P และ G และ พบว่า ไม่มีการจัดรายการในวันที่ 10 และ 12 มิถุนายน 2559 ทั้งนี้ ไม่พบเนื้อหาเกี่ยวกับการต่อต้านการพนัน และการชิงโชค

ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 รายวัน วิทยุ NR Sports Radio							
วันที่	ประเภทเนื้อหา						
	จำนวนรายการรวม	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
12 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
14 มิ.ย. 59	1	-	-	-	1	-	-
16 มิ.ย. 59	1	-	1	-	-	-	-

ตัวอย่างเนื้อหา วิทยุออนไลน์ NR Sports Radio

- P (Prediction) พบในรายการวันที่ 16 มิถุนายน 2559 มีการวิเคราะห์ตามความเห็นของผู้ดำเนินรายการหลัก เช่น ผู้ดำเนินรายการ : ผมคิดว่าอังกฤษจะชนะในนัดนี้และเวสต์จะชนะในนัดหน้า
- G (Gambling) พบในรายการวันที่ 14 มิถุนายน 2559 โดยการแจ้งข้อมูลแหล่งการพนันผ่านการแฉเนื้อหารายการ คือ กิจกรรมชิงรางวัล และผู้ดำเนินรายการกล่าวขอบคุณผู้สนับสนุนรายการหลัก ซึ่งเป็นชื่อเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล พร้อมข้อความเชิญชวนให้สมัครสมาชิกเว็บไซต์นั้นๆ เช่น ผู้ดำเนินรายการ : แจก give voucher 1000 บาท จาก [www.corner88.com](http://www.corner88.com) และขอบคุณสปอนเซอร์รายการ “ขอบคุณ SBO-BETH.com สมาชิกใหม่รับ 100% ส่วนลด 10%”

เว็บไซต์ [www.nrsportsradio.com](http://www.nrsportsradio.com) พบว่า มีความเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลต่างๆ เป็นจำนวนมาก ในรูปแบบของแบนเนอร์ที่เป็นสปอนเซอร์ของรายการในคลื่นวิทยุออนไลน์ เช่น [www.SBO-BETH.com](http://www.SBO-BETH.com), [www.corner88.com](http://www.corner88.com), [www.thai-sbobet.com](http://www.thai-sbobet.com), [www.thbet2015.com](http://www.thbet2015.com)

ตัวอย่าง เว็บไซต์

	
<p>หน้าเว็บของ <a href="http://www.nrsportsradio.com">www.nrsportsradio.com</a> พบแบบเนอร์ของเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอลเป็นจำนวนมากซึ่งเป็นช่องทางของการพนันฟุตบอลที่สะดวกง่ายดายในการเล่นพร้อมโฆษณาที่สร้างแรงจูงใจต่างๆ</p>	<p>เว็บไซต์พนันฟุตบอล <a href="http://www.thai-sbobet.com">www.thai-sbobet.com</a> มีการโฆษณาให้หาเพื่อนเพื่อลุ้นรับ iPhone SE ก่อนการแข่งขันฟุตบอลยูโร โดยให้เพิ่มเพื่อนผ่านทางไลน์ ที่เป็นช่องทางที่ง่ายและสะดวก</p>

เฟซบุ๊ก พบว่ามีโฆษณาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล และพบข้อความส่งเสริมการพนันฟุตบอลทำคู่การแข่งขันไปกับไฮไลต์ฟุตบอล

ตัวอย่าง เฟซบุ๊ก


<p>มีการโฆษณาได้ภาพและข้อมูลต่างๆ ที่คนให้ความสนใจเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร จำนวนการกดไลค์ 1.5 พัน และ NRsportsRadio ประชาสัมพันธ์ข้อมูลว่า " Corner88 ของจริง สำหรับคอบอล!!" ด่วนรับยูโร 2016 ลุ้นแชมป์ลุ้นโชคใหญ่เงินรางวัลกว่า 20 ล้านบาท กับโปรเล่นอย่างเพลินนน แจกอย่างฟินนน สมัครงใหม่รับเพิ่ม 5,000 พร้อมโปรโมชันอีกมากมาย ฝาก-ถอน 24 ชั่วโมง โทรเลย 080-000-1730 ถึง 32 Lineid <a href="http://www.coner88.com">www.coner88.com</a> สนุกได้ทุกมม ลุ้นได้ทุกที่...ของจริง ได้จริง เร็วจริง</p>

### 3. สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน

วิธีการศึกษา คือ กำหนดสัดส่วนเชิงพื้นที่ต่อหน้าเป็น 10 ส่วน จากนั้นคำนวณอัตราร้อยละ จากฐานเต็มของสัดส่วนร้อยละจากหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด ผลการศึกษา เป็นดังนี้

ตารางสรุปผลเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรในหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ฉบับ

หนังสือพิมพ์	จำนวนข่าว (ชิ้น)	จำนวนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
		I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
1.ไทยรัฐ	27	26.7	0.9	-	-	0.6	-	28.2
2.เดลินิวส์	29	20.2	5	13.4	1.3	-	4	43.9
3.คมชัดลึก	36	26.4	-	17.5	-	-	-	43.9
4. ข่าวสด	18	60	-	-	-	12.5	-	72.5

จากตารางข้างต้นพบว่า ข่าวสด เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีสัดส่วนของเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาคือ คมชัดลึก เดลินิวส์ และไทยรัฐ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามประเภทเนื้อหา พบว่าเนื้อหาระดับการให้ข้อมูล (I) หนังสือพิมพ์ข่าวสดมีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาในสัดส่วนน้อยกว่าครึ่ง คือ ไทยรัฐ คมชัดลึก และเดลินิวส์ ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน (26.7- 26.4 - 20.2)

เนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) พบในหนังสือพิมพ์ 2 ฉบับ คือ ไทยรัฐและเดลินิวส์ โดยเดลินิวส์มีเนื้อหามากที่สุด แต่คิดเป็นร้อยละ 5 ส่วนไทยรัฐ ร้อยละ 0.9

เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) พบในหนังสือพิมพ์ 2 ฉบับ คือเดลินิวส์และคมชัดลึก ในสัดส่วนที่ไม่ต่างกันมากนัก คือ คมชัดลึกร้อยละ 17.5 เดลินิวส์ร้อยละ 13.4

เนื้อหาการแจ้งแหล่งหรือวิธีการพนัน (G) พบเพียง 1 ฉบับ คือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ในสัดส่วนร้อยละ 1.3

เนื้อหาต่อต้านการพนัน พบการนำเสนอในหนังสือพิมพ์ข่าวสดและไทยรัฐ หนังสือพิมพ์ข่าวสดมีเนื้อหาต่อต้านการพนันมากที่สุด ร้อยละ 12.5 และไทยรัฐ พบ ร้อยละ 0.6

เนื้อหาการชิงโชค พบหนังสือพิมพ์เพียง 1 ฉบับที่นำเสนอเนื้อหาการชิงโชค คือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ พบ ร้อยละ 4

- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

ตารางแสดงรวมสัดส่วนของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ									
จำนวนหน้า	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนชิ้นข่าว (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
16	14	27	26.7	0.9	-	-	0.6	-	28.2

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษา จำนวน 14 หน้า จากจำนวนหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด 16 หน้า เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์การศึกษาด้วยคำนวณเป็นร้อยละจากฐานสัดส่วน 100% ของเนื้อหาข่าวกีฬาทั้งหมด พบเนื้อหาข่าวฟุตบอลยูโร ที่เป็น IPHG การต่อต้านการพนันและการชิงโชค คิดเป็นร้อยละ 28.2 โดยเรียงลำดับประเภทเนื้อหาที่พบมากที่สุด ได้ดังนี้

— เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 2 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) และ การทำนายผลการแข่งขัน (P) ดังนี้

○ I (Information) ข้อมูลข่าวสารฟุตบอลยูโร เป็นเนื้อหาที่พบสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 26.7 โดยมีเนื้อหาดังนี้

- ข่าว เป็นการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับ บรรยากาศก่อนการแข่งขัน การฝึกซ้อมของนักฟุตบอลก่อนการแข่งขัน สภาพความพร้อมของนักฟุตบอลเตรียมความพร้อมของเจ้าภาพ บทสัมภาษณ์ของผู้ควบคุมทีม บรรยากาศหลังการแข่งขัน ผลการแข่งขันคู่ที่ผ่านมา ความวุ่นวายของแฟนบอล บทสัมภาษณ์ของบุคคลสำคัญของวงการฟุตบอลต่อการแข่งขันที่ผ่านมา ดังตัวอย่าง

■ ก.ต่างประเทศสหรัฐเตือนว่า "ยูโร 2016" อาจเป็นเป้าหมายการจู่โจมของกลุ่มก่อการร้ายส่งผลให้ฝรั่งเศสต้องใช้มาตรการคุมเข้มวางระบบรักษาความปลอดภัยกันอย่างเต็มที่ รวมทั้งสิ้น 90,000 นาย กระจายออกไป 10 สนาม (กะเทาะเปลือกยูโร 2016, 12-06-59)

■ การแข่งขันฟุตบอลกระชับมิตรเมื่อพุธที่ 8 มิ.ย. โปรตุเกสอุ่นเครื่องกับเอสโตเนีย ชนะ 7-0 ส่วนการแข่งขันนัดแรกของโปรตุเกส จะลงประเดิมสนามนัดแรกพบกับไอซ์แลนด์ ในกลุ่ม F วันที่ 14 มิ.ย.นี้ (โรนัลด์คูนิชัวร์, 12-06-59)

- ภาพข่าว เป็นการนำเสนอ บรรยากาศก่อน/ระหว่างและหลัง การแข่งขัน เช่น ภาพการทำประตูสำคัญ ภาพบรรยากาศกองเชียร์ทั้งนอกและในสนาม ภาพความวุ่นวายของกองเชียร์ ดังตัวอย่าง





ภาพข่าว วันที่ 16 มิถุนายน 2559



ข่าว วันที่ 12 มิถุนายน 2559

- คอลัมน์/บทความ พบเพียงคอลัมน์เดียวที่เป็นการเขียนถึงข่าวฟุตบอลยูโร คือ กะเทาะเปลือกฟุตบอลยูโร โดย จำเื่อง เนื้อหาที่พบส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ตัวผู้เล่น ผู้คุมทีม ผลงานที่ผ่านมาของแต่ละทีม ดังตัวอย่าง
  - บอกदान สแตนคู ชัดตุมจากจุดโทษตีเสมอได้ 1-1 ในขณะที่แฟนตราไก่ เริ่มอึดอัด ปฏิหารย์ก็พลันเกิดขึ้นอย่างเหลือเชื่อ เมื่อ ดิมิทรี ปาเยค ลากลูกเข้าระยะ 30 หลา นอกกรอบเขตด้วยเท้าซ้ายพุ่งเสียบมุมสรุปว่าแม้ทีมตราไก่จะชนะแบบไม่สะใจคนดูเท่าไรนัก แต่ก็ได้ขวัญใจคนใหม่ที่ควรจะเป็นขวัญใจมานานแล้ว (12-06-59)



วันที่ 14 มิถุนายน 2559



วันที่ 16 มิถุนายน 2559

- P (Prediction) ข้อมูลเกี่ยวกับการคาดการณ์ การทำนายผลฟุตบอลยูโร พบสัดส่วนการนำเสนอ ร้อยละ 0.9 จากการนำเสนอรูปแบบของคอลัมน์/บทความ 1 ชิ้น คือ กะเทาะเปลือกฟุตบอลยูโร โดย จำแ่ง ดังตัวอย่าง

- ฝรั่งเศสได้รับการคาดหมายจากผู้สังเกตการณ์และเก็จทั้งหลายให้เป็นเต็ง 1 ของการแข่งขัน ในขณะที่โรมาเนีย เป็นเต็ง 17 จากทีมทั้งหมด 24 ทีม ค่อนข้างจะอยู่ไปทางท้ายๆและมีความหวังค่อนข้างน้อย โอกาสที่ฝรั่งเศสจะประเดิมชัยมีได้มากถึง 80 % (ไทยรัฐ กะเทาะเปลือกยูโร 2016 12-06-59)

- เนื้อหาตรงต่อด้านการพนัน พบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการพนันตรงต่อด้านการ พนันทาง 1 ชิ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.6
- ไม่พบ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนรายวันของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ									
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนชิ้นข่าวต่อวัน (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
10 มิ.ย. 59	4/5	5	14.2	3	-	-	-	-	17.2
12 มิ.ย. 59	4/4	8	30.7	-	-	-	2.5	-	33.2
14 มิ.ย. 59	3/4	8	30.3	-	-	-	-	-	30.3
16 มิ.ย. 59	3/3	7	37.3	-	-	-	-	-	37.3

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ พบการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโรในทุกวัน สัดส่วนโดยรวม พบค่อนข้างน้อย ในวันแรก 10 มิ.ย.(17.2%) ก่อนจะเพิ่มมากขึ้นในวันที่ 12 มิ.ย.(33.2%) และลดลงเล็กน้อยในวันที่ 14 (30.3%)และกลับมาเพิ่มมากขึ้นในวันที่ 16 มิ.ย.(37.3%) เนื้อหาที่พบส่วนใหญ่เป็นระดับ I ที่พบในทุกวันที่ศึกษา พบเนื้อหาในระดับ P (3%) เพียงวันแรก คือ 10 มิ.ย. และไม่พบเนื้อหา H และ G

- หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์									
จำนวนหน้า	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนชิ้นข่าวต่อวัน (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						สัดส่วนรวม
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
16	12	29	20.2	5	13.4	1.3	-	4	43.9

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษา จำนวน 12 หน้า จากจำนวนหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด 16 หน้า เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์การศึกษา ด้วย

คำนวณเป็นร้อยละจากฐานสัดส่วน 100% ของเนื้อหาข่าวกีฬาทั้งหมด พบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่เป็น IPHG การต่อต้านการพนันและการชิงโชค รวมร้อยละ 43.9 โดยเรียงลำดับประเภทเนื้อหาที่พบมากที่สุด ได้ดังนี้

– เนื้อหาการพนัน พบ 4 ประเภท คือ คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) การให้อัตราต่อรอง (H) และการแจ้แหล่งพนัน (G) ดังนี้

○ I (Information) เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 20.0 โดยมีเนื้อหาได้แก่

- ภาพข่าว เป็นการนำเสนอ บรรยากาศก่อน/ระหว่างและหลัง การแข่งขัน เช่น ภาพการทำประตูสำคัญ ภาพบรรยากาศของเชียร์ทั้งนอกและในสนาม ภาพความวุ่นวายของกองเชียร์ ดังตัวอย่าง



วันที่ 16 มิถุนายน 2559

○ P (Prediction) พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็น ร้อยละ 5 พบในคอลัมน์ เมฆชุดใหญ่ โดยผู้เขียนหลายคน เช่น แทยอน, ผยองเดช, กัปตันเจมี, โจว ชิง ฉือ, นัมปะคง, วินนี่ หมี่ใหญ่, ซามี เฮียปู้, อาร์ชาวอน และ โบนนี่ เนเน่ โดยเนื้อหาในการนำเสนอจะเป็นการให้ทรรศนะสั้นๆจากมุมมองประจำ โดยจะมีข้อความสั้นๆว่าคืนนี้ใครเหนือกว่าใคร ควรเลือกใคร ดังตัวอย่าง

▪ เดลินิวส์ 14 มิ.ย. 59

- จัดหนักหาเงินสักนิด โปรแลนด์ ยูเครน โครเอเชีย
- วันนี้ขอให้จัดหนักไป ยูโรเอาโครเอเชียไปเน้นๆ
- วันนีร่องไปทั้ง ตุรกี ไอร์แลนด์เหนือ ยูเครน
- มั่นใจเลยว่าคืนนี้อินทรีเหล็กมาแน่นอน เช่นเดียวกับโครเอเชียและเอกาอดอร์

▪ เดลินิวส์ 16 มิ.ย. 59

- จิ้มกันไปแบบสบายใจ กับอังกฤษ ยูเครน โปรแลนด์

- ส่วนทีมที่น่าเชียร์วันนี้ยกให้เวลส์ กับ เยอรมนี
  - วันนี้มั่นใจ อังกฤษ มาวินแน่ๆ
- H (Handicap) พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็น ร้อยละ 13.4 พบในคอลัมน์ ตะลุยยูโร โดยปริตตี้ ฮันเตอร์ เนื้อหาในคอลัมน์ จะเป็นการเขียนถึงการแข่งขันของคู่ที่จะแข่งในคืนนั้นๆ โดยผู้เขียนจะทำการเปรียบเทียบ ทั้งตัวผู้เล่นแต่ละทีม ผลงานที่ผ่านมา รูปแบบที่คาดว่าจะนำมาใช้ สถิติการเจอกัน ความน่าจะเป็นของเกม ไปจนถึง การ “ฟันธง” ผลที่น่าจะออกมา ดังตัวอย่าง
- ตะลุยยูโร “เปียร์โล่ทูปยูเครน โครแอตเชือดไก่อังวง” วันที่ 12 มิ.ย. 59 “ฟันธง โครเอเชียชนะ 2-1”
- G (Gambling) พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็น ร้อยละ 1.3 แม้จะเป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด แต่เป็นระดับข้อมูลที่สูงที่สุดของการพนันที่พบ และพบ 3 ใน 4 วันที่ทำการศึกษา การนำเสนอข้อมูลเป็นตารางเพื่อให้เห็นอัตราต่อรองของแต่ละทีม แต่เป็นข้อมูลบอกแหล่งพนันอย่างชัดเจน คือ [asianbookie.com](http://asianbookie.com) ดังตัวอย่าง

คู่แข่งขัน	เอชเอชเอชเอชเอช			วางตุกร			พรรคการเมือง	ผลที่คาด
	เจ้าบ้าน	ราคาต่อรอง	ทีมเยือน	ฮัน	แฮ็ค	ค่า		
อิตาลี - โครเอเชีย (20:00 น.)	2.10	1/4 : 0	1.80	1.80	2	2.10	อิตาลี	1-1
โปแลนด์ - โครเอเชีย (23:00 น.)	1.95	0 : 3/4	1.95	2.075	2 1/4	1.825	โปแลนด์	2-0
เยอรมนี - ยูเครน (02:00 น.)	2.05	0 : 1	1.65	2.00	2 1/2	1.90	เยอรมนี	2-0
สเปน - อิตาลี (05:30 น.)	2.05	0 : 1 3/4	1.85	1.875	2 1/2	2.025	สเปน	2-0
กรีซ - ฝรั่งเศส (07:30 น.)	2.00	0 : 1	1.90	2.025	2 1/2	1.875	กรีซ	2-0

วันที่ 12 มิถุนายน 2559

คู่แข่งขัน	เอชเอชเอชเอชเอช			วางตุกร			พรรคการเมือง	ผลที่คาด
	เจ้าบ้าน	ราคาต่อรอง	ทีมเยือน	ฮัน	แฮ็ค	ค่า		
อิตาลี - โครเอเชีย (21:00 น.)	1.925	0 : 3/4	1.975	2.05	2 1/4	1.85	อิตาลี	1-1
โปแลนด์ - โครเอเชีย (23:00 น.)	2.10	0 : 1	1.80	2.075	2 1/4	1.825	โปแลนด์	2-0
กรีซ - ฝรั่งเศส (07:00 น.)	1.975	0 : 1 1/4	1.925	1.90	2 1/4	2.00	กรีซ	2-0
เยอรมนี - ยูเครน (09:00 น.)	2.05	0 : 1 1/2	1.65	1.85	3 1/4	2.05	เยอรมนี	2-0

วันที่ 16 มิถุนายน 2559

- ไม่พบ เนื้อหาพรรณานการพนัน



- เนื้อหาการชิงโชคที่เกี่ยวกับฟุตบอลยูโร พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็น ร้อยละ 4 ลักษณะการนำเสนอพบในรูปแบบภาพข่าว และตารางการชวนร่วมกิจกรรมชิงรางวัล ซึ่งกิจกรรมชิงรางวัลนี้เป็นกิจกรรมของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์เอง ชื่อ “ลุ้นแชมป์ยูโร 2016 ลุ้นโชคกับเดลินิวส์ด้วย” ดังตัวอย่าง

**ลุ้นแชมป์ยูโร 2016 เดลินิวส์**

**ขั้นตอนการร่วมสนุก “ลุ้นแชมป์ยูโร 2016 ลุ้นโชคกับเดลินิวส์”**

ลงทะเบียนร่วมกิจกรรม โดยส่ง SMS พิมพ์รหัส DP 01 สำหรับผู้ร่วมกิจกรรมที่อยู่ กรุงเทพมหานคร DP 02 ภาคเหนือ DP 03 ภาคกลาง ภาคตะวันตกและภาคตะวันออก DP 04 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ DP 05 ภาคใต้ แล้วส่งไปที่ 4649000 แล้วกดโทรออก (ค่าบริการครั้งละ 3 บาท) ลงทะเบียนเสร็จแล้วร่วมสนุกลุ้นรางวัลได้ทันที

รางวัล	จำนวน
รางวัลที่ 1	1 รางวัล
รางวัลที่ 2	2 รางวัล
รางวัลที่ 3	3 รางวัล
รางวัลที่ 4	4 รางวัล
รางวัลที่ 5	5 รางวัล
รางวัลที่ 6	6 รางวัล
รางวัลที่ 7	7 รางวัล
รางวัลที่ 8	8 รางวัล
รางวัลที่ 9	9 รางวัล
รางวัลที่ 10	10 รางวัล
รางวัลที่ 11	11 รางวัล
รางวัลที่ 12	12 รางวัล

รางวัล	เวลา
สุรศักดิ์	เวลา 20.00 น.
โครเอเชีย	
โปแลนด์	เวลา 23.00 น.
ไอซ์แลนด์เหนือ	
เยอรมนี	เวลา 02.00 น.
ยูเครน	

ชื่อทีมที่ชื่นชอบ	ภาคที่ (พร้อม 3 บาทได้ 1 สิทธิ์)	ภาคที่ (พร้อม 10 บาทได้ 5 สิทธิ์)
ทีมชาติไทย	*458*19#	*458*43#
ทีมชาติฝรั่งเศส	*458*11#	*458*35#
ทีมชาติเยอรมนี	*458*15#	*458*39#
ทีมชาติสเปน	*458*24#	*458*49#
ทีมชาติอิตาลี	*458*03#	*458*27#
ทีมชาติโปรตุเกส	*458*12#	*458*36#

\*\*ส่งรางวัลชนะเลิศผู้โชคดีในวงที่ส่งเข้ามาถึงเพียง 20.00 น. ในวันแข่งขันเท่านั้น

วันที่ 16 มิถุนายน 2559

**ลุ้นแชมป์ยูโร 2016 เดลินิวส์**

**เชิญชวน...“เดอะศึก” ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน ตำนานนักเตะทีมชาติไทย** เชิญชวนประชาชนและแฟนบอล มาร่วมกิจกรรม “ลุ้นแชมป์ยูโร 2016 ลุ้นโชคกับเดลินิวส์” เพื่อต้อนรับกระแสวิกฤตฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป “ยูโร 2016” ระหว่างวันที่ 10 มิ.ย. ถึง 10 ก.ค. นี้ ที่ประเทศฝรั่งเศส

วันที่ 16 มิถุนายน 2559

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนรายวันของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์									
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนชิ้นข่าวต่อวัน (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						สัดส่วนรวม
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
10 มิ.ย. 59	3/4	6	12.5	5	12.5	-	-	5	35
12 มิ.ย. 59	3/4	9	18.7	5	16.2	1.7	-	4.5	46.1
14 มิ.ย. 59	3/4	8	24.7	5	12.5	1.7	-	2	45.9
16 มิ.ย. 59	3/4	9	25	5	12.5	1.7	-	4.5	48.7

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ พบการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโรในทุกวันที่ศึกษา เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนภาพรวม วันแรกของการศึกษาคือ 10 มิ.ย.พบสัดส่วนเนื้อหาค่อนข้างน้อย (35%) ก่อนจะเพิ่มมากขึ้นในระดับที่ใกล้เคียงกัน ในช่วงวันที่ 12, 14, 16 มิ.ย. (46.1% -45.9% -48.7%) นอกจากนี้เดลินิวส์เป็นหนังสือพิมพ์รายวันฉบับเดียวที่มีเนื้อหาการพนันในทุกระดับ แม้ว่าส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลในระดับ I แต่ขณะเดียวกันก็พบข้อมูลในระดับ H ในจำนวนใกล้เคียงกับระดับ I โดยเฉพาะวันที่ 10 มิ.ย. มีสัดส่วนเนื้อหาในระดับ I และ H เท่ากัน ขณะที่เนื้อหาในระดับ P แม้จะพบสัดส่วนที่ไม่มาก แต่ก็พบจำนวนที่เท่ากันในเกือบทุกวัน คือ 5% ส่วนเนื้อหาระดับ G พบทุกวันยกเว้นวันที่ 10 มิ.ย. ในสัดส่วนเท่ากันทุกวัน คือ 1.7% ไม่พบเนื้อหาต่อต้านพนันบอลในเดลินิวส์ แต่พบเนื้อหาการชิงโชคในทุกวันที่ศึกษาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ 5% -4.5%-4.5% ในวันที่ 10,12 และ 16 มิ.ย. (ยกเว้นวันที่ 14 มิ.ย.ที่มีเพียง 2%)

- หนังสือพิมพ์คมชัดลึก

ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก									
จำนวนหน้า	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนชิ้นข่าว (ข่าว)	จำนวนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
12	12	36	26.4	-	17.5	-	-	-	43.9

หนังสือพิมพ์คมชัดลึก พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษาจำนวน 12 หน้า จากจำนวนหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด 12 หน้า เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์การศึกษา ด้วยคำนวณเป็นร้อยละจากฐานสัดส่วน 100% ของเนื้อหาข่าวกีฬาทั้งหมด พบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่เป็น IPHG การต่อต้านการพนันและการชิงโชค ร้อยละ 43.9 โดยเรียงลำดับประเภทเนื้อหาที่พบมากที่สุด ได้ดังนี้

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 2 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) และการให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้

- I (Information) เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏมากที่สุด ร้อยละ 26.4 โดยมีเนื้อหา ได้แก่

- ช่าว เป็นการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับ บรรยากาศก่อนการแข่งขัน การฝึกซ้อมของนักฟุตบอลก่อนการแข่งขัน สภาพความพร้อมของนักฟุตบอลการเตรียมความพร้อมของเจ้าภาพ บทสัมภาษณ์ของผู้ควบคุมทีม บรรยากาศหลังการแข่งขัน ผลการแข่งขันคู่ที่ผ่านมา ความวุ่นวายของแฟนบอล บทสัมภาษณ์ของบุคคลสำคัญของวงการฟุตบอลต่อการแข่งขันที่ผ่านมา ดังตัวอย่าง
  - นายใหญ่ ตราไก่ ฝรั่งเศสไล่ถล่มเอกอชานะฟีดิบโรมาเนีย 2-1 ในนัดเปิดสนามยูโร 2016 ยอมรับเป็นเกมสุดลำบาก พร้อมให้เหตุผลถอด ปอล ป็อกบา เพราะต้องการเกมรุก (คมชัดลึก “ยก ปาเยต์ ฮีโร่ไก่จิกฟีดิบ 2-1 แฟนผู้ดีป่วนร้องหาไอซิส” 14-06-59)
  - กุนซีอเยอโรมนีปลื้มผลงานลูกทีมที่คว้าชัยประเดิมยูโร 2016 กลุ่ม ซี ได้แบบไม่เสียประตู (คมชัดลึก “เบียร์ชม“ซีไวน์” ตุง 2 ดับยูเครน เลฟ ดิงเกมรับต้องแก้จุดอ่อน” 14-06-59)
  - ฝรั่งเศส คุมเข้มสั่งห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้สนามฟาดแข้งยูโร 2016 เพื่อป้องกันแฟนบอลเมาอาละวาดแล้วยกพวกตะลุมบอนเหมือนคู่ รัสเซีย กับ อังกฤษ ขณะที่แฟนบอลไอร์แลนด์เหนือสังเวชชีวิตจากอุบัติเหตุหนึ่งราย (คมชัดลึก “ฝรั่งเศสล้อมคอกสั่งห้ามขายเหล้าแก่แฟนบอลตีกัน” 14-06-59)
- ภาพข่าว เป็นการนำเสนอ บรรยากาศก่อน/ระหว่างและหลัง การแข่งขัน เช่น ภาพการทำประตูสำคัญ ภาพบรรยากาศกองเชียร์ทั้งนอกและในสนาม ภาพความวุ่นวายของกองเชียร์ ดังตัวอย่าง



วันที่ 12 มิถุนายน 2559



วันที่ 14 มิถุนายน 2559

- H (Handicap) เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏของลงมา พบ ร้อยละ 17.5 ในรูปแบบบทความ/คอลัมน์ คือ EURO 2016 โดย แม็ก บิงส์นั้ การนำเสนอเนื้อหาในคอลัมน์นั้นจะบอกข้อมูลเบื้องต้นการแข่งขัน สถิติการพบกัน ผลงานที่ผ่านมาของทีมนั้นๆ ความพร้อมของทีม ไปจนถึงการบอกผลที่คาดว่าจะออกมา เช่น
  - ผลที่คาด โปรตุเกส ชนะ 2-1 ออสเตรีย ชนะ 1-0 (คมชัดลึก EURO 2016 โดย แม็ก บิงส์นั้ 14 มิ.ย. 59)
  - ผลที่คาด อังกฤษ เสมอ เวลส์ 1-1 , ยูเครน ชนะ 2-0, เยอรมนี ชนะ 2-1 (คมชัดลึก EURO 2016 โดย แม็ก บิงส์นั้ 16 มิ.ย. 59)



— ไม่พบ เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการ และ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนรายวันของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก									
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนชิ้นข่าวต่อวัน (ข่าว)	จำนวนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
10 มิ.ย. 59	3/3	6	12.7	-	16.7	-	-	-	29.4
12 มิ.ย. 59	3/3	10	27	-	16.7	-	-	-	43.7
14 มิ.ย. 59	3/3	11	26.7	-	20	-	-	-	46.7
16 มิ.ย. 59	3/3	8	21.7	-	16.7	-	-	-	38.4

หนังสือพิมพ์คมชัดลึก พบการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโรในทุกวัน โดยมีวันที่นำเสนอเนื้อหาสูงที่สุดคือวันที่ 14 (46.7%) และ 12 (43.7%) มิ.ย. ก่อนที่สัดส่วนที่พบจะลดลงในวันที่ 16 มิ.ย. (38.4%) ส่วนเนื้อหาพบนพบในระดับ I และ H เท่านั้น ซึ่งสัดส่วนเนื้อหาในระดับ I จะมีความแตกต่างกันในแต่ละวัน แต่สัดส่วนของกลุ่ม H จะค่อนข้างใกล้เคียง หรือมีการจัดพื้นที่เฉพาะสำหรับเนื้อหาในกลุ่มนี้ในทุกวัน แต่ไม่พบเนื้อหา P G ต่อต้านการพนัน และการชิงโชค



- หนังสือพิมพ์ข่าวสด

ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์ข่าวสด									
จำนวนหน้า	จำนวนหน้าข่าวยุโรป	จำนวนชิ้นข่าวต่อวัน (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
8	8	18	60	-	-	-	12.5	-	72.5

หนังสือพิมพ์ข่าวสด พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษา จำนวน 8 หน้า จากจำนวนหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด 8 หน้า เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์การศึกษา ด้วยคำนวณเป็นร้อยละจากฐานสัดส่วน 100% ของเนื้อหาข่าวกีฬาทั้งหมด พบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่เป็น IPHG การต่อต้านการพนันและการชิงโชค ร้อยละ 72.5 โดยเรียงลำดับประเภทเนื้อหาที่พบมากที่สุด ได้ดังนี้

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 1 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) ดังนี้
  - I (Information) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 60 โดยมีเนื้อหาดังนี้
    - ภาพข่าว เป็นการนำเสนอ บรรยากาศก่อน/ระหว่างและหลัง การแข่งขัน เช่น ภาพการทำประตูสำคัญ ภาพบรรยากาศกองเชียร์ทั้งนอกและในสนาม ภาพความวุ่นวายของกองเชียร์ ดังตัวอย่าง



วันที่ 12 มิถุนายน 2559

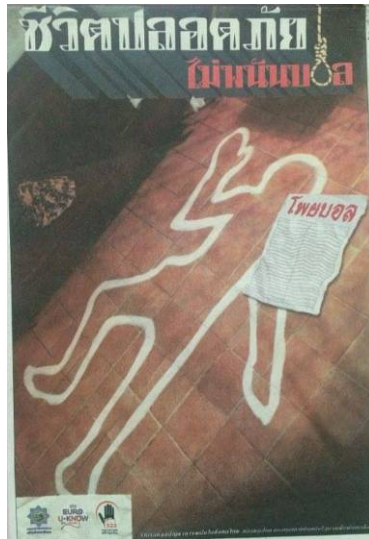
- คอลัมน์ หนังสือพิมพ์ข่าวสด พบการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร ในรูปแบบของบทความ/คอลัมน์ 3 คอลัมน์ คือ คอลัมน์เกาะติดฟุตบอลยูโร 2016 ชูปตาร์ยูโร 2016 และ ใครเชียร์ใคร ดังตัวอย่าง

- โปรตุเกสชนะเอสโตเนีย 7-0 นัดอุ่นเครื่อง เบลเยียมแชมป์ค่าตัวแพง (ข่าวสด “เกาะติดฟุตบอลยูโร” 10 มิ.ย. 59)
  - โค้ชเฮง วิทยา เลขาหกุล อุปนายกสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย เซียร์ ฝรั่งเศส "ถ้าจะให้ชี้ว่าทีมใดจะได้แชมป์ ผมเชื่อว่าเยอรมันมีโอกาสที่สุด เพราะเป็นทีมที่มีระเบียบวินัย เกมรับสูงมาก ผู้เล่นแต่ละคนรู้ว่าจะรับอย่างไร และได้กลับแบบไหน (ใครเชียร์ใคร, 12-06-59)
  - ปีเก้" อายุ 29 ปี เป็นกองหลังที่มีรูปร่างสูงใหญ่เล่นลูกกลางอากาศได้ดีทั้งใน เกมรุกและเกมรับ ติดทีมชาติชุดใหญ่นัดแรก ในเกมที่ชนะทีมสิงคโปร์ 2-0 (ซุ๊ปตาร์ ยูโร 2016, 16-06-59)
- รูปแบบอื่นๆ เช่น ตารางคะแนนการแข่งขัน หนังสือพิมพ์ข่าวสด นำเสนอตาราง ตารางคะแนนการแข่งขันแต่ละกลุ่ม โดยไม่มีการบรรยาย หรือให้ข้อมูลว่าใครเหนือกว่าใคร เป็นเพียงการนำเสนอข้อเท็จจริงตามผลการแข่งขัน ดังตัวอย่าง

กลุ่ม	ทีม	แข่ง	ชนะ	เสมอ	แพ้	ได้ประตู	เสียประตู	คะแนน
กลุ่ม A	ฝรั่งเศส	1	1	0	0	2	1	3
	สวีเดน	1	1	0	0	1	0	3
	โรมาเนีย	1	0	0	1	1	2	0
	สโลวาเกีย	1	0	0	1	0	1	0
กลุ่ม B	เยอรมนี	1	1	0	0	2	0	3
	โปแลนด์	1	1	0	0	1	0	3
	รัสเซีย	1	0	0	1	0	1	0
	ยูเครน	1	0	0	1	0	2	0
กลุ่ม C	อิตาลี	1	1	0	0	2	0	3
	เบลเยียม	1	1	0	0	1	0	3
	สเปน	1	0	0	1	0	1	0
	ตุรกี	1	0	0	1	0	1	0
กลุ่ม D	กรีซ	1	1	0	0	2	0	3
	เชเชโกวาคี	1	0	1	0	1	1	1
	สวีเดน	1	0	1	0	1	1	1
	ออสเตรีย	1	0	0	1	0	2	0
กลุ่ม E	ฮังการี	1	1	0	0	2	0	3
	โครเอเชีย	1	0	1	0	1	1	1
	โปรตุเกส	1	0	1	0	1	1	1
	ออสเตรีย	1	0	0	1	0	2	0

16 มิถุนายน 2559

- เนื้อหาบรรณารักษ์ต่อต้านการพนัน พบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการบรรณารักษ์ต่อต้านการพนันใน หนังสือพิมพ์ข่าวสด สัดส่วนร้อยละ 12.5



วันที่ 10 มิถุนายน 2559

– ไม่พบ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนรายวันของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์ข่าวสด									
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนชิ้นข่าวต่อวัน (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ					รวม	
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน		ชิงโชค
10 มิ.ย. 59	2/2	4	50	-	-	-	12.5	-	<b>62.5</b>
12 มิ.ย. 59	2/2	5	65	-	-	-	-	-	<b>65</b>
14 มิ.ย. 59	2/2	5	60	-	-	-	-	-	<b>60</b>
16 มิ.ย. 59	2/2	4	65	-	-	-	-	-	<b>65</b>

หนังสือพิมพ์ข่าวสด พบสัดส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรในระดับ I โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกันในแต่ละวัน และพบเนื้อหาต่อต้านการพนันในวันที่ 10 มิถุนายน 2559 ร้อยละ 12.5 หนังสือพิมพ์ข่าวสด ทั้งนี้ไม่พบเนื้อหาที่เป็น P H G และการชิงโชค

ผลการศึกษาในสื่อหลัก หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน และสื่อออนไลน์ ตามรอบการแข่งขัน (วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559)

การศึกษาเนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 (วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 59) ได้ทำการศึกษาในสื่อ 3 กลุ่ม คือ สื่อหลัก (วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน) หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน และสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊ก) โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. กลุ่มสื่อหลัก

หน่วยการศึกษา ได้แก่

1.1) สื่อโทรทัศน์ จำนวน 6 ช่อง แบ่งเป็น สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล จำนวน 5 ช่อง ได้แก่ ช่อง 3 Family, ช่อง 3 SD, ช่อง 3 HD, ช่อง 7 HD, ช่อง Workpoint และสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม จำนวน 1 ช่อง ได้แก่ ช่อง SMMTV

1.2) สื่อวิทยุ จำนวน 3 สถานี แบ่งเป็น สถานีวิทยุแบบมีผังรายการ จำนวน 2 สถานี ได้แก่ FM 96 Sport Radio, FM 99 Active Radio และสถานีวิทยุแบบไม่มีผังรายการ จำนวน 1 สถานี ได้แก่ NR Sports Radio

1.3) สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 4 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ, เดลินิวส์, คมชัดลึก และข่าวสด ช่วงวันเวลาที่ศึกษา

1.4) สื่อหนังสือพิมพ์กีฬาจำนวน 6 ฉบับ ที่ ได้แก่ สยามกีฬารายวัน, สปอร์ตพูล, สปอร์ตแมน, สตาร์ชอคเกอร์, ตลาดลูกหนัง และ ฮอตสกอว์ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์กีฬาออนไลน์

#### ช่วงเวลาที่ศึกษา

สื่อโทรทัศน์และวิทยุศึกษาในช่วงเวลาระหว่างเวลา 15.00-23.00 น. ของวันที่เป็นหน่วยการศึกษา ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์รายวันและหนังสือพิมพ์กีฬาประจำวันศึกษาหนังสือพิมพ์ที่ออกวางจำหน่ายในวันที่เป็นหน่วยการศึกษา จำนวน 4 วัน ได้แก่

- วันที่ 10 มิถุนายน 2559 รอบแบ่งกลุ่มนัดแรก มีการแข่งขัน 1 คู่ คือ ฝรั่งเศส-โรมาเนีย 02.00 น.
- วันที่ 17 มิถุนายน 2559 : รอบแบ่งกลุ่มนัดสอง มีการแข่งขัน 3 คู่ ได้แก่ อิตาลี-สวีเดน 20.00 น. , เช็ก-โครเอเชีย 23.00 น. , สเปน-ตุรกี 02.00 น.
- วันที่ 24 มิถุนายน 2559 : วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่ก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีมสุดท้าย
- วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 : การแข่งขันรอบ 8 ทีมสุดท้าย มีการแข่งขัน 1 คู่ คือ โปรตุเกส-โปแลนด์ 02.00 น.

จากหน่วยการศึกษาแบ่งผลการศึกษาดังกล่าวตามสื่อหลัก 3 สื่อ อันมีรายละเอียดดังนี้

#### 1.1. สื่อโทรทัศน์ ได้แก่

- ช่อง 3 Family

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 3 Family							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
ผู้หญิงถึงผู้หญิง	แมกกาซีน	-	1	-	-	-	-
มองรอบด้าน	วิเคราะห์ข่าว	1	-	-	-	-	-

จำนวนรายการ พบใน 2 รายการ เป็นรายการตามผังปกติทั้งหมด ได้แก่ 1) ผู้หญิงถึงผู้หญิง 2) มองรอบด้าน

- รูปแบบรายการ พบจำนวน 2 รูปแบบ ได้แก่ แมกกาซีน จำนวน 1 รายการ คือ ผู้หญิงถึงผู้หญิง และวิเคราะห์ข่าว จำนวน 1 รายการ คือ มองรอบด้าน

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 2 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) และ การทำนายผลการแข่งขัน (P) ดังนี้

○ I (Information) พบจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการมองรอบด้าน เนื้อหาที่พบ ได้แก่ รายงานโปรแกรมการแข่งขัน และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประเทศที่เข้าแข่งขัน

○ P (Prediction) พบจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง มีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ให้ข้อมูลจากการเสนอข่าวการวิเคราะห์ของสถาบันการเงินและการลงทุนของสหรัฐอเมริกาว่า “ฟันธงว่าเจ้าภาพฝรั่งเศสจะเป็นเต็งหนึ่งในการคว้าแชมป์” (10-06-59)

- ไม่พบ เนื้อหาพรรณคดีต่อต้านการพนัน และ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 รายวัน ช่อง 3 Family							
วันที่	ประเภทเนื้อหา						
	จำนวนรายการรวม	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	2	1	1	-	-	-	-
17 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
24 มิ.ย. 59	1	1	-	-	-	-	-
1 ก.ค. 59	-	-	-	-	-	-	-

รายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในช่อง 3 Family มีจำนวนและวันที่พบเนื้อหาค่อนข้างน้อย คือ พบเพียง 2 รายการ ในวันที่ 10 และ 24 มิ.ย. ซึ่งอาจเป็นเพราะอาจมีกลุ่มผู้ชมที่ไม่ใช่เป้าหมายของการแข่งขัน เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันแรกการแข่งขัน พบรายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร จำนวน 2 รายการ เป็นเนื้อหาในระดับการให้ข้อมูล (I) และการทำนายผลการแข่งขัน (P) อย่างละ 1 รายการ
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม แม้จะเป็นช่วงที่มีการแข่งขันและมีคู่ที่แข่งขันถึง 3 คู่ แต่ไม่พบรายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม แม้จะเป็นวันพักการแข่งขัน แต่พบรายการที่นำเสนอเนื้อหา 1 รายการ เป็นระดับการให้ข้อมูล (I)
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม ไม่พบรายการที่นำเสนอแม้จะเข้าสู่การแข่งขันในรอบ

ภาพตัวอย่าง ช่อง 3 Family

	
<p>Logo รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง</p>	<p>ผู้ดำเนินรายการ มงรอบด้าน</p>
	
<p>แนะนำประเทศที่เข้าแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 รายการ มงรอบด้าน 24-06-59</p>	<p>โปรแกรมการแข่งขัน รายการ ผู้หญิงถึงผู้หญิง 10-06-59</p>

● ช่อง 3 SD

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 3 SD							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
Top Sports	เล่าข่าว	1	-	-	-	-	-
Top News	เล่าข่าว	1	-	-	-	-	-
Sport Guru	เล่าข่าว	1	-	-	-	-	-
Euro 2016 Magazine	แมกกาซีน	-	1	-	-	-	-
Euro Highlight	แมกกาซีน	1	-	-	-	-	-

จำนวนรายการ พบใน 5 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ 3 รายการ ได้แก่ 1) Tops Sports 2) Top News และ 3) Sport Guru ส่วนรายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 พบจำนวน 2 รายการ ได้แก่ 1) Euro 2016 Magazine และ 2) Euro Highlight 2016

- รูปแบบรายการ พบ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบเล่าข่าว จำนวน 3 รายการ ได้แก่ Top Sports, Top News, Sport Guru และแมกกาซีนกีฬา จำนวน 2 รายการ ได้แก่ Euro 2016 Magazine, Euro Highlight

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 2 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) และ การทำนายผลการแข่งขัน (P) ดังนี้
  - I (Information) พบจำนวน 4 รายการ ได้แก่ รายการ Top News, Sport Guru, Top Sports และ Euro Highlight 2016 เนื้อหาที่พบ ได้แก่ ไฮไลท์การแข่งขัน ความพร้อมของทีม ประวัตินักเตะ และข่าวลือ เช่น บรรยากาศการแข่งขัน บรรยากาศเมืองปารีส
  - P (Prediction) พบจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ Euro 2016 Magazine มีข้อความจากรายงานพิเศษที่ระบุว่า “ทีมเต็งแชมป์ยูโรปีนี้เป็นใคร” (10-06-59)
- ไม่พบ เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน และ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 รายวัน ช่อง 3 SD							
วันที่	ประเภทเนื้อหา						
	จำนวนรายการรวม	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	3	2	1	-	-	-	-
17 มิ.ย. 59	3	3	-	-	-	-	-
24 มิ.ย. 59	3	3	-	-	-	-	-
1 ก.ค. 59	3	3	-	-	-	-	-

จำนวนรายการที่พบในช่อง 3 SD มีความคงตัวในทุกวัน คือพบวันละ 3 รายการ จำนวนคู่ที่แข่งขันหรือวันที่หยุดพักการแข่งขันไม่มีผลต่อการนำเสนอเนื้อหา ขณะที่เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG มีเพียงวันที่ 10 มิ.ย. ที่พบการทำนายผลการแข่งขัน (P) ร่วมกับระดับการให้ข้อมูล (I) ส่วนในอื่นที่ศึกษาพบเพียงระดับการให้ข้อมูล (I) อย่างเดียว เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน พบรายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร จำนวน 3 รายการ เป็นเนื้อหาในระดับการให้ข้อมูล (I) จำนวน 2 รายการ และการทำนายผลการแข่งขัน (P) จำนวน 1 รายการ
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม แม้จะเป็นวันที่มีคู่ที่แข่งขันค่อนข้างมาก แต่ยังพบจำนวนรายการเท่ากับวันที่ 10 มิ.ย. ซึ่งเป็นวันเริ่มต้นการแข่งขัน และเนื้อหาที่พบทั้งหมดเป็นเพียงระดับการให้ข้อมูล (I)
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม แม้เป็นวันที่พักการแข่งขัน แต่จำนวนรายการที่พบไม่ต่างจากวันที่ 17 มิ.ย. และเป็นเนื้อหาระดับการให้ข้อมูล (I) ทุกรายการ
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม พบจำนวนรายการและเนื้อหาไม่ต่างจากวันที่ 17 และ 24 มิ.ย.

ภาพตัวอย่าง ช่อง 3 SD





Logo รายการ Euro Highlight 2016



Logo รายการ Top Sports



Logo รายการ Sport Guru



Logo รายการกีฬาโดนๆกับแชมป์ พีรพล



ผู้ดำเนินรายการ Sport Guru



ผู้ดำเนินรายการ Top Sports





ไฮไลท์การแข่งขัน รายการ Top Sports 1-07-59

เส้นทางรอบรองชนะเลิศ รายการ Top Sports 1-07-59

- ช่อง 3 HD

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 3 HD							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
เรื่องเด่นเย็นนี้	เล่าข่าว	-	1	-	-	-	1
ข่าว 3 มิติ	เล่าข่าว	1	-	-	-	-	-
แฟลชนิวส์	ข่าว	1	-	-	-	-	-
เรื่องเด่นยูโร	วิเคราะห์	-	1	-	-	-	4

- จำนวนรายการ พบใน 4 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ จำนวน 3 รายการ ได้แก่ 1) เรื่องเด่นเย็นนี้ 2) ข่าว 3 มิติ และ 3) แฟลชนิวส์ ส่วนรายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 พบจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการเรื่องเด่นยูโร มีรายละเอียด ดังนี้

- รูปแบบรายการ เป็นรายการเล่าข่าว 2 รายการ คือ เรื่องเด่นเย็นนี้ และ ข่าว 3 มิติ รูปแบบข่าว 1 รายการ คือ แฟลชนิวส์ และรูปแบบวิเคราะห์ฟุตบอลยูโร 1 รายการ คือ เรื่องเด่นยูโร

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 2 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) และ การทำนายผลการแข่งขัน (P) ดังนี้

- I (Information) พบจำนวน 2 รายการ ได้แก่ รายการข่าว 3 มิติ และแฟลชนิวส์ เนื้อหาที่พบ ได้แก่ สีสันและบรรยากาศการแข่งขัน โปรแกรมแข่งขัน ผลการแข่งขัน รายชื่อนักเตะและความพร้อมของทีม เป็นต้น

- P (Prediction) พบจำนวน 2 รายการ ได้แก่ รายการเรื่องเด่นยูโร และเรื่องเด่นเย็นนี้ มีผู้ดำเนินรายการ 1 คน และผู้สื่อข่าวภาคสนาม 1 คน เป็นผู้ให้ข้อมูล มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง

- "ถ้าถามผม ผมก็ยังคงคิดว่าฝรั่งเศสมีโอกาสชนะ..." (ผู้ดำเนินรายการ, เรื่องเด่นยูโร, 12-06-59)

- “..ก็น่าจะเป็นเยอรมันกับโปแลนด์ที่น่าจะผ่านเข้าไปสู่อันดับต่อไป” (เรื่องเด่นยูโร, 17-06-59)
  - เกมนี้มาราโดนาเชื่อว่าใครเอเชียที่น่าจะเป็นฝ่ายโปรตุเกสได้...” (เรื่องเด่นเย็นนี้, 24-06-59)
- เนื้อหาการชิงโชค พบจำนวน 5 ครั้ง ในรูปแบบของการแฝงเนื้อหารายการ ได้แก่
- 1) กิจกรรมชิงรางวัล "เรื่องเด่นยูโร" โดยการตอบคำถามจากทางรายการ ลุ้นรางวัลลูกฟุตบอลและเสื้อยูโร 2016 ลิขสิทธิ์แท้ พบ จำนวน 3 ครั้ง ในรายการเรื่องเด่นยูโร (17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค.)
  - 2) กิจกรรมชิงรางวัล “ทายแชมป์ ลุ้นรับมอเตอร์ไซค์ New Honda PCX 150” ทายผลว่าทีมไหนจะเป็นแชมป์ฟุตบอลยูโร 2016 โดยพิมพ์ชื่อทีมแล้วส่ง 4838339 มือถือได้ทุกระบบ ส่ง SMS ครั้งละ 3 บาท พบจำนวน 2 ครั้ง ในเรื่องเด่นเย็นนี้ 1 ครั้ง (1 ก.ค.) และเรื่องเด่นยูโร 1 ครั้ง (1 ก.ค.)
- ไม่พบ เนื้อหาณรงค์ต่อต้านการพนัน

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 รายวัน ช่อง 3 HD							
วันที่	จำนวนรายการรวม	ประเภทเนื้อหา				ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)					
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	3	2	1	-	-	-	-
17 มิ.ย. 59	4	3	1	-	-	-	1
24 มิ.ย. 59	2	1	1	-	-	-	1
1 ก.ค. 59	3	3	-	-	-	-	3

จำนวนรายการที่พบในช่อง 3 HD มีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยในแต่ละช่วงวันที่ศึกษา วันที่พบจำนวนรายการมากที่สุดคือวันที่ 17 มิ.ย. ซึ่งเป็นวันที่มีการแข่งขัน 3 คู่ ขณะที่วันที่ 24 มิ.ย. มีจำนวนรายการลดลงเนื่องจากเป็นวันที่พักการแข่งขัน เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน พบรายการที่น่าเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร จำนวน 3 รายการ เป็นเนื้อหาในระดับการให้ข้อมูล (I) จำนวน 2 รายการ และการทำนายผลการแข่งขัน (P) จำนวน 1 รายการ
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม มีจำนวนรายการที่พบเพิ่มมากขึ้นเป็น 4 รายการ แต่เนื้อหาหลักยังเป็นระดับการให้ข้อมูล (I) จำนวน 3 รายการ ส่วนการทำนายผลการแข่งขัน พบเท่าวันที่ 10 มิ.ย. คือ 1 รายการ

- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันเข้าสู่รอบ 16 ทีม จำนวนรายการที่พบลดลงเหลือเพียง 2 รายการ เนื่องจากเป็นวันที่พักการแข่งขัน แต่เนื้อหาที่พบยังมีทั้งระดับการให้ข้อมูล (I) และการทำนายผลการแข่งขัน (P) จำนวน 1 รายการเท่ากัน
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม มีจำนวนรายการที่พบเพิ่มขึ้นจากวันที่ 24 มิ.ย. จำนวน 1 รายการ แม้จะเข้าสู่การแข่งขันในรอบลึก ๆ แต่เนื้อหาที่พบทั้งหมดเป็นเพียงระดับการให้ข้อมูล (I) แต่สิ่งที่น่าสนใจคือเป็นวันที่พบจำนวนเนื้อหาการชิงโชคมากที่สุด คือ 3 ครั้ง เพิ่มขึ้นจากวันที่ 17 และ 24 มิ.ย. ที่พบเพียงวันละ 1 ครั้ง

ภาพตัวอย่าง ช่อง 3 HD





บรรยากาศการแข่งขัน จากรายการข่าว 3 มิติ 17-06-59



การจับกุมนักพนันบอล รายการแฟลชนิวส์ 17-06-59



ข้อมูลประเภทคาดการณ์ (P) จากมาราโดนาว่าทีมชาติโปรตุเกสจะตกรอบ เร็งเด่นเย็นนี้ 24-06-59



คำถามชิงรางวัล เสือทีมชาติเยอรมัน เร็งเด่นยูโร 1-07-59

- ช่อง 7 HD

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง 7 HD							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
เจาะประเด็นข่าวค่ำ	ข่าว	-	1	-	-	-	-
ข่าวภาคค่ำ	ข่าว	1	-	-	-	-	-

จำนวนรายการ พบใน 2 รายการ เป็นรายการตามผังปกติทั้งหมด ได้แก่ รายการเจาะประเด็นข่าวค่ำ และข่าวภาคค่ำ

- รูปแบบรายการ เป็นรูปแบบข่าวทั้ง 2 รายการ
- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 2 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) และ การทำนายผลการแข่งขัน (P) ดังนี้

- I (Information) พบจำนวน 1 รายการ คือ รายการข่าวภาคค่ำ เนื้อหาที่พบ ได้แก่ รายงานผลการแข่งขัน ตารางเปรียบเทียบผลคะแนนการแข่งขันในแต่ละกลุ่ม และรายงานโปรแกรมการแข่งขัน
- P (Prediction) พบจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการเจาะประเด็นข่าวค่ำ นำเสนอข่าวการ ทำนายผลการแข่งขันของสิงโตทะเล “สิงโตทะเลพันธุ์ไอร์แลนด์ชนะเลิศ” (24-06-59)
- ไม่พบ เนื้อหาทรงค้ำต่อด้านการพนัน และ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 รายวัน ช่อง 7 HD							
วันที่	ประเภทเนื้อหา						
	จำนวนรายการรวม	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
17 มิ.ย. 59	1	1	-	-	-	-	-
24 มิ.ย. 59	1	-	1	-	-	-	-
1 ก.ค. 59	1	1	-	-	-	-	-

ช่อง 7 HD ไม่พบการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโรในช่วงวันเริ่มการแข่งขัน (10 มิ.ย.) แต่หลังจากนั้นมีจำนวนรายการที่พบคงที่ คือ 1 รายการในทุกวันที่ศึกษา ซึ่งจำนวนที่พบค่อนข้างน้อยอาจเป็นเพราะช่อง 7 ไม่ได้เป็นช่องที่ได้ลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน ไม่พบรายการที่นำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม จำนวนคู่การแข่งขันที่มาก ไม่มีผลต่อการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร ทางช่อง 7 HD มีรายการที่นำเสนอเนื้อหาเพียง 1 รายการ ในระดับข้อมูลทั่วไป (I)
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม แม้จะเป็นวันที่พักการแข่งขัน แต่ยังพบจำนวนรายการเท่ากับวันที่ 17 มิ.ย. แต่เนื้อหาที่พบเป็นการทำนายผลการแข่งขัน (P) ซึ่งเป็นการคาดการณ์ทีมที่จะเป็นผู้ชนะ
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม แม้จะเข้าสู่การแข่งขันรอบสำคัญ แต่ยังพบจำนวนรายการคงที่ 1 รายการ มีเนื้อหาในระดับให้ข้อมูล (I)

ภาพตัวอย่าง ช่อง 7 HD





• ช่อง Workpoint

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง Workpoint ประเภทเนื้อหา							
รายการ	รูปแบบรายการ	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
ข่าวต้นชั่วโมง	ข่าว	-	-	-	-	-	1
เท่งโห่งวิทยาคม	วาไรตี้	-	1	-	-	-	-

จำนวนรายการ พบใน 2 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ ได้แก่ รายการข่าวต้นชั่วโมง และ เท่งโห่งวิทยาคม

- รูปแบบรายการ เป็นรูปแบบข่าว 1 รายการ คือ รายการข่าวต้นชั่วโมง และรูปแบบวาไรตี้โชว์ 1 รายการ คือ เท่งโห่งวิทยาคม
- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 1 ประเภท คือ การทำนายผลการแข่งขัน (P) พบจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการเท่งโห่งวิทยาคม มีแขกรับเชิญคือบรูณัจฉ์ รัตนวิเชียร หรือ บอ. นู๋ นักข่าวและกูรูด้านฟุตบอล คาดการณ์ทีมที่จะได้เป็นแชมป์ฟุตบอลยูโร 2016 “คิดเหมือนกับนักข่าวต่างประเทศ ที่มองว่า

ฝรั่งเศสเป็นเจ้าของบ้าน ได้เปรียบในเรื่องสภาพแวดล้อมจึงน่าจะเป็นฝรั่งเศส อีกทั้งศักยภาพทีมและนักเตะที่ดีด้วย” (24-06-59)

- เนื้อหาการชิงโชค พบจำนวน 1 ครั้ง ในข่าว “ไปรษณีย์ชวนทายผลฟุตบอลยูโร 2016 ชิงเงิน 40 ล้านบาท” (ผู้ประกาศข่าว, ข่าวต้นชั่วโมง, 10-06-59)
- ไม่พบ เนื้อหาถาวรรงค์ต่อต้านการพนัน

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันการศึกษา

ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 รายวัน ช่อง Workpoint							
วันที่	จำนวนรายการรวม	ประเภทเนื้อหา				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)					
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	1	-	-	-	-	-	1
17 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
24 มิ.ย. 59	1	-	1	-	-	-	-
1 ก.ค. 59	-	-	-	-	-	-	-

ช่อง Workpoint เป็นช่องที่พบจำนวนรายการและเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ค่อนข้างน้อยมาก เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน พบเพียงการรายงานข่าวการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการชิงโชคของไปรษณีย์ไทย ไม่พบเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม แม้จะเป็นวันที่มีคู่ที่แข่งขันค่อนข้างมาก แต่ยังไม่พบรายการที่นำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม แม้จะพักการแข่งขัน แต่กลับพบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 1 รายการ โดยพบในรายการรูปแบบวาไรตี้ ซึ่งเชิญแขกรับเชิญที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการฟุตบอล นำข้อมูลจากการแข่งขันในรอบแรก มาใช้คาดการณ์/ทำนายทีมที่มีโอกาสจะได้เป็นแชมป์ฟุตบอลยูโร 2016
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม ไม่พบรายการที่มีเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016

ภาพตัวอย่าง ช่อง Workpoint

	
<p>Logo รายการท่องเที่ยววิทยาคม</p>	<p>ผู้ดำเนินรายการข่าวต้นชั่วโมง</p>
	
<p>เนื้อหาคาดการณ์ทีมที่จะได้เป็นแชมป์ฟุตบอลยูโร 2016 (P) จากรายการท่องเที่ยววิทยาคม 24-06-59</p>	<p>เนื้อหาส่งไปรษณียบัตรเพื่อชิงโชค ในรายการข่าวต้น ชั่วโมง 10-06-59</p>

- ช่อง SMMTV

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ช่อง SMMTV							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)					
		I	P	H	G		
Sport Break	ข่าว	1	-	-	-	-	-
World Sport	ข่าว	-	1	-	-	-	-
สนามข่าว 96	เล่าข่าว	1	-	-	-	-	-
ขอบสนามลีกไทย	เล่าข่าว	1	-	-	-	-	-
คุยข่าวกีฬาไทย	เล่าข่าว	-	1	-	-	-	1
ตะลุยแดนลูกหนังไทย	วิเคราะห์	-	-	1	-	-	-
เกาะติดยูโร	วิเคราะห์	-	-	1	-	-	-

จำนวนรายการ พบใน 7 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ จำนวน 6 รายการ ได้แก่ 1) Sport Break 2) World Sport 3) สนามข่าว 96 4) ตะลุยแดนลูกหนังไทย 5) ขอบสนามลีกไทย และ 6) คุยข่าวกีฬา



ไทย ส่วน รายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 พบจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการเกาะติดยูโร มีรายละเอียด ดังนี้

- รูปแบบรายการ พบรูปแบบเล่าข่าว จำนวน 3 รายการ ได้แก่ คู่ข่าวกีฬาไทย, สนามข่าว 96 และ ขอบสนามลีกไทย รูปแบบข่าว พบ 2 รายการ ได้แก่ Sport Break และ World Sport รูปแบบวิเคราะห์ฟุตบอลยูโร พบ 2 รายการ ได้แก่ เกาะติดยูโร และ ตะลุยแดนลูกหนังไทย

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 3 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และการให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้

○ I (Information) พบจำนวน 3 รายการ ได้แก่ รายการ Sport Break, สนามข่าว 96 และ ขอบสนามลีกไทย เนื้อหาที่พบ ได้แก่ สิ้นและบรรยากาศการแข่งขัน โปรแกรมแข่งขัน ผลการแข่งขัน รายชื่อนักเตะ และความพร้อมของทีม เป็นต้น

○ P (Prediction) พบจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ World Sport มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ คือ "มังกรโคโมโดในสวนสัตว์ปารีส เลือกฝรั่งเศสเป็นผู้ชนะ" (World Sport 10-06-59)

○ H (Handicap) พบจำนวน 3 รายการ ได้แก่ รายการเกาะติดยูโร, คู่ข่าวกีฬาไทย และ ตะลุยแดนลูกหนังไทย มีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ให้ข้อมูล มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง

■ "ใครเอเชียกับเซ็ค คู่นี้แฮนด์แคปยังเปิดมาให้ใครเอเชียเป็นต่ออยู่ที่ครึ่งลูกจบ 5 (ผู้ดำเนินรายการ, ตะลุยแดนลูกหนังไทย, 17-06-59)

■ "สกอร์คู่นี้ผมว่าเบลเยี่ยมน่าจะเฉือนชนะเวลส์ไปได้ 1-0 หรือ 2-0" (ผู้ดำเนินรายการ, เกาะติดยูโร, 1 ก.ค. 59)

■ "ออสเตรีย-ฮังการี "มองว่าออสเตรียดีกว่า ชนะกันได้ 1 ประตูเป็นอย่างน้อย" (ผู้ดำเนินรายการ, เกาะติดยูโร, 16-06-59)

- เนื้อหาการชิงโชค พบจำนวน 1 ครั้ง เป็นข่าวกิจกรรมชิงโชคทายผลการแข่งขันโดยไปรษณีย์ไทย (คู่ข่าวกีฬาไทย, 10-06-59)

- ไม่พบ เนื้อหากรณีร้องคดีต่อต้านการพนัน

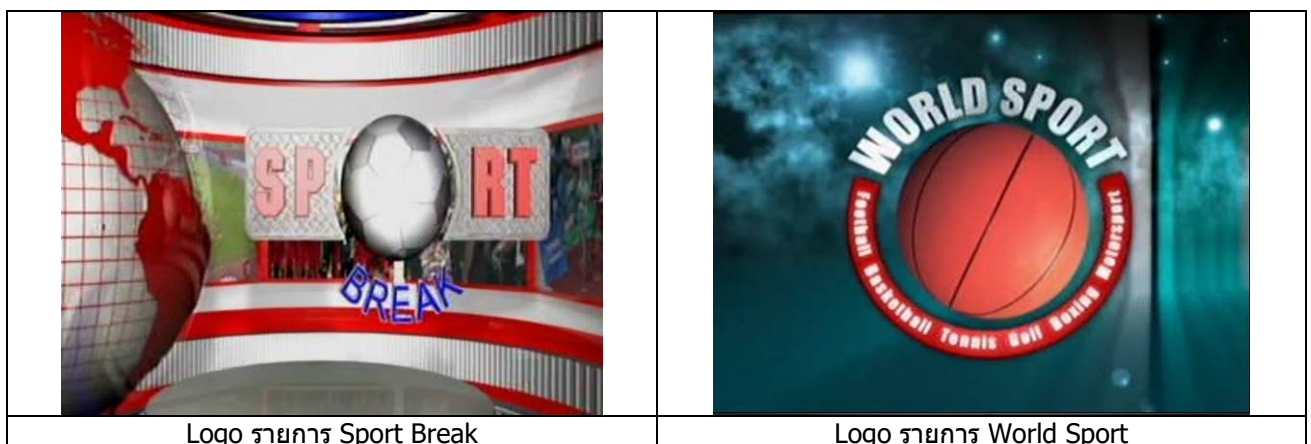
เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

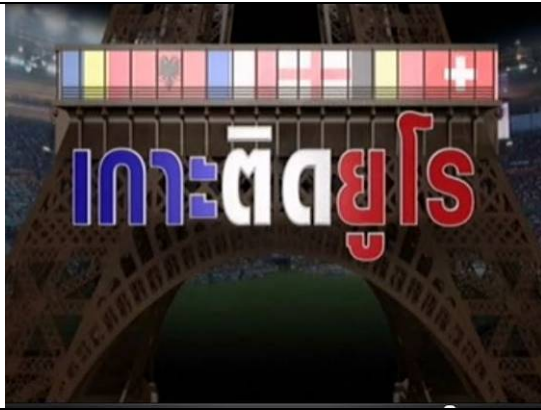
ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 รายวัน ช่อง SMMTV							
วันที่	ประเภทเนื้อหา						
	จำนวนรายการรวม	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	6	3	2	1	-	-	1
17 มิ.ย. 59	6	4	-	2	-	-	-
24 มิ.ย. 59	4	3	-	1	-	-	-
1 ก.ค. 59	6	3	-	3	-	-	-

ช่อง SMMTV เป็นช่องที่พบจำนวนรายการที่มีเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด เนื่องจากเป็นช่องที่วิวดาวเทียมที่มีเนื้อหาหลักด้านกีฬา เพราะฉะนั้นจำนวนคู่ที่แข่งขันในแต่ละวันจะมากหรือน้อย ไม่มีผลทำให้จำนวนรายการที่นำเสนอเนื้อหาลดลง มีเพียงวันที่พักการแข่งขัน คือ วันที่ 24 มิ.ย. มีจำนวนรายการลดลงเหลือเพียง 4 รายการ เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน แม้จะเป็นวันเริ่ม แต่ช่อง SMMTV ค่อนข้างให้ความสำคัญ มีจำนวนรายการที่พบมากถึง 6 รายการ เนื้อหาที่พบมีตั้งแต่ระดับการให้ข้อมูล (I) จำนวน 3 รายการ การทำนายผลการแข่งขัน (P) จำนวน 2 รายการ และมีการให้อัตราต่อรอง (H) จำนวน 1 รายการ ซึ่งถือเป็นหน่วยสื่อโทรทัศน์เพียงช่องเดียวที่พบเนื้อหาในระดับนี้
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม จำนวนรายการที่พบไม่เปลี่ยนแปลงจากวันที่ 10 มิ.ย. แต่เนื้อหามีการเปลี่ยนแปลง คือ ไม่พบการทำนายผลการแข่งขัน (P) แต่จำนวนเนื้อหาที่พบไปเพิ่มให้กับระดับการให้ข้อมูล (I) จาก 3 รายการเป็น 4 รายการ และการให้อัตราต่อรอง (H) จาก 1 เป็น 2 รายการ
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม เป็นวันที่พักการแข่งขัน จึงทำให้จำนวนรายการที่พบลดจาก 6 รายการ เหลือ 4 รายการ โดยเนื้อหาหลักยังเป็นระดับให้ข้อมูลทั่วไป (I) จำนวน 3 รายการ ส่วนอีก 1 รายการเป็นการให้อัตราต่อรอง (H)
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม จำนวนรายการที่พบกลับมาเป็น 6 รายการอีกครั้ง และเนื่องจากเป็นการแข่งขันที่เข้าสู่รอบลึก ๆ ที่ค่อนข้างมีความสำคัญ ทำให้เนื้อหาที่พบมีการเปลี่ยนแปลง คือเป็นวันที่พบรายการให้อัตราต่อรอง (H) สูงกว่าทุกวันที่ศึกษา คือ 3 รายการ เท่ากับระดับการให้ข้อมูล (I)

ภาพตัวอย่าง ช่อง SMM TV





Logo รายการเกาะติดยูโร



Logo รายการตะลุยแดนลูกหนังไทย



ผู้ดำเนินรายการ Sport Break



ผู้ดำเนินรายการ ตะลุยแดนลูกหนังไทย



ผู้ดำเนินรายการ เกาะติดยูโร



ผู้ดำเนินรายการ สนามข่าว 96

5 นัดหลังสุดของ ฝรั่งเศส		
อังกฤษ	2-0	ฝรั่งเศส
เนเธอร์แลนด์	2-3	ฝรั่งเศส
ฝรั่งเศส	4-2	รัสเซีย
ฝรั่งเศส	3-2	แคมeroon
ฝรั่งเศส	3-0	สกอตแลนด์

สถิติการแข่งขันของประเทศฝรั่งเศส รายการเกาะติดยูโร 10-06-59



ข้อมูลอัตราตอรอง (H) "คุณี่แสนดีแคบั้งเปิดมาให้ โครเอเซียเป็นต่ออยู่ที่ครึ่งลูกกลบ" ตะลุยแดนลูกหนังไทย



 <p>รายงานสดทางโทรศัพท์</p> <p>ยูโร 2016 FRANCE</p> <p>บรรณาธิการ: อังกฤษ - เวลล์</p> <p>ผู้จัดรายการ: SMM TV</p> <p>นัดเหนือ // 02.00 น. เยอรมนี - โปแลนด์ ***ฟุตบอล โคปา อเมริกา</p>	<p>17-06-59</p>  <p>โปรเจกต์ เ็นใจมิตรภาพผลผู้ชนะ หมด 180 ล้าน: SMM TV</p> <p>ส 1-1 เบรตาบลิค // (FT) เซลฟอสส์ 3-3 วีเคียร์ // (FT) วิกิงูร์ เรท</p>
<p>ข้อมูลการคาดการณ์จำนวนประตูแพ้ชนะ (H) "มองว่า ออสเตรียดีกว่า ชนะกันได้ 1 ประตูเป็นอย่างน้อย" เกาะติด ยูโร 16-06-59</p>	<p>เนื้อหาเชิงโฆษณาการทายผลผู้ชนะ รายการคุยข่าวกีฬา 10-06-59</p>

1.2. สื่อวิทยุกระจายเสียง ได้แก่

(1) กลุ่มสถานีวิทยุกีฬาที่มีผังรายการ คือ

- FM 96 Sport Radio

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 วิทยุ FM 96 Sport Radio							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	เชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
ข่าวต้นชั่วโมง (ศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบก)	ข่าว	1	-	-	-	-	-
ส่องเศรษฐกิจ	วิเคราะห์	1	-	-	-	-	-
มองอย่างเขียน	วิเคราะห์	-	1	-	-	1	-
ฟุตบอล 2016 นิวส์	ข่าว	-	1	-	-	-	-
สปอร์ต ฟรีสไตล์...จัดไปได้	สนทนา	-	-	1	-	-	1
มองอย่างเขียน by มิสเตอร์เอ็กซ์	วิเคราะห์	-	-	1	-	-	-
Preview the Match	วิเคราะห์	-	-	1	-	3	-
ตะลุยกแดนลูกหนังไทย	วิเคราะห์	1	-	-	-	-	-
อินไซด์ยูโร 2016	รายงานพิเศษ	1	-	-	-	-	-
ข่าวกีฬาจากทางสถานี	ข่าว	1	-	-	-	-	-

- จำนวนรายการ พบใน 10 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ จำนวน 8 รายการ ได้แก่ 1) ข่าวต้นชั่วโมง (ศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบก) 2) ส่องเศรษฐกิจ 3) มองอย่างเขียน 4) สปอร์ตฟรีสไตล์ จัดไปได้ 5) มองอย่างเขียน By Mr.X 6) Preview the Match 7) ตะลุยกแดนลูกหนังไทย และ 8) ข่าวกีฬาจากทางสถานี

รายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 จำนวน 2 รายการ คือ 1) ฟุตบอล 2016 นิวส์ และ 2) อินไซด์ยูโร 2016 มีรายละเอียด ดังนี้

- รูปแบบรายการ พบมากที่สุดคือ รูปแบบวิเคราะห์ฟุตบอลยูโร จำนวน 5 รายการ คือ ส่ง เศรษฐกิจ, มองอย่างเซียน, มองอย่างเซียน By Mr.X, Preview the Match, ตะลุยแดนลูกหนังไทย รองลงมาคือ รูปแบบข่าว จำนวน 3 รายการ คือ ข่าวต้นชั่วโมง, ฟุตบอล 2016 นิวส์, ข่าวกีฬาจากทาง สถานี รูปแบบที่พบน้อยที่สุด คือ สนทนา จำนวน 1 รายการ คือ สपोर्टพริสไตร์...จัดไปดี และรายงาน พิเศษ จำนวน 1 รายการ คือ อินไซด์ยูโร 2016

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 3 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และ การให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้

- I (Information) พบจำนวน 5 รายการ ได้แก่ ข่าวต้นชั่วโมง, ข่าวกีฬาจากทางสถานี, อินไซด์ยูโร, ตะลุยแดนลูกหนังไทย, ส่งเศรษฐกิจ เนื้อหาที่พบ ได้แก่ โปรแกรมการแข่งขัน รายงานผลการแข่งขัน เป็นต้น
- P (Prediction) พบจำนวน 2 รายการ ได้แก่ มองอย่างเซียน และ ฟุตบอล 2016 นิวส์ ผู้ให้ ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้ดำเนินรายการ มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง
  - “ผมยังมองไปที่โครเอเชีย..วันนี้เจอกับทีมเช็กที่มีแนวรับใช้ได้ แต่ผมว่าด้านไม่อยู่หรอก ผมว่าโครเอเชียชนะได้ (ผู้ดำเนินรายการ, มองอย่างเซียน, 17-06-59)
  - “คุณนี่ผมยังเชียร์ไปที่เบลเยียมครับ น่าจะผ่านได้ แม้เวลส์จะมีเกมรับที่ดี (ผู้ดำเนินรายการ, มองอย่างเซียน, 01-07-59)
  - “ถ้าเอาความคิดผม ทีมที่เป็นรองบ่อนแล้วมีโอกาสพลิกมากที่สุดผมว่าเป็นไอซ์แลนด์ (ช่วงตอบคำถามจาก SMS และ Facebook, มองอย่างเซียน, 24-06-59)
- H (Handicap) พบจำนวน 3 รายการ ได้แก่ รายการสปอร์ต พริสไตร์...จัดไปดี, มองอย่างเซียน By Mr.X และ Preview the Match มีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ให้ข้อมูล มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง
  - “เกมนี้เต็มทีเลยฝรั่งเสสน่าจะแค่เฉือนชนะโรมาเนียไปประมาณ 2 ประตูต่อ 1 ถือว่าเป็นสกอร์ที่ค่อนข้างจะเป็นที่นิยมกันในนัดเปิดสนาม” (ผู้ดำเนินรายการ, มองอย่างเซียน by Mr.X, 10-06-59)
  - ช่วงเล่นเกมชิงของรางวัลช่วงเล่นเกมชิงของรางวัล
    - ใจ้ (ผู้ดำเนินรายการ) : คิดว่าสกอร์ในคืนนี้จะจบอย่างไรดีครับ
    - ปัญจะ (ผู้ฟังทางบ้าน) : เสมอ 1-1 ครับ  
(สปอร์ต พริสไตร์...จัดไปดี, 17-06-59)
  - ช่วงตอบคำถามจาก SMS และ Facebook

- สมศักดิ์ (ผู้ฟังทางบ้าน) : อิตาลีจะชนะ 2-0

- ใจ (ผู้ดำเนินรายการ) : ก็มีโอกาเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้น กับสกอร์นี้ คือในยูโรครั้งนี้ ฟันธงลำบาก (Preview the Match, 17-06-59)

■ “ตอนที่บ่อนรับพนันถูกกฎหมายของต่างประเทศให้ฝรั่งเศสเป็นเต็งหนึ่ง ถ้าใครอยากจะได้ลงทุนกับทางฝั่งต่างประเทศ... 1 ปอนด์ ก็จะได้คืนมา 5 ปอนด์ ถ้าตีเป็นเงินไทยก็ 100 ได้ 400...อันดับ 2 เป็นเยอรมัน เต็ง 3 สเปน เต็ง 4 เบลเยียม เต็ง 5 โครเอเชีย...เต็ง 6 อังกฤษ ใครอยากลงทุน 100 ได้ 900 สำหรับอังกฤษ (สปอร์ต ฟรีสไตล์...จัดไปดี, 24-06-59)

■ “ตัวเต็งดาวซัลโวอันดับ 1 ตอนนี้ เป็น แกเร็ธ เบล ห่างจากโมราต้าไม่เท่าไร ถ้าหยุดเล่นๆสัก 100 ก็จะได้ 423 บาท เต็ง 2 อาวาร์ โมราต้า กับ คริสเตียโน่ โรนัลโด...อันดับสุดท้ายที่มีโอกาสจะเป็นดาวซัลโวสูงสุด คือ อันเดส อินเนสต้า 300:1 คือหยุดเล่นๆ 100 เขาไปเลย 3 หมื่น (สปอร์ต ฟรีสไตล์...จัดไปดี, 24-06-59)

- เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน พบจำนวน 1 ครั้ง ในรูปแบบโฆษณา รณรงค์ให้เลิกเล่นการพนันด้วยการโทรปรึกษา “1323 สายด่วนสุขภาพจิตเลิกพนัน” ในรายการมองอย่างเขียน มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง

■ การพนันเปลี่ยนชีวิตคุณจาก สุข ให้กลายเป็นสลดได้ในแค่ชั่วเดียว ย่อารอจนหมดเวลา ปรึกษาฟรี 24 ชั่วโมง 1323 สายด่วนสุขภาพจิตเลิกพนัน โทรตอนนี้ไม่มีหมดตัว (มองอย่างเขียน, 24-06-59)

- เนื้อหาการชิงโชค พบจำนวน 4 ครั้ง ผ่านกิจกรรมร่วมสนุกชิงรางวัล ทายผลฟุตบอลยูโร 2016 ได้แก่

1) รายการ Preview the Match พบจำนวน 3 ครั้ง ในรูปแบบการให้โทรศัพท์เข้ามาทายผลในช่วง 1st Score Game ว่าทีมใดจะยิงประตูขึ้นนำได้ก่อน โดยมีของรางวัลเป็นกีฬาวอลเลย์บอลจาก Ensogo และเสื้อกีฬา/กระเป๋าเป้ ที่สนับสนุนโดยเปียร์ซ้าง

2) รายการสปอร์ตฟรีสไตล์...จัดไปดี พบจำนวน 1 ครั้ง ในรูปแบบให้ทายผลผ่านทาง Facebook ว่านักเตะทีมใดจะได้ใบเหลืองก่อนในเกมการแข่งขัน มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง

■ ช่วง 1st Score Game ทายคู่ระหว่าง เช็ก กับ โครเอเชีย ว่าทีมชาติใดจะยิงประตูได้ก่อน..ช่วงนี้สนับสนุนโดย Ensogo เบอร์โทรศัพท์ 02-694-3425-6....คุณศุภสิริ : โครเอเชีย....คุณปัญจะ : เช็ก เสมอ 1-1 (Preview the Match, 17-06-59)

- การร่วมสนุกให้ผู้ฟังทางบ้านตอบคำถามผ่าน Facebook Fanpage ของทางรายการ จากคำถาม “เวลส์ กับ เบลเยียม “นักเตะทีมชาติใดจะได้ไปเหลือก่อนกัน” ซึ่งของรางวัล เสื้อยืด จาก Adidas (สปอร์ตฟริสไตล์.....จัดไปดี, 01-07-59)

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 รายวัน วิทยุ FM 96 Sport Radio							
วันที่	ประเภทเนื้อหา						
	จำนวนรายการรวม	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	6	2	2	2	-	-	-
17 มิ.ย. 59	7	4	1	2	-	-	3
24 มิ.ย. 59	5	3	1	1	-	1	-
1 ก.ค. 59	6	4	2	-	-	-	1

จำนวนรายการที่พบทาง FM 96 สปอร์ตเรดิโอ มีความใกล้เคียงกันในแต่ละวัน แต่วันที่มีจำนวนรายการมากที่สุดคือวันที่ 17 มิ.ย. ซึ่งเป็นวันที่มีจำนวนคู่ที่แข่งขันมากถึง 3 คู่ ส่วนวันที่มีจำนวนรายการน้อยที่สุดคือวันที่ 24 มิ.ย. ซึ่งเป็นวันที่พักการแข่งขัน แต่จำนวนรายการที่พบมีจำนวนแตกต่างกันมากนัก เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน แม้จะเป็นวันเริ่ม แต่คลื่น FM 96 สปอร์ตเรดิโอ ค่อนข้างให้ความสำคัญ มีจำนวนรายการที่พบมากถึง 6 รายการ เนื้อหาที่พบมีตั้งแต่ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และมีการให้อัตราต่อรอง (H) โดยพบประเภทละ 2 รายการเท่ากัน
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม เนื่องจากเป็นวันที่มีการแข่งขันถึง 3 คู่ทำให้จำนวนรายการที่พบมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากวันแรก (10 มิ.ย.) 1 รายการ แต่เนื้อหาที่พบมีการเปลี่ยนแปลง คือเน้นที่ระดับการให้ข้อมูล (I) ที่พบมากถึง 4 รายการ ส่วนการให้อัตราต่อรอง (H) ยังพบจำนวนเท่าเดิมคือ 2 รายการ ส่วนที่ลดลงคือ การทำนายผลการแข่งขัน (P) ที่เหลือเพียง 1 รายการ และเนื่องจากเป็นวันที่มีจำนวนคู่ที่แข่งขันมาก จึงพบเนื้อหาการชิงโชคถึง 3 ครั้งในช่วงที่ศึกษา
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม จำนวนรายการลดลงเนื่องจากเป็นวันที่พักการแข่งขัน เหลือ 5 รายการ เนื้อหาที่พบมากที่สุดยังเป็นระดับให้ข้อมูลทั่วไป (I) จำนวน 3 รายการ แต่ยังพบการทำนายผลการแข่งขัน (P) และการให้อัตราต่อรอง (H) อย่างละ 1 รายการ
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม พบจำนวน 6 รายการแม้จะเป็นการแข่งขันที่เข้าสู่รอบลึก ๆ ที่ค่อนข้างมีความสำคัญ แต่เนื้อหาที่พบเพียงระดับการให้ข้อมูล (I) และการทำนายผลการแข่งขัน (P) ขณะที่การให้อัตราต่อรองที่เคยพบในทุกวันที่ศึกษากลับไม่พบในวันนี้



- FM 99 แอคทีฟเรดิโอ

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 วิทย์ FM 99 Active Radio							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
ข่าวต้นชั่วโมง	ข่าว	1	-	-	-	-	-
ข่าวกีฬา	ข่าว	1	-	-	-	-	-
กีฬาพารวย	สนทนา	-	1	-	-	1	2
Sport Guide	สนทนา	-	-	1	-	-	2
99 กูรู	สนทนา	-	-	1	-	-	3
ยูโรไฮไลต์	สนทนา	-	-	1	-	2	8
เจาะสนามบอลไทย	สนทนา	-	-	1	-	-	-
*ช่วงโฆษณาระหว่างรายการ	-	-	-	-	-	6	-

จำนวนรายการ พบใน 7 รายการ เป็นรายการตามผังปกติ จำนวน 6 รายการ ได้แก่ ข่าวต้นชั่วโมง, ข่าวกีฬา, Sport Guide, 99 กูรู, กีฬาพารวย, เจาะสนามบอลไทย รายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 จำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการยูโรไฮไลต์

- รูปแบบรายการ พบมากที่สุดคือ รูปแบบสนทนา จำนวน 5 รายการ ได้แก่ Sport Guide, 99 กูรู, กีฬาพารวย, เจาะสนามบอลไทย และยูโรไฮไลต์ ส่วนอีก 2 รายการเป็นรูปแบบข่าว คือ ข่าวต้นชั่วโมง และ ข่าวกีฬา

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 3 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และ การให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้

○ I (Information) พบจำนวน 2 รายการ ได้แก่ รายการข่าวต้นชั่วโมง และข่าวกีฬา เนื้อหาที่พบ ได้แก่ บรรยายการการแข่งขัน โปรแกรมแข่งขัน ผลการแข่งขัน รายชื่อนักเตะ และความพร้อมของทีม เป็นต้น

○ P (Prediction) พบจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการกีฬาพารวย มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง

■ “ไปแลนด์ชนะ โปรตุเกส เวลส์ชนะ” (ผู้ดำเนินรายการ, กีฬาพารวย, 24-06-59)

○ H (Handicap) พบจำนวน 4 รายการ ได้แก่ 99 กูรู, Sport Guide, เจาะสนามบอลไทย และยูโรไฮไลต์ ทั้ง 3 รายการมีผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูล มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง

■ “ผมว่าสเปนคืนฟอร์มได้แล้ว ตูร์ก็แพ้มาเกมรับ ไม่ดีเท่าเช็ก เกมรุกน่าผิดหวัง เกมนี้ สเปนน่าจะสบาย 2-0” (ผู้ดำเนินรายการ, 99 กูรู, 17-06-59)

- “ฟรุ้งนี้มีแข้งชั้นสามคู่ สองทุ่ม ห้าทุ่ม สุดมันส์เลย สวิสเซอร์แลนด์- โปแลนด์ เสมอ 0:0 ใน 90 นาที เสมอ 0:0 ต่อเวลาสามสิบนาที เสมอ 0:0 วัตถุประสงค์โทษ (ผู้ดำเนินรายการ, Sport Guide, 24-06-59)
- “ฝรั่งเศสน่าจะง่ายขึ้น ไม่น่าจะปวดหัวมากมายน่าจะจบเก้าสิบนาที น่าจะขาดด้วย 2-0 ประมาณนี้” (ผู้ดำเนินรายการ, 99 ฌู, 24-06-59)
- “โรมันเนี่ยน่าจะมาอุดเค้นต้องการฟื้น้อยเพื่อเข้าอันดับสาม ต้องโดนถล่มน้อยที่สุด ยิ่งได้น้อย มีเกจหลายคนพันธงบอกฝรั่งเศสดีเหลือเกิน พันธงชนะเม็ดเดียว” (ผู้ดำเนินรายการ, เจาะสนามบอลไทย, 10-06-59)

- เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน พบทั้งหมด 9 ครั้ง ในรูปแบบของโฆษณา จำนวน 6 ครั้ง ในเนื้อหารายการ จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่ โฆษณารณรงค์ต่อต้านการพนันโดยกองทุนสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อพัฒนาสังคม และผู้ดำเนินรายการรณรงค์ต่อต้านการพนัน มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง

- “พี่เตะบอล รู้จักลูกหนี้สินนะ เลิกเถอะ ชีวิตปลอดภัย ไม่พนันบอล” (โฆษณากองทุนสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อพัฒนาสังคม, 17-06-59)
- “ไม่ดีครับไม่ดี เล่นพนันไม่ดีไม่ส่งเสริมนะครับ” (ผู้ดำเนินรายการ, ยูโรไฮไลต์, 17-06-59)
- “แน่นอน FM99 ไม่สนับสนุนการพนัน” (ผู้ดำเนินรายการ, ยูโรไฮไลต์, 24-06-59)

- เนื้อหาการชิงโชค พบทั้งหมด 15 ครั้ง ในรูปแบบของการเชิญชวนมาเล่นกิจกรรมร่วมสนุกผ่าน SMS จำนวน 9 ครั้ง การแข่งขันเกม EURO Super Fan Game จำนวน 4 ครั้ง และการให้รายละเอียดการส่งไปรษณียบัตรชิงโชคลุ้นแชมป์กับไปรษณีย์ไทย จำนวน 2 ครั้ง มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง

- กิจกรรมร่วมสนุกจากการส่งข้อความ SMS มาในช่วงเวลาตามที่ผู้ดำเนินรายการกำหนด (ยูโรไฮไลต์, 17-06-59)
- ช่วง Euro Super Fan Game มีกิจกรรมร่วมสนุกตอบคำถามชิงเงินรางวัล จากคำถาม “นักเตะคนใดคว้ารางวัลนักเตะยอดเยี่ยม ยูโร 2012” (ยูโรไฮไลต์, 17-06-59)
- ผู้ดำเนินรายการให้ข้อมูลการชิงโชคกับไปรษณีย์ไทย “ถ้าจะสนุกลุ้นเงินก็ส่งไปรษณีย์ ก็ได้ มีเงินรางวัล 40 ล้านบาท ไปรษณีย์ใบละ 2 บาท” (กีฬาพารวย, 24-06-59)

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 รายวัน วิทยุ FM 99 Active Radio							
วันที่	ประเภทเนื้อหา						
	จำนวน รายการ รวม	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รถรงค์ต่อต้าน การพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	7	3	-	4	-	1	4
17 มิ.ย. 59	5	2	2	1	-	3	4
24 มิ.ย. 59	5	1	2	2	-	3	5
1 ก.ค. 59	4	1	3	-	-	2	2

จำนวนรายการที่พบทาง FM 99 แอคทีฟเรดิโอ มีแนวโน้มลดลงในแต่ละวันที่ศึกษา คือจากที่พบจำนวน 7 รายการในวันเริ่มการแข่งขัน (10 มิ.ย.) ลดลงเหลือ 5 รายการในวันที่ 17 และ 24 มิ.ย. ก่อนจะลดลงเหลือ 4 รายการในวันที่ 1 ก.ค. เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน ค่อนข้างให้ความสำคัญ มีจำนวนรายการที่พบ 7 รายการ แม้จะเป็นวันเริ่มการแข่งขันและมีคู่ที่แข่งขันเพียงคู่เดียว แต่เนื้อหาที่พบส่วนใหญ่เป็นการให้อัตราต่อรอง (H) โดยพบจำนวนรายการมากกว่าครึ่ง ขณะที่อีก 3 รายการเป็นระดับการให้ข้อมูล (I)
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม จำนวนรายการที่พบลดลงจากวันแรก แม้จะเป็นวันที่มีการแข่งขันถึง 3 คู่ นอกจากนี้ส่วนที่ลดลงยังรวมไปถึงเนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) ที่ลดลงเหลือเพียง 1 รายการ และไปเพิ่มในการทำนายผลการแข่งขัน (P) เป็น 2 รายการจากที่ไม่พบเลยในวันที่ 10 มิ.ย.
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม จำนวนรายการที่พบไม่เปลี่ยนแปลงจากวันที่ 17 มิ.ย. แต่เปลี่ยนแปลงในส่วนของกลุ่มเนื้อหา IPHG คือพบจำนวนรายการในระดับให้ข้อมูล (I) น้อยลง และไปเพิ่มที่การให้อัตราต่อรอง (H)
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม แม้จะเป็นการแข่งขันในรอบลึก ๆ แต่รายการที่นำเสนอเนื้อหา มีจำนวนน้อยลงกว่าทุกวันที่ศึกษา เหลือเพียง 4 รายการ นอกจากนี้ยังไม่พบรายการให้อัตราต่อรอง (H) ซึ่งเคยพบในทุกวัน เหลือเนื้อหาเพียงการทำนายผลการแข่งขัน (P) จำนวน 3 รายการ และ การให้ข้อมูลทั่วไป (I) จำนวน 1 รายการ

(2) กลุ่มวิทยุกระจายเสียงบนเว็บไซต์ ที่ไม่มีผังรายการ คือ

- NR Sports Radio ได้ทำการศึกษาเนื้อหาทั้งหมด 3 ส่วน คือ 1) วิทยุ 2) หน้าหลักเว็บไซต์ [www.nrsportsradio.com](http://www.nrsportsradio.com) 3) เพจ facebooknrsportradio ผลการศึกษา พบว่า

วิทยุ NR Sports Radio จากการศึกษาทั้ง 4 วัน พบรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เพียง 1 รายการ คือ NRsports Radio พบ 2 วัน คือ วันที่ 24 มิถุนายน เป็นการวิเคราะห์ผลการแข่งขันของ 16 ทีมที่จะมีการแข่งขัน และวันที่ 1 กรกฎาคม เป็นการรีรันการพากย์ฟุตบอลคู่แข่งขันระหว่างอิตาลีกับสเปนซึ่งแข่งขันเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2559

ตารางแสดงรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 วิทยุ NR Sports Radio							
รายการ	รูปแบบรายการ	ประเภทเนื้อหา					
		เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รณรงค์ต่อต้านการพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
NR Sports Radio	วิเคราะห์	-	-	-	1	-	-

- รูปแบบรายการ เป็นรูปแบบวิเคราะห์ฟุตบอลยูโร
  - เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 1 ประเภท คือ การให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้
    - H (Handicap) พบลักษณะการกล่าวขอบคุณสปอนเซอร์ ที่เป็นชื่อเว็บไซต์เล่นพนัน และรายละเอียดคำเชิญชวนให้เล่นพนัน ดังตัวอย่าง
      - ขอขอบคุณ royal-gclubth.com สมัครใหม่รับ 30% ค่าคอม 0.8%
      - ขอขอบคุณ sbo-111 ที่หนึ่งของความเร็ว ที่หนึ่งของความแรง ที่หนึ่งของเมืองไทย
      - ขอขอบคุณ sure999.com ที่หนึ่งของความซัวร์ เอส-ยู-อาร์-อี-เก้า-เก้า
      - ขอขอบคุณ sbo365.com Sbobet ของคุณ 365 วัน สมัครวันนี้โบนัส 60% เพิ่มยอดฝาก 10%
      - ขอขอบคุณ Vwin365.com เว็บตรง โปรแรง ฝากถอนไม่มีรอบ cut off
      - ขอขอบคุณ SBOAAAA.com สมัครสมาชิกใหม่รับ 40% ฝากรับเพิ่ม 10%
      - ขอขอบคุณ ibcthai.com แนะนำเพื่อนรับ 1,000 สมัครใหม่รับ 30%
      - ขอขอบคุณ mysbobet99.com สมัครใหม่ 50% คืนยอดเสีย 50%
      - และสนุกได้ทุกมุม ลุ้นได้ทุกที่ที่ต้อง ซี-ไอ-อาร์-เอ็น-อี-อาร์-แปด-แปด คอนเนอร์ 88 ดอทคอม ของจริง ได้จริง เร็วจริง สมาชิกใหม่ได้โบนัสฟรี 10% สูงสุด 5,000 บาท มียอดฝากรับเพิ่มอีก 10%
- (NRsports Radio, 24 มิ.ย.59)
- ไม่พบ เนื้อหาเกี่ยวกับการต่อต้านการพนัน และ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 รายวัน วิทยุ NR Sports Radio							
วันที่	ประเภทเนื้อหา						
	จำนวน รายการ รวม	เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG (รายการ)				รถรงค์ต่อต้าน การพนัน (ครั้ง)	ชิงโชค (ครั้ง)
		I	P	H	G		
10 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
17 มิ.ย. 59	-	-	-	-	-	-	-
24 มิ.ย. 59	1	-	-	-	1	-	-
1 ก.ค. 59	1	-	1	-	-	-	-

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน และ วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม ไม่พบเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 มีเพียงการเปิดเพลงจาก Auto DJ
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม เป็นวันที่พักการแข่งขัน แต่มีรายการที่เกี่ยวกับฟุตบอลยูโร จำนวน 1 รายการ โดยเนื้อหาในรายการไปถึงระดับชี้ช่องการพนัน (G) จากการกล่าวถึงชื่อเว็บไซต์ที่รับแทงพนันออนไลน์ และกล่าวถึงข้อมูลโปรโมชั่นของแต่ละเว็บ
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม ยังพบในรายการเดิมที่พบในวันที่ 24 มิ.ย. แต่เนื้อหาเป็นเพียงการทำนายผลการแข่งขัน (P) คู่อังกฤษและไอซ์แลนด์ โดยระบุว่า “ดูทองกุให้ไอซ์แลนด์”

เว็บไซต์

จากการศึกษาเว็บไซต์ของรายการ ([www.nrsportsradio.com](http://www.nrsportsradio.com)) พบว่า ไม่มีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ จากการศึกษานในวันที่ 10, 12, 14, 16 มิ.ย. 59 คือ ยังคงพบแบนเนอร์ที่เป็นสปอนเซอร์ของรายการ พร้อมข้อความเชิญชวนให้สมัครเว็บไซต์นั้น ๆ ด้วยกลยุทธ์จูงใจผ่านโปรโมชั่นต่าง ๆ ดังนี้

- [www.SBO-BETH.com](http://www.SBO-BETH.com) เขียนโปรโมชั่นที่แบนเนอร์หน้าแรกของเว็บไซต์ สมัครวันนี้ 100% ค่าคอม X 10 ทุกยอด User คืนยอดเสีย 10%
- [www.corner88.com](http://www.corner88.com) พบโลโก้ฟุตบอลยูโร เขียนแบนเนอร์ว่า แจกหนักต้อนรับ Euro 2016 แจกโบนัสทุกคืนทุกสัปดาห์ ยิ่งเล่นมากยิ่งได้มาก
- [www.thai-sbobet.com](http://www.thai-sbobet.com) เปิดแล้วฤดูกาล 2015-2016 เล่นกับเรารับทันที 30% สมัครใหม่ วันนี้ฟรี 50% สมัครฟรีเริ่มฝากแค่ 500 ทำยเว็บไซต์ของเว็บนี้มีข้อมูลเพิ่มเติม ย้ายเล่น ibcbet รับคอมฯ เพิ่ม 10% ย้ายเล่นครั้งแรกรับฟรีอีก 200 บาท ทุก user และมีแบนเนอร์ “เพิ่มเพื่อน line@thaisbobet ลุ้นรับ iPhoneSE เพียง 5 รางวัล วันที่ 13 เม.ย. – 13 พ.ค.

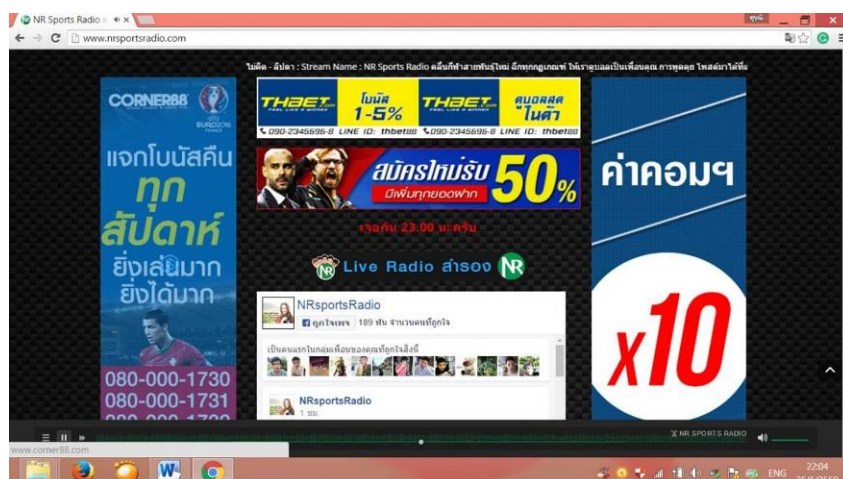
59 ได้แบนเนอร์ที่มีข้อความ ได้แก่ สมัครใหม่ฟรีเครดิต 50% ค่าคอมฯ ให้สูงสุด x 50% , ค่าคอมฯ ให้สูงสุด x 5%, Turnover ยอดเล่นแลกสินค้าได้, ส่วนลดเล่นเสียมีคืน

- [www.thbet2015.com](http://www.thbet2015.com) เน้นสะดุดตาด้วยรูปผู้หญิงใส่เสื้อโชว์เนินหน้าอก มีแบนเนอร์ 6 ตัว มีรูปผู้หญิงที่ใส่เสื้อเปิดหน้าอกอยู่ในทุกแบนเนอร์ แบนเนอร์ใหญ่เขียนว่า “แจกเครดิต ทดลองเล่นฟรี 666 บาท” และแบนเนอร์เล็กต่อท้ายแบนเนอร์ใหญ่มีแบนเนอร์ต่างๆ ที่เขียนข้อความเป็นหัวข้อ ได้แก่ เดิมพันกีฬา คาสสิโนสด (คาสสิโนออนไลน์), เกมสล็อตออนไลน์ และ Click Now!!! สมัครเดี๋ยวนี้
- [www.thbet2015.com](http://www.thbet2015.com) แบนเนอร์ที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลยูโรเขียนว่า “ต้อนรับเทศกาลฟุตบอลยูโร 2016” รับโบนัสฟรี 5% ทุกยอดฝากสูงสุด 1,000 บาท ภายในวันที่ 10 มิ.ย. - 11 ก.ค. 2559 หากมีข้อสงสัยสอบถามผ่าน live chat

แบนเนอร์ขนาดเล็กในหน้าเว็บไซต์ [www.nrsportsradio.com](http://www.nrsportsradio.com) ได้แก่

- [www.SBOAAAA.com](http://www.SBOAAAA.com) ส่วนลดยอดเสีย 5% สมัครใหม่ 40% ฝากเพิ่มรับสูงสุด 250 บาท
- [www.ibcthai.com](http://www.ibcthai.com) ฝากเงินรับเพิ่ม 5% สมัครใหม่รับเครดิต 30% แนะนำเพื่อนรับฟรี 1,000 บาท
- [www.vwin365.com](http://www.vwin365.com) ลูกค้าอายุโรที่ vwin สมาชิกใหม่รับเงินเล่นฟรี ฝากถอน 200 ไม่มีรอบ cutoff
- [www.mysbobet99.com](http://www.mysbobet99.com) สมัครใหม่ฟรีเครดิต 30% คืนทุกยอดเสีย 50% เพิ่มทุกยอดฝาก 7%
- Casino Holiday เป็นการพนันบอลในรูปแบบ line เข้าไปที่ @Royalgclubth ค่าคอม Gclub 0.8% สมัครใหม่รับ 30% ค่าคอมบริการ 24 ชั่วโมง ฝากถอนเร็ว 0.9%

### ตัวอย่าง เว็บไซต์

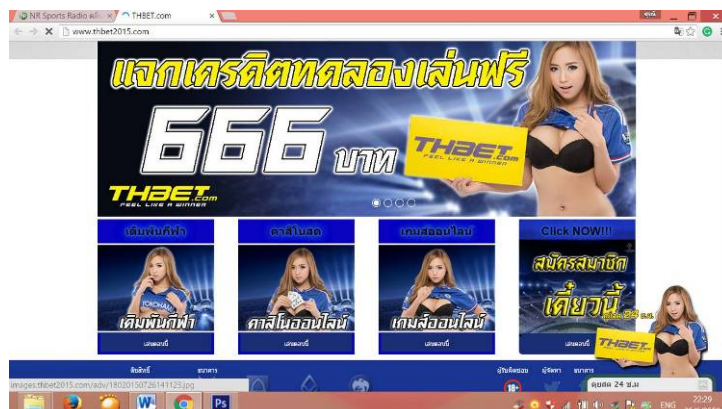




หน้าเว็บของ [www.nrsportsradio.com](http://www.nrsportsradio.com) พบแบบเนอร์ของเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอลเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นช่องทางของการพนันฟุตบอลที่สะดวกง่ายดายในการเล่นพร้อมโฆษณาที่สร้างแรงจูงใจต่างๆ



เว็บไซต์พนันฟุตบอล [www.thai-sbobet.com](http://www.thai-sbobet.com) มีการโฆษณาให้หาเพื่อนเพื่อลุ้นรับ iPhoneSE ก่อนการแข่งขันฟุตบอลยูโร โดยให้เพิ่มเพื่อนผ่านทางไลน์ ที่เป็นช่องทางที่ง่ายและสะดวก



[www.thbet2015.com](http://www.thbet2015.com) พบแบบเนอร์ที่ใช้รูปผู้หญิงโชว์หน้าอก ดึงดูดให้ชมและตัวอักษรขนาดใหญ่เขียนว่า “แจ็กครดิตทดลองเล่นฟรี 666 บาท” และยังมีแบนเนอร์เล็กๆ เชิญชวนให้เข้าไปเล่นพนันได้แก่ เดิมพันกีฬา, คาสีโนออนไลน์, เกมสล็อตออนไลน์ และเชิญชวนให้เข้าสมัครสมาชิก

Facebook /nrsportsradio พบว่า ยังคงมีลักษณะของการโฆษณาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการพนันบอล เหมือนกับการศึกษาในวันที่ 10, 12, 14, 16 มิ.ย. 59 ดังนี้ มีการแทรกโฆษณาอยู่ในคลิปที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอล และมีการใส่โฆษณาไปยังท้ายคลิปไฮต์ไลท์ฟุตบอลนั้ดสำคัญ เช่น ในตัวอย่างที่ 1 แทรกโฆษณาเว็บไซต์พนันฟุตบอล Vwin365.com ในคลิปที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เล่น 11 ตัวหลักของทีมชาติไปตุเกส และตัวอย่างที่ 2 เป็นคลิปวิเคราะห์คู่แข่งชั้นโดยทีมงาน NR sports Radio ส่วน

ในตัวอย่างที่ 3 มีการโฆษณาเว็บไซต์ Comor88 เชิญชวนให้มีการพนันฟุตบอล ด้วยรางวัลใหญ่ 20 ล้านบาท ต่อทำคิลิปการแข่งขันรอบ 8 ทีมสุดท้ายระหว่างโปแลนด์ กับ โปรตุเกส

ตัวอย่างที่ 1

The image shows a Facebook post from NRsportsRadio. The text of the post reads: "NRsportsRadio The Best Xi by Vwin Thailand 11 ตัวหลักของโปรตุเกสชุดรองแชมป์ยูโร 2004 ให้กำลังใจพวกเราอย่างๆ ด้วยการกดไลค์&แชร์นะครับ^^". Below the text is a promotional banner for Vwin Thailand featuring a soccer player in a yellow jersey. The banner includes the text: "แจกหนัก ! โบนัสขาใหญ่ สูงสุด 75,000 บาท ทุกการฝาก !", "สมัครรับฟรี! โบนัสรับครั้งแรก สูงถึง 200 บาท", "ไม่ถอน CASH OUT รับเงินรางวัลทันที", "บริการลูกค้าเป็นกันเอง 24 ชม.", and "มีทีมเชียร์รับเข้าเป็นสมาชิกสกริปโต". The post shows 17 likes and 39 shares.

แทรกโฆษณาเว็บไซต์พนัน Vwin Thailand ในคลิปรวิเคราะห์นักฟุตบอล 11 ตัว ของโปรตุเกส จะเห็นได้ว่าการแชร์ การชม และการไลค์ค่อนข้างมาก

ตัวอย่างที่ 2

The image contains two side-by-side screenshots of Facebook posts from NRsportsRadio. The left screenshot shows a post with the text: "บระ!! อะไรจะเทพปานนั้น สุดยอดการพนันชง #ที่เด็ดNR วิเคราะห์ฟุตบอล ยูโร คีนนี้ โดย NRsportsRadio". Below the text is a video player with the NR Sports Radio logo and a play button. The right screenshot shows a post with the text: "บระ!! อะไรจะเทพปานนั้น สุดยอดการพนันชง #ที่เด็ดNR วิเคราะห์ฟุตบอล ยูโร คีนนี้ โดย NRsportsRadio". Below the text is a promotional graphic with three green circles containing the text: "เราให้ 100%", "ลด!! 10%", and "คอมฯ x10 ต่อ". Below the graphic is a video player with the text: "สโมคฟรี! สโมคได้แล้ว", "ฝากเงิน คอมฯ สูงสุด 24 ชั่วโมง ไม่ถอน", "คลิกเพื่อรับชมเพิ่มเติม", "0-8888-2222-3 กด 4", and "LINE : SBOBETH". Both posts show engagement metrics like likes and shares.

คลิปรวิเคราะห์ห้คู่แข่งขันในวันที่ 1 กรกฎาคม

แทรกโฆษณาเว็บไซต์พนันฟุตบอล ที่ล่อตาล่อใจ ชัดเจน

ตัวอย่างที่ 3

ยูโร 2016 รอบ 8 ทีมสุดท้าย  
โปแลนด์ พบ โปรตุเกส



รับชม 16 พัน ครั้ง

ถูกใจ แสดงความคิดเห็น แชร์

1.6 พัน แสดงความคิดเห็น ความคิดเห็นยอดนิยม

แชร์ 40 ครั้ง

เขียนความคิดเห็น

**NRsportsRadio Corner88** ของจริง สำหรับคอมบอล!!  
ต้อนรับยูโร2016 ลุ้นแชมป์ลันโซคใหญ่เงินรางวัลกว่า 20ล้านบาท กับ  
โปรแกรมอย่างเพลินนน แจกอย่างฟินนน พร้อมโปรโมชันอีกมากมาย ผาก-  
ถอน 24ชั่วโมง โทรเลย 080-000-1730ถึง32 ::Line id ::  
www.corner88.com สนุกได้ทุกมม ลุ้นได้ทุกที ... ของจริง ได้จริง เร็วจริง  
ถูกใจ · ตอบกลับ · 1 · 1 กรกฎาคม เวลา 17:03 น.

**ในคลิปการแข่งขันไฮไลต์ระหว่างโปแลนด์กับโปรตุเกส มี  
โฆษณาเว็บไซต์พนันบอลที่กล่าวถึงการลุ้นโชคและไป  
รเลนเพลิน**

### การเชื่อมโยงของสื่อ

จากการศึกษาเนื้อหาวิทยุ เว็บไซต์ และเฟสบุ๊กของสถานีวิทยุ NR Sports Radio Online พบว่ามีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์พนันฟุตบอลจำนวนหลายเว็บ ซึ่งเป็นสปอนเซอร์หลักของสถานีวิทยุ โดยพบการเชื่อมโยงกันในรูปแบบของแบนเนอร์บนเว็บไซต์และคลิปในเฟสบุ๊ก

### ข้อสังเกตเพิ่มเติม

การใช้คำหยาบในช่วงแรกของรายการที่เสนอในวันที่ 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 59 พบการใช้คำหยาบและภาษาที่สื่อทางเพศ ด้วยลีลาสนุกสนาน ไร้ความสนใจ

### ตัวอย่างการใช้คำหยาบ

- นิค : พี่อันชอบทีมอังกฤษมาก และแล้วอังกฤษก็ได้ที่สอง อัน : แหม่มึงอัย...
- นิค : “ตกลงเฟสบุ๊กทักมา ชาวนาถูกงักตตาย อัย...อี่เหยี้ยทักกันเป็นเรื่องเป็นราว” คนมันโง่จริงพี่ วันนั้นเปิดเพลงหมอกหรือควันที่พี่อันร้องในยูทูป” อัน : “อัย” นิค : “พอจบเพลงนึบทุกคนก็รู้เป็นเสียงพี่อัน” อัน : “อัย” นิค : “มีคนทักว่าเป็นพี่เอกสุรเชษฐมั่งละ” อัน : “อัย

- มึงก็คิดได้น้อ...”(ลากเสียงยาว) โหย พี่เอกสุรเชษฐ์ มั่นเมากาวหรือเปล่าวะ” นิค : แล้วมันก็  
 แถว่าพี่เอกสุรเชษฐ์มาหรือยังครับ” อ้น : “ถ้าสภาพอย่างนี้แสดงว่าเมายากันยุ่งแน่ๆ ชัวร์”
- นิค : “พี่อันออกจากบ้านไม่เซ็ดผมมาหรือ” อ้น : “โอ้ให้ มึงกูเปิดช่องนิดเดียว แม่งเล่นหัวกู  
 เลยหรือ” นิคหัวเราะ “ก่อนหน้านี่ก็ระเวง” อ้น : “เฮ้ย...เล่นได้ เล่นได้
  - อ้น : เขาอย่างเป็นทางการ พี่อันดีใจมากนะที่ได้มา NR sportsradio ในวันนี้ นิค :  
 “อารมณ์อะพี่ ที่นี่เหมือนคุยบอลกับเพื่อน” อ้น : แต่ชอบนะ...ชอบ...ชอบ นิค : “อยู่กับเพื่อน  
 ไม่มีหรือกเฮ้ยนาย บอลเข้า อยู่กับเพื่อน โห...เย็ดแม่ ทำไม่ไม่ส่งวะไอ้สัตว์ ในเมื่อความเป็น  
 จริงมันก็อย่างนี้อยู่แล้ว”
  - นิค : “เรื่องการพากย์บอลก็มีการเตือนๆ กันว่าอย่าพูด “ไอ้ให้” “อือหือ” ออกไป แต่มีน้อง  
 คนหนึ่งนะครับ พูด “เย็ดแม่ เย็ดแม่” อ้น : พากย์ตาม “มีแขน เย็ดแม่ เย็ดแม่” แล้วพูดว่า  
 “ออกตัณูชิบหายเลย มีพูด เย็ดแม่ เย็ดแม่” นิคหัวเราะ
  - โจนัท ร้องต่อ “กูมองมึง...มึงไม่มองกู ไอ้สัตว์ ไอ้ชิงหมาเกิด...อืดอกทอง” (หัวเราะกันลั่น) เฮีย  
 ฮงต่อ “อือเห็ดต้มยำ...กินแล้วมีพลัง...อิมังลุงหลอย(คำผวน)” เพื่อนหัวเราะลั่น เฮียฮงร้องต่อ “อือ  
เห็ดแช่เย็น...” เพื่อนๆ “จะผวนไปไหน” (หัวเราะกันลั่น) โจนัท : “เพลงแม่งมึงยาวจริงไอ้เหี้ย”

#### ตัวอย่างภาษาที่สื่อทางเพศ

- เฮียฮง : “จำได้เพลงเดียว แล้วร้อง “คนที่ไม่เท่าแขนทำแทนทุกเรื่องไม่ได้...แล้วมีใหญ่ๆ ทั้ง  
เพลงบ้อเร่อเลย”
- โจนัท : “พี่ๆ เคยฟังเพลงโฆษณาปูไทยไม้อะ” แล้วร้อง “ปูๆ ไทย ควยไม่ใหญ่ไม่โต” นิค :  
 “อ้อ..ครู..ครู...ไหว ใหญ่ๆ โตโต” แล้วร้องต่อ “ใหญ่ๆ...ถูกอนามัย ใครๆ ก็ชอบควย...” เฮียฮง :  
 “เด็กๆ แม่งไม่กินนะ แม่งอม ขนาดนี้” (หัวเราะพร้อมกัน) นิค : “ไอ้เหี้ย...ดาร์ก...สัตว์” โจนัท :  
 “เคี้ยวไม่ได้ต้องอมอย่างเดียว”
- เฮียฮง : “นี่ถึงโฆษณาคุกกี้ นม...นม..อม...อม...แล้วก็เคี้ยว...เคี้ยว” (หัวเราะพร้อมกันเสียง  
 ดังลั่น)
- นิค เฮียฮง : “กูผ่าสมองมา ขอโทษกูไม่มีสมองเลย ...ไอ้เหี้ย” นิค : “ทำไมละอะ” เฮียฮง :  
 “ม้อยผ่ากลาง” (หัวเราะกันเสียงดังลั่นพร้อมกัน)
- นิค : “บอกแล้วแม่งทีอปฟอร์ม ดาร์กไนท์เหี้ย ก่อนที่จะไปเรามาดูการพูดคุยทักทายก่อน เห็น  
 มาแว๊บบๆ บ้านโลกก็มาอีกะระ” ร้องเพลงต่อ “ชาติ ดา...ดา...ดา...ของอันอันเท่านั้น...นี่ซิจัมโบ้  
...แม่งอันเอาไม่เบา...เอาแบบสโลว์...น้องฉันทวิรุ่นเฮ้วชอยเร็วๆ แบบจ๊กโก่ พี่ชายคนโต...ชอบ  
โชว์...ของดีในบาริโนเรค” แล้วร้องต่อ “ฉันทวิรัตน์คนอาบน้ำน้ำคำเสียจนหลัง...(ทำเสียง  
กระเซ้า) น้องฉันทวิรัตน์คนสุดท้าย...น้ำสาวชอบหมักหมมจึงนิยมประตุหลัง...แม่มั่ว”

เสียงดังชอบไซ้อะไรในบ้านในทุ่ง” ร้องต่ออีกเพลง “เรามันบ้านโลกีย์...เข้าช่วยตัวเอง เย็นและ  
 ปายยังงายช่วยตัวเอง พอนอนหลับละเมอผลอช่วยตัวเอง...ตื่นมาก็ละกางเกงทั้งบ้าน...  
 ถามถึงคุณปู่ฉันท่านนั้นเกย์เก่า...ท่านนั้นยังไม่เว้นรวมทั้งซักว่า... (หัวเราะเสียงดัง) คนรอลัง  
 ไม่เว้นเขาชัดเจนเรื่องความยาว...ตัวฉันเอาไม่แยงทุกครั้งที่อยู่ในบ้าน...” เฮียสง : “อันนี้  
 กระเจียวหรือปลั๊กไฟ” นิค : “เพลงนี้เขาแต่งให้มึงไม่ใช่หรือ” เฮียสง : “สมัยนั้นเขาไม่ได้ร้อง  
 ยังงั้นไวย...ไอ้ท่อนพี่ชาย” เฮียสง : “ชอบตอนนี่ พี่สาวตอนอาบน้ำไซ้หัวดำ...ดำ...” (หัวเราะ  
 กันเสียงดัง) นิค : “มึงเฉย...”

- มีแฟนรายการขอให้ร้องเพลง อวยพรวันเกิด นิค เฮียสง ร้อง และโกนัท ร้องและเล่นกีตาร์ :  
 “แฮปปี้ แฮปปี้ เบิร์ดเดย์...แฮปปี้ แฮปปี้ เบิร์ดเดย์ ออฟเททเซ่า ขอให้มึงแฟนแก่น้ำ ขอให้  
เจอกับใครด้วยท่าหมา ขอให้ใครกรูณาสวิงกิ้ง ฤษ...ฤษ...ฤษ...ฤษ เขาเป็นว่าขอให้  
 ความสุข ขอให้หมดความทุกข์ทุกสิ่ง คิดอะไร คิดอะไรขอให้ได้สิ่งนั้น ...ที่สำคัญฟัง NR  
 ตลอดไป ฟัง NR กันไปเรื่อยๆ จบเดี๋ยวนี้ดีกว่าเดี๋ยวล้ม ไอ้เหี้ยแม่งล้มตั้งนานแล้วคร้าบ...”
- นิค : “เฮียสงไปเที่ยวกับผู้หญิงพูดว่าอะไร” เฮียสงทำเสียงกระเซ้า “ถ่างขา...ถ่างขา....”  
 และพูดถึงรูปผู้หญิง นิค : “น้องคนนี่ผมให้ 18,900 เฮียสง : “ไอ้สัตว์เหลือทำไม 100 นิ่ง” นิค :  
 หัวเราะ “ค่ารถกลับบ้าน”
- มีแฟนรายการขอเพลงชาละวันดำศาลาเข้ามา...ร้องเพลงกันต่อ นิคร้องเพลงเริ่มต้น และ  
 เพื่อนๆ ร้องตาม “ชาละวันกุ่มกึ ชาละวันแสนคืออยู่ในถ้ำธาวา มีเมียหนึ่งคน ตัวน้องหน้ามนคิน  
 นี้ไม่มา วันหนึ่งชั้นเคยชาละวันจะเข้เล่นสกีน้ำมา ก็เจอผู้หญิงอาบน้ำ...ก็เจอผู้หญิงอาบน้ำ  
ตูดดำดำดำดำ ชาละวันดีใจดำผุดดำว่ายตอดไปตอดมา ตอดเข้าไปก็เจอเงียง ชาละวันคอ  
 เอียงกลับถ้ำธาวา ถ้ำของชาละวันติดแอร์คอนดิชั่นจากอเมริกา และมีวิดีโอเอาไว้ดูโชว์ในยาม  
 ชรา เลี้ยงเมียก็เหมือนเลี้ยงหมา เลี้ยงเมียก็เหมือนเลี้ยงหมา เลี้ยงพ่อตาก็เหมือนเลี้ยงเหี้ย  
ตาย..ตาย...เอาแม่ยายทำเมีย”
- ร้องเพลงต่อ “ต้นมะดันดอง เข้า ตีหนึ่งตีสองปลุกน้องมาดัน... ต้นมะดันดอง เข้า ตีหนึ่งตีสอง  
ปลุกน้องมาดัน..ต้นมะดันเปรี้ยว ถึงน้องปวดเขี้ยวพี่ก็จะดัน” ต่ออีกเพลง “จุดเทียนเวียนนวน  
 เรามาหลายคนวนเอ๋ยวนเวียน หมุนกลับสลับเปลี่ยน...หมุนกลับสลับเปลี่ยน เรามาจุดเทียน  
เอ๋ยเวียนวน...เวียนวน แล้วมีเสียงฤษตามมา ตามด้วยคำว่า “ไอ้เหี้ย” จากเฮียสง
- นิค : “เพลงโกนัทมาใหม่เหี้ยกว่าเดิมหลายเท่า” เฮียสง : “ยังงั้นอะ” โกนัทเล่นกีตาร์และร้อง  
 “เธอโดนผมกระซอกเสื้อในตั้งแต่ครั้งแรกที่เราได้พบกัน...” (นิคและเฮียสงหัวเราะเสียงดัง)  
 โกนัทร้องต่อ “อยากมีเพศสัมพันธ์แต่ไม่เสร็จเธอยังว่า...อยากเสียบเธอไว้อย่างนี้เสียบด้วย  
ทำนี้ ร้องและส่งเสียงดังว่าเย็ดแน่นอน แต่แล้วใครสั่งคะนำปลาเค็มเข้ามา...สอดสายสายตา  
ก้มลงตรงหน้า โธ่ีท่า...ชัดเจน” เฮียสงร้องต่อ “ไม่อยากจะให้ควยตัวเองต้องการอึเธอ...”

อะไรก็คงช่วยบรรเทาเธอไม่ได้ ก็เธอมันเหม็นเกินไป...แตกแตกตาชืดหน่อยไหม...จำเป็นต้องอุดจมูกตัวเอง...ถ้าทนฝืนเดี๋ยวก็ตายหา” โจนท์ร้องต่อ “กลิ่นยังกับข้างเฒ่าตาย...(เพื่อนหัวเราะเสียงดัง) เดี๋ยวก็ซื้อเปิดโปงและยัดมันเข้าไป” ทั้งสามคนหัวเราะลั่นแล้วพูดคำว่า “เหยี้ย” ออกมาเสียงดัง

- นิคมาร้องเพลงต่อ “หอยพิตพิตต้องหอยจุฬา หอยมีราคาต้องหอยธรรมชาติ หอยสะอาดต้องหอยมหิดล หอยอดทนต้องหอยเด็กพาณิชย์ หอยพิตพิตต้องหอยเมืองนนท์ หอยไม่มีขนต้องหอยเด็กอนุบาล เห็นแล้วมีพลังต้องอิหังรุงริง” (เพื่อนหัวเราะเสียงดัง) แล้วร้องต่อ “อีเห็ดแซ่เย็น ขอได้แค่ทีเดียว ให้มันเสียวไปข้างใน จากใจพวกกูเด็กเบญจมาศ...ลา...ลา...ลา...หล่า...ลา...ลา...หล่า...หล่า อ่า...อาเด็กเอ็นอาร์”
- แพนรายการขอท่อนสุกเพลง “คุกเช่า” ผ่านทางเฟซบุ๊ก โจนท์ : “ฉันกำลังคุกเช่าอ้อนวอนให้เธอถอดเกงในทิ้งตัวลงคุกเช่าเอาหน้าเข้าไปใช้ พนมสองมือขึ้นกราบกรานเธอเสียให้ มันคงไม่มีประโยชน์ถ้าโดนเธอเตะซะ ถ้าตัวเธอต้องใช้ ฉันไร้อารมณ์ ของฉันให้เธออม 69 เธอเอาไม้ออกจากฉันไป...ได้โปรดอย่าทำร้ายกันเลย”

### 1.3. สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ดังนี้

- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

จำนวนหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนข่าวด่วน (ข่าว)	ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ						รวม
			สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
14	13	32	32.4	2.1	0.1	-	-	-	34.6

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษา จำนวน 13 หน้า จากจำนวนหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด 14 หน้า เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์การศึกษา พบเนื้อหาที่เป็น IPHG การต่อต้านการพนันและการชิงโชค คิดเป็นร้อยละ 34.6 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด พบข่าวที่นำเสนอเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 จำนวน 32 ข่าว มีรายละเอียดดังนี้

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 3 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และการให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้
  - I (Information) เป็นเนื้อหาที่พบสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.4 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด โดยมีเนื้อหาดังนี้
    - ข่าว เป็นการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับ บรรยากาศก่อนการแข่งขัน การฝึกซ้อมของนักฟุตบอลก่อนการแข่งขัน สภาพความพร้อมของนักฟุตบอลการเตรียมความพร้อมของเจ้าภาพ บทสัมภาษณ์ของผู้ควบคุมทีม บรรยากาศหลังการแข่งขัน ผลการแข่งขันคู่



ที่ผ่านมา ความวุ่นวายของแฟนบอล บทสัมภาษณ์ของบุคคลสำคัญของวงการฟุตบอลต่อการแข่งขันที่ผ่านมา ดังตัวอย่าง

- ตราไก่ถล่ม 2-0 ลิวเซ้า 16 ทีม หมี่ขาวถูกเชือดตราไก่ ฝรั่งเศสเจ้าภาพ ยิง 2 ประตูรวดในช่วงท้ายเกม จากองตวน กรีซมันน์ และดิมิทรี (ไทยรัฐ พาดหัวข่าว 17-06-59)
  - ได้เหมา 2 ประตูแต่ไม่ชนะ ฮังการีอันดับ 1 ไอซ์แลนด์ลุล่วงเป็นอันดับ 2 ปล่อยทองรอดุ้นโปรตุเกสสู้เต็มที่ คริสเตียนโน โรนัลโด เบิ้ล 2 ลูก แค้ชนะไม่ได้ (ไทยรัฐ พาดหัวข่าว 24-6-59)
- ภาพข่าว เป็นการนำเสนอ บรรยากาศก่อน/ระหว่างและหลัง การแข่งขัน เช่น ภาพการทำประตูสำคัญ ภาพบรรยากาศกองเชียร์ทั้งนอกและในสนาม ภาพความวุ่นวายของกองเชียร์ ดังตัวอย่าง



- คอลัมน์/บทความ พบเพียงคอลัมน์เดียวที่เป็นการเขียนถึงข่าวฟุตบอลยูโร คือ กะเทาะเปลือกฟุตบอลยูโร โดย จำเ่ง เนื้อหาที่พบส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ตัวผู้เล่น ผู้คุมทีม ผลงานที่ผ่านมาของแต่ละทีม ดังตัวอย่าง
  - ไก่กระฟือปีกเข้า 16 ทีม (ไทยรัฐ "กะเทาะเปลือกยูโร 2016 "ไก่กระฟือปีกเข้ารอบ 16 ทีม 17-06-59)
  - ที่บอกว่า "มหาอำนาจพัดกันเอง" นั้นแหละครับคำว่าพัด ฟังดูแล้วอาจจะขัดหูอยู่บ้างไม่มากก็น้อย ลองหยิบแผนภูมิว่าด้วยการประกบคู่ในรอบ 16 ทีมมาดูเถอะ จะเห็นว่า ซีกทางปีกขวาของแผนภูมิจะมีทั้งเยอรมนี ฝรั่งเศส อังกฤษ อิตาลี แล้วก็สเปน ไปรวมอยู่ด้วยกันในขณะที่ปีกซ้าย ณ ขณะนี้มี



สวีตเซอร์แลนด์ โบแลนด์ โครเอเชีย เวลส์ และอาจเป็นโปรตุเกส หรือฮังการี หรือทีมธรรมดาอื่น ๆ อีกจำนวนหนึ่ง (ไทยรัฐ 24-06-59)

- สรุปว่าในกลุ่ม A ทีมตราไก่เจ้าภาพได้ 6 คะแนน เข้ารอบ 16 ทีมเรียบร้อย ส่วนที่ 2 สวีตเซอร์แลนด์ ซึ่งเสมอกับผีดิบ โรมานีย์ 1-1 ช่วง 5 ทีมคืนเดียวกัน จึงได้เพียง 4 คะแนน แม้จะเป็นที่ 2 ก็จริงแต่โรมานีย์ที่ได้ 1 คะแนน และเป็นที่ 3 จะไปเจอแอลเบเนียในแมตช์สุดท้าย ถ้าชนะจะทำให้ได้เป็น 4 คะแนน และจะมีประตูได้เสียที่ได้เปรียบหากสวีตเซอร์แลนด์เกิดไปแพ้ฝรั่งเศส ในนัดสุดท้ายของกลุ่ม(ไทยรัฐ 17-06-59)



○ P (Prediction) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 2.1 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด จากการนำเสนอรูปแบบของคอลัมน์/บทความ คือ กะเทาะเปลือกฟุตบอลยูโร โดย จำแฉ่ง ดังตัวอย่าง

- ฝรั่งเศสได้รับการคาดหมายจากผู้สังเกตการณ์และเก็จทั้งหลายให้เป็นเต็ง 1 ของการแข่งขัน ในขณะที่โรมาเนีย เป็นเต็ง 17 จากทีมทั้งหมด 24 ทีม ค่อนข้างจะอยู่ไปทางท้ายๆและมีความหวังค่อนข้างน้อย โอกาสที่ฝรั่งเศสจะประเดิมชัยมีได้มากถึง 80 % (ไทยรัฐ กะเทาะเปลือกยูโร 2016 10-06-59)
- แทบจะไม่มีนักวิเคราะห์คนไหนเชื่อว่าเวลส์จะชนะได้เลย คู่นี้ น่าติดตามเช่นกัน ว่าผลจะลงเอยอย่างไร (ไทยรัฐ กะเทาะเปลือกยูโร 2016 1-07-59)

○ H (Handicap) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 0.1 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด จากการนำเสนอรูปแบบของคอลัมน์/บทความ 2 ชิ้น ดังตัวอย่าง

- อิตาลี-สวีเดน 0:0.5 (ไทยรัฐ เกร็ดข่าวลูกหนัง 17-06-59)
- เช็ก-โครเอเชีย 0.5:0 (ไทยรัฐ เกร็ดข่าวลูกหนัง 17-06-59)
- สเปน-ตุรกี 0:1/1.5 (ไทยรัฐ เกร็ดข่าวลูกหนัง 17-06-59)
- เวลส์-เบลเยียม 0.5/1:0 (ไทยรัฐ เกร็ดข่าวลูกหนัง 1-07-59)

<p>● เอเชียันแอนด์แคป วันที่ 17 มิ.ย. ยูโร 2016 กลุ่มเอ 20.00 น. อิตาลี-สวีเดน 0 : 0.5 กลุ่มดี 23.00 น. เช็ก-โครเอเชีย 0.5 : 0 02.00 น. สเปน-ตุรกี 0 : 1/1.5</p>	<p>● เอเชียันแอนด์แคป วันที่ 1 ก.ค. ยูโร 2016 รอบ 8 ทีมสุดท้าย 02.00 น. เวลส์-เบลเยียม 0.5/1 : 0</p>
วันที่ 17 มิถุนายน 2559	วันที่ 1 กรกฎาคม 2559

- ไม่พบ เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน และ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนรายวันของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐรายวัน										
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร/หน้ากีฬาทั้งหมด	จำนวนชิ้นข่าวต่อวัน (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ					ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	รวม
			I	P	H	G				
10 มิ.ย. 59	4/5	5	14.2	3	-	-	-	-	<b>17.2</b>	
17 มิ.ย. 59	3/3	11	49.3	-	0.3	-	-	-	<b>49.6</b>	
24 มิ.ย. 59	3/3	10	53.7	-	-	-	-	-	<b>53.7</b>	
1 ก.ค. 59	3/3	6	24.3	5	0.3	-	-	-	<b>29.6</b>	

สัดส่วนข่าวที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีสัดส่วนที่สูงขึ้นในช่วงวันกลาง ๆ ของการแข่งขัน แต่ลดสัดส่วนลงในวันที่ 1 ก.ค. 59 เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันเริ่มการแข่งขัน พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโร ร้อยละ 17.2 ของหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด เป็นเนื้อหาในระดับการให้ข้อมูล (I) ร้อยละ 14.2 และการทำนายผลการแข่งขัน (P) ร้อยละ 3
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโร เพิ่มขึ้นเป็น ร้อยละ 49.6 ของหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด เนื้อหาที่พบเป็นระดับให้ข้อมูล (I) ร้อยละ 49.3 และ ข้อมูลที่คาดการณ์/ทำนาย จำนวนประตูชนะ-แพ้ อัตราต่อรอง (H) ร้อยละ 0.3

- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม แม้จะเป็นวันที่พักการแข่งขัน แต่พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโรกว่าทุกวันที่ศึกษา คือ ร้อยละ 53.7 ของหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด แต่เนื้อหาที่พบเป็นเพียงระดับการให้ข้อมูล (I)
  - วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีมสุดท้าย แม้จะเข้าสู่การแข่งขันรอบลึก ๆ แต่เนื้อหาข่าวฟุตบอลยูโร 2016 ในไทยรัฐกลับพบสัดส่วนลดลง เหลือเพียงร้อยละ 29.6 ของหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด แต่พบระดับเนื้อหาที่หลากหลายกว่าทุกวัน คือ มีทั้งระดับการให้ข้อมูล (I) ร้อยละ 24.3 การทำนายผลการแข่งขัน (P) ร้อยละ 5 และการให้อัตราต่อรอง (H) ร้อยละ 0.3
- หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

จำนวนหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด	ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์								รวม	
	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนชิ้นข่าวต่อวัน (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ					ชิงโชค		
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน			
15	12	33	31	2.7	11.7	0.9	-	3.6	49.9	

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษาจำนวน 12 หน้า จากจำนวนหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด 15 หน้า เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์การศึกษา พบเนื้อหาที่เป็น IPHG การต่อต้านการพนันและการชิงโชค คิดเป็นร้อยละ 49.9 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด มีรายละเอียดดังนี้

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบทั้ง 4 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) การให้อัตราต่อรอง (H) และ การให้ข้อมูลแหล่งพนัน (G) ดังนี้
  - I (Information) เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 31 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด โดยมีเนื้อหาได้แก่
    - ภาพข่าว เป็นการนำเสนอ บรรยากาศก่อน/ระหว่างและหลัง การแข่งขัน เช่น ภาพการทำประตูสำคัญ ภาพบรรยากาศกองเชียร์ทั้งนอกและในสนาม ภาพความวุ่นวายของกองเชียร์ ดังตัวอย่าง



วันที่ 17 มิถุนายน 2559



วันที่ 1 กรกฎาคม 2559

○ P (Prediction) พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็น ร้อยละ 2.7 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด พบในคอลัมน์ เมนูชุดใหญ่ โดย ผู้เขียนหลายคน เช่น แทยอน, ผยองเดช, กัปตันเจมี, โจวซิง ฉือ, นัมบะคุง, วินนี่ หมี่ใหญ่, ซามี เฮียปู้, อาร์ชาวอน และ โบนนี่ เนเน่ โดยเนื้อหาในการนำเสนอจะเป็นการให้ทรรศนะสั้นๆจากกุนชือประจำ โดยจะมีข้อความสั้นๆว่าคืนนี้ใครเหนือกว่าใคร ควรเลือกใคร ดังตัวอย่าง

- อิตาลี ฟร้อมดีเข้าตาเหลือเกิน ถ้ามาตรฐานไม่ตกอย่างน่าเกลียดยังงี้ก็ ชนะสวีเดนได้แน่ ส่วนที่เหลือให้จิมเช็ค ลุ้นแบ่งแต้ม และตุรกีไม่น่าจะแพ้ ซาอุด (เดลินิวส์ 17 มิ.ย. 59)
- โครเอเชีย นี่สิมีแต้มของจริง อีกคู่มั่นใจตุรกีจะแพ้ไม่ซา (เดลินิวส์ 17 มิ.ย. 59)
- ส่วนอาลีเล่นดีแต่เกมนี้ น่าจะได้แค่เสมอ สวีเดน ให้รองไปอีกคู่ ปิดท้าย โครเอเชียจะชนะ เช็คไปได้ (เดลินิวส์ 17 มิ.ย. 59)
- มั่นใจว่าวันนี้มาแน่ๆ เบลเยียม (เดลินิวส์ 1 ก.ค. 59)
- ส่วนที่เด็ดวันนี้แนะนำ "เบลเยียม" (เดลินิวส์ 1 ก.ค. 59)
- แนะนำจิม เวลส์ (เดลินิวส์ 1 ก.ค. 59)

บุญใหญ่	
	เก็บเสื้อรับค่าความจนแล้ว แหม ตอน แหมว่าหากไม่มีชีวิต พลาต อิตาลี และ โครเอเชีย ปะกำแพง สวีเดน กับ เช็ก ไปได้ ส่วน สเปน ลูกรักก็คิด ๆ เจตอยู่ที่ที่จางแล้วแล้วมันก็ได้คือเซียร์ "ไก่อว" ไปดีกว่า
	อิตาลี พอร์นเซ็กซ์เด็งเด็ง อับมากรานไม่ออกอย่างบอกคือ อิงไรทะเล สวีเดน โดเน่ ส่วนที่ถือคือโชม เช็ก อับเปรมัน และตุรกี ไม้บ่งเซ็กซ์ จะซารีไปโกล ออริก และเอาให้เซียร์ เปรู พิธีมีส่วนมาก ไม่มีและแน่นอน
	หลายคนพอให้ อิตาลี พอร์นเซ็กซ์เด็งเด็งแล้ว แต่ "กัปตันเซียร์" เซียร์กับ 2 จะไปเพื่อโยนโยน เพราะเจตไม่ได้คิด เบื่อเกมๆ ให้เซียร์ สวีเดน ส่วน โครเอเชีย ยี่สิบสี่ของจริง อิตาลีไปเซ็กซ์ที่ จะพาไปหา
	สเปน นักรบที่เจอ เช็ก เสียใจจนดูตลอด ที่ที่ทุกตลอด ตุรกี สวีเดนได้แต่ด้นเทมเดียว อิงไรทะเล ตุรกีเซียร์ "กระพิง" รอวัน เม็ด 2 เซียร์ว่าวันนี้จะฉีกอะไรต่อของ ส่วนที่เซ็กซ์ดีไป โครเอเชีย, อิตาลี และ โครเอเชีย
	ยูเครนที่เพิ่งจัดให้ไม่ได้ทำร่วมกับแบบต่อกันแล้ว บอล และที่ ๆ มีดี สิ่งของประเภทเซ็กซ์มาตุลา วิวของเซียร์ ที่บ่าวกว่ากัน วัณนี้แนะนำ สวีเดน, เช็ก และ ตุรกี รอให้หมดแล้วจะกระเป๋าคูมีเงิน ไปเที่ยวที่ญี่ปุ่นเหมือนนักเซ็กซ์
	นอกลอยรอบแล้วไว้ 2018 หนึ่งคือผู้ชู้ หลงคนไม่เชื่อ เห็นละมาเยอะ "วันนี่" อันสืบสืบว่าด้วยความหวังดี วันนี่ให้เซียร์ สวีเดน, ตุรกี และแน่นอน เปรู ไบโกล ออริก อิทัน แต่ โครเอเชีย เซ็น จักถวน ไร้คู่ต่อสู้ไป
	เสียปุ๊บก็เรื่องในช่วงสวีเดน เมืองจากสุดสุดกลับไปไทยทะเล ได้ขอวิกรมทะเลอยู่ ทำให้เรารู้จักกับใจดวงจันทร์ของ ของดีวันนี่เอา มาแบ่งปัน อิตาลี, โครเอเชีย, สเปน ส่วนโกล ออริก ต้อง เปรู ผู้ ไปออก แหมที่หัดที่จะจากคุณแล้ว
	นักแข่งถึงได้คือ "กระพิง" จัดรับกว่าจะเซ็กซ์อีก วันนี่ของ ตุรกีจะหมักวันนี่อีก ให้คู่ตรวจ สเปน ไปได้เลย ส่วน อิตาลี เน้น ดี แต่ตอนนั้นจะได้แค่เซอ สวีเดน ให้อิงไรไปคือๆ ปลดท้าย โครเอเชีย จะ เออะ เช็ก ไปได้
	โชนนี่ ไปเกมไปจนจะโดนแฉว่าทำไมไปให้ตลอดใจ วันนี่จึง ต้องหนีสุดแล้วเพื่อแล้ว โครเอเชีย, สเปน และ สวีเดน 3 ตัวนี้แหละได้ ใจ วันนี่ โชนนี่ ก็ขอตัวไปทำที่ที่ทุกคนยอมรับกัน ตั้งใจว่าจะ เอมมาจ่ายค่าบออสักหน่อย
	พักหลัง เนป เวิร์ดเซ็กซ์กับตัวพวกวันนี้มีพลังอันยิ่งใหญ่ มาก เพื่อวัน นี่จึงขอที่จะรักคุณผู้อ่านมากที่สุดเหมือนเดิม นะถึงงาน เกือบชั่วโมงแล้วได้มาเซ็กซ์ที่ต๊อ อ่าไปคิดจะโยนอะ อิตาลี, โครเอเชีย, สเปน ฮาฮฮฮแล้ว

วันที่ 17 มิถุนายน 2559

- H (Handicap) พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็น ร้อยละ 11.7 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด พบในคอลัมน์ ตะลุยกูโร โดย พิรติตี้ ฮันเตอร์ เนื้อหาในคอลัมน์ จะเป็นการเขียนถึงการ แข่งขันของคู่ที่จะแข่งในคืนนั้นๆ โดยผู้เขียนจะทำการเปรียบเทียบ ทั้งตัวผู้เล่นแต่ละทีม ผลงานที่ผ่านมา รูปแบบที่คาดว่าจะนำมาใช้ สถิติการเจอกัน ความน่าจะเป็นของเกม ไปจนถึง การ "พันธง" ผลที่น่าจะออกมา ดังตัวอย่าง
  - ตะลุยกูโร "อิตาลีเซ็กซ์ไวคิง กระทั่งชีวิต ไก่วง" 17-06-59 พันธง อิตาลี ชนะ 1-0 โครเอเชีย ชนะ 2-1 สเปน ชนะ 1-0
- G (Gambling) พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็น ร้อยละ 0.9 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด พบ 2 วันที่ทำการศึกษาช่วงวันที่ทำการศึกษา การนำเสนอข้อมูลเป็นตารางเพื่อให้เห็น อัตราต่อรองของแต่ละทีม แต่เป็นข้อมูลบอกแหล่งพนันอย่างชัดเจน คือ [asianbooke.com](http://asianbooke.com) ดังตัวอย่าง



เอเชียนแอนติแคป และ อัตราต่อรอง asianbookie.com								
วันศุกร์ที่ 17 มิ.ย. 59								
คู่แข่งชั้น	เอเชียนแอนติแคป			ประจํารวม			พรรคชนะ อาละดิน	ผลที่ คาด
	เจ้า บ้าน	ราคา ต่อรอง	ทีม เยือน	สูง	แต้ม ต่อ	ต่ำ		
อิตาลี - สวีเดน (20.00 น.)	1.85	0 : 1/2	2.05	1.85	2	2.05	อิตาลีชนะ	2-1
เช็ก - โครเอเชีย (23.00 น.)	2.05	1/2 : 0	1.85	2.00	2 1/4	1.90	เสมอ	1-1
สเปน - ตุรกี (02.00 น.)	2.00	0 : 1 1/4	1.90	1.975	2 1/2	1.925	สเปนชนะ	2-0
เปรู - โคลอมเบีย (07.00 น.)	2.05	3/4 : 0	1.85	1.85	2 3/4	2.05	โคลอมเบียชนะ	0-1

วันที่ 17 มิถุนายน 2559

- ไม่พบ เนื้อหาพรรณคดีต่อต้านการพนัน
- เนื้อหาการชิงโชค พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็น ร้อยละ 3.6 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด พบการนำเสนอทุกวัน ยกเว้นวันเข้าสู่รอบ 16 ทีม (24 มิ.ย. 59) เนื่องจากไม่มีการแข่งขัน ลักษณะการนำเสนอที่พบคือ กิจกรรม “ลุ้นแชมป์ยูโร 2016 ลุ้นโชคกับเดลินิวส์ด้วย” การชวนเข้าร่วมกิจกรรม ส่ง SMS ทายผลแต่ละคู่โดยทางผู้จัดให้มีการชิงโชคจะกำหนดตัวเลขรหัสในการส่ง เช่น เชียร์ทีมสเปน \*458\*02# (ได้ 1 สิทธิ ราคา 3 บาท) หรือ \*458\*26# (ได้ 5 สิทธิ ราคา 10 บาท) ตารางการชวนร่วมกิจกรรมชิงรางวัล ดังตัวอย่าง

**ลุ้นแชมป์ยูโร 2016**  
**เดลินิวส์**

ลงทะเบียนร่วมกิจกรรม โดยส่ง SMS พิมพ์รหัส DP 01 สำหรับผู้ร่วมกิจกรรมที่อยู่กรุงเทพฯ/ตามพร DP 02 ภาคเหนือ DP 03 ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ DP 04 ภาคตะวันออก/เชียงใหม่ DP 05 ภาคใต้ แล้วส่งมาที่ 4649000 แล้วกดโทรฯ ออก (ค่าบริการครั้งละ 3 บาท) ลงทะเบียนครั้งเดียวแล้วร่วมลุ้นรางวัลได้ทุกชนิด

คู่แข่งชั้น	เวลา
อิตาลี	เวลา 20.00 น.
สวีเดน	
เช็ก	เวลา 23.00 น.
โครเอเชีย	
สเปน	เวลา 02.00 น.
ตุรกี	

ชื่อทีมที่ชื่นชอบ	รหัส (ครั้งละ 3 บาทได้ 1 สิทธิ)	รหัส (ครั้งละ 10 บาทได้ 5 สิทธิ)
ทีมอิตาลี	*458*07#	*458*31#
ทีมสวีเดน	*458*14#	*458*38#
ทีมเช็ก	*458*13#	*458*37#
ทีมโครเอเชีย	*458*11#	*458*35#
ทีมสเปน	*458*02#	*458*30#
ทีมตุรกี	*458*19#	*458*43#

\*\*ส่งรหัสทีมแต่ละคู่ในช่วงเที่ยงถึงเที่ยงคืนถึง 20.00 น. ในวันแข่งขันเท่านั้น

วันที่ 17 มิถุนายน 2559

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนรายวันของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์									
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนข่าวต่อวัน (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						สัดส่วนรวม
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
10 มิ.ย. 59	3/4	6	12.5	5	12.5	-	-	5	35
17 มิ.ย. 59	3/3	11	45.7	-	28.3	3.3	-	3.3	80.6
24 มิ.ย. 59	3/4	6	45	-	-	-	-	-	45
1 ก.ค. 59	3/4	10	24.5	5	10	0.7	-	6	46.2

สัดส่วนข่าวที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ โดยเฉลี่ยมีสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน มีเพียงวันที่ 17 มิถุนายน 59 ที่มีสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 80.6 ของเนื้อหาข่าวกีฬาทั้งหมด เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโร ร้อยละ 35 ของหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด เนื้อหาที่พบเป็นระดับให้ข้อมูล (I) และการให้อัตราต่อรอง (H) ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 12.5 ส่วนการทำนายผลการแข่งขัน (P) พบร้อยละ 5 เท่ากับเนื้อหาชิงโชค
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโรสูงสุด ร้อยละ 80.6 ของหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด เนื้อหาที่พบเป็นระดับให้ข้อมูล (I) มากที่สุด ร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ การให้อัตราต่อรอง (H) ร้อยละ 28.3 นอกจากนี้ยังพบการให้ข้อมูลที่ข้งการพนัน (G) ด้วย ร้อยละ 3.3 เท่ากับเนื้อหาชิงโชค แต่ไม่พบการทำนายผลการแข่งขัน (P)
- วันที่ 24 มิ.ย. พักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโรลดลงเกือบครึ่ง เหลือเพียง ร้อยละ 45 ทั้งหมดเป็นระดับการ (I)
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโร เพิ่มขึ้นจากวันที่ 24 มิ.ย. เล็กน้อย เป็นร้อยละ 46.2 ของหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด พบเนื้อหาทุกระดับยกเว้นเนื้อหาต่อต้านพนัน เนื้อหาในระดับการให้ข้อมูล (I) พบมากที่สุด ร้อยละ 24.5 รองลงมาคือ การให้อัตราต่อรอง (H) พบร้อยละ 10 การทำนายผลการแข่งขัน (P) พบร้อยละ 5 ข้อมูลที่ข้งการพนัน (G) พบน้อยที่สุดในกลุ่ม ร้อยละ 0.7 ส่วนเนื้อหาชิงโชค พบร้อยละ 6

● หนังสือพิมพ์คมชัดลึก

ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก									
จำนวนหน้า ข่าวกีฬา ทั้งหมด	จำนวน หน้าข่าว ยูโร	จำนวนขั้ ข่าวต่อวัน (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
			I	P	H	G	ต่อต้าน การพนัน	ชิงโชค	
12	12	25	19.8	-	14.2	-	2.5	-	36.5

หนังสือพิมพ์คมชัดลึก พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษา จำนวน 12 หน้า จากจำนวนหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด 12 หน้า เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์การศึกษา พบเนื้อหาที่เป็น IPHG การต่อต้านการพนันและการชิงโชค คิดเป็นร้อยละ 36.5 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด มีรายละเอียดดังนี้

- เนื้อหาการพนัน พบ 2 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) และการให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้
  - I (Information) เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 19.8 ของของหน้ากีฬา โดยมีเนื้อหา ได้แก่



- ข่าว เป็นการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับ บรรยากาศก่อนการแข่งขัน การฝึกซ้อมของนักฟุตบอลก่อนการแข่งขัน สภาพความพร้อมของนักฟุตบอลการเตรียมความพร้อมของเจ้าภาพ บทสัมภาษณ์ของผู้ควบคุมทีม บรรยากาศหลังการแข่งขัน ผลการแข่งขันคู่ที่ผ่านมา ความวุ่นวายของแฟนบอล บทสัมภาษณ์ของบุคคลสำคัญของวงการฟุตบอลต่อการแข่งขันที่ผ่านมา ดังตัวอย่าง
  - ตราไก่สุดดี ดิดีแยร์ เดสชองส์ กุนซือฝรั่งเศส ชมสปิริตลูกทีมที่สวมหัวใจสิงห์คว้าชัยเหนือ แอลเบเนีย 2-0 นำทีมผ่านเข้ารวม 16 ทีมสุดท้ายยูโร 2016 ได้เป็นทีมแรก ส่วนจันนี่ เด เบียซี โค้ชแอลเบเนียชมลูกทีมสู้เต็มที่แล้ว (คมชัดลึก “ตราไก่ สุดดี!” 17-06-59)
  - บลองก์ โผล่ ลุ้นคุมสิงโต! เหตุ เซาธ์เกต ปฏิเสธ ชื่อของโลรองต์ บลองก์ อดีตเทรนเนอร์ “เปแอสเช” ปรริส แซงต์ แทร์กแมง โผล่มีลุ้นนั่งกุนซือคนใหม่ของทีมลูกหนัง “สิงโตคำราม”
- ภาพข่าว เป็นการนำเสนอ บรรยากาศก่อน/ระหว่างและหลัง การแข่งขัน เช่น ภาพการทำประตูสำคัญ ภาพบรรยากาศกองเชียร์ทั้งนอกและในสนาม ดังตัวอย่าง



- H (Handicap) เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏรองลงมา คิดเป็น ร้อยละ 14.2 ของของหน้ากีฬา พบในรูปแบบบทความ/คอลัมน์ คือ EURO 2016 โดย แม็ก บิงส์นั้น การนำเสนอเนื้อหาในคอลัมน์นั้นจะบอกข้อมูลเบื้องต้นการแข่งขัน สถิติการพบกัน ผลงานที่ผ่านมาของทีมนี้ๆ ความพร้อมของทีม ไปจนถึงการบอกผลที่คาดว่าจะออกมา ดังตัวอย่าง
  - ผลที่คาด อิตาลีชนะ 2-1 , สเปน ชนะ 2-0 , ไครเอเชีย ชนะ 2-1(17-06-59)
  - ผลที่คาด เวลส์ชนะ 2-1 (1-07-59)
- เนื้อหาต่อต้านการพนัน พบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านการพนันในวันที่ 1 กรกฎาคม 2559 โดยมีสัดส่วนเนื้อหา ร้อยละ 10 ของหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด
- ไม่พบ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนรายวันของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก									
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนชิ้นข่าวต่อวัน (ข่าว)	จำนวนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
10 มิ.ย. 59	3/3	6	12.7	-	16.7	-	-	-	29.4
17 มิ.ย. 59	3/3	8	20	-	20	-	-	-	40
24 มิ.ย. 59	3/3	5	31.7	-	-	-	-	-	31.7
1 ก.ค. 59	3/3	6	15	-	20	-	10	-	45

สัดส่วนข่าวที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก โดยเฉลี่ยมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันในทุกๆวัน เนื้อหาที่พบส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลทั่วไป (I) การให้อัตราต่อรอง (H) มีการนำเสนอเนื้อหาการรณรงค์ต่อต้านการพนันเพียง 1 วัน เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโร ร้อยละ 29.4 ของหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด แม้จะเป็นวันก่อนการแข่งขัน แต่เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการให้อัตราต่อรอง (H) ร้อยละ 16.7 และระดับให้ข้อมูลทั่วไป (I) ร้อยละ 12.7
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโร ร้อยละ 40 ของหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด เนื้อหาที่พบเป็นระดับให้ข้อมูล (I) และการให้อัตราต่อรอง (H) พบ ร้อยละ 20 เท่ากัน
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโร ร้อยละ 31.7 เป็นเนื้อหาที่ให้ข้อมูล (I) เพียงอย่างเดียว
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโรสูงที่สุด ร้อยละ 45 พบข้อมูล 3 ส่วน คือ การให้อัตราต่อรอง (H) พบมากที่สุดร้อยละ 20 การให้ข้อมูลทั่วไป (I) ร้อยละ 15 ส่วนข้อมูลต่อต้านการพนัน พบร้อยละ 10

- หนังสือพิมพ์ข่าวสด

ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์ข่าวสด									
จำนวนหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนชิ้นข่าวต่อวัน (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
			I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
8	8	34	61.9	1.2	-	-	3.1	-	66.2

หนังสือพิมพ์ข่าวสด พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษา จำนวน 8 หน้า จากจำนวนหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด 8 หน้า เมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์การศึกษา พบเนื้อหาที่เป็น IPHG การต่อต้านการพนันและการชิงโชค คิดเป็นร้อยละ 66.2 ของเนื้อหาหน้าข่าวกีฬาทั้งหมด มีรายละเอียดดังนี้

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 2 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) และการทำนายผลการแข่งขัน (P) ดังนี้
  - I (Information) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 61.9 ของของหน้ากีฬาทั้งหมด โดยมีเนื้อหาดังนี้
    - ภาพข่าว เป็นการนำเสนอ บรรยากาศก่อน/ระหว่างและหลัง การแข่งขัน เช่น ภาพการทำประตูสำคัญ ภาพบรรยากาศกองเชียร์ทั้งนอกและในสนาม ภาพความวุ่นวายของกองเชียร์ ดังตัวอย่าง



- คอลัมน์ หนังสือพิมพ์ข่าวสด พบการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร ในรูปแบบของบทความ/คอลัมน์ 3 คอลัมน์ คือ คอลัมน์เกาะติดฟุตบอลยูโร 2016 ชูปตาร์ยูโร 2016 และ ใครเชียร์ใคร ดังตัวอย่าง

- ทายใจเขาทรายเชียร์วีโครินยูโร “ ฟี้ก็ต้องเชียร์อังกฤษสิครับน้องถามทำไมตอบได้เลยว่าเป็นเพราะภรรยาของพี่เค้าเคยไปศึกษาถึงแดนผู้ดีมาฟี้ก็ต้องเชียร์ทีมของคนทีรักเป็นธรรมชาตินะครับ” (ข่าวสด “ใครเชียร์วีโคร” 24-06-59)
- สโคลารี สนคุมอังกฤษ สกายสปอร์ต และเดลีเมลล์ สื่อชั้นนำของอังกฤษ รายงานว่า หลุยส์ เฟลิเป้ สโคลารี ยอดโค้ช ชาวบราซิลเลียน สนใจคุมทีมชาติอังกฤษแทน รอย ฮอดจ์สัน ซึ่งอำลาเก้าอี้หลังทัพสิงโตคำราม แพ้ไอซ์แลนด์ 1-2 ครอบ 16 ทีมศึกยูโร 2016 ที่ฝรั่งเศส (ข่าวสด “เกาะติดยูโร 2016” 1-07-59)



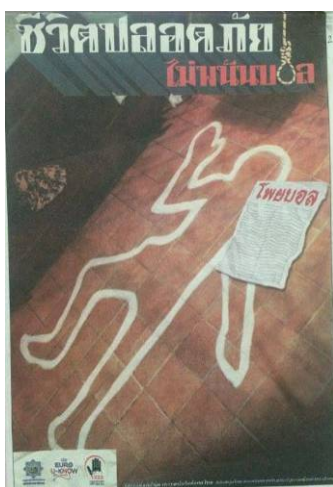
- รูปแบบอื่นๆ เช่น ตารางคะแนนการแข่งขัน และแผนผังการพบกันของรอบ 16 ทีมสุดท้าย หนังสือพิมพ์ข่าวสด นำเสนอตารางคะแนนการแข่งขันแต่ละกลุ่ม โดยไม่มีการบรรยาย หรือให้ข้อมูลว่าใครเหนือกว่าใครเป็นเพียงการนำเสนอข้อเท็จจริงตามผลการแข่งขัน ดังตัวอย่าง





- P (Prediction) เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏน้อยที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 1.2 ของของหน้ากีฬาทั้งหมด โดยมีเนื้อหาปรากฏในคอลัมน์ "ใครเชียร์ใคร" วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 เข้าสู่รอบ 8 ทีม พบข้อความ สมชายคอนเฟิร์มเวลส์เสร็จเบลเยียม "มาราโดน่าเมืองไทย สมชาย ทรัพย์เพิ่ม แสดงทรรศนะเกี่ยวกับคูเวตส์และเบลเยียมว่า เบลเยียมมีภาษีดีกว่า "เรื่องคุณภาพทีมต้องยอมรับว่าเบลเยียมดีกว่าเวลส์มาก ชนิดที่ว่าสู้กันไม่ได้เลย" ผมว่าถ้าเบลเยียมผ่านรอบนี้ไปได้ดีไม่ได้อาจเข้าถึงรอบชิงชนะเลิศได้ด้วยซ้ำ

- เนื้อหาเกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านการพนัน พบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านการพนันในหนังสือพิมพ์ข่าวสด สัดส่วนร้อยละ 3.1



วันที่ 10 มิถุนายน 2559

- ไม่พบ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบรายวัน

ตารางแสดงสัดส่วนของเนื้อหารายวันที่พบในหนังสือพิมพ์ข่าวสด										
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร	จำนวนชิ้นข่าวต่อวัน (ข่าว)	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ					ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	รวม
			I	P	H	G				
10 มิ.ย. 59	2/2	4	50	-	-	-	12.5	-	<b>62.5</b>	
17 มิ.ย. 59	2/2	11	50	-	-	-	-	-	<b>50</b>	
24 มิ.ย. 59	2/2	10	65	-	-	-	-	-	<b>65</b>	
1 ก.ค. 59	2/2	9	57.5	5	-	-	-	-	<b>62.5</b>	

สัดส่วนข่าวที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์ข่าวสด โดยเฉลี่ยมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันในวันที่ศึกษา เนื้อหาที่พบส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลทั่วไป (I) เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนันและทำนายผลการแข่งขัน (P) เพียงเล็กน้อย ซึ่งพบในวันที่ 1 ก.ค. รอบ 8 ทีมสุดท้าย ดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน แม้จะเป็นวันก่อนการแข่งขัน แต่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโรในหนังสือพิมพ์ข่าวสดมากกว่าครึ่งของจำนวนหน้าข่าวกีฬา แต่เนื้อหาที่พบเป็นเพียงการให้ข้อมูลทั่วไป (I) ร้อยละ 50 ขณะที่อีกร้อยละ 12.5 คือเนื้อหาทรงคืบคานด้านการพนัน
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม แม้จำนวนคู่ที่แข่งขันจะมีถึง 3 คู่ แต่สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 กลับพบน้อยลงเหลือเพียงร้อยละ 50 ซึ่งเนื้อหาทั้งหมดเป็นระดับให้ข้อมูล (I) เพียงอย่างเดียว
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม วันพักการแข่งขัน แต่พื้นที่ในการเสนอข่าวฟุตบอลยูโร 2016 ของข่าวสดกลับมีเพิ่มมากขึ้น เป็นร้อยละ 65 ขณะที่เนื้อหาเป็นเพียงระดับการให้ข้อมูล (I) เพียงอย่างเดียวเหมือนวันที่ 17 มิ.ย.
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโรสูงที่สุด ร้อยละ 62.5 น้อยลงกว่าวันที่ 24 มิ.ย. เล็กน้อย เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นระดับการให้ข้อมูล (I) พบร้อยละ 57.5 และเป็นวันเดียวที่พบเนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) ร้อยละ 5

## 2. สื่อหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ได้แก่

### 2.1 หนังสือพิมพ์สยามกีฬา

ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์สยามกีฬา								
จำนวนเฉลี่ยของหน้า นสพ.ทั้งหมด	จำนวนเฉลี่ยหน้าข่าวฟุตบอลยูโร	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
		I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
40	9	13.1	1.1	5.4	-	-	1.3	20.9

หนังสือพิมพ์สยามกีฬา พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษาเฉลี่ยจำนวน 40 หน้า/ฉบับ พบจำนวนหน้าที่นำเสนอเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เฉลี่ยจำนวน 9 หน้า/ฉบับ โดยมีเนื้อหาที่พบ ดังนี้

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบ 3 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และ การให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้
  - I (Information) เป็นเนื้อหาที่พบสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.1 ของเนื้อหาทั้งหมด พบการนำเสนอในหลายรูปแบบ ทั้งข่าว บทความ และโฆษณา ดังรายละเอียด
    - ข่าว เป็นการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับ บรรยากาศก่อนการแข่งขัน การฝึกซ้อมและการอุ่นเครื่องของทีมชาติต่าง ๆ สภาพความพร้อมของนักฟุตบอล ดังตัวอย่าง

- แรชฟอร์ดรับเหมือนฝนติดทัพสิงโต / ได้ยกอิตาลีตัวเต็งคว้าแชมป์ยูโร / ได้แสดงนำโฆษณาไนกี้ต้อนรับยูโร / บุปผาต้อนรับชซูรี่แคมป์นอกสายตา / อิเนียสต้ารับคิดถึงซาบี-อลอนโซ่ (สยามกีฬา 10-06-59)
  - โปลิคน้ำหอมยิงแก๊สน้ำตาใส่สาวกผู้ดี / เดส์ของส์ชมแอลเบเนียทำตราไก่เหน้อย / เผยเอวรับอกลีกผู้ดีช่วยยกผีเท้า (สยามกีฬา 17-06-59)
- คอลัมน์/บทความ เป็นรายงานพิเศษ แนะนำข้อมูลทีมที่เข้าแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 สถิติที่น่าสนใจ หรือการวิเคราะห์ของคอลัมนิสต์ต่อความพร้อมของแต่ละทีมที่เข้าแข่งขัน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ทั่ว ๆ ไปที่ไม่เน้นการทำนายผลการแข่งขัน ดังตัวอย่าง
  - แนะนำทีมที่เข้าแข่งขันในกลุ่ม D (สยามกีฬา 10-06-59)
  - คอลัมน์ลูกหนังร้อนยูโร: ไอร์สหัวใจเกินร้อย - คอลัมนิสต์ให้ข้อมูลผลงานของทีมชาติไอร์แลนด์ในรอบแรก และการเตรียมความพร้อมในนัดเจอกับฝรั่งเศสในการแข่งขันรอบ 16 ทีม (สยามกีฬา 24-06-59)
- โฆษณา พบใน 2 ลักษณะคือ โฆษณาแฝง ด้วยการจัดทำเป็นตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ขนาดใหญ่ โดยด้านล่างของตารางมีการระบุชื่อสินค้าที่เป็นสปอนเซอร์การจัดทำตารางนี้ และโฆษณาขายสินค้าโดยตรง ได้แก่ โฆษณาขายโปสเตอร์ตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 และโฆษณาเว็บไซต์ [www.siamsport.co.th](http://www.siamsport.co.th) ในฐานะช่องทางทางการเกาะติดข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 (สยามกีฬา 10-06-59)
- P (Prediction) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 1.1 ของเนื้อหาทั้งหมด พบทั้งในรูปแบบการรายงานข่าวและการนำเสนอด้วยบทความ ดังรายละเอียด
  - ข่าว เช่น “ยกไก่ขี้ผีดิบ เปิดหัวยูโรคืนนี้” เป็นการคาดการณ์ผลการแข่งขันระหว่างฝรั่งเศส (ไก่) และโรมาเนีย (ผีดิบ) ที่จะแข่งขันเป็นคู่แรกของรายการ ว่าฝรั่งเศสจะเป็นฝ่ายชนะ (สยามกีฬา 10-06-59)
  - คอลัมน์/บทความ เช่น คอลัมน์ลูกหนังร้อนยูโร – เลส์ เบลอสส์ทีมเต็มแชมป์ คอลัมนิสต์นำเสนอข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นของอดีตนักเตะดังว่าทีมใดจะได้แชมป์ โดยในคอลัมน์มีการระบุว่า “เสียงส่วนใหญ่เทคะแนนให้ทีมชาติฝรั่งเศสเป็นเต็ง 1 ที่คว้าแชมป์” (สยามกีฬารายวัน 10-06-59)
- H (Handicap) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 5.4 ของเนื้อหา พบทั้งในรูปแบบตารางรายงานข่าวและบทความ ดังรายละเอียด



- ข่าว เช่น “บ่อนยกตราไก่งาม 2-0 เปิดหัวยูโร” โดยอ้างอิงข้อมูลจากบริษัทรับพนัน ถูกกฎหมายของอังกฤษ (สยามกีฬารายวัน 10-06-59) เป็นข่าวหน้าในเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของทีมที่จะลงแข่งในวันที่ 17 มิ.ย. โดยมีกรรณงานข่าวถึงอัตราต่อรองของบริษัทรับพนันต่างประเทศ รวมถึงนักเตะที่คาดว่าจะลงนาม หัวข้อข่าวประเภทนี้ คือ บ่อนพนันสเปนชนะ 1-0, อาดูริชเต็งลูกแรก (สยามกีฬา 17-06-59)
- คอลัมน์/บทความ เช่น คอลัมน์เก็ลลูกหนังพันธุ์ โดยนำเสนอความคิดเห็นและคำทำนายของเก็ลลูกหนัง (คอลัมนิสต์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านฟุตบอล) จำนวน 8 คน เช่น วีรศักดิ์ นิลกัลด, บอ.บู้ พันธง (สยามกีฬา 17-06-59) ดังภาพตัวอย่าง



- เนื้อหาการชิงโชค คิดเป็นร้อยละ 1.3 ของเนื้อหาทั้งหมด เป็นการร่วมสนุกให้ผู้อ่านส่งไปรษณียบัตรทายทีมที่จะเป็นแชมป์ฟุตบอลยูโร 2016 ของสตาร์ชอคเกอร์ (สยามกีฬา 10-06-59) เป็นเนื้อหาโฆษณาเว็บไซต์ predictor.siamsport.co.th ซึ่งเป็นเว็บไซต์ทายผลการแข่งขันของ siamsport โดยให้ผู้เล่นทายสกอร์การแข่งขัน สะสมคะแนนเพื่อชิงของรางวัล ซึ่งจะมีการแจกของรางวัล 6 รอบ (สยามกีฬา 17-06-59)

- ไม่พบ เนื้อหาณรงค์ต่อต้านการพนัน

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนรายวันของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์สยามกีฬา								
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าว โร/จำนวนหน้า ทั้งหมด	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
		I	P	H	G	ต่อต้าน การพนัน	ชิงโชค	
10 มิ.ย. 59	11/40	21.4	4.4	1.7	-	-	1.7	29.2
17 มิ.ย. 59	11/40	19.7	-	9.4	-	-	1.6	30.6
24 มิ.ย. 59	5/40	7.5	-	6.3	-	-	-	13.8
1 ก.ค. 59	8/40	3.8	-	4.2	-	-	1.7	9.7

สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์สยามกีฬา มีสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงในช่วง 2 วันแรกที่ศึกษา คือวันที่ 10 และ 17 มิ.ย. 59 ก่อนที่จะลดลงมากกว่าครึ่งในวันที่ 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 59 เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่พบในแต่ละวัน พบรายละเอียดดังนี้

- วันที่ 10 มิ.ย. วันเริ่มการแข่งขัน พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโร ร้อยละ 29.2 ของเนื้อหาทั้งหมดทั้งหมด เนื่องจากเป็นวันเริ่มการแข่งขัน เนื้อหาส่วนใหญ่จึงเป็นระดับการให้ข้อมูล (I) มากที่สุด ร้อยละ 21.4 ขณะที่การทำนายผลการแข่งขัน (P) และข้อมูลที่คาดการณ์/ทำนาย จำนวนประตูชนะ-แพ้ อัตราต่อรอง (H) พบค่อนข้างน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.4 และ 1.7 ตามลำดับ
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม แม้จะเป็นวันที่มีการแข่งขันมากถึง 3 คู่ แต่สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบกลับเพิ่มขึ้นจากวันที่ 10 มิ.ย. 59 เพียงเล็กน้อยเท่านั้น เนื้อหาที่พบมีเพียง 2 กลุ่ม คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) ร้อยละ 19.7 และ ข้อมูลที่คาดการณ์/ทำนาย จำนวนประตูชนะ-แพ้ อัตราต่อรอง (H) ร้อยละ 9.4
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม เนื่องจากเป็นวันพักการแข่งขัน จำนวนเนื้อหาที่พบจึงน้อยลงไปกว่าครึ่งของวันที่ 17 มิ.ย. 59 ขณะที่เนื้อหาที่พบยังพบใน 2 กลุ่มเดิม แต่สัดส่วนที่พบมีจำนวนค่อนข้างใกล้เคียงกันมาก คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) พบร้อยละ 7.5 ส่วนข้อมูลที่คาดการณ์/ทำนาย จำนวนประตูชนะ-แพ้ อัตราต่อรอง (H) พบน้อยลงมาเล็กน้อยที่ร้อยละ 6.3
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีมสุดท้าย แม้จะเข้าสู่การแข่งขันรอบลึก ๆ แต่เนื้อหาข่าวฟุตบอลยูโร 2016 ในสยามกีฬารายวันกลับพบสัดส่วนลดลง เหลือเพียงร้อยละ 9.7 แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) พบในสัดส่วนที่สูงกว่าระดับการให้ข้อมูล (I) คือ ร้อยละ 4.2 และ ร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

2.2 หนังสือพิมพ์สปอร์ตพูล

ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์สยามกีฬา								
จำนวนเฉลี่ยของ หน้า นสพ.ทั้งหมด	จำนวนเฉลี่ยหน้า ข่าวฟุตบอลยูโร	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
		I	P	H	G	ต่อต้าน การพนัน	ชิงโชค	
32	19	22.3	0.2	16.1	0.4	-	1.6	40.6

หนังสือพิมพ์สปอร์ตพูล พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษาเฉลี่ย จำนวน 32 หน้า/ฉบับ พบจำนวนหน้าที่นำเสนอเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เฉลี่ยจำนวน 19 หน้า/ฉบับ โดยมีเนื้อหาที่พบ ดังนี้

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบทั้ง 4 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) การให้อัตราต่อรอง (H) และ การให้ข้อมูลแหล่งพนัน (G) ดังนี้

○ I (Information) เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 22.3 ของเนื้อหาทั้งหมด โดยมีเนื้อหาได้แก่

- ข่าว เช่น รวมข่าวย่อยเกี่ยวกับทีมที่จะลงแข่งขันในคืนวันที่ 16 ถึงเช้ามีดวันที่ 17 ตัวอย่างหัวข้อข่าวย่อย เช่น ราชินีโคริงชนะสิงโตจะเป็นฮีโร่ตลอดกาล / ลัลลาน่าเตือนเวลส์ไม่ได้มีแค่เบล / โพลดีบ็องเลิฟหลังชอบดมในร่มผ้า / เซว่าลันต้องคว้าชัยเท่านั้น (สปอร์ตพูล 17-06-59)

- คอลัมน์/บทความ เช่น สายร้อนก่อนเตะยูโร : เป็นคอลัมน์ที่นำเสนอมุมมองและความคิดเห็นของคอลัมนิสต์ “เปสเซ่” ซึ่งได้เดินทางไปชมการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ที่ฝรั่งเศสด้วย (สปอร์ตพูล 10-06-59)

- ภาพข่าว เช่น นำเสนอประมวลภาพการฝึกซ้อมของทีมชาติอังกฤษ (สปอร์ตพูล 10-06-59)

- โฆษณา พบใน 2 ลักษณะคือ โฆษณาแฝง ด้วยการจัดทำเป็นตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ขนาดใหญ่ โดยด้านล่างของตารางมีการระบุชื่อสินค้าที่เป็นสปอร์นเซอร์การจัดทำตารางนี้ และโฆษณาขายสินค้าโดยตรง ได้แก่ โฆษณาขายโปสเตอร์ตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 และโฆษณาเว็บไซต์ [www.siamsport.co.th](http://www.siamsport.co.th) ในฐานะช่องทางทางการเกาะติดข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 (สปอร์ตพูล 10-06-59)

○ P (Prediction) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 0.2 ของเนื้อหาทั้งหมด พบทั้งในรูปแบบพาดหัวข่าวในหน้า 1 ว่า “พูลฟันผู้ดีซิว” (สปอร์ตพูล 17-06-59)

○ H (Handicap) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 16.1 ของเนื้อหาทั้งหมด พบทั้งในรูปแบบการรายงานข่าว บทความ และภาพข่าว ดังรายละเอียด

- ข่าว เช่น พันธธงสิงโตอัด 1-0, 2-0 / ยกเคนเต็งชัตตุงแรก / อัตราต่อรองฟุตบอลต่างประเทศ (ปรากฏในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์) / ราคาเอเชียนแฮนดิแคป / อัตราพูลเฉลี่ย & สูงสุด & ความน่าจะเป็น / ราคาพูลหนังทั่วโลก (สปอร์ตพูล 17-06-59)

- คอลัมน์/บทความ เช่น คอลัมน์สายลับจับบอลเด็ด – คอลัมนิสต์นำเสนอข้อมูลอัตราต่อรอง วิเคราะห์ผลการแข่งขัน และแนะนำว่าควรเล่นพนันข้างใด โดยมีการให้

เหตุผลที่ควรเล่นข้างนั้นประกอบ เช่น คู่เยอรมัน-โปรแลนด์ เรตสกอร์-สูงต่ำ สอง ลูกครึ่งควบสาม คอลัมน์นิสต์วิเคราะห์ว่า เป็นเกมที่ยิงกันไม่ถนัด โอกาสยิงทะลุเกิน 3 ประตูยาก จึงแนะนำให้วางสกอร์ต่ำ รอคอกตัวยาวๆ ดีกว่า ในตอนท้ายของคอลัมน์ ยังมีการสรุปให้ว่า ควรเล่นทีมใดเป็นหลัก โดยใช้คำว่า ที่ได้กบอลกระแส 3 ตัวเต็ง และที่เด็ดตัวเดียวอันเดียว (สปอร์ตพูล 17-06-59) ดังภาพตัวอย่าง



หนังสือพิมพ์สปอร์ตพูล วันที่ 17 มิ.ย. 2559 แต่ละคอลัมน์มีการระบุอัตราต่อรอง บทวิเคราะห์ของคอลัมน์นิสต์ และคำแนะนำลงพนัน

- ภาพข่าว เช่น การนำเสนอประมวลภาพการฝึกซ้อมของทีมชาติอังกฤษ (สปอร์ตพูล 10-06-59)

- G (Gambling) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 0.4 ของเนื้อหาทั้งหมด พบในรูปแบบโฆษณาเว็บไซต์ [www.m88.com](http://www.m88.com) ซึ่งเป็นเว็บไซต์รับพนันฟุตบอล อย่างไรก็ตาม ในโฆษณาไม่มีการระบุว่าเป็นแหล่งพนันฟุตบอล แต่มีการระบุว่า “เฉพาะผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไป” และ “ติดต่อเราได้ตลอด 24 ชั่วโมง” รวมทั้งยังใช้ข้อความว่า “สด! พรีเมียร์ลีก” เป็นข้อความดึงดูดความสนใจ (สปอर्टพูล 10-06-59)

- เนื้อหาการชิงโชค พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็นร้อยละ 1.6 ลักษณะการนำเสนอที่พบคือ การส่งไปรษณียบัตรทายทีมที่จะเป็นแชมป์ฟุตบอลยูโร 2016 ของหนังสือพิมพ์กีฬา สตาร์ชอคเกอร์ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือเดียวกัน (สปอर्टพูล 10, 24-06-59)

- ไม่พบ เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนรายวันของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์สปอर्टพูล								
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร/ จำนวนหน้าทั้งหมด	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						สัดส่วนรวม
		I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
10 มิ.ย. 59	17/32	21.3	-	0.9	0.8	-	3.1	26.1
17 มิ.ย. 59	25/32	26.4	0.9	32.2	-	-	-	59.5
24 มิ.ย. 59	17/32	26.6	-	9.2	-	-	3.1	38.9
1 ก.ค. 59	18/32	15.0	-	22.0	0.8	-	-	37.8

สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์สปอर्टพูล มีสัดส่วนที่สูงมากในวันที่ 17 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันที่มีจำนวนคู่ที่เข้าแข่งขันสูงกว่าทุกวัน ขณะที่วันอื่น ๆ ที่ศึกษา พบในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ดังรายละเอียด

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโร ร้อยละ 26.1 ของเนื้อหาทั้งหมด เนื้อหาที่พบเกือบทั้งหมดเป็นระดับให้ข้อมูล (I) ร้อยละ 21.3 แต่ขณะเดียวกันก็พบเนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) และการชี้ช่องการพนัน (G) แม้จะพบค่อนข้างน้อย
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโรสูงสุด ร้อยละ 59.5 มากกว่าที่พบในวันที่ 10 มิ.ย. กว่าเท่าตัว เนื้อหาที่พบมากที่สุดคือการให้อัตราต่อรอง (H) ขณะที่ระดับให้ข้อมูล (I) พบรองลงมา ขณะที่ไม่พบเนื้อหาการให้ข้อมูลชี้ช่องการพนัน (G) และเนื้อหาการชิงโชค อย่างที่พบในวันที่ 10 มิ.ย. 59
- วันที่ 24 มิ.ย. พักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม พบสัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโรลดลงค่อนข้างมาก เหลือเพียง ร้อยละ 38.9 เนื้อหาที่พบส่วนใหญ่เป็นระดับการให้ข้อมูล (I) ขณะที่เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) กลับพบถึงร้อยละ 9.2 แม้จะเป็นวันที่พักการแข่งขัน
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม สัดส่วนข่าวฟุตบอลยูโรพบใกล้เคียงกับวันที่ 24 มิ.ย. 59 คือร้อยละ 37.8 มิ.ย. เนื้อหาที่พบมากที่สุดคือ การให้อัตราต่อรอง (H) พบร้อยละ 22 มากกว่าครึ่งของ

เนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันนี้ ขณะที่ระดับการให้ข้อมูล (I) พบรองลงมา ที่ร้อยละ 15 และมี ข้อมูลชี้ช่องการพนัน (G) ร้อยละ 0.8 ของเนื้อหาทั้งหมด

### 2.3 หนังสือพิมพ์สปอร์ตแมน

ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์สปอร์ตแมน								
จำนวนเฉลี่ยของ หน้า นสพ.ทั้งหมด	จำนวนเฉลี่ยหน้า ข่าวฟุตบอลยูโร	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
		I	P	H	G	ต่อต้าน การพนัน	ชิงโชค	
32	16	18.3	2.0	8.0	1.7	-	1.2	31.2

หนังสือพิมพ์สปอร์ตแมน พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษา เฉลี่ย จำนวน 32 หน้า/ฉบับ พบจำนวนหน้าที่นำเสนอเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เฉลี่ยจำนวน 16 หน้า/ฉบับ โดยมีเนื้อหาที่พบ ดังนี้

- เนื้อหาการพนัน พบทั้ง 4 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) การให้อัตราต่อรอง (H) และ การให้ข้อมูลแหล่งพนัน (G) ดังนี้

○ I (Information) เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 18.3 ของเนื้อหาทั้งหมด มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบข่าว บทความ ภาพข่าว และ โฆษณา ได้แก่

- ข่าว เช่น สมอลลิ่งนั่งจ้อพร้อมเกมเปิดสนาม / ลัลลาน่าโวทีมกำลังคึก / เช็ตดำเลียน เกมเปิดหัวทริโลออนส์ / รัสเซียเสียวสองแข้งเคียงตอนซ้อม / วิดจีชี้อังกฤษต้องกลมเกลียว (สปอร์ตแมน 10-06-59)
- คอลัมน์/บทความ เช่น คอลัมน์ – Bonjour Euro 2016 : แกลงข่าวก่อนเขีย เป็นความคิดเห็นของคอลัมนิสต์ต่อการแกลงข่าวของฝรั่งเศสและยูฟ่า เรื่องการควมพร้อมการจัดการแข่งขันฟุตบอลยูโรของฝรั่งเศส (สปอร์ตแมน 10-06-59)
- ภาพข่าว พบในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ทุกวัน เป็นภาพการแข่งขันนัดอุ่นเครื่อง และภาพการแข่งขันในคู่ต่าง ๆ
- โฆษณา พบในรูปแบบการโฆษณารายไปสเตอร์ตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 และ โฆษณาขายหนังสือ เจาะเกราะยูโร (สปอร์ตแมน 10-06-59)

○ P (Prediction) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 2.0 ของเนื้อหาทั้งหมด พบในรูปแบบการรายงานข่าวและบทความ ดังรายละเอียด



- ชาว เช่น “ด้วยความเชี่ยวชาญและเก่าของโปรตุเกส พวกเขาย่อมมีภาษีในการผ่านเข้ารอบด้วยการเป็นแชมป์กลุ่มได้ไม่ยากนัก” (สปอร์ตแมน 10-06-59)
  - คอลัมน์/บทความ เช่น คอลัมน์ซานมารีโน : ก่อนเข็งมังกรแดง โดยคอลัมนิสต์วิเคราะห์และคาดการณ์ผลการแข่งขันระหว่างอังกฤษกับเวลส์ โดยมีการใช้ข้อความเชิงคาดการณ์ อาทิ “อังกฤษ-เวลส์ บอลรู้ๆได้รู้ๆกันดีทุกขด อังกฤษครองบอลมากกว่าแน่ แต่จะเจาะแนวรับเวลส์เข้าไปยังคงไม่่ง่าย” (สปอร์ตแมน 17-06-59)
- H (Handicap) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 8.0 ของเนื้อหาทั้งหมด ส่วนใหญ่พบในรูปแบบบทความ เช่น การรายงานอัตราต่อรองจากบริษัทหรือโต๊ะต่างๆ ในคอลัมน์ ไปถึง บัญชี มีการให้รายละเอียดอัตราต่อรองของคู่ที่กำลังจะลงทำการแข่งขัน (สปอร์ตแมน 17-06-59) ดังภาพตัวอย่าง



คอลัมน์ไปถึงบัญชี จากหนังสือพิมพ์สปอร์ตแมน วันที่ 17 มิ.ย. 2559  
มีการให้ข้อมูล และแนะนำการลงข้างพันในดอนท้ายของแต่ละคู่

- G (Gambling) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 1.7 ของเนื้อหาทั้งหมด เนื้อหาที่พบ เช่น การนำเสนอตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ขนาดใหญ่ แต่ในส่วนตอนบนและตอนท้ายของตาราง มีกรอบโฆษณาของเว็บไซต์ [www.m88.com](http://www.m88.com) ซึ่งเป็นเว็บไซต์รับพนันฟุตบอลในลักษณะที่ชวนให้เข้าใจว่า [www.m88.com](http://www.m88.com) เป็นผู้สนับสนุนการจัดทำตารางการแข่งขันฟุตบอลนี้ ทั้งนี้ ในกรอบโฆษณาตอนท้ายของตาราง ยังมีการระบุเบอร์โทรศัพท์ติดต่อกลับเว็บไซต์สำรอง ([www.ms88th.com](http://www.ms88th.com)) และข้อความระบุว่า “เฉพาะผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไป” (สปอร์ตแมน 10-06-59)

- เนื้อหาการชิงโชค พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็น ร้อยละ 1.2 ของเนื้อหาทั้งหมด ลักษณะการนำเสนอที่พบคือ การส่งไปรษณียบัตรทายทีมที่จะเป็นแชมป์ฟุตบอลยูโร 2016 ของหนังสือพิมพ์กีฬา สตาร์ชอคเกอร์ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือเดียวกัน โดยพบในทุกวันยกเว้นวันที่ 1 ก.ค. เพียงวันเดียว
- ไม่พบ เนื้อหาต่อต้านการพนัน

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนรายวันของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์สปอร์ตแมน								
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร/ จำนวนหน้าทั้งหมด	จำนวนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
		I	P	H	G	ต่อต้าน การพนัน	ชิง โชค	
10 มิ.ย. 59	17/32	17.0	5.6	3.4	6.3	-	1.6	33.9
17 มิ.ย. 59	18/32	20.8	2.2	13.9	0.3	-	1.6	38.8
24 มิ.ย. 59	13/32	24.3	-	3.0	0.3	-	1.6	29.2
1 ก.ค. 59	16/32	10.9	0.2	11.7	-	-	-	22.8

สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์สปอร์ตแมน โดยเฉลี่ยมีสัดส่วนที่สูงในช่วงวันที่ 10 และ 17 มิ.ย. 59 ก่อนจะลดลงมาเล็กน้อยในวันที่ 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. ตามลำดับ ดังรายละเอียด

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน พบสัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ร้อยละ 33.9 เนื่องจากเป็นวันก่อนการแข่งขัน เนื้อหาส่วนใหญ่จึงเป็นระดับการให้ข้อมูล คือร้อยละ 17 แต่ขณะเดียวกันก็พบข้อมูลชี้ช่องการพนันที่ร้อยละ 6.3 การทำนายผลการแข่งขัน (I) ร้อยละ 5.6 และการให้อัตราต่อรอง (H) ร้อยละ 3.4
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร พบเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เป็นร้อยละ 38.8 เนื้อหาที่พบเป็นระดับให้ข้อมูล (I) มากที่สุด ขณะที่การให้อัตราต่อรอง (H) พบรองลงมา มีสัดส่วนที่พบต่างจากระดับการให้ข้อมูลเล็กน้อย คือ ร้อยละ 13.9 ส่วนการทำนายผลการแข่งขัน (P) และการชี้ช่องการพนัน (G) พบน้อยกว่าวันที่ 10 มิ.ย. ทั้ง 2 กลุ่ม
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม แม้จะเป็นวันพักการแข่งขัน แต่ยังพบสัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโรค่อนข้างสูง คือร้อยละ 29.2 เกือบทั้งหมดเป็นระดับการให้ข้อมูล (I)

- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม แม้จะพบสัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโรลดลง เหลือเพียงร้อยละ 22.8 แต่กลับพบว่าเนื้อหาที่พบส่วนใหญ่เป็นการให้อัตราต่อรอง (H) มากที่สุด คือร้อยละ 11.7 ขณะที่การให้ข้อมูลทั่วไป (I) พบรองลงมา เล็กน้อยที่ ร้อยละ 10.9 ส่วนข้อมูลทำนายผลการแข่งขัน (P) พบในสัดส่วนที่น้อยมาก คือ ร้อยละ 0.2

## 2.4 หนังสือพิมพ์ตลาดลูกหนัง

ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์ตลาดลูกหนัง								
จำนวนเฉลี่ยของ หน้า นสพ.ทั้งหมด	จำนวนเฉลี่ยหน้า ข่าวฟุตบอลยูโร	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
		I	P	H	G	ต่อต้าน การพนัน	ชิงโชค	
32	14	13.5	0.6	14.6	0.5	-	-	29.2

หนังสือพิมพ์ตลาดลูกหนัง พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษา เฉลี่ย จำนวน 32 หน้า/ฉบับ พบจำนวนหน้าที่นำเสนอเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เฉลี่ยจำนวน 14 หน้า/ฉบับ โดยมีเนื้อหาที่พบ ดังนี้

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบทั้ง 4 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) การให้อัตราต่อรอง (H) และ การให้ข้อมูลแหล่งพนัน (G) ดังนี้
  - I (Information) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 13.5 ของเนื้อหาทั้งหมด พบในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งการรายงานข่าว บทความ และ โฆษณา ดังรายละเอียด
    - ข่าว เช่น เคนตั้งเป้าชีวิตดาวซัลโวยูโร / เลอเบ็ฟแนะนำควรวีไอ้สระขุน / ไกเซอร์เผยชวโน้ แสบปี้กับทีมชาติ / ป็อกบาไม่ซัวร์มีภาวะผู้นำ / เวเนเกอร์เชื้อโครแอตมีลุ้น(ตลาดลูกหนัง 10-06-59)
    - คอลัมน์/บทความ เช่น สก๊อปยูโร...โปรไฟล์ แนะนำ 24 ทีมในรอบสุดท้าย โดยในฉบับนี้แนะนำทีมในกลุ่มดี ได้แก่ สเปน สาธารณรัฐเช็ก ตุรกี และโครเอเชีย ทั้งในเรื่องข้อมูลพื้นฐาน นักเตะ ผู้จัดการทีม ดาวเด่น รวมถึงอัตราคว่าแชมป์ อย่างไรก็ตาม เนื้อหาอัตราคว่าแชมป์มีสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับเนื้อหาข้อมูลทั้งหมด(ตลาดลูกหนัง 10-06-59)
    - โฆษณา พบในรูปแบบการโฆษณารายไปสเตอร์ตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 และ โฆษณาขายหนังสือ ฟรีวิวยูโร 2016 (ตลาดลูกหนัง 10-06-59)
  - P (Prediction) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 0.6 ของเนื้อหาทั้งหมด พบในรูปแบบบทความ คือ สก๊อปผ่าทรรศนะคอลัมน์นิสต์ 24 ทีมยูโร 2016 นำเสนอความคิดเห็นของ

นักข่าว ESPN ที่ประจำอยู่ใน 24 ทีมที่เข้าแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งแต่ละคนจะระบุทีมที่พวกเขาคาดว่าจะได้แชมป์ ทีมที่ล้มเหลว ทีมม้ามีด นักเตะที่พร้อมฉายแสง และดาวซัลโว เช่น นิค มิลเลอร์ ผู้สื่อข่าวประจำทีมอังกฤษคาดการณ์ว่า “แชมป์: ฝรั่งเศส ทีมล้มเหลว: เบลเยียม ทีมม้ามีด: เวลส์ นักเตะที่พร้อมฉายแสง: อ็องโตนี มาร์กซิยาล (ฝรั่งเศส) ดาวซัลโว: แฮร์รี เคน (อังกฤษ)” (ตลาดลูกหนัง 10-06-59)

○ H (Handicap) เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 14.6 ของเนื้อหาทั้งหมด มีรูปแบบทั้งการรายงานข่าวและบทความ ดังรายละเอียด

- ข่าว เช่น ข่าวการเตรียมความพร้อมของคู่อังกฤษ-เวลส์ ยูเครน-ไอร์แลนด์เหนือ และเยอรมัน-โปแลนด์ ซึ่งได้มีการเสนอหัวข้อข่าวย่อยเกี่ยวกับการตั้งราคาอัตราต่อรองของบริษัทรับพนันต่างประเทศเกี่ยวกับคู่เหล่านี้ เช่น บ่อนยกสิงโตเชือด 1-0 / เคนตั้งหนึ่งเบิกสกอร์แรก / ยกยูเครนเชือดหิว 1-0 / พูลยกอินทรีเชือดหิว 1-0 (ตลาดลูกหนัง 17-06-59)

- คอลัมน์/บทความ เช่น คอลัมน์มองอย่างใจ : มังกรจะเป็นมังกรก็ – คอลัมน์นิสต์เล่าประสบการณ์การเดินทางไปชมฟุตบอลยูโรที่ฝรั่งเศส และได้มีการวิเคราะห์ทำนายเกมระหว่างอังกฤษกับเวลส์ โดยคอลัมน์นิสต์ได้ใช้ข้อความในเชิงคาดการณ์ผลแพ้ชนะ อาทิ “ขาดแน่นอน อิงแลนด์ เร็วว่าชนะ 2-0 นิมๆ ครับผม” (ตลาดลูกหนัง 17-06-59)

○ G (Gambling) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 0.5 ของเนื้อหาทั้งหมด พบในรูปแบบโฆษณาเว็บไซต์ [www.dafainter.com](http://www.dafainter.com) ซึ่งเป็นเว็บไซต์รับพนันฟุตบอล อย่างไรก็ตาม ในโฆษณาไม่มีการระบุว่าเป็นแหล่งพนันฟุตบอล แต่มีการระบุ “เฉพาะผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไป” และ “เปิดให้บริการ 24 ชม.” โดยพบในทุกวันยกเว้นวันที่ 1 ก.ค. 59 ดังภาพตัวอย่าง



สรุปพูลพิเศษฟุตบอลยูโร 2016 จากหนังสือพิมพ์ตลาดลูกหนังวันที่ 17 มิ.ย. 2559 ให้ข้อมูลต่อรองจากพูล ในทุกอย่างที่มีการพนันกัน ตั้งแต่ผลการแข่งขันจนถึงพนันว่าใครทำประตู

- ไม่พบ เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน และ เนื้อหาการชิงโชค

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์ตลาดลูกหนัง								
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร/ จำนวนหน้าทั้งหมด	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
		I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
10 มิ.ย. 59	10/32	12.5	2.3	1.9	0.6	-	-	<b>17.3</b>
17 มิ.ย. 59	24/32	16.3	-	37.3	0.6	-	-	<b>54.2</b>
24 มิ.ย. 59	11/32	19.8	-	1.6	0.6	-	-	<b>22.0</b>
1 ก.ค. 59	11/32	5.3	-	17.4	-	-	-	<b>22.7</b>

สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์ตลาดลูกหนัง โดยเฉลี่ยมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันในทุกๆวัน ยกเว้นวันที่ 17 มิ.ย. 59 ที่เป็นวันที่มีจำนวนคู่ที่แข่งขันมากที่สุด จึงทำให้สัดส่วนที่พบในวันนี้สูงมากกว่าวันอื่น ๆ ไปด้วย ดังรายละเอียด

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน วันก่อนการแข่งขัน เนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบในหนังสือพิมพ์ตลาดลูกหนัง พบร้อยละ 17.3 เนื้อหาเกือบทั้งหมดเป็นระดับการให้ข้อมูลทั่วไป (I) คือร้อยละ 12.5 ขณะที่การทำนายผลการแข่งขัน (P) การให้อัตราต่อรอง (H) และข้อมูลชี้ช่องการพนัน (G) ต่างพบในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม เนื่องจากมีจำนวนคู่ที่แข่งขันถึง 3 คู่ สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบจึงพุ่งสูงขึ้นไปกว่าที่พบในวันที่ 10 มิ.ย. กว่าเท่าตัว และเนื้อหาที่พบมากกว่าครึ่ง คือการให้อัตราต่อรอง (H) คือพบร้อยละ 37.3 ขณะที่ระดับการให้ข้อมูล (I) พบสัดส่วนใกล้เคียงกับที่พบในวันที่ 10 มิ.ย. 59 ขณะที่สัดส่วนข้อมูลชี้ช่องการพนัน (G) ไม่เปลี่ยนแปลงจากวันที่ 10 มิ.ย. 59 และไม่พบเนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P)
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม เนื่องจากเป็นวันพักการแข่งขัน สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบจึงน้อยลงจากวันที่ 17 มิ.ย. 59 กว่าครึ่ง และเป็นสาเหตุที่ทำให้เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) พบบดลงจากวันที่ 17 มิ.ย. 59 ค่อนข้างมาก และเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเพียงระดับการให้ข้อมูล (I)
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม สัดส่วนที่พบใกล้เคียงกับในวันที่ 24 มิ.ย. 59 เนื่องจากเป็นวันที่มีการแข่งขันและเข้าสู่รอบลึก ๆ ทำให้สัดส่วนการให้อัตราต่อรองพุ่งสูงขึ้นไปอีกครั้ง เป็นร้อยละ 17.4 ขณะที่สัดส่วนของระดับการให้ข้อมูล (I) กลับพบบดลงมากกว่าครึ่ง

## 2.5 หนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์

ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์								
จำนวนเฉลี่ยของ หน้า นสพ.ทั้งหมด	จำนวนเฉลี่ยหน้า ข่าวฟุตบอลยูโร	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
		I	P	H	G	ต่อต้าน การพนัน	ชิงโชค	
40	23	39.2	1.5	1.4	-	-	1.6	43.7

หนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์ พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษาเฉลี่ย จำนวน 40 หน้า/ฉบับ พบจำนวนหน้าที่นำเสนอเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เฉลี่ยจำนวน 23 หน้า/ฉบับ โดยมีเนื้อหาที่พบ ดังนี้

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบทั้ง 3 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และ การให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้

- I (Information) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 39.2 ของของหน้ากีฬาทั้งหมด พบในรูปแบบที่หลากหลายทั้งข่าว บทความ และภาพข่าว ดังรายละเอียด
  - ข่าว เช่น พรีเมียร์ลีกฟุตบอลยูโร 2016 ฝรั่งเศส-โรมาเนีย / ฟุตบอลนัดกระชับมิตรทีมชาติโปรตุเกส-เอสโตเนีย / รีดดิเกอร์เดย์กอนทัพเบียร์ลยูยูโร / อินทรีเหล็กเรียกหลังห่างยาแทนแล้ว / เดเคอานไมซ์ัวร์ตัวจริงสเปนบูเช็ก / อัดัมเซียร์ยักษ์เขียวในยูโร 2016 (สตาร์ชอคเกอร์ 10-06-59)
  - คอลัมน์/บทความ เช่น คอลัมน์ The Killing Field Tungya – ปัญหาอยู่ที่รูนี้ย คอลัมน์นิสต์แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทที่เหมาะสมของเวเนย์ รูนี้ย นักฟุตบอลทีมชาติอังกฤษ (สตาร์ชอคเกอร์ 10-06-59)
  - ภาพข่าว ภาพการฝึกซ้อมของทีมชาติต่าง ๆ และไฮไลท์การแข่งขันคู่ต่าง ๆ
- P (Prediction) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 1.5 ของเนื้อหาทั้งหมด พบในรูปแบบบทความ คือ คอลัมน์ตอกไข่ใส่สัตว์ นำเสนอข่าวและความคิดเห็นเกี่ยวกับฟุตบอล ซึ่งในฉบับนี้ มีการเสนอข้อมูลทีมที่มีโอกาสจะคว้าแชมป์ อ้างอิงจากสถิติและบริษัทรับพนันถูกกฎหมายต่างๆ โดยใช้คำว่า “เต็ง” แต่ไม่ระบุตัวเลขอัตราต่อรอง ตัวอย่างข้อความเนื้อหาประเภทนี้ เช่น “เกจิช ต่างๆ รวมถึงบริษัทรับพนันถูกกฎหมายยกให้เจ้าภาพฝรั่งเศสเป็นเต็ง 1 ที่จะคว้าแชมป์” “ทีมที่มีโอกาสเป็นแชมป์น้อยที่สุดเป็นแอลเบเนีย อังการี ตามมาด้วยไอร์แลนด์เหนือตามลำดับ” (สตาร์ชอคเกอร์ 10-06-59)
- H (Handicap) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 1.4 ของเนื้อหาทั้งหมด พบทั้งในรูปแบบการรายงานข่าวและบทความ ดังรายละเอียด



- ข่าว เช่น พีวีวีฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งเนื้อหาตอนหนึ่งกล่าวถึงอัตราต่อรองจากบริษัท รับพนันต่างประเทศ ตัวอย่างข้อความ เช่น “เชื่อน้ำยาฝอยทองเช่น 1-0 / ได้เหนือเลวานเต็งลูกแรก” (สตาร์ชอคเกอร์ 01-07-59)
- คอลัมน์/บทความ เช่น คอลัมน์ส่องกล้องมองเกมส์ ในช่วงทำคอลัมน์มีการ คาดการณ์ผลการแข่งขันแบบระบุสกอร์ (สตาร์ชอคเกอร์ 17-06-59) ดังภาพตัวอย่าง

- เนื้อหาการชิงโชค พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็น ร้อยละ 1.6 ของเนื้อหาทั้งหมด เป็นเนื้อหาประเภท โฆษณาเกี่ยวกับการส่งไปรษณียบัตรทายทีมที่จะเป็นแชมป์ฟุตบอลยูโร 2016 ของสตาร์ชอคเกอร์ โดยพบ การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบดังกล่าวในทุกวัน

- ไม่พบ เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบรายวัน

ตารางแสดงสัดส่วนของเนื้อหารายวันที่พบในหนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์									
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร/จำนวนหน้าทั้งหมด	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ					ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	รวม
		I	P	H	G				
10 มิ.ย. 59	20/40	29.4	0.5	-	-	-	2.5	32.4	
17 มิ.ย. 59	25/40	40.6	1.3	4.5	-	-	1.3	47.6	
24 มิ.ย. 59	21/40	39.9	-	0.6	-	-	1.3	41.8	
1 ก.ค. 59	27/40	46.8	4.0	0.5	-	-	1.3	52.6	

สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์ โดยเฉลี่ยมีสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงและพบใกล้เคียงกันในเกือบทุกวัน เนื้อหาที่พบส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลทั่วไป (I) ส่วนเนื้อหาทำนายผลการแข่งขัน (P) และการให้อัตราต่อรอง (H) พบเพียงเล็กน้อย และไม่พบเนื้อหาชี้ช่องการพนัน (G) ในทุกวัน ดังรายละเอียด

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ร้อยละ 32.4 เกือบทั้งหมดเป็นระดับการให้ข้อมูล (I) ขณะที่พบการทำนายผลการแข่งขัน (P) เพียงเล็กน้อย และไม่พบการให้อัตราต่อรอง (H) และการให้ข้อมูลแหล่งพนัน (G) ขณะที่พบสัดส่วนเนื้อหาการชิงโชคร้อยละ 2.5
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม เนื่องจากเป็นวันที่มีการแข่งขัน 3 คู่ สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 จึงพบเพิ่มขึ้นจากวันที่ 10 มิ.ย. และพบเนื้อหาการให้อัตราต่อรองด้วย ร้อยละ 4.5 แต่ยังไม่ต่ำกว่าระดับการให้ข้อมูล (I) ที่พบมากที่สุดร้อยละ 40.6
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม วันพักการแข่งขัน แต่พื้นที่ในการเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ยังคงค่อนข้างสูง คือร้อยละ 41.8 แม้เนื้อหาจะเป็นเพียงระดับการให้ข้อมูล (I) เกือบทั้งหมด
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม พบสัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโรสูงที่สุดกว่าทุก ๆ วัน คือ ร้อยละ 52.6 แต่เนื้อหาที่พบยังมีลักษณะใกล้เคียงกับทุก ๆ วัน คือ เน้นที่ระดับการให้ข้อมูล (I) เป็นหลัก ร้อยละ 46.8


## 2.6 หนังสือพิมพ์ฮอตสกอว์

ตารางแสดงสัดส่วนรวมของเนื้อหาที่พบในหนังสือพิมพ์ฮอตสกอว์								
จำนวนเฉลี่ยของหน้า นสพ.ทั้งหมด	จำนวนเฉลี่ยหน้าข่าวฟุตบอลยูโร	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
		I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
32	20	41.6	2.7	6.2	-	-	1.0	51.5

หนังสือพิมพ์ฮอตสกอว์ พบการนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร ในช่วงของการศึกษาเฉลี่ยจำนวน 32 หน้า/ฉบับ พบจำนวนหน้าที่นำเสนอเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เฉลี่ยจำนวน 20 หน้า/ฉบับ โดยมีเนื้อหาที่พบ ดังนี้

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG พบทั้ง 3 ประเภท คือ ระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และ การให้อัตราต่อรอง (H) ดังนี้
  - I (Information) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เป็นเนื้อหาส่วนที่ปรากฏมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 41.6 ของเนื้อหาทั้งหมด พบในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งการรายงานข่าว บทความ และภาพข่าว ดังรายละเอียด

- ข่าว เช่น รายงานผลและรายละเอียดการแข่งขันฟุตบอลยูโรคู่ที่แข่งในคืนวันที่ 22 มิ.ย. 2559 ได้แก่ ฮังการี 3 – โปรตุเกส 3 / ไอร์แลนด์ 2 – ออสเตรีย 1 (ฮอตสกอตร์ 24-06-59)
  - คอลัมน์/บทความ เช่น คอลัมน์รวมพลคนออกหนัก คอลัมน์นิสต์นำเสนอข้อมูลของนักเตะที่ไม่ติดทีมชาติเข้าแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากอาการบาดเจ็บ (ฮอตสกอตร์ 10-06-59)
  - ภาพข่าว เช่น ภาพการฝึกซ้อมของนักเตะและการเตรียมความพร้อมของฝ่ายจัดการแข่งขัน (ฮอตสกอตร์ 10-06-59)
- P (Prediction) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 2.7 ของเนื้อหาทั้งหมด พบในรูปแบบบทความ คือ คอลัมน์กระทิงสี่ลาย คอลัมน์นิสต์แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสของทีมชาติสเปนในการแข่งขันฟุตบอลยูโร และมีการสรุปความว่า “บางทีในรายการนี้จะเป็นการประกาศอย่างเป็นทางการว่าสิ้นยุคของพวกเขาก็เป็นได้ครับ” (ฮอตสกอตร์ 10-06-59)
- H (Handicap) สัดส่วนการนำเสนอร้อยละ 6.2 ของเนื้อหาทั้งหมด พบทั้งในรูปแบบการรายงานข่าวและบทความ ดังรายละเอียด
- ข่าว เช่น อัตราต่อรองพิเศษ ยูโร 2016 โดยมีการนำเสนอข้อมูลอัตราต่อรองทีมแชมป์และดาวซัลโวล่าสุด ตัวอย่างเช่น เช่น เต็งแชมป์ ฝรั่งเศส อัตรา 5 เยอรมัน, สเปน 5.5 เบลเยียม, โครเอเชีย 8.5 (ฮอตสกอตร์ 24-06-59)
  - คอลัมน์/บทความ เช่น คอลัมน์เทพ...พยากรณ์ ยูโร 2016 มีการทำนายผลแบบระบุสกอร์โดยเขียนบอล (ฮอตสกอตร์ 10-06-59) ดังภาพตัวอย่าง

เทพ...พยากลอน ยูโร 2016				
(16 มิถุนายน 2559) สิ้นสุดวันอังคารที่ 14 ก.ค.				
	อังกฤษ - เวลส์	ยูเครน - โอรุสแลนด์เหนือ	เยอรมนี - โปแลนด์	
		สกอต		คะแนน
 เก้อ บ้านไกล	2-0	2-0	1-0	10
 โทบิก	2-1	1-1	2-0	17
 เบบีแบร์	3-1	2-1	2-1	10
 อัน-กันตัง	1-0	1-0	1-0	15
 toto f.c.	2-1	2-0	2-0	10
 ..ตามัน..	1-0	2-0	1-0	15
 จุลศรีเมต	1-1	1-0	1-1	12
 บาเลรอน	2-2	1-1	1-1	10
 เอ็ม ออตสกอร์	2-0	1-1	1-1	12
 Playmaker	1-1	1-0	2-0	10
 U-U-U	0-1	0-0	1-0	9
 หมอกฟ้า	1-1	1-0	2-1	12
 ปัญชสี	1-1	1-0	2-0	8
 ยักษ์กุก	2-1	2-0	2-1	8
 มาสเตอร์ ธิธา	1-1	1-0	2-1	4
หมายเหตุ : ถูกสกอร์ได้ 3 คะแนน, ถูกพลาดแพ้-ชนได้ 1 คะแนน, ภายพิคได้ 0 คะแนน				
คอลัมน์เทพ...พยากรณ์ ยูโร 2016 จากหนังสือพิมพ์สอตสกอร์ วันที่ 17 มิ.ย. 2559 มีการทำนายผลแบบระบบสกอร์				

- เนื้อหาการชิงโชค พบสัดส่วนเนื้อหาคิดเป็น ร้อยละ 1.0 ของเนื้อหาทั้งหมด เป็นเนื้อหาประกาศรายชื่อผู้ที่ได้รับรางวัลไปชมฟุตบอลยูโรรอบ 8 ทีม จากบริษัทชูชุกิ ในเนื้อหายังมีการระบุกำหนดการเดินทางและโปรแกรมในแต่ละวันไว้ด้วย (สอตสกอร์ 10-06-59)

- ไม่พบ เนื้อหาณรงค์ต่อต้านการพนัน

เปรียบเทียบเนื้อหาฟุตบอลยูโรที่พบในวันที่ศึกษา

ตารางแสดงสัดส่วนของเนื้อหารายวันที่พบในหนังสือพิมพ์สอตสกอร์								
วัน/เดือน/ปี	จำนวนหน้าข่าวยูโร/ จำนวนหน้าทั้งหมด	สัดส่วนเนื้อหาที่ปรากฏ						รวม
		I	P	H	G	ต่อต้านการพนัน	ชิงโชค	
10 มิ.ย. 59	17/32	33.4	6.6	1.3	-	-	3.1	44.4
17 มิ.ย. 59	22/32	45.8	-	13.8	-	-	-	59.5
24 มิ.ย. 59	21/32	53.2	3.1	0.6	-	-	-	56.9
1 ก.ค. 59	18/32	33.8	0.9	8.9	-	-	0.8	44.4

สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์สอตสกอร์ พบค่อนข้างสูงในทุกวัน คือมีสัดส่วนประมาณครึ่งหนึ่งของเนื้อหาทั้งหมดของหนังสือพิมพ์ แต่เนื้อหาที่พบส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลทั่วไป (I) มีเนื้อหาในกลุ่มอื่น ๆ บ้างเล็กน้อย ดังรายละเอียด

- วันที่ 10 มิ.ย. วันก่อนการแข่งขัน พบเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ร้อยละ 33.4 เนื้อหาที่พบมากกว่าครึ่งเป็นระดับการให้ข้อมูล (I) รองลงมาคือการทำนายผลการแข่งขัน (P) ร้อยละ 6.6 เนื้อหาการชิงโชคพบร้อยละ 3.1 มากกว่าการให้อัตราต่อรอง (H) ที่พบร้อยละ 1.3 และไม่พบข้อมูลชี้ช่องการพนัน (G)
- วันที่ 17 มิ.ย. การแข่งขันรอบ 24 ทีม เนื่องจากเป็นวันที่มีคู่ที่แข่งขันมากถึง 3 คู่ สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 จึงเพิ่มสูงขึ้น และแม้ว่าเนื้อหาที่พบส่วนใหญ่จะเป็นระดับการให้ข้อมูล (I) แต่ก็พบสัดส่วนการให้อัตราต่อรอง (H) เพิ่มมากขึ้นกว่าในวันที่ 10 มิ.ย. 59 ค่อนข้างมาก และไม่พบเนื้อหาอื่น ๆ นอกจากนี้
- วันที่ 24 มิ.ย. วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม แม้จะเป็นวันพักการแข่งขัน แต่พื้นที่ในการเสนอข่าวฟุตบอลยูโร 2016 ของหนังสือพิมพ์สอตสกอร์ยังคงค่อนข้างสูง คือมีสัดส่วนลดลงจากวันที่ 10 มิ.ย. 59 เพียงเล็กน้อยเท่านั้น คือพบร้อยละ 53.2 และเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 53.2) เป็นระดับการให้ข้อมูล ส่วนเนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) การให้อัตราต่อรอง (H) และเนื้อหาการชิงโชคพบค่อนข้างน้อยมาก และไม่พบข้อมูลชี้ช่องการพนัน (G)
- วันที่ 1 ก.ค. การแข่งขันรอบ 8 ทีม พบสัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโรลดลงจากวันที่ 24 มิ.ย. 59 เล็กน้อย คือพบร้อยละ 44.4 เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นระดับการให้ข้อมูล (I) ร้อยละ 33.8 ส่วนการให้อัตราต่อรอง พบสัดส่วนรองลงมา คือร้อยละ 8.9 ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงเกือบใกล้เคียงกับที่พบในวันที่ 17 มิ.ย. ซึ่งเป็นวันที่มีการแข่งขันเช่นกัน ต่างจากในวันที่ 10 มิ.ย. ที่เป็นวันก่อนเริ่มการแข่งขัน และวันที่ 24 มิ.ย. ที่เป็นวันพักการแข่งขัน ทำให้พบเนื้อหาการให้อัตราต่อรองค่อนข้างน้อย ส่วนเนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) และเนื้อหาการชิงโชคพบค่อนข้างน้อยมาก และไม่พบข้อมูลชี้ช่องการพนัน (G)

### 3. กลุ่มสื่อออนไลน์

เป็นการสำรวจเพื่อดูการเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีกำหนดคำสำคัญ ในแต่ละระดับเกณฑ์เนื้อหา การพนันที่ใช้ในการศึกษา คือ IPHG

#### 3.1 เว็บไซต์ มีขั้นตอนการสำรวจ ดังนี้

##### 1) การสืบค้นจากคำสำคัญ

ระดับ I โปรแกรมบอล ยูโร 2016 / ตารางบอล ยูโร 2016 / ดูปบอล ยูโร 2016 ออนไลน์ / ผลบอลยูโร 2016 / ไฮไลท์ฟุตบอล ยูโร 2016

ระดับ P วิเคราะห์บอล ยูโร 2016 / ที่ได้บอล ยูโร 2016 / ทายผลบอล ยูโร 2016 / เซียนบอล ยูโร 2016 / ทรรศนะบอล ยูโร 2016

ระดับ H ราคาบอล ยูโร 2016 / ที่ได้ราคาบอล ยูโร 2016 / อัตราต่อรองบอล ยูโร 2016 เปรียบเทียบราคาบอล ยูโร 2016 / สูตรแทงบอล ยูโร 2016

ระดับ G รับแทงบอล ยูโร 2016 / พนันบอล ยูโร 2016 / แทงบอลออนไลน์ ยูโร 2016 / เว็บแทงบอล ยูโร 2016 / เว็บพนันบอล ยูโร 2016

- 2) สืบค้นลิงค์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ภายในวัน เวลาที่กำหนดเป็นหน่วยการศึกษา
- 3) เก็บหน่วยวิเคราะห์โดยนับจำนวนจากลิงค์ที่ปรากฏ (ไม่นับจำนวนเว็บไซต์)
- 4) ช่องทางการค้นหาผ่าน google สิ้นสุดที่ 100 หน้า ต่อ 1 คำค้น

#### ผลการสำรวจ

##### ตารางแสดงผลการสำรวจแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนลิงค์ที่สืบค้นจากคำสำคัญในมิติของ I P H G

วันที่สำรวจ	ระดับ				
	I	P	H	G	รวม
10/6/2559	57	62	40	38	197
17/6/2559	683	443	176	180	1482
24/6/2559	678	541	272	136	1627
01/7/2559	645	595	353	88	1681
รวม	2063	1641	841	442	4987

จากตารางแสดงผลการสำรวจจำนวนลิงค์ที่สืบค้นจากคำสำคัญ พบว่า ผลรวมของจำนวนลิงค์ทุกระดับ พบมากที่สุดในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 จำนวน 1681 ลิงค์ รองลงมา ได้แก่ วันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2559 จำนวน 1627 ลิงค์ วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2559 จำนวน 1482 ลิงค์ และวันที่ 10 มิถุนายน จำนวน 197 ลิงค์ ตามลำดับ โดยผลการสำรวจในแต่ละวันจำแนกตามระดับ I P G H ได้ดังต่อไปนี้



วันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2559

**ตารางแสดงผลการสำรวจจำนวนลิงค์ที่สืบค้นจากคำสำคัญในวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2559**

ระดับ	จำนวนลิงค์ที่พบจากการสืบค้นด้วยคำสำคัญ					รวม
I	โปรแกรมบอล	ตารางบอล	ดูบอลออนไลน์	ผลบอล	ไฮไลท์ฟุตบอล	57
	13	13	7	14	10	
P	วิเคราะห์บอล	ที่เด็ดบอล	ทายผลบอล	เซียนบอล	ทรรศนะบอล	62
	14	17	11	7	13	
H	ราคาบอล	ที่เด็ดราคาบอล	อัตราต่อรองบอล	เปรียบเทียบราคาบอล	สูตรแทงบอล	40
	11	11	13	0	5	
G	รับแทงบอล	พนันบอล	แทงบอลออนไลน์	เว็บแทงบอล	เว็บพนันบอล	38
	6	9	7	8	8	
รวม						197

หมายเหตุ : คำสำคัญทั้งหมดในตารางกำกับด้วยคำว่า ยูโร 2016

จากตารางแสดงให้เห็นว่า พบจำนวนลิงค์ทั้งสิ้น 197 ลิงค์ จากการใช้คำสำคัญสืบค้นเรียงลำดับตามจำนวนที่พบในแต่ละระดับดังนี้ ระดับ P พบจำนวนมากที่สุด จำนวน 62 ลิงค์ รองลงมา ได้แก่ ระดับ I จำนวน 57 ลิงค์, ระดับ H จำนวน 40 ลิงค์ และระดับ G จำนวน 38 ลิงค์ ตามลำดับ โดยแต่ละระดับจำแนกตามคำที่ใช้สืบค้น มีจำนวนลิงค์ที่สืบค้นพบและตัวอย่างเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1. ระดับ P 62 ลิงค์

- ลำดับที่ 1 ที่เด็ดบอล ยูโร 2016 17 ลิงค์
- ลำดับที่ 2 วิเคราะห์บอล ยูโร 2016 14 ลิงค์
- ลำดับที่ 3 ทรรศนะบอล ยูโร 2016 13 ลิงค์
- ลำดับที่ 4 ทายผลบอล ยูโร 2016 11 ลิงค์
- ลำดับที่ 5 เซียนบอล ยูโร 2016 7 ลิงค์

2. ระดับ I 57 ลิงค์

- ลำดับที่ 1 ผลบอล ยูโร 2016 14 ลิงค์
- ลำดับที่ 2 - 3 โปรแกรมบอล ยูโร 2016 13 ลิงค์ – ตารางบอล ยูโร 2016 13 ลิงค์
- ลำดับที่ 4 ไฮไลท์ฟุตบอล ยูโร 2016 10 ลิงค์
- ลำดับที่ 5 ดูบอล ยูโร 2016 ออนไลน์ 7 ลิงค์

3. ระดับ H 40 ลิงค์

- ลำดับที่ 1 อัตราต่อรองบอล ยูโร 2016 13 ลิงค์

ลำดับที่ 2 - 3 ราคาบอล ยูโร 2016 11 ลิ้งค์ – ที่ได้ตราคาบอล ยูโร 2016 11 ลิ้งค์

ลำดับที่ 4 สูตรแทงบอล ยูโร 2016 5 ลิ้งค์

ลำดับที่ 5 เปรียบเทียบราคาบอล ยูโร 2016 0 ลิ้งค์

#### 4. ระดับ G 38 ลิ้งค์

ลำดับที่ 1 พนันบอล ยูโร 2016 9 ลิ้งค์

ลำดับที่ 2 - 3 เว็บแทงบอล ยูโร 2016 8 ลิ้งค์ – เว็บพนันบอล ยูโร 2016 8 ลิ้งค์

ลำดับที่ 4 แทงบอลออนไลน์ ยูโร 2016 7 ลิ้งค์

ลำดับที่ 5 รับแทงบอล ยูโร 2016 6 ลิ้งค์

วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2559

#### ตารางแสดงผลการสำรวจจำนวนลิ้งค์ที่สืบค้นจากคำสำคัญในวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2559

ระดับ	จำนวนลิ้งค์ที่พบจากการสืบค้นด้วยคำสำคัญ					รวม
I	โปรแกรมบอล	ตารางบอล	ดูบอลออนไลน์	ผลบอล	ไฮไลท์ฟุตบอล	683
	159	127	138	122	137	
P	วิเคราะห์บอล	ที่เด็ดบอล	ทายผลบอล	เขียนบอล	ทรรศนะบอล	443
	83	115	73	109	63	
H	ราคาบอล	ที่เด็ดราคาบอล	อัตราต่อรองบอล	เปรียบเทียบราคาบอล	สูตรแทงบอล	176
	67	42	46	3	18	
G	รับแทงบอล	พนันบอล	แทงบอลออนไลน์	เว็บแทงบอล	เว็บพนันบอล	180
	19	34	39	39	49	
รวม						1,482

หมายเหตุ : คำสำคัญทั้งหมดในตารางกำกับด้วยคำว่า ยูโร 2016

จากตารางแสดงให้เห็นว่าพบจำนวนลิ้งค์ทั้งสิ้น 1,482 ลิ้งค์ จากการใช้คำสำคัญสืบค้นเรียงลำดับตามจำนวนที่พบในแต่ละระดับดังนี้ ระดับ I พบจำนวนมากที่สุด จำนวน 683 ลิ้งค์ รองลงมา ได้แก่ ระดับ P จำนวน 443 ลิ้งค์, ระดับ G จำนวน 180 ลิ้งค์ และระดับ H จำนวน 176 ลิ้งค์ ตามลำดับ โดยแต่ละระดับจำแนกตามคำที่ใช้สืบค้น มีจำนวนลิ้งค์ที่สืบค้นพบและตัวอย่างเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

#### 1. ระดับ I 683 ลิ้งค์

ลำดับที่ 1 โปรแกรมบอล ยูโร 2016 159 ลิ้งค์

ลำดับที่ 2 ดูบอล ยูโร 2016 ออนไลน์ 138 ลิ้งค์

ลำดับที่ 3 ไฮไลท์ฟุตบอล ยูโร 2016 137 ลิ้งค์

ลำดับที่ 4 ตารางบอล ยูโร 2016 127 ลิ้งค์

ลำดับที่ 5 ผลบอล ยูโร 2016 122 ลิ้งค์

2. ระดับ P 443 ลิงค์

- ลำดับที่ 1 ที่เด็ดบอล ยูโร 2016 115 ลิงค์
- ลำดับที่ 2 เซียนบอล ยูโร 2016 109 ลิงค์
- ลำดับที่ 3 วิเคราะห์บอล ยูโร 2016 83 ลิงค์
- ลำดับที่ 4 ทายผลบอล ยูโร 2016 73 ลิงค์
- ลำดับที่ 5 ทรรศนะบอล ยูโร 2016 63 ลิงค์

3. ระดับ G 180 ลิงค์

- ลำดับที่ 1 เว็บพนันบอล ยูโร 2016 49 ลิงค์
- ลำดับที่ 1 พนันบอล ยูโร 2016 9 ลิงค์
- ลำดับที่ 2 - 3 แทงบอลออนไลน์ ยูโร 2016 39 ลิงค์ - เว็บแทงบอล ยูโร 2016 39 ลิงค์
- ลำดับที่ 4 พนันบอล ยูโร 2016 34 ลิงค์
- ลำดับที่ 5 รับแทงบอล ยูโร 2016 19 ลิงค์

4. ระดับ H 176 ลิงค์

- ลำดับที่ 1 ราคาบอล ยูโร 2016 67 ลิงค์
- ลำดับที่ 2 อัตราต่อรองบอล ยูโร 2016 46 ลิงค์
- ลำดับที่ 3 ที่เด็ดราคาบอล ยูโร 2016 42 ลิงค์
- ลำดับที่ 4 สูตรแทงบอล ยูโร 2016 18 ลิงค์
- ลำดับที่ 5 เปรียบเทียบราคาบอล ยูโร 2016 3 ลิงค์

วันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2559

**ตารางแสดงผลการสำรวจจำนวนลิงค์ที่สืบค้นจากคำสำคัญในวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2559**

ระดับ	จำนวนลิงค์ที่พบจากการสืบค้นด้วยคำสำคัญ					รวม
I	โปรแกรมบอล	ตารางบอล	ดบอลออนไลน์	ผลบอล	ไฮไลท์ฟุตบอล	678
	130	140	141	128	139	
P	วิเคราะห์บอล	ที่เด็ดบอล	ทายผลบอล	เซียนบอล	ทรรศนะบอล	541
	116	134	112	79	100	
H	ราคาบอล	ที่เด็ดราคาบอล	อัตราต่อรองบอล	เปรียบเทียบราคาบอล	สูตรแทงบอล	272
	96	81	83	3	9	
G	รับแทงบอล	พนันบอล	แทงบอลออนไลน์	เว็บแทงบอล	เว็บพนันบอล	136
	17	38	24	22	35	
รวม						1,627

หมายเหตุ : คำสำคัญทั้งหมดในตารางกำกับด้วยคำว่า ยูโร 2016

จากตารางแสดงให้เห็นว่าพบจำนวนลิงค์ทั้งสิ้น 1,627 ลิงค์ จากการใช้คำสำคัญสืบค้นเรียงลำดับตามจำนวนที่พบในแต่ละระดับดังนี้ ระดับ I พบจำนวนมากที่สุด จำนวน 678 ลิงค์ รองลงมา ได้แก่ ระดับ P จำนวน 541 ลิงค์, ระดับ H จำนวน 272 ลิงค์ และระดับ G จำนวน 136 ลิงค์ ตามลำดับ โดยแต่ละระดับจำแนกตามคำที่ใช้สืบค้น มีจำนวนลิงค์ที่สืบค้นพบและตัวอย่างเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1. ระดับ I 678 ลิงค์

ลำดับที่ 1 ดูปอล ยูโร 2016 ออนไลน์ 141 ลิงค์

ลำดับที่ 2 ตารางบอล ยูโร 2016 140 ลิงค์

ลำดับที่ 3 ไฮไลท์ฟุตบอล ยูโร 2016 139 ลิงค์

ลำดับที่ 4 โปรแกรมบอล ยูโร 2016 130 ลิงค์

ลำดับที่ 5 ผลบอล ยูโร 2016 128 ลิงค์

2. ระดับ P 541 ลิงค์

ลำดับที่ 1 ทีเด็ดบอล ยูโร 2016 134 ลิงค์

ลำดับที่ 2 วิเคราะห์บอล ยูโร 2016 116 ลิงค์

ลำดับที่ 3 ทายผลบอล ยูโร 2016 112 ลิงค์

ลำดับที่ 4 ทรรศนะบอล ยูโร 2016 100 ลิงค์

ลำดับที่ 5 เชียนบอล ยูโร 2016 79 ลิงค์

3. ระดับ H 272 ลิงค์

ลำดับที่ 1 ราคาบอล ยูโร 2016 96 ลิงค์

ลำดับที่ 2 อัตราต่อรองบอล ยูโร 2016 83 ลิงค์

ลำดับที่ 3 ทีเด็ดราคาบอล ยูโร 2016 81 ลิงค์

ลำดับที่ 4 สูตรแทงบอล ยูโร 2016 9 ลิงค์

ลำดับที่ 5 เปรียบเทียบราคาบอล ยูโร 2016 3 ลิงค์

4. ระดับ G 180 ลิงค์

ลำดับที่ 1 พนันบอล ยูโร 2016 38 ลิงค์

ลำดับที่ 2 เว็บแทงบอล ยูโร 2016 35 ลิงค์

ลำดับที่ 3 พนันบอล ยูโร 2016 9 ลิงค์

ลำดับที่ 4 แทงบอลออนไลน์ ยูโร 2016 24 ลิงค์

ลำดับที่ 5 เว็บแทงบอล ยูโร 2016 22 ลิงค์

วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

**ตารางแสดงผลการสำรวจจำนวนลิงค์ที่สืบค้นจากคำสำคัญในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2559**

ระดับ	จำนวนลิงค์ที่พบจากการสืบค้นด้วยคำสำคัญ					รวม
I	โปรแกรมบอล	ตารางบอล	ดูบอลออนไลน์	ผลบอล	ไฮไลท์ฟุตบอล	645
	121	111	131	147	135	
P	วิเคราะห์บอล	ทีเด็ดบอล	ทายผลบอล	เซียนบอล	ทรรศนะบอล	595
	119	115	119	121	121	
H	ราคาบอล	ทีเด็ดราคาบอล	อัตราต่อรองบอล	เปรียบเทียบราคาบอล	สูตรแทงบอล	353
	125	114	107	2	5	
G	รับแทงบอล	พนันบอล	แทงบอลออนไลน์	เว็บแทงบอล	เว็บพนันบอล	88
	15	31	11	14	17	
รวม						1,681

หมายเหตุ : คำสำคัญทั้งหมดในตารางกำกับด้วยคำว่า ยูโร 2016

จากตารางแสดงให้เห็นว่าพบจำนวนลิงค์ทั้งสิ้น 1,681 ลิงค์ จากการใช้คำสำคัญสืบค้นเรียงลำดับตามจำนวนที่พบในแต่ละระดับดังนี้ ระดับ I พบจำนวนมากที่สุด จำนวน 645 ลิงค์ รองลงมา ได้แก่ ระดับ P จำนวน 595 ลิงค์, ระดับ H จำนวน 353 ลิงค์ และระดับ G จำนวน 88 ลิงค์ ตามลำดับ โดยแต่ละระดับจำแนกตามคำที่ใช้สืบค้น มีจำนวนลิงค์ที่สืบค้นพบและตัวอย่างเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1. ระดับ I 645 ลิงค์

- ลำดับที่ 1 ผลบอล ยูโร 2016 147 ลิงค์
- ลำดับที่ 2 ไฮไลท์ฟุตบอล ยูโร 2016 135 ลิงค์
- ลำดับที่ 3 ดูบอล ยูโร 2016 ออนไลน์ 131 ลิงค์
- ลำดับที่ 4 โปรแกรมบอล ยูโร 2016 121 ลิงค์
- ลำดับที่ 5 ตารางบอล ยูโร 2016 111 ลิงค์

2. ระดับ P 595 ลิงค์

- ลำดับที่ 1-2 เซียนบอล ยูโร 2016 - ทรรศนะบอล ยูโร 2016 121 ลิงค์
- ลำดับที่ 3-4 วิเคราะห์บอล ยูโร 2016 - ทายผลบอล ยูโร 2016 119 ลิงค์
- ลำดับที่ 5 ทีเด็ดบอล ยูโร 2016 115 ลิงค์

### 3. ระดับ H 353 ลิงค์

ลำดับที่ 1 ราคาบอล ยูโร 2016 125 ลิงค์

ลำดับที่ 2 ที่เด็ดราคาบอล ยูโร 2016 114 ลิงค์

ลำดับที่ 3 อัตราต่อรองบอล ยูโร 2016 107 ลิงค์

ลำดับที่ 4 สูตรแทงบอล ยูโร 2016 5 ลิงค์

ลำดับที่ 5 เปรียบเทียบราคาบอล ยูโร 2016 2 ลิงค์

### 4. ระดับ G 88 ลิงค์

ลำดับที่ 1 พนันบอล ยูโร 2016 31 ลิงค์

ลำดับที่ 2 เว็บแทงบอล ยูโร 2016 17 ลิงค์

ลำดับที่ 3 รับแทงบอล ยูโร 2016 15 ลิงค์

ลำดับที่ 4 เว็บแทงบอล ยูโร 2016 14 ลิงค์

ลำดับที่ 5 แทงบอลออนไลน์ ยูโร 2016 11 ลิงค์

### 3.2 เพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page)

เป็นการสำรวจเพื่อดูการเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีกำหนดค่าสำคัญ ในแต่ละระดับเกณฑ์เนื้อหาการพนันที่ใช้ในการศึกษา คือ IPHG โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ คือ

#### 1) สืบค้นจากคำสำคัญ ดังนี้

ระดับ I : โปรรวมบอล, ตารางบอล, ดูบอลออนไลน์, ผลบอล, ไฮไลท์ฟุตบอล

ระดับ P : วิเคราะห์บอล, ที่เด็ดบอล, ทายผลบอล, เชียนบอล, ทรรศนะบอล

ระดับ H : ราคาบอล, ที่เด็ดบอลตามราคา, อัตราต่อรอง, เปรียบเทียบราคาบอล, สูตรแทงบอล

ระดับ G : รับแทงบอล, พนันบอล, แทงบอลออนไลน์, เว็บแทงบอล, เว็บพนันบอล

#### 2) สำรวจและจัดเก็บโพสต์เกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ภายในวันที่เป็นหน่วยการศึกษา

- 3) กำหนดจำนวนยอดไลค์เพจไม่น้อยกว่า 500 ไลค์ เหตุที่จำกัดยอดไลค์ที่ 500 เพราะธรรมชาติของเพจเฟซบุ๊กที่มียอดไลค์น้อย(มีน้อยสุดคือ 1 ไลค์) แสดงว่ากลุ่มผู้รับสารจำนวนน้อยเช่นกัน อีกทั้งทางเว็บไซต์เฟซบุ๊กมีการลดจำนวนโอกาสการเข้าถึงโพสต์ของเพจเฟซบุ๊ก (Reach) เพื่อให้เจ้าของเพจเฟซบุ๊กซื้อโฆษณาเพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงดังกล่าวถึงจำนวนไลค์น้อย reach ก็จะมีน้อยตามไปด้วย อย่างไรก็ตามจำนวนยอดไลค์ก็ไม่ได้หมายความว่าจำนวน reach ของเพจจะมาด้วยหากไม่มีการเคลื่อนไหวของเพจในการโพสต์ เพราะการโพสต์ที่มีผลต่อการ reach และจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าเพจที่มียอดไลค์ต่ำไม่พบการเคลื่อนไหวในปัจจุบัน ซึ่งหมายถึงไม่เกี่ยวข้องกับการบอลยูโร 2016 แม้จะพบภายใต้คำสืบค้นตามที่กำหนดก็ตาม อีกทั้งจำนวนไลค์ที่มากสื่อถึงการ



มีอิทธิพลของสื่อประเภทเพจเฟซบุ๊กต่อผู้รับสารได้มากกว่า จึงนำเกณฑ์ดังกล่าวมาใช้ในการ  
สำรวจเพื่อตอบเป้าหมายจุดประสงค์

### ผลการสำรวจ

#### ตารางแสดงผลการสำรวจแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนเพจเฟซบุ๊กที่เกี่ยวข้องกับบอลยูโร 2016 ในมิติของ I P H G

วันที่สำรวจ	ระดับ				
	I	P	H	G	รวม
10/6/2016	81	36	6	8	131
17/6/2016	89	40	6	10	145
24/6/2016	16	5	1	4	26
1/7/2016	97	16	2	2	117
รวม	283	97	15	24	419

จากตารางแสดงให้เห็นว่าผลการสำรวจจำนวนเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากคำสืบค้นทุกระดับ พบว่าในวันที่ 17 มิถุนายน 2554 พบจำนวนมากที่สุดจำนวน 145 เพจ รองลงมาคือ วันที่ 10 มิถุนายน 2559 จำนวน 131 เพจ วันที่ 24 มิถุนายน 2559 จำนวน 26 เพจและวันที่ 1 กรกฎาคม 2559 จำนวน 117 เพจ ตามลำดับ โดยผลการสำรวจในแต่ละวันจำแนกตามระดับ I P G H ได้ดังต่อไปนี้

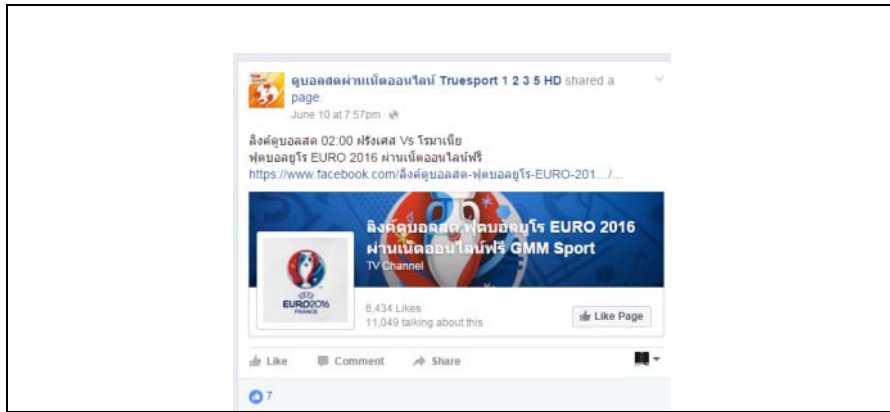
#### วันที่ 10 มิถุนายน 2559

จากการสืบค้นด้วยคำสำคัญทั้งหมดพบเพจเฟซบุ๊กจำนวน 131 เพจ เรียงลำดับตามจำนวนที่พบด้วยคำสืบค้นในแต่ละระดับได้ดังนี้ ระดับ I พบจำนวนมากที่สุด 81 เพจ รองลงมา ระดับ P จำนวน 36 เพจ , ระดับ G จำนวน 8 เพจ และระดับ H จำนวน 6 เพจ ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละระดับจำแนกตามคำที่ใช้สืบค้นพบจำนวนเพจที่สืบค้นพบและตัวอย่างเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

#### ระดับ I พบจำนวน 81 เพจ จำแนกเป็น

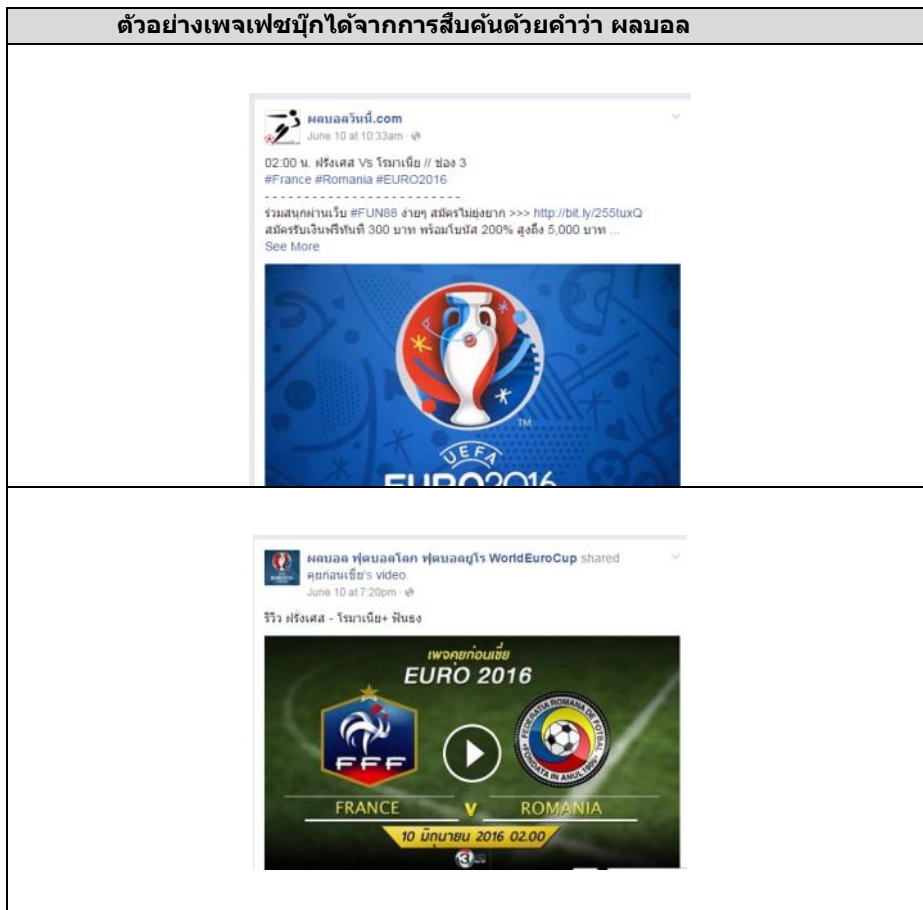
- 1) ดูปบอลออนไลน์ จำนวน 47 เพจ





## 2) ผลบอล จำนวน 24 เพจ

### ตัวอย่างเพจเพชฌัญญูที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ผลบอล




## 3) ไฮไลท์ฟุตบอล จำนวน 5 เพจ

### ตัวอย่างเพจเพชฌัญญูที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ไฮไลท์ฟุตบอล


ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ไฮไลท์ฟุตบอล

ฟุตบอลโลก ไฮไลท์เด็ดฉิว  
June 10 at 11:35am · ๕

SBOBET RICH โบนัสขึ้นสูง การเงินเยี่ยม การันตีความมั่นคง  
สมัครใหม่รับโบนัส 30% สูง 3,000  
ฝากเพิ่มรับ 5% สูงสุด 10,000 บาท/วัน  
ฝาก-ถอนได้ตลอด 24 ชั่วโมง โทร. 088-427777-4  
ถึง 6 id line : sborich4 ... See More



ไฮไลท์ ฟุตบอล shared Balltoro.com's post.  
June 10 at 4:52pm · ๕




4) ตารางบอล จำนวน 3 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ตารางบอล

ตารางบอล โปรแกรมบอล ผลบอล วิเคราะห์บอล  
June 10 at 4:12pm · ๕

เปิดสนาม นัดแรก คืนนี้เวลา 02:00 น. ชมได้ทางช่อง 3 นตพวัน  
ฝรั่งเศส vs โรมาเนีย  
<http://footballclubpza.blogspot.com/2016/06/euro-2016.html>... See More




ผลบอลสด ผลบอล: วิเคราะห์ยูโร 2016 เปิดสนาม ทีมฝรั่งเศส พบ ทีมโรมาเนีย  
ผลบอลสด, ฟุตบอลออนไลน์, บอล, ผลบอลเดือฉิว  
FOOTBALLCLUBPZA.BLOGSPOT.COM | BY CONDO HOME

Like Comment Share

ฟุตบอลโลกที่ โปรแกรมบอลวันที่ ตารางบอลวันที่พุ่งดี  
June 10 at 9:26pm · ๕

Share ใช้เพื่อนไว้อู!!! สี่งฟุตบอลยูโร 2016 HD  
02:00 น. ฝรั่งเศส Vs โรมาเนีย  
----> <http://goo.gl/cYrs20>  
----> <http://goo.gl/gXAsVr>  
----> <http://goo.gl/hcZuqe>



5) โปรแกรมบอล จำนวน 2 เพจ

**ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า โปรแกรมบอล**

ระดับ P พบจำนวน 36 เพจ จำแนกเป็น

1) ที่ได้บอล จำนวน 20 เพจ

**ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ที่ได้บอล**

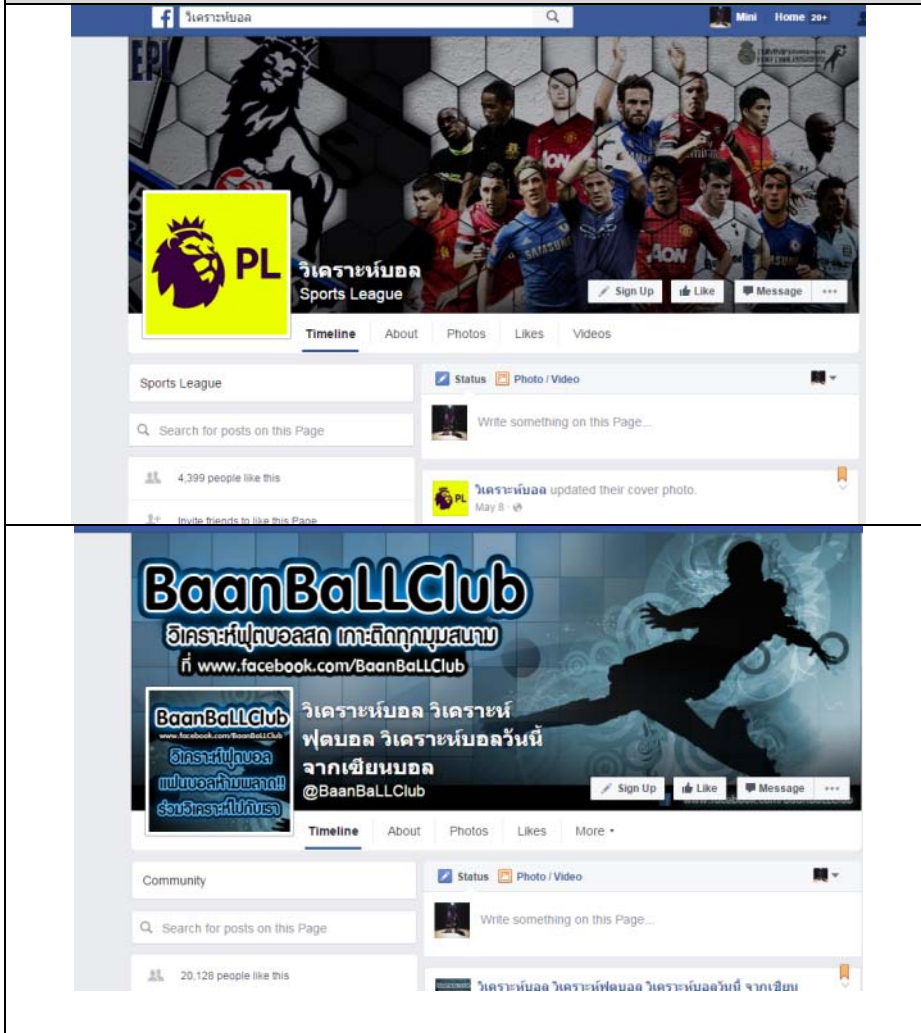


ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า **ที่เด็ดบอล**

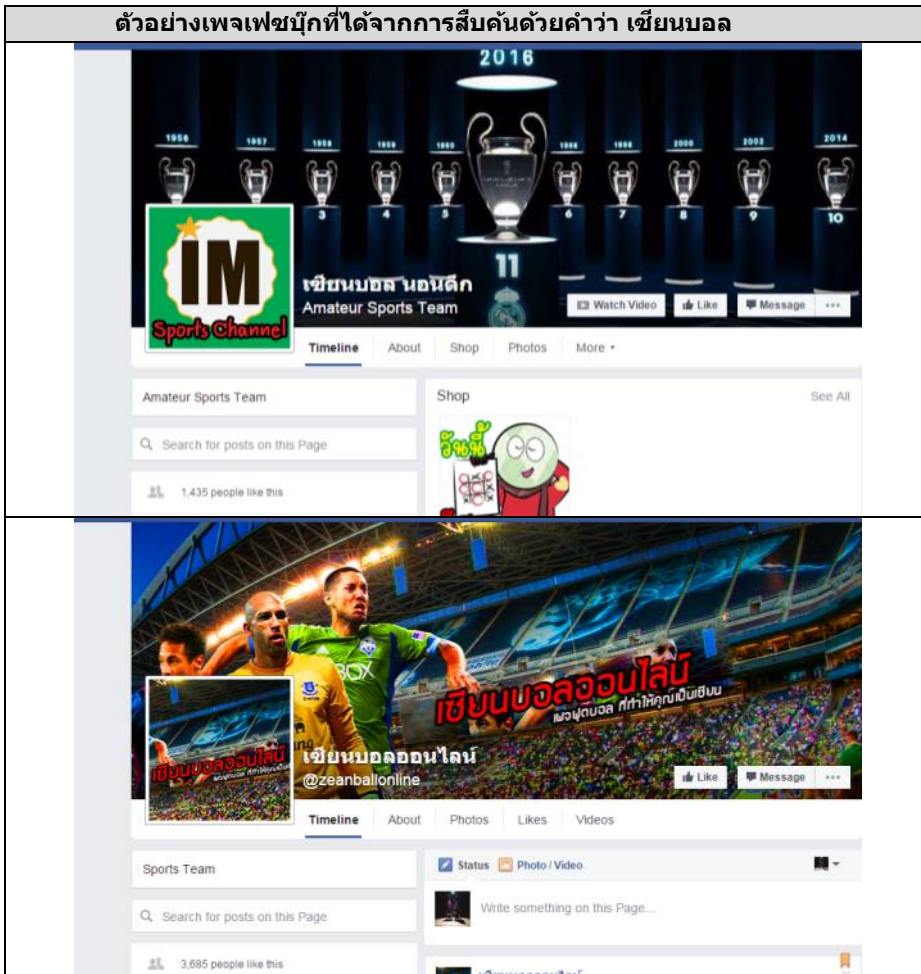


2) วิเคราะห์บอล จำนวน 10 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า **วิเคราะห์บอล**



3) เขียนบอล จำนวน 4 เพจ



4) ทรนศนะบอล จำนวน 2 เพจ





ระดับ G พบจำนวน 8 เพจ จำแนกเป็น

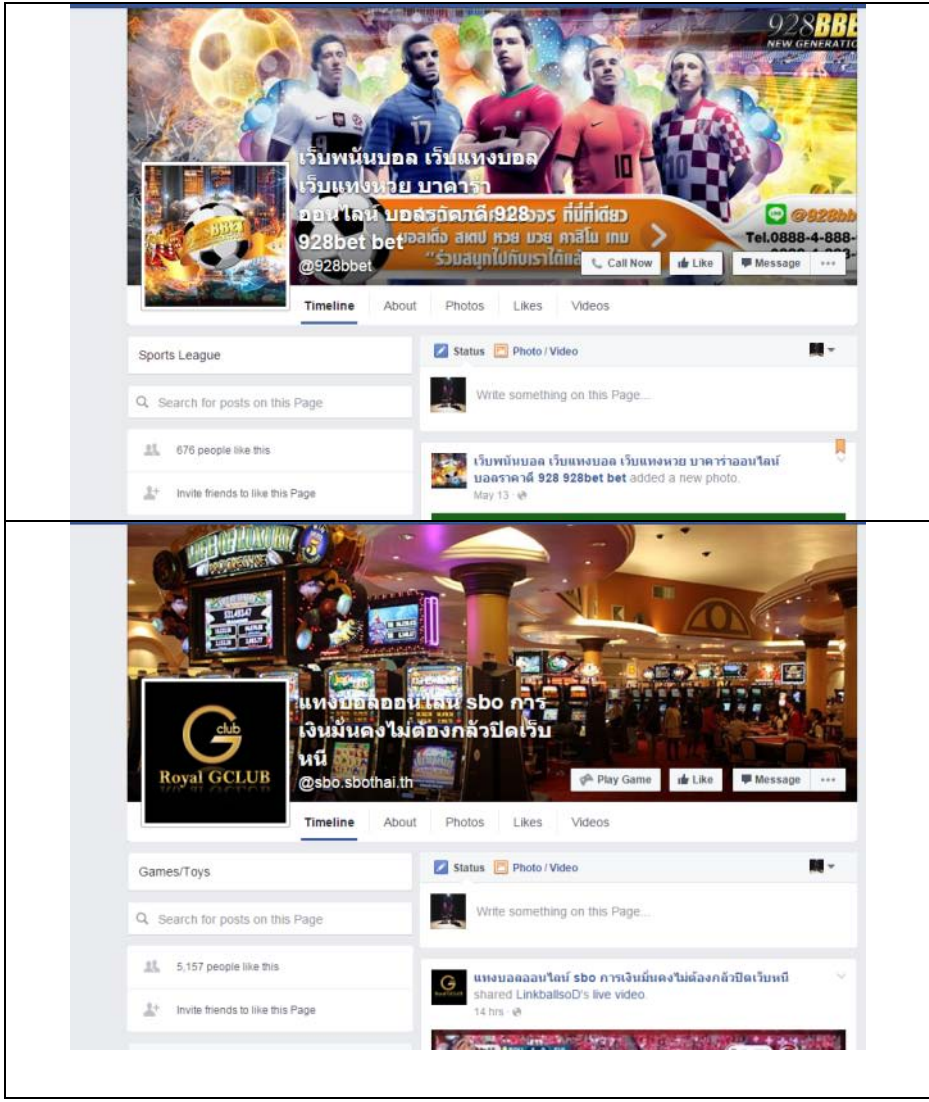
1) แหงบอลลอนไลน์ จำนวน 4 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า แหงบอลลอนไลน์

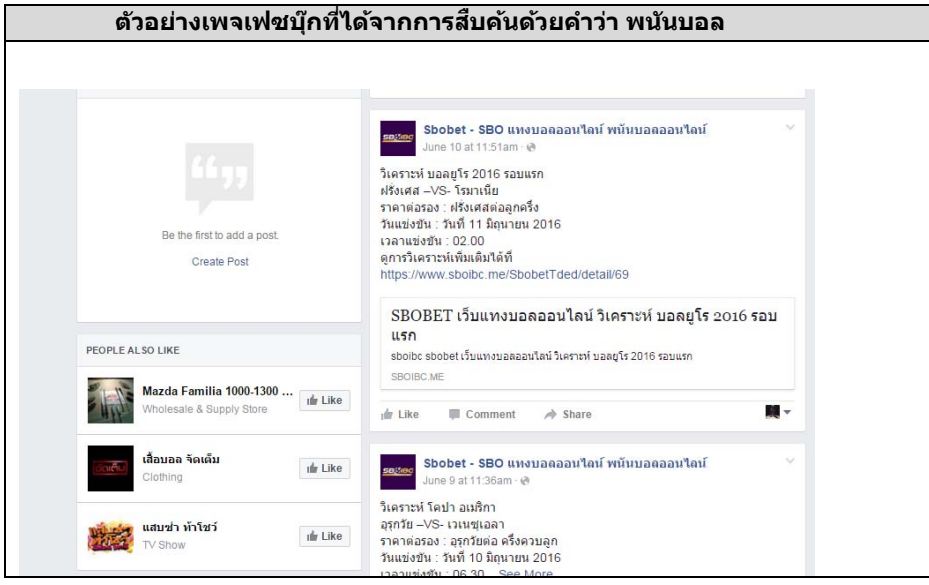


2.) เว็บแหงบอล จำนวน 2 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า เว็บแหงบอล



3) พนันบอล จำนวน 1 เพจ



4) เว็บไซต์บอล จำนวน 1 เพจ



ระดับ H พบจำนวน 6 เพจ จากคำสืบค้นคำเดียวคือ ราคาบอล





วันที่ 17 มิถุนายน 2559

จากการสืบค้นด้วยคำสำคัญทั้งหมดพบเพจเฟซบุ๊กจำนวน 145 เพจ เรียงลำดับตามจำนวนที่พบด้วยคำสืบค้นในแต่ละระดับได้ดังนี้ ระดับ I พบจำนวนมากที่สุด 89 เพจ รองลงมา ระดับ P จำนวน 40 เพจ , ระดับ G จำนวน 10 เพจ และระดับ H จำนวน 6 เพจ ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละระดับจำแนกตามคำที่ใช้สืบค้น พบจำนวนเพจที่สืบค้นพบและตัวอย่างเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

ระดับ I พบจำนวน 89 เพจ จำแนกเป็น

- 1) ดูบอลออนไลน์ จำนวน 56 เพจ



- 2) ไฮไลท์ฟุตบอล จำนวน 12 เพจ



ตัวอย่าง เฟจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ไฮไลท์ฟุตบอล



3) ผลบอล จำนวน 24 เพจ

ตัวอย่างเฟจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ผลบอล



ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ผลบอล



4) โปรแกรมบอล จำนวน 5 เพจ

ตัวอย่าง Page Facebook ที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า โปรแกรมบอล



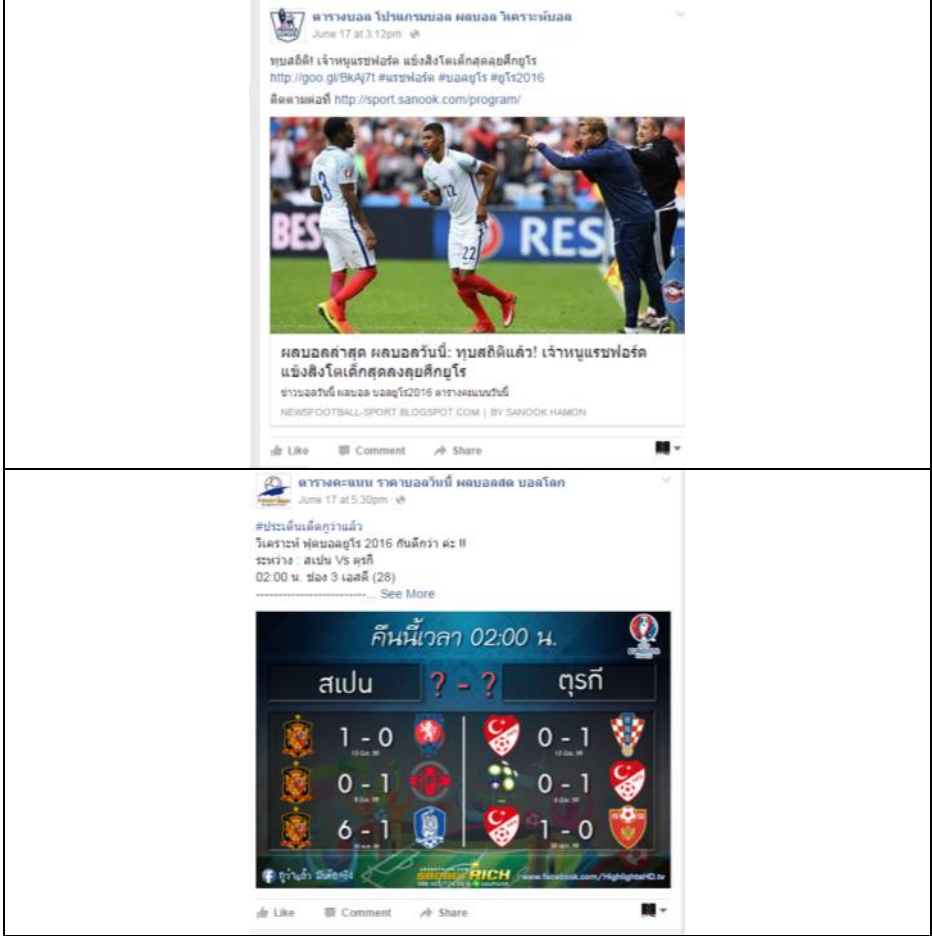
**โปรแกรมบอลสด ราคาบอลวันนี้**  
 Yesterday at 10:55am

[โปรแกรมถ่ายทอดสดฟุตบอล] วันศุกร์ที่ 17 มิถุนายน 2559  
 #ยูโร #2016 (EURO2016)  
 20.00 น. อิตาลี - สเปน ช่อง 3 HD /RCTI - Indo /Bongda TV /The Thao TV /SkyNet Sport 1 /SkyNet Sport HD  
 23.00 น. สาธารณรัฐเช็ก - โครเอเชีย ช่อง 3 SD /CTH สหพันธ์ 1 /RCTI - Indo /Bongda TV /The Thao TV /SkyNet Sport 1 /SkyNet Sport HD  
 02.00 น. สเปน - ฝรั่งเศส ช่อง 3 HD /RCTI - Indo /Bongda TV /The Thao TV /SkyNet Sport 1 /SkyNet Sport HD  
 #โรนา #อเมริกา เซนเทนารีโอ 2016 รอบก่อนรองชนะเลิศ (Copa America 2016)  
 07.00 น. เปรู - โคลอมเบีย (เข้าวันเสาร์) ทรูสปোর্ต 1 /ทรูสปอร์ต HD2 /Bongda TV /The Thao TV /SkyNet Sport 2 /SkyNet Sport HD  
 #ช่องถ่ายทอดสดฟุตบอล #ตารางถ่ายทอดสดฟุตบอล #โปรแกรมถ่ายทอดสดฟุตบอล

5) ตารางบอล จำนวน 5 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ตารางบอล

**ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ตารางบอล**



ระดับ P พบจำนวน 40 เพจ จำแนกเป็น

1) ที่เด็ดบอล จำนวน 23 เพจ

**ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ที่เด็ดบอล**





ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า **ที่เด็ดบอล**



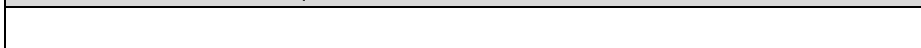
2) วิเคราะห์บอล จำนวน 10 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า **วิเคราะห์บอล**



3) เขียนบอล จำนวน 5 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า **เขียนบอล**



ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า เซียนบอล



4) ทรรศนะบอล จำนวน 2 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า เซียนบอล



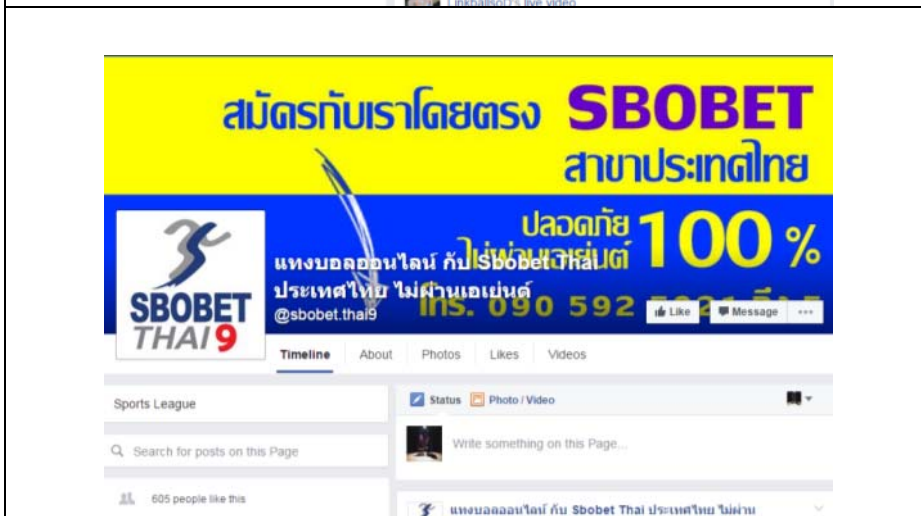
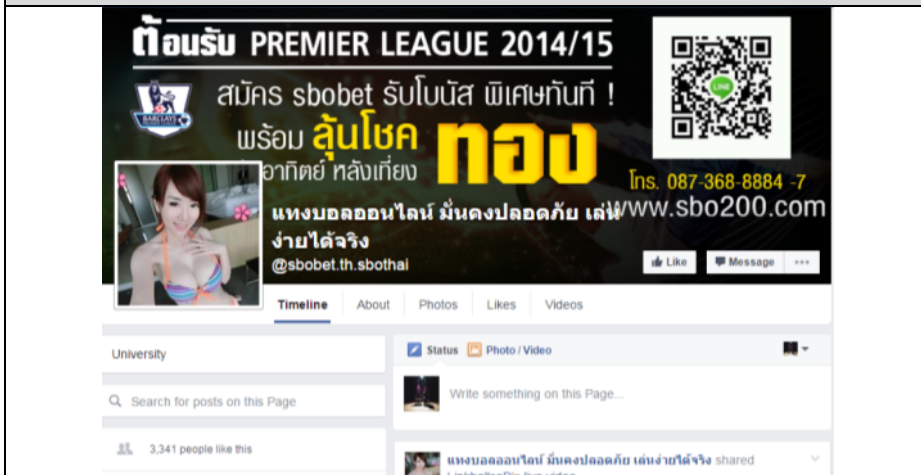
ตัวอย่างเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า เซียนบอล



ระดับ G พบจำนวน 10เพจ จำแนกเป็น

1) แอทบอลออนไลน์ จำนวน 6เพจ

ตัวอย่างเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า แอทบอลออนไลน์





2) เว็บไซต์บอล จำนวน 2 เพจ

ตัวอย่างเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า เว็บไซต์บอล



3) เว็บไซต์พนันบอล จำนวน 1 เพจ

ตัวอย่างเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า เว็บไซต์พนันบอล





4) เว็บพนันบอล จำนวน 1 เพจ



ระดับ H พบจำนวน 6 เพจ จากคำสืบค้นคำเดียวคือ ราคาบอล



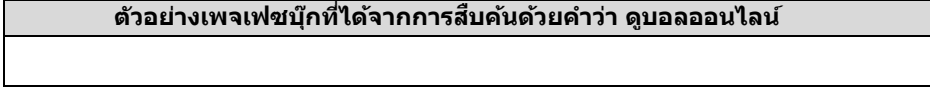


วันที่ 24 มิถุนายน 2559

จากการสืบค้นด้วยคำสำคัญทั้งหมดพบเพจเฟซบุ๊กจำนวน 26 เพจ เรียงลำดับตามจำนวนที่พบด้วยคำสืบค้นในแต่ละระดับได้ดังนี้ ระดับ I พบจำนวนมากที่สุด 16 เพจ รองลงมา ระดับ P จำนวน 5 เพจ, ระดับ G จำนวน 4 เพจ และระดับ H จำนวน 1 เพจ ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละระดับจำแนกตามคำที่ใช้สืบค้นพบจำนวนเพจที่สืบค้นพบและตัวอย่างเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

ระดับ I พบจำนวน 16 เพจ จำแนกเป็น

- 1) ดูปอลออนไลน์ จำนวน 6 เพจ

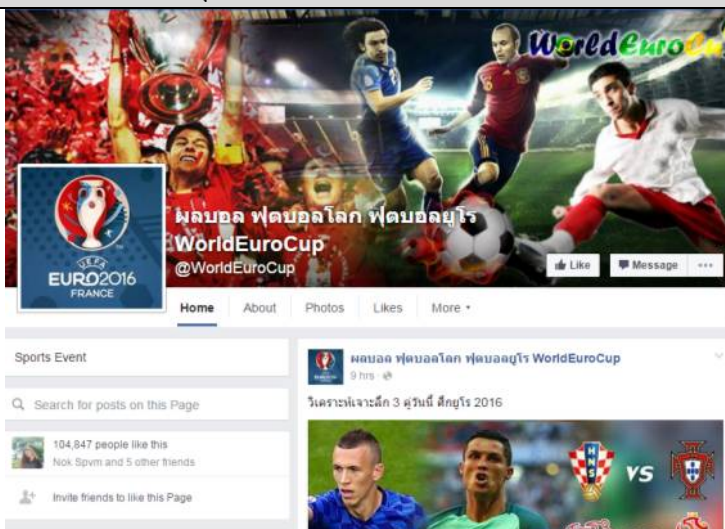


ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ดูปอลออนไลน์



2) ผลบอล จำนวน 6 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ผลบอล





ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ผลบอล



3) โปรแกรมบอล จำนวน 2 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า โปรแกรมบอล



4) ตารางบอล จำนวน 1 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ตารางบอล

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ตารางบอล



5) ไฮไลท์ฟุตบอล จำนวน 1 เพจ

ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ไฮไลท์ฟุตบอล



ระดับ P พบจำนวน 5 เพจ จำแนกเป็น

1) เซียนบอล จำนวน 4 เพจ



2) ที่ได้บอล จำนวน 1 เพจ





ระดับ G พบจำนวน 4 เพจ จำแนกเป็น พนันบอล,แทงบอลออนไลน์,เว็บแทงบอล,เว็บพนันบอล  
พบคำละ 1 เพจ ซึ่งเป็นเพจเดียวกันคือ



ระดับ H พบจำนวน 6 เพจ จากคำสืบค้นคำเดียวคือ ราคาบอล



วันที่ 1 กรกฎาคม 2559

จากการสืบค้นด้วยคำสำคัญทั้งหมดพบเพจเฟซบุ๊กจำนวน 117 เพจจากการใช้คำสำคัญสืบค้น  
เรียงลำดับตามจำนวนที่พบในแต่ละระดับดังนี้ ระดับ I พบจำนวนมากที่สุด 97 เพจ รองลงมา ระดับ P  
จำนวน 16 เพจ, ระดับ G และระดับ H จำนวนระดับละ 2 เพจ ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละระดับจำแนกตามคำ  
ที่ใช้สืบค้น พบจำนวนเพจที่สืบค้นพบและตัวอย่างเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

ระดับ I พบจำนวน 97 เพจ จำแนกเป็น

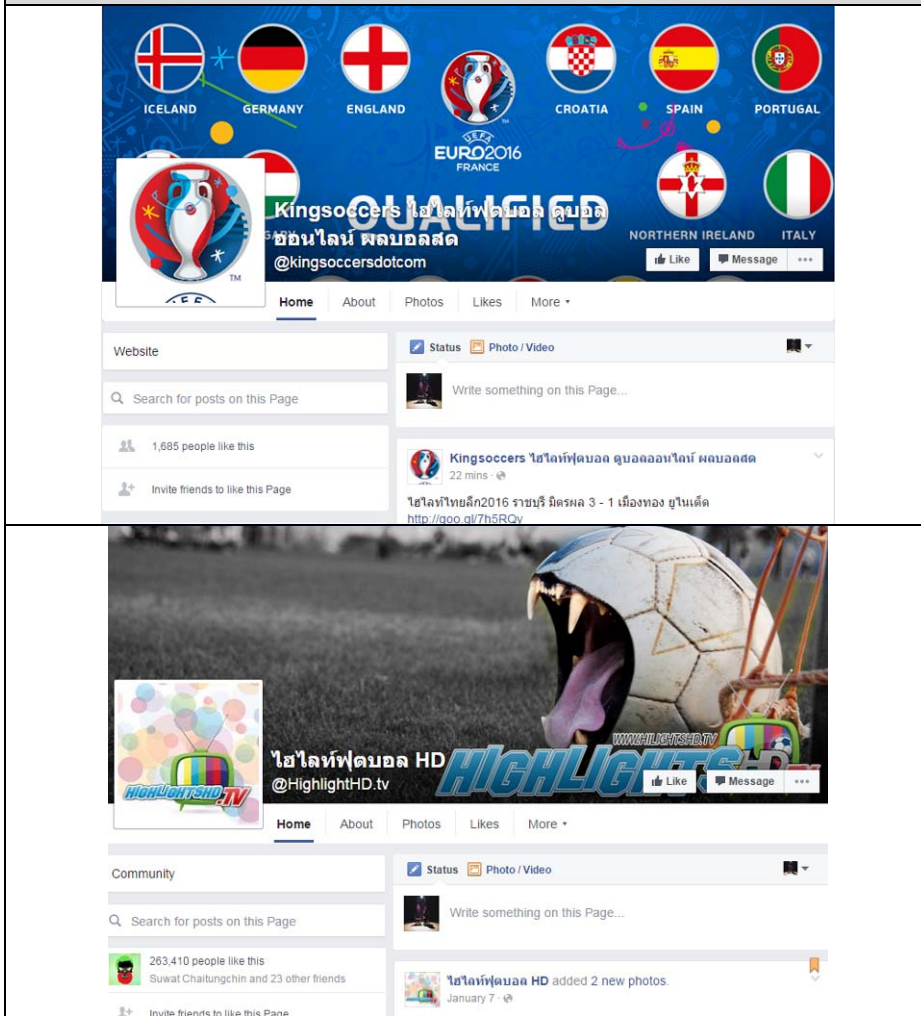
1) ดูบอลออนไลน์ จำนวน 61 เพจ



2) ไฮไลท์ฟุตบอล จำนวน 14 เพจ

ตัวอย่าง Page Facebook ที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ไฮไลท์ฟุตบอล

ตัวอย่าง Page Facebook ที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ไฮไลท์ฟุตบอล



3) ผลบอล จำนวน 12 เพจ

ตัวอย่าง Page Facebook ที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ผลบอล



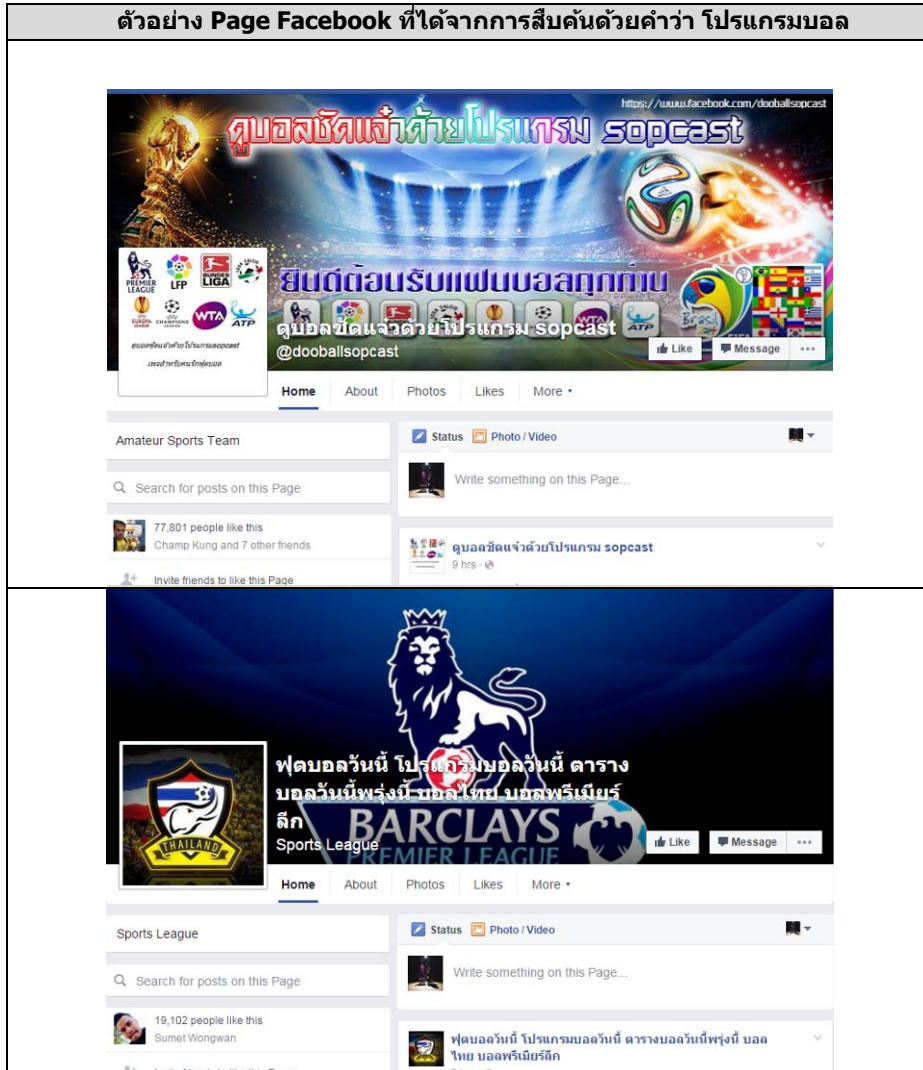


ตัวอย่าง Page Facebook ที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ผลบอล



4) โปรแกรมบอล จำนวน 6 เพจ

ตัวอย่าง Page Facebook ที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า โปรแกรมบอล



5) ตารางบอล จำนวน 4 เพจ

ตัวอย่าง Page Facebook ที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ตารางบอล



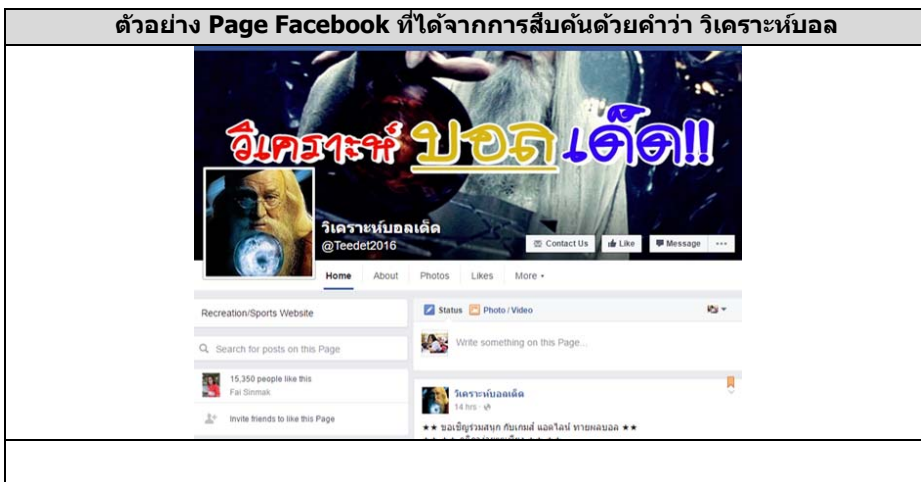
ระดับ P พบจำนวน 16 เพจ จำแนกเป็น

- 1) ที่เด็ดบอล จำนวน 7 เพจ

ตัวอย่าง Page Facebook ที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า ที่เด็ดบอล



2) วิเคราะห์บอล จำนวน 6 เพจ

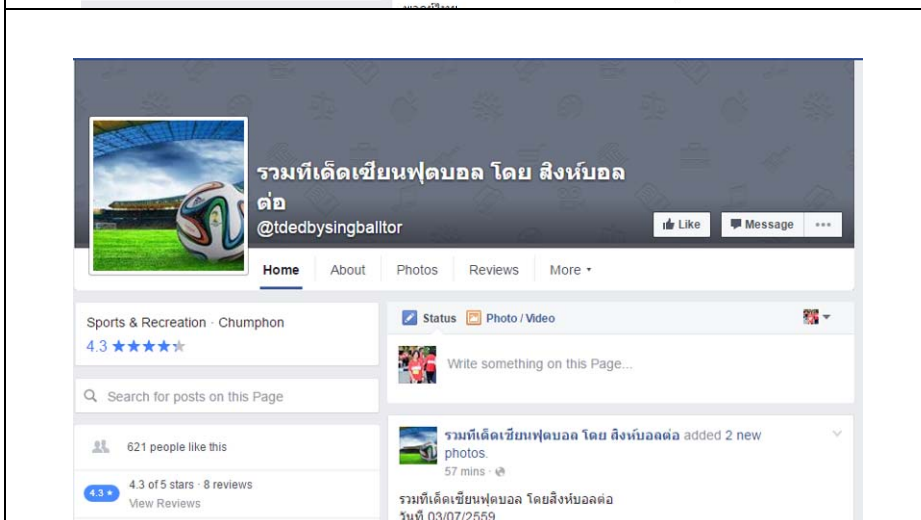


ตัวอย่าง Page Facebook ที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า วิเคราะห์บอล



3) เขียนบอลจำนวน 3 เพจ

ตัวอย่าง Page Facebook ที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่า เขียนบอล





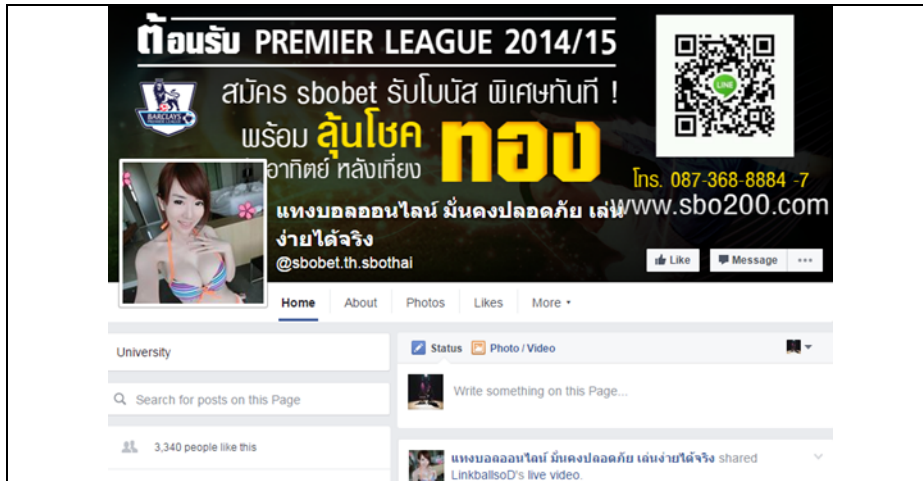
ระดับ H พบจำนวน 2 เพจ จากคำสืบค้นคำเดียวคือ ราคาบอล



ระดับ G พบจำนวน 2 เพจ

1) แหงบอลลออนไลน์ พบจำนวน 1 เพจ

ตัวอย่าง Page Facebook ที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำว่าแหงบอลลออนไลน์



2) เว็บไซต์บอล พบจำนวน 1 เพจ



### 3. ผลการศึกษาเครือข่ายสื่อของกลุ่มสื่อกีฬา และ กลุ่มธุรกิจด้านกีฬา

สื่อในเครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย (สื่อโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง)

หน่วยการศึกษา ได้แก่

- 1) สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม ช่อง SMMTV
- 2) สถานีวิทยุออนไลน์ FM 96 Sport Radio

สื่อในเครือสยามสปอร์ต (หนังสือพิมพ์กีฬา, เว็บไซต์ และเพจเฟซบุ๊ก)

หน่วยการศึกษา ได้แก่

- 1) หนังสือพิมพ์กีฬา ในเครือสยามสปอร์ต 5 ฉบับ ได้แก่ สยามกีฬารายวัน, สตาร์ซ็อคเกอร์ รายวัน สปอร์ตทู, สปอร์ตแมน และตลาดลูกหนังรายวัน



2) เว็บไซต์สยามสปอร์ต (<http://www.siam sport.co.th>)

3) เฟซบุ๊กสยามสปอร์ต (<https://www.facebook.com/Siam sport/>)

### 3.1 ผลการศึกษาสื่อในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีเดีย

ผลการศึกษานี้นำเสนอแล้วในส่วนผลการศึกษาสื่อหลักในวันที่ 10,12,14,16 มิย.59

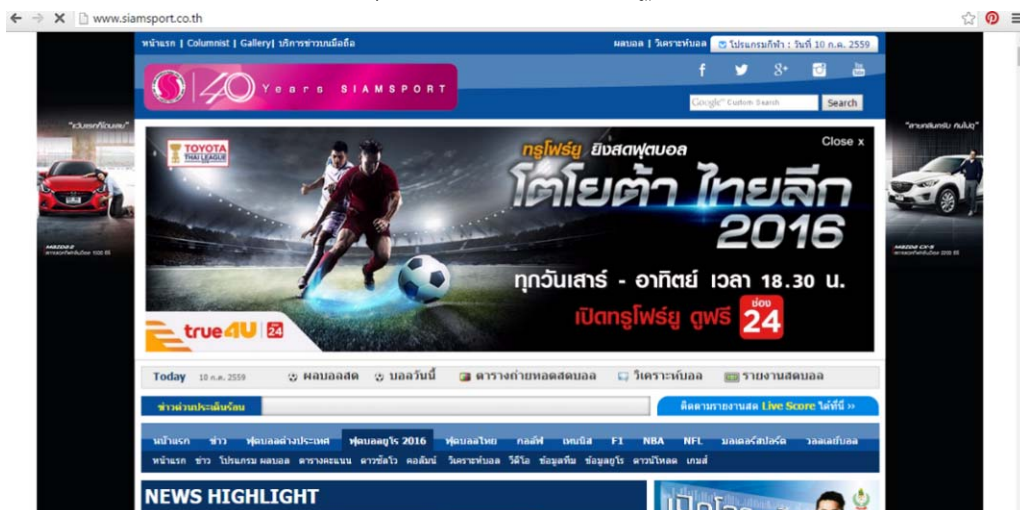
### 3.2 ผลการศึกษาสื่อในเครือข่ายสปอร์ต

1) หนังสือพิมพ์กีฬา ในเครือข่ายสปอร์ต 5 ฉบับ

ผลการศึกษานี้นำเสนอแล้วในส่วนของผลการศึกษาสื่อหลักในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขัน

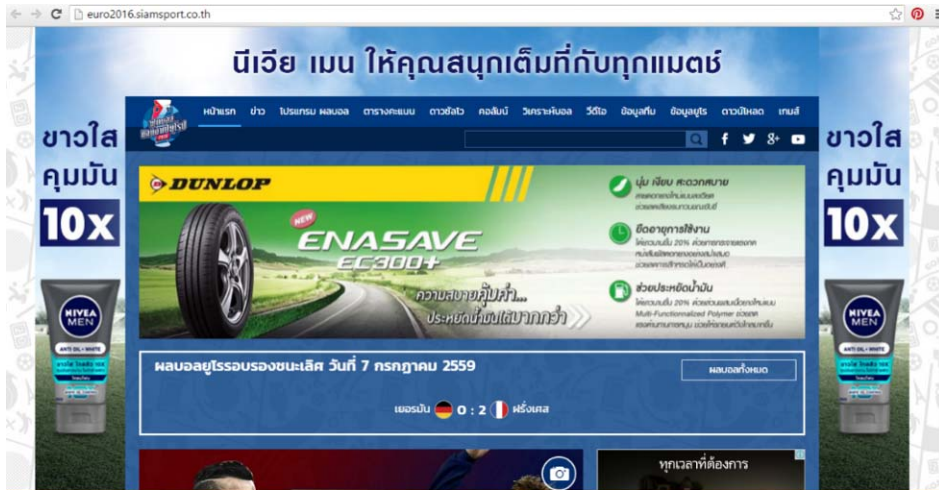
2) เว็บไซต์สยามสปอร์ต

Siam sport มีเว็บไซต์ที่ใช้ URL ว่า <http://www.siam sport.co.th> ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารกีฬาประเภทต่าง ๆ โดยหน้าเว็บไซต์ปรากฏดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1

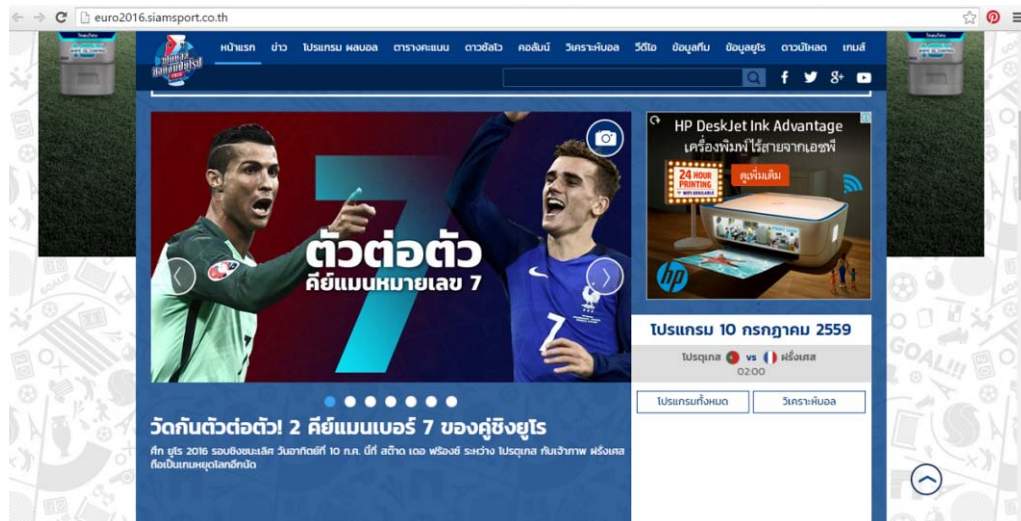
โดยมีการแบ่งเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลยูโร แยกเป็นส่วนชัดเจน ใช้ URL ว่า <http://euro2016.siam sport.co.th/> ทั้งนี้เมื่อเข้าสู่ URL ดังกล่าว จะพบว่า มีการแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนย่อยทั้งหมด 12 ส่วน ได้แก่ หน้าแรก ข่าว โปรแกรมผลบอล ตารางคะแนน ดาวซัลโว คอลัมน์ วิเคราะห์บอล วิดีโอ ข้อมูลทีม ข้อมูลยูโร ดาวนิโกลด์ และเกมส์ ตามภาพประกอบที่ 2



ภาพประกอบที่ 2

### หน้าแรก

ในส่วนของหน้าแรก เป็นเพียงการนำเอาข้อมูลที่โดดเด่นจากส่วนต่าง ๆ มาประกอบไว้ เพื่อเชื่อมต่อไปยังรายละเอียดในส่วนนั้น ๆ ตามภาพประกอบที่ 3

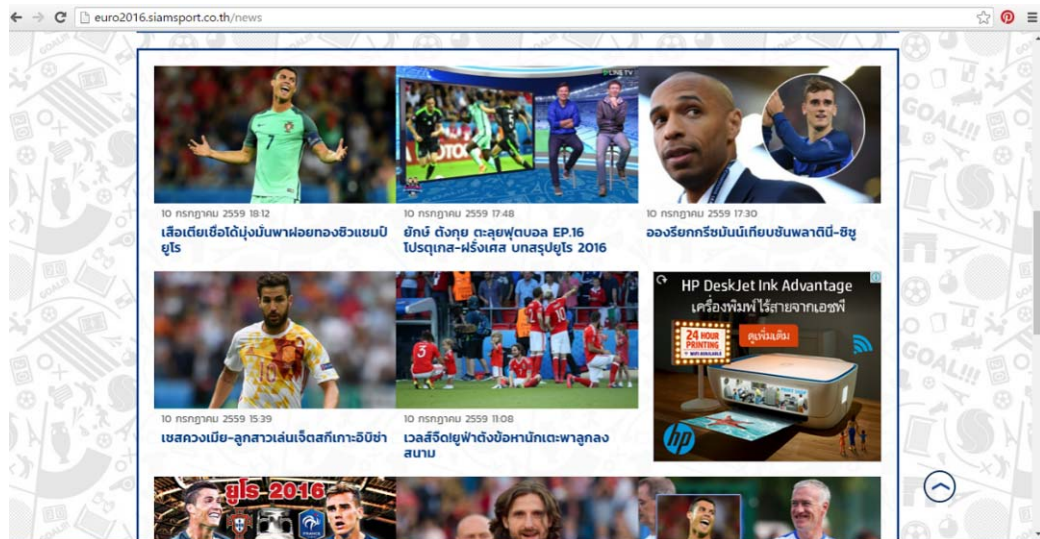


ภาพประกอบที่ 3

### ข่าว

ในส่วนข่าว มีการรายงานข้อมูลความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งมีการรายงานเป็นรายวัน โดยข้อมูลส่วนข่าวจะรวบรวมเป็นหน่วยการศึกษาวิเคราะห์ ในวันที่ 10 มิถุนายน, 17 มิถุนายน, 24 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม 2559 ตามลำดับ ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดจะปรากฏ

ในส่วนของการศึกษา ทั้งนี้หน้าเว็บไซต์โดยรวมของส่วนข่าวเป็นไปตามภาพประกอบที่ 4



ภาพประกอบที่ 4

### โปรแกรมผลบอล

ในส่วนโปรแกรมผลบอล มีการรายงานผลการแข่งขันในแต่ละวัน โดยแบ่งตามคู่แข่งชั้น ทั้งนี้ ในแต่ละคู่แข่งจะมีส่วนประกอบเพิ่มเติมอีก 3 ส่วน ได้แก่ อ่านข่าว, สถิติ และอ่านวิเคราะห์ โดยในส่วนอ่านข่าว จะเชื่อมต่อไปที่ส่วนข่าวตามข่าวที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่งชั้นนั้น ๆ ในส่วนสถิติ จะเป็นการรายงานผลการแข่งขัน และอ่านวิเคราะห์ จะเป็นการวิเคราะห์และคาดการณ์ผลการแข่งขัน ซึ่งทั้งสองส่วนนี้จะเชื่อมโยงไปสู่ส่วนวิเคราะห์บอล โดยปรากฏเนื้อหาเดียวกัน ต่างเพียงแต่การจัดเรียง ซึ่งในส่วนนี้มีการระบุนรอบการแข่งขันไว้ด้วย หน้าเว็บไซต์โดยรวมของส่วนโปรแกรมผลบอลเป็นไปตามภาพประกอบที่ 5



ภาพประกอบที่ 5

### ตารางคะแนน

หน้าเว็บไซต์ในส่วนตารางคะแนน เป็นเพียงการแสดงผลการแข่งขันในรอบต่าง ๆ ดังปรากฏในภาพประกอบที่ 6

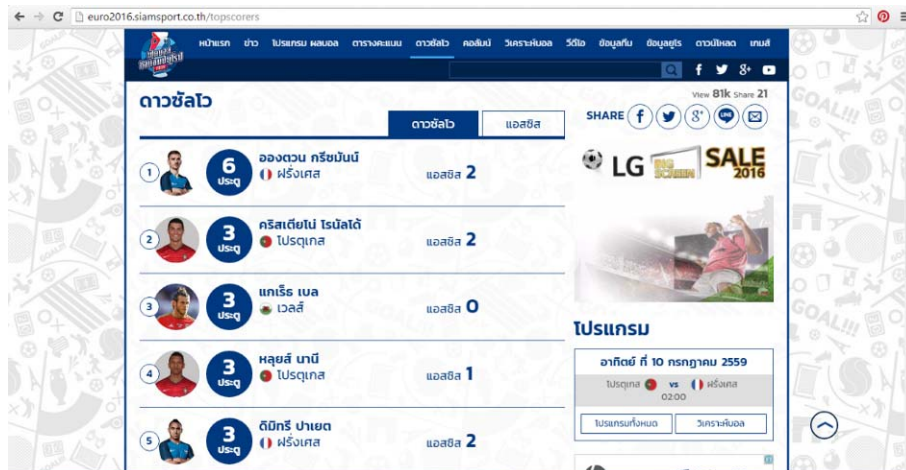




ภาพประกอบที่ 6

### ดาวซัลโว

หน้าเว็บไซต์ส่วนดาวซัลโว เป็นการจัดอันดับนักเตะที่ทำประตูได้มากที่สุด โดยแบ่งเป็นดาวซัลโว และแอสซิสต์ ดังภาพประกอบที่ 7

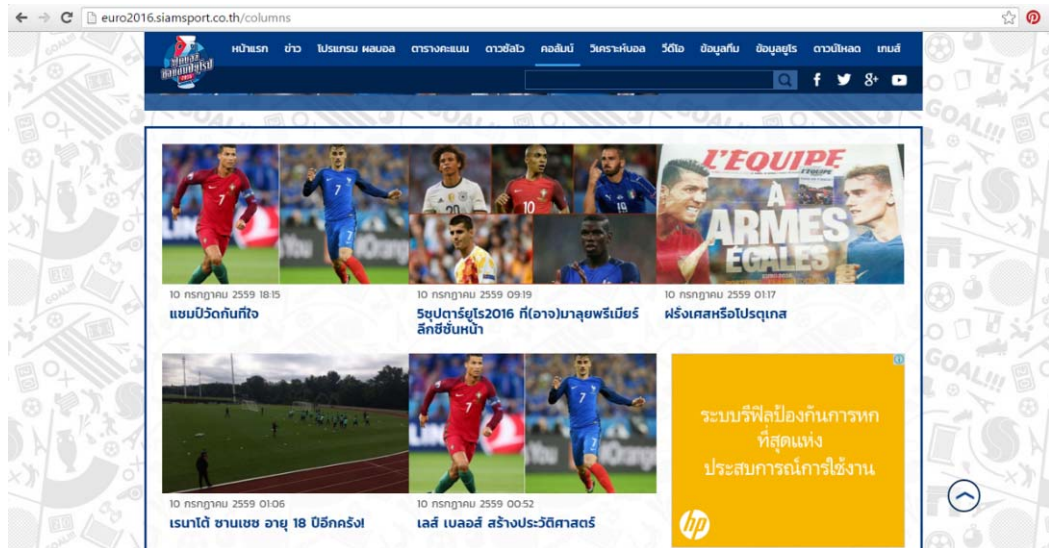


ภาพประกอบที่ 7

### คอลัมน์

ส่วนคอลัมน์เป็นการนำเสนอข้อมูลความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของฟุตบอลยูโร 2016 แบบการเขียนสเกิป กล่าวคือ มีทั้งข้อเท็จจริง และการวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งมีการรายงานเป็นรายวัน โดยข้อมูลส่วนคอลัมน์ จะรวบรวมเป็นหน่วยการศึกษาวิเคราะห์ ในวันที่ 10 มิถุนายน, 17 มิถุนายน, 24 มิถุนายน

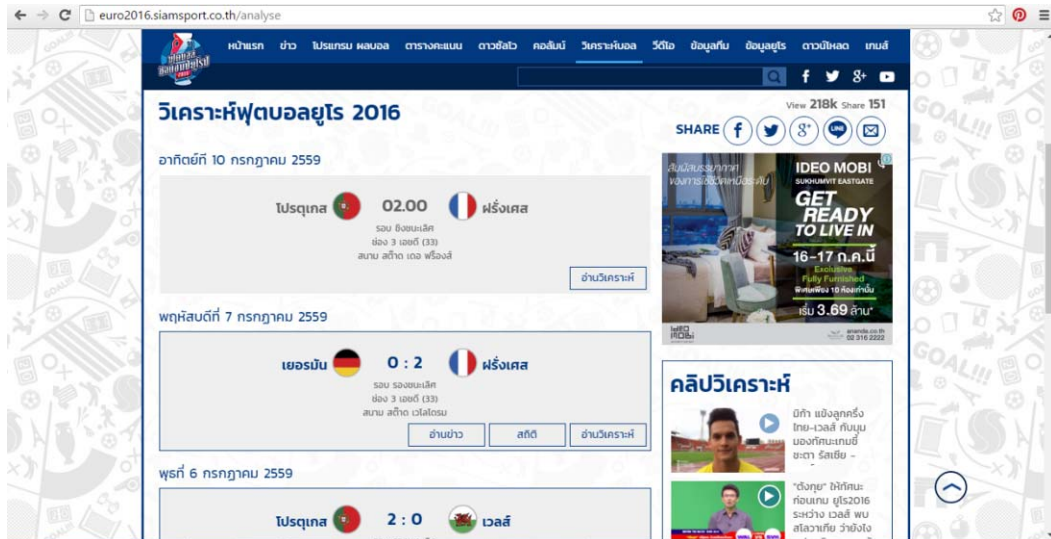
และ 1 กรกฎาคม 2559 ตามลำดับ ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดจะปรากฏในส่วนของผลการศึกษา ทั้งนี้ หน้าเว็บไซต์โดยรวมของส่วนคอลัมน์เป็นไปตามภาพประกอบที่ 8



ภาพประกอบที่ 8

### วิเคราะห์บอล

หน้าเว็บไซต์ส่วนวิเคราะห์บอล มีการจัดเรียงเป็นรายวัน โดยแบ่งตามคู่แข่ง ซึ่งแต่ละคู่ประกอบด้วย อ่านข่าว, สถิติ, และอ่านวิเคราะห์ ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับโปรแกรมผลบอลต่างกัน ที่ในส่วนวิเคราะห์บอลจะมีเนื้อหาเป็นรายวัน โดยในคู่ที่ยังไม่แข่งขันจะมีเพียงส่วนอ่านวิเคราะห์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์และคาดการณ์ผลการแข่งขัน หลังการแข่งขันจึงมีส่วนอ่านข่าวและส่วนสถิติที่เป็น การรายงานผลการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม แม้หน้าเว็บไซต์ส่วนวิเคราะห์บอล จะคล้ายคลึงกับ โปรแกรมผลบอล แต่หน้าวิเคราะห์บอลเป็นต้นทางของข้อมูลที่โปรแกรมผลบอลจะเชื่อมโยงมา จึง ยึดส่วนวิเคราะห์ผลบอลเป็นหน่วยการศึกษาวิเคราะห์ ในวันที่ 10 มิถุนายน, 17 มิถุนายน, 24 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม 2559 ตามลำดับ แต่เลือกเพียงส่วนสถิติ และอ่านวิเคราะห์ เพราะ เนื้อหาในส่วนอ่านข่าวถูกเชื่อมโยงไปหน้าเว็บไซต์ส่วนข่าวซึ่งได้เก็บหน่วยวิเคราะห์ไปแล้ว โดย รายละเอียดทั้งหมดจะปรากฏในส่วนของผลการศึกษา ทั้งนี้หน้าเว็บไซต์โดยรวมของส่วนวิเคราะห์ บอลเป็นไปตามภาพประกอบที่ 9



ภาพประกอบที่ 9

### วิดีโอ

ในส่วนวิดีโอ เป็นการนำคลิปวิดีโอรายงานข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลยูโร 2016 เป็นรายวัน โดยข้อมูลส่วนวิดีโอ จะรวบรวมเป็นหน่วยการศึกษาวิเคราะห์ ในวันที่ 10 มิถุนายน, 17 มิถุนายน, 24 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม 2559 ตามลำดับ ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดจะปรากฏในส่วนของผลการศึกษา ทั้งนี้หน้าเว็บไซต์โดยรวมของส่วนวิดีโอเป็นไปตามภาพประกอบที่ 10

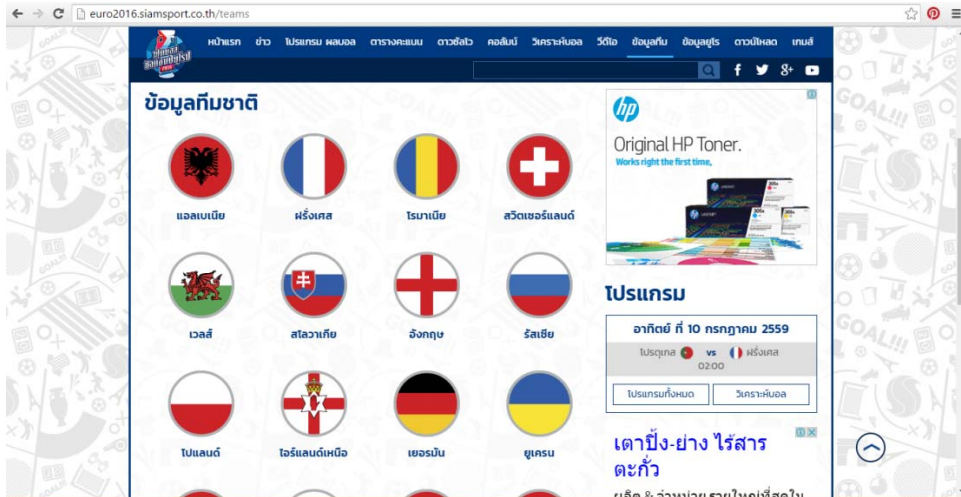


ภาพประกอบที่ 10

### ข้อมูลทีม

ในส่วนข้อมูลทีม ภาพรวมจะมีไอคอนของแต่ละทีม เมื่อคลิกจะเชื่อมต่อไปยังส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทีมนั้น ๆ ได้แก่ ข่าว ตารางคะแนน โปรแกรมผลบอล คลิปวิดีโอ คอลัมน์ และวอลเปเปอร์โดยปรากฏหน้าเว็บดังภาพประกอบที่ 11





ภาพประกอบที่ 11

ข้อมูลยูโร

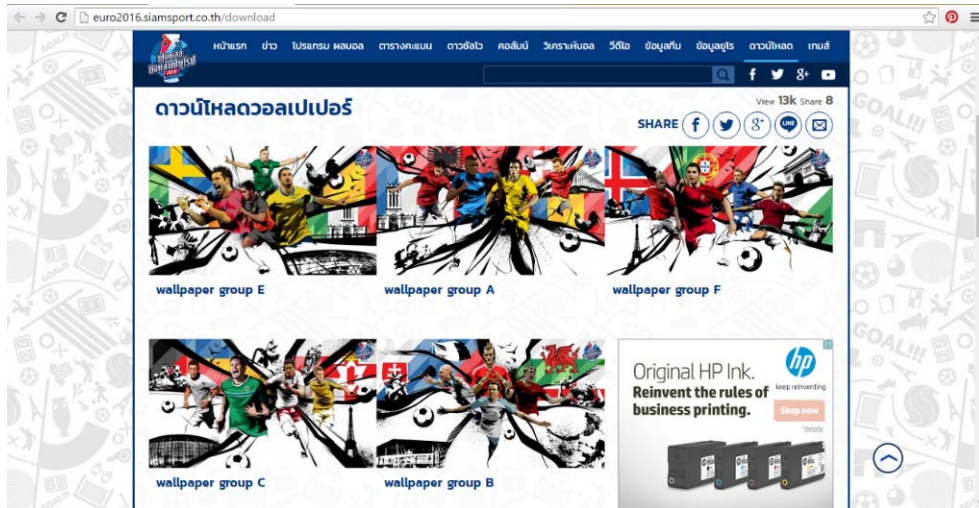
หน้าเว็บไซต์ในส่วนข้อมูลยูโร เป็นการเล่าประวัติความเป็นมาของฟุตบอลยูโร และ  
ทำเนียบแชมป์ยูโร ดังปรากฏในภาพประกอบที่ 12



ภาพประกอบที่ 12

ดาวนิโกลด

ในส่วนดาวนิโกลด มีภาพที่เกี่ยวข้องกับทีมชาติต่าง ๆ ซึ่งผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถดาวน  
โหลดเป็นภาพวอลเปเปอร์ได้ ดังปรากฏในภาพประกอบที่ 13



ภาพประกอบที่ 13

### เกม

ในส่วนเกม จะนำเข้าสู่ลิ้งค์ของเกมทายผลการแข่งขันเพื่อลุ้นรางวัลต่าง ๆ โดยต้องทำการลงทะเบียนก่อนเริ่มเล่นเกม ดังปรากฏในภาพประกอบที่ 14



ภาพประกอบที่ 14

3) เพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต (<https://www.facebook.com/Siamsport/>)

การศึกษาโพสต์บนเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตที่มีเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในวันที่ 10, 17, 24 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม 2559 ภายใน 24 ชั่วโมงของวันดังกล่าว พบว่า ลักษณะโพสต์เพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตส่วนใหญ่มีการโพสต์แบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ โพสต์ลิ้งค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต, โพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง และโพสต์ลิ้งค์จากแหล่งอื่น

ตารางแสดงจำนวนโพสต์และละกลุ่มของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตเปรียบเทียบในวันที่ 10, 17, 24 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม 2559

วันที่	ลักษณะโพสต์ (จำนวนโพสต์)			รวม	
	โพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต	โพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง			โพสต์ลิงค์จากแหล่งอื่น
		โพสต์live	โพสต์ภาพ/คลิป		
10-มิ.ย.-59	3	2	7	12	
17-มิ.ย.-59	41	0	25	67	
24-มิ.ย.-59	19	0	0	21	
1-ก.ค.-59	27	0	9	37	
รวม	90	2	41	137	

จากตารางแสดงจำนวนลักษณะโพสต์ทั้ง 3 กลุ่ม ของวันในหน่วยการศึกษา โดยพบว่า

- 1) กลุ่มโพสต์ข่าวจากเว็บไซต์ ซึ่งมีลักษณะการนำลิงค์ข่าวของเว็บไซต์สยามสปอร์ตมาโพสต์ลงบนไทม์ไลน์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต และมีการเขียนบรรยายโพสต์สั้นๆ (Caption) เพื่อดึงดูดความสนใจให้แฟนเพจกดเข้าไปอ่านข้อมูลของลิงค์จากเว็บไซต์ดังกล่าวอีกทั้งยังพบการทำนายหรือเนื้อหาในระดับ P ในโพสต์ลักษณะดังกล่าว โดยรวมทั้ง 4 วัน พบโพสต์ข่าวจากเว็บไซต์จำนวน 90 โพสต์ซึ่งมากที่สุดเมื่อเทียบกับลักษณะโพสต์กลุ่มอื่น และมีจำนวนมากที่สุดเมื่อแยกพิจารณาในแต่ละวัน ยกเว้นวันที่ 10 มิถุนายน 2559
- 2) กลุ่มโพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง กลุ่มโพสต์ลักษณะนี้สามารถจำแนกได้เป็น โพสต์ Live หรือโพสต์ถ่ายทอดสด ซึ่งทั้งหมดเป็นการถ่ายทอดและมีการรายงานสดมาจากขอบสนามช่วงก่อนและระหว่างมีการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 และโพสต์ภาพและคลิป ซึ่งในส่วนของโพสต์ภาพจะมีลักษณะเป็นการโพสต์ภาพบรรยายจากสนามแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 กับโพสต์ภาพ infographic ที่แสดงข้อมูลเกี่ยวกับ ผลบอล, สถิติผลบอล, โปรแกรมบอล, รายชื่อนักเตะ ของทีมที่จะมีการแข่งขันในวันดังกล่าว ในส่วนของโพสต์ลักษณะคลิป เป็นคลิปบรรยายจากขอบสนามฟุตบอล อาทิ สีสันกองเชียร์, คลิป infographic รวบรวมสถิติการแข่งขันรายชื่อนักเตะและข้อมูลต่าง ๆ ของทีมที่กำลังมีการแข่งขัน และคลิปการรายงานผลจากขอบสนาม และยังพบการทำนายหรือเนื้อหาในระดับ P กับ H ในโพสต์ลักษณะดังกล่าว กลุ่มโพสต์นี้มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากโพสต์ลิงค์ข่าวจากเว็บไซต์ รวมทั้ง 4 วันพบจำนวน 43 โพสต์
- 3) กลุ่มโพสต์ลิงค์จากแหล่งอื่น โพสต์ในกลุ่มนี้เป็นการนำลิงค์จากเว็บไซต์หรือเพจอื่นมาโพสต์ ซึ่งพบเนื้อหาการชิงโชคจากโพสต์ลักษณะดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีการโพสต์คลิปรายการจาก Line TV อีกด้วย รวมทั้ง 4 วัน จำนวน 4 โพสต์

เนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบในเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต

ตารางสรุปผลการเก็บข้อมูลเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรสื่อเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตใน วันที่ 10, 17, 24 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม 2559

สื่อเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต วันที่ 10, 17, 24 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม 2559								
วันที่	จำนวนโพสต์ (รวม)	เนื้อหาการพนัน (จำนวนโพสต์)					เนื้อหาต่อต้านการพนัน (โพสต์)	เนื้อหาการชิงโชค (โพสต์)
		รวม	I	P	H	G		
10-มิ.ย.-59	12	12	12	0	0	0	0	0
17-มิ.ย.-59	67	66	63	1	2	0	0	1
24-มิ.ย.-59	21	20	20	0	0	0	0	1
1-ก.ค.-59	37	37	36	1	0	0	0	0
รวม	137	135	131	2	2	0	0	2

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่า เนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบในสื่อเพจบุ๊กของสยามสปอร์ต พบทั้งหมดจำนวน 137 โพสต์ โดยวันที่ 17 มิถุนายน 2559 พบจำนวนโพสต์มากที่สุด คือ 67 โพสต์ รองลงมาคือ วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 พบจำนวน 37 โพสต์ วันที่ 24 มิถุนายน 2559 พบจำนวน 21 โพสต์ และวันที่ 10 มิถุนายน 2559 พบน้อยที่สุดจำนวน 12 โพสต์ เมื่อพิจารณาตามประเภทเนื้อหา 3 กลุ่ม ผลการศึกษา พบว่า

- ประเภทเนื้อหาการพนัน พบจำนวน 135 โพสต์ เมื่อพิจารณาตามประเภทเนื้อหา พบว่า
  - เนื้อหา I (Information) พบจำนวน 105 โพสต์ โดยวันที่ 17 มิถุนายน 2559 พบมากที่สุดจำนวน 66 โพสต์ รองลงมา คือ วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 พบจำนวน 37 โพสต์ วันที่ 24 มิถุนายน 2559 พบจำนวน 20 โพสต์ และวันที่ 10 มิถุนายน 2559 พบจำนวน 12 โพสต์ ตามลำดับ เนื้อหาดังกล่าวเป็นการให้ข้อมูลทั่วไป อาทิ ตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 , ข้อมูลนักเตะ, บรรยากาศจากสนามแข่งขัน, ข่าวและข้อมูลทีมที่จะลงแข่งขัน, เกียรติความรู้ของทีมที่กำลังจะมีการแข่งขัน, รายชื่อมือสังหารจุดโทษ, ข่าวจากทีมต่าง ๆ, ข่าวนักฟุตบอล ซึ่งข้อมูลส่วนใหญ่มักเกี่ยวข้องกับทีมที่เพิ่งมีการแข่งขันเสร็จสิ้น, ทีมที่กำลังมีการแข่งขัน และทีมที่กำลังจะมีการแข่งขันในวันที่ปรากฏเนื้อหาดังกล่าว หรือในวันใกล้เคียง
  - เนื้อหา P (Prediction) พบจำนวน 2 โพสต์ โดยพบในวันที่ 17 มิถุนายน 2559 และ วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 วันละ 1 โพสต์ เนื้อหาดังกล่าวเป็น คลิปทำนายผลการแข่งขันจากขอบสนาม พบในช่วงเวลาที่กำลังมีการแข่งขัน และโพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์ที่มีคำบรรยาย(Caption) เกี่ยวกับการทำนายผลแพ้ชนะ พบในช่วงเวลาก่อนการแข่งขัน

- เนื้อหา H (Handicap) พบจำนวน 2 โพสต์ ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559 คลิปพรรคชนะจากชอบสนามและ โพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์ที่มีคำบรรยาย(Caption) เกี่ยวกับราคาต่อรองตัวนักฟุตบอล ซึ่งโพสต์ทั้ง 2 พบในช่วงเวลาที่กำลังมีการแข่งขันทั้งหมด
- เนื้อหา G (Gambling) ไม่พบการนำเสนอในวันที่เป็นหน่วยการศึกษา
- ประเภทเนื้อหาต่อต้านการพนัน ไม่พบเนื้อหาดังกล่าวในหน่วยการศึกษา
- ประเภทเนื้อหาการชิงโชค พบจำนวน 2 โพสต์ ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559 และวันที่ 24 มิถุนายน 2559 พบในช่วงเวลานอกการแข่งขัน

สำหรับรายละเอียดเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบในแต่วันมีดังนี้

วันที่ 10 มิถุนายน 2559

ตารางแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรกับลักษณะโพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตในวันที่ 10 มิถุนายน 2559

เนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร		ลักษณะโพสต์ (จำนวนโพสต์)			รวม	
		โพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต	โพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง			โพสต์ลิงค์จากแหล่งอื่น
			โพสต์live	โพสต์ภาพ/คลิป		
เนื้อหาการพนัน	I	3	2	7	0	12
	P	0	0	0	0	0
	H	0	0	0	0	0
	G	0	0	0	0	0
เนื้อหาต้านการพนัน		0	0	0	0	0
เนื้อหาการชิงโชค		0	0	0	0	0
รวม		3	2	7	0	12

จากตารางแสดงให้เห็นว่า วันที่ 10 มิถุนายน 2559 พบเนื้อหาประเภท เนื้อหาการพนันเพียงกลุ่มเดียว รวมจำนวน 12 โพสต์ เป็นเนื้อหา เนื้อหา I (Information) ทั้งหมด

แยกพิจารณาตามกลุ่มเนื้อหาได้ดังนี้

ประเภทเนื้อหาการพนัน ซึ่งเป็นเนื้อหากลุ่มเดียวที่พบ เนื้อหาดังกล่าวเป็นการให้ข้อมูลทั่วไป อาทิ ตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 , ข้อมูลนักเตะ, บรรยากาศจากสนามแข่งขัน



ตัวอย่างเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 10 มิถุนายน 2559



ภาพบรรยากาศรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ตำรวจ



สถิติการดวลกัน



โปรแกรมการแข่งขัน



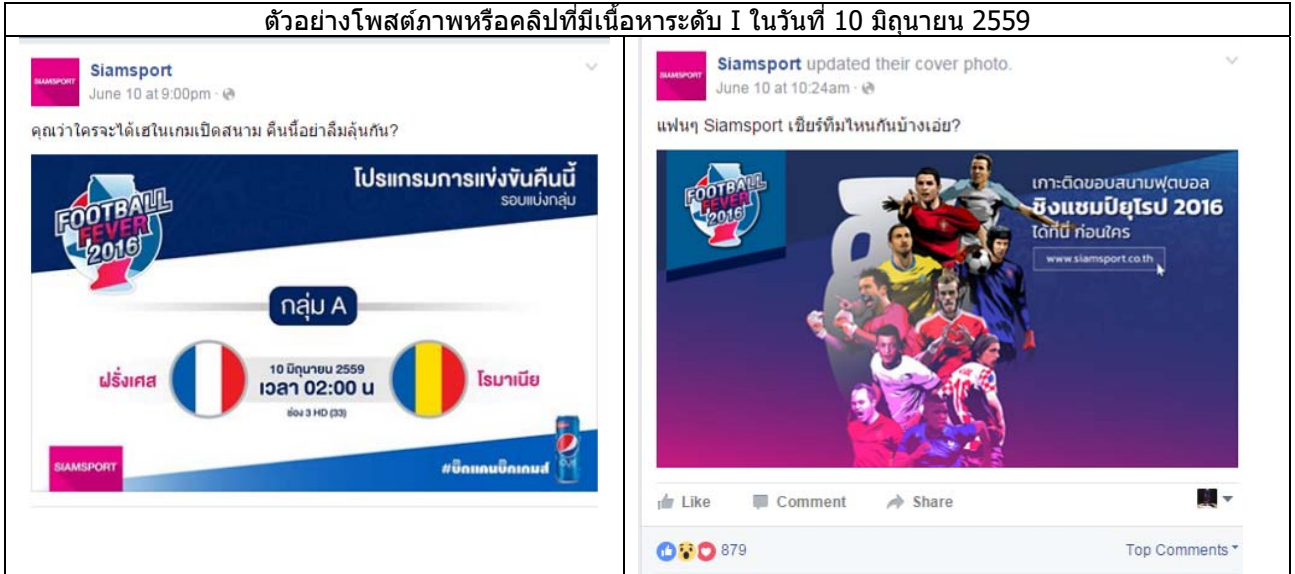
ข่าวเกี่ยวกับนักฟุตบอล

แยกพิจารณาตามลักษณะโพสต์ เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

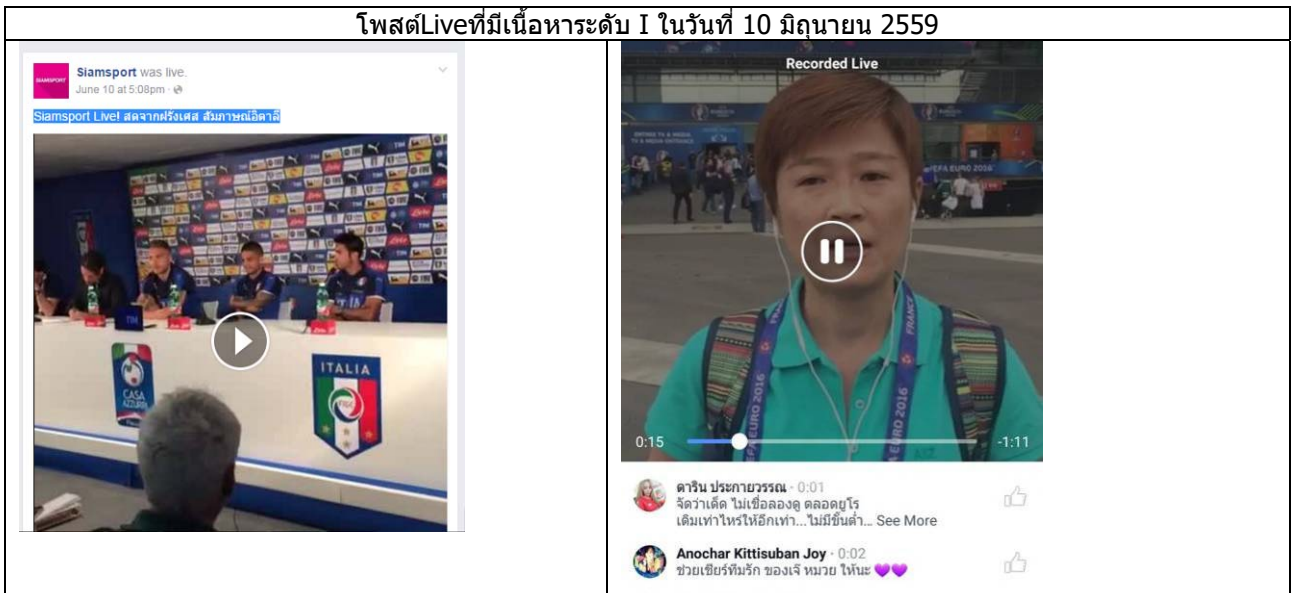
- 1) กลุ่มโพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง พบจำนวน 9 โพสต์ แบ่งเป็น
  - โพสต์ ภาพหรือคลิป จำนวน 6 โพสต์ และโพสต์ Live จำนวน 2 โพสต์ ซึ่งโพสต์ทั้ง 2 แบบ พบเนื้อหาพาดพิง ระดับ I อาทิเป็น โพสต์ตารางแข่งขันฟุตบอล, รายชื่อนักเตะ และโฆษณาเว็บไซต์สยามสปอร์ต, รายงานสดจากสนาม



ตัวอย่างโพสต์ภาพหรือคลิปที่มีเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 10 มิถุนายน 2559



โพสต์Liveที่มีเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 10 มิถุนายน 2559



- 2) กลุ่มโพสต์ลี้ลับจากเว็บไซต์สยามสปอร์ต พบจำนวน 3 โพสต์ พบเนื้อหาการพนันระดับ I อาทิ ชาวบรρυากาศรักษาความปลอดภัยที่สนามแข่งขันประเทศฝรั่งเศส, ชาวเก็ยวนักฟุตบอล และ ทีมฟุตบอล

ตัวอย่างโพสต์ข่าวจากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 10 มิถุนายน 2559

ตัวอย่างโพสต์ข่าวจากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 10 มิถุนายน 2559



วันที่ 17 มิถุนายน 2559

ตารางแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรเกี่ยวกับลักษณะโพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตในวันที่ 17 มิถุนายน 2559

เนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร	ลักษณะโพสต์ (จำนวนโพสต์)				รวม
	โพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต	โพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง		โพสต์ลิงค์จากแหล่งอื่น	
		โพสต์live	โพสต์ภาพ/คลิป		
เนื้อหาการพนัน	I	40	0	23	63
	P	0	0	1	1
	H	1	0	1	2
	G	0	0	0	0
เนื้อหาด้านการพนัน		0	0	0	0
เนื้อหาการชิงโชค		0	0	0	1
รวม		41	0	25	67

จากตารางแสดงให้เห็นว่า วันที่ 17 มิถุนายน 2559 พบเนื้อหา 2 ประเภท คือ เนื้อหาการพนัน พบมากที่สุด จำนวน 66 โพสต์ เป็น เนื้อหา I (Information) จำนวน 63 โพสต์ และพบเนื้อหาระดับ P (Prediction) จำนวน 1 โพสต์ และ พบเนื้อหาระดับ H (Handicap) จำนวน 2 โพสต์ อาทิ “โมนาคิดว่าน่าจะยิงมากกว่า 1 ประตูน่าจะสองต่อศูนย์ค่ะ” คลิปปรายงานจากสนาม และพบกลุ่มเนื้อหาการชิงโชค จำนวน 1 โพสต์ คือ “3 คู่ เด็ดๆ คีนี่ จะมีพลิกมัยนะ ทายสกอร์กันหน่อยจ้า เชียนบอลทั้งหลาย คลิกเล่นเกมส์ที่นี้ เล่นฟรี ลุ้นรางวัล >> <http://bit.ly/25y50jH>”

แยกพิจารณาตามกลุ่มเนื้อหาได้ดังนี้

ประเภทเนื้อหาการพนัน พบจำนวน 66 โพสต์

- เนื้อหา I (Information) พบจำนวน 63 โพสต์ ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลทั่วไป อาทิ ผลบอล, สถิติที่ผ่านมาของทีมต่าง ๆ , ข่าวและข้อมูลนักเตะ, บรรยากาศจากสนามแข่งขัน, ข่าวและข้อมูลที่ทีมที่จะลงแข่งขัน, เกร็ดความรู้ของโปรตุเกตุ สวีเดน ซึ่งเป็นคู่ที่จะมีการแข่งขันในคืนวันดังกล่าว

ตัวอย่างเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559



ภาพบรรยากาศจากสนาม



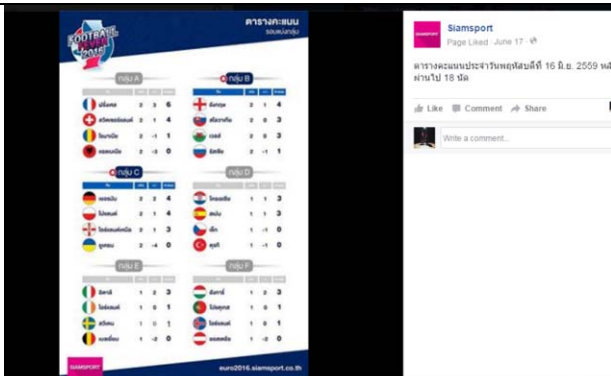
สถิติหลังจบเกม



โปรแกรมการแข่งขัน



ข่าวเกี่ยวกับนักฟุตบอล



ตารางคะแนนหลังผ่าน 18 นัด



ผลการแข่งขัน

ตัวอย่างเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559



ลิงค์เกร็ดความรู้

ลิงค์ทรรศนะ

- เนื้อหา P (Prediction) พบจำนวน 1 โพสต์ คือ คลิปทำนายผลการแข่งขันจากขอบสนาม “**ในความเห็นของโมนาเยอร์มันน่าจะปราบโปแลนด์ได้**” คลิปทัศนะ“โมนาลิซ่า” ส่งตรงจากฝรั่งเศส เกมครั้งแรกคู่ เยอรมัน 0-0 โปแลนด์ (รายงานจากสนาม)



- เนื้อหา H (Handicap) พบเนื้อหาระดับ H (Handicap) จำนวน 2 โพสต์ คือ “**โมนาคิดว่าน่าจะยิงมากกว่า 1 ประตูน่าจะสองต่อศูนย์ค่ะ**” คลิปทรรศนะส่งตรงจากฝรั่งเศสโดย 'โมนาลิซ่า' ก่อนเกม เยอรมัน ชน โปแลนด์ ผลเป็นอย่างไร ใครจะเฮ ไปฟัง...(รายงานจากสนาม) และโพสต์ข่าวจากเว็บ บรรยายว่า บ่อนดั่งผู้ดีเห็นราคาแบบนี้ หรือ 'ปาเยต' จะมีลุ้น?



เนื้อหาระดับ H ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559



ประเภทเนื้อหาการชิงโชค พบ จำนวน 1 โพสต์ คือ “3 คู่ เด็ดๆ คีนนี้ จะมีพลิกมัยนะ ทายสกอร์กันหน่อยจ้าเขียนบอลทั้งหลาย คลิกเล่นเกมส์ที่นี้ เล่นฟรี ลุ้นรางวัล >> <http://bit.ly/25y50jH>”

โพสต์ลึ้งค์จากแหล่งอื่นเป็นเนื้อหาการชิงโชค ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559



แยกพิจารณาตามลักษณะโพสต์ เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

- 1) โพสต์ลึ้งค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต พบเนื้อหาการพนันระดับ I จำนวน 40 โพสต์ ชาวต่างชาติที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลยูโร 2016 ทั้งนักฟุตบอล, โค้ชของทีมที่เข้าแข่งขัน, ทีมที่เข้าแข่งขัน ผลการแข่งขัน, ทรรศนะจากเซียนบอล, แฟนของนักฟุตบอล เป็นต้น และพบเนื้อหาระดับ H จำนวน 1 โพสต์

ตัวอย่างโพสต์ข่าวจากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559

ตัวอย่างโพสต์ข่าวจากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559

**Siamsport**  
June 17 at 12:23am · 🌐

หากเกมต่อไป 'ชานเซซ' ได้ลงเป็นตัวจริง จะสร้างสถิติใหม่ของทีมชาติโปรตุเกสบนสังเวียนยูโรนี่ที่



**ชานเซซจ่อทาสสถิติตัวจริงฟลายทองอายุน้อยสุดในยูโร**

บันทึกหน้าใหม่ เขาได้ ชานเซซ จากจุดจารึกคือเป็นตัวจริงทีมชาติโปรตุเกสอายุน้อยสุดที่ได้ลงยูโร หากได้ลงตลอดสัปดาห์ในกีฬานานาชาติยุโรปในสนามท่าหลวง วันเสาร์นี้หลังเที่ยงสถิติของ คริสเตียโน โรนัลโด ก็กลายเป็นเรื่อง 'ฟลายทอง' อายุน้อยสุดที่

EURO2016.SIAMSPORT.CO.TH


Like Comment Share

6.8K

**Siamsport**  
June 17 at 12:43am · 🌐

"...ผมจึงแฮปปี้สุดๆ เลยที่ตัวสำรองทั้งสองคนทำประตูได้..."

#อังกฤษ #ยูโร2016 #ลีกเอิง #สยามกีฬา #siamsport



**ปรอบดีด่าสองตัวสำรองพาลิงโดเช็ดเวสต์**

รม สื่ออังกฤษ กบของทีมชาติอังกฤษ เกมเชลซี ทัตตี้ วาร์ดี กับ แอนดรูว์ สเตอร์ริงซ์ สองตัวสำรองของทีมช่วยทำประตูงาตา สิงโตคาเรน' พาลิงเช็ด เวสต์ 2-1 ระบุเป็นโศกตลอดครึ่งหลังว่าทีมของตนจะยิงได้

EURO2016.SIAMSPORT.CO.TH

**Siamsport**  
June 17 at 10:15pm · 🌐

23.00 น. เช็ก หรือ โครเอเชีย ฟิงไหนจะสมหวัง?  
เช็คความพร้อม >> <http://bit.ly/1sJ4Cx2>  
13 เกียรติควรรู้ก่อนเกม >> <http://bit.ly/1Yx5URm>




CC CZECH REPUBLIC AMIE CROATIA

Like Comment Share

Samita Muangsi and 730 others

**Siamsport**  
Page Liked June 17 · 🌐



MUAY GERMANY PHI POLAND

Like Comment Share

456

2 shares

3 comments

Ann Nattawat ไร้เสน่ห์ในสนาม ชัดเจนว่าไม่มีเสน่ห์  
Like Reply June 17 at 2:35am

Toller Man ไร้เสน่ห์  
Like Reply June 17 at 4:30am


Rapee Marned ไร้เสน่ห์  
Like Reply June 17 at 4:34am

Write a comment...

**Siamsport**  
June 17 at 5:31am · 🌐

"...ทุกอย่างมันเป็นไปได้ตาม แบน บรรดานักเตะเล่นด้วยหัวใจ สิ่งเดียวที่มันไม่แฮปปี้เท่าไรหรือคือการที่เราทำประตูไม่ได้..."

#ไปแลนด์ #ยูโร2016 #ลีกเอิง #สยามกีฬา #siamsport



**นาวาลักขาโปแลนด์แจ่มพารีนทร์เหล็ก**

อลัน นาวาลัก กุนซือทีมชาติโปแลนด์ เข้มขมขลุ่ยทีมที่ฟาดผลงานได้ออเดียมในแกม ยูโร 2016 ที่เจ้าบ้าน เมอร์นัต์ 0-0 รมณ์ เป็นสกอร์ที่ยุติธรรมแล้ว

EURO2016.SIAMSPORT.CO.TH

**Siamsport**  
June 17 at 4:54am · 🌐

"มันอาจจะมันสิ่งหนึ่งหรืออีกสิ่งหนึ่งที่สุดในฐานะผู้จัดการทีมเลย..."

#ไอร์แลนด์เหนือ #ยูโร2016 #ลีกเอิง #สยามกีฬา #siamsport



**ไอน์สตุทท์สปอร์ทไอร์แลนด์เหนือดับยูเครน**

ไอน์สตุทท์ สปอร์ท ทีมชาติไอร์แลนด์เหนือ เกม ยูโร 2016 ที่ทีมชวย ยูเครน 2-0 ในแกม ยูโร 2016 ที่เจ้าบ้าน เมอร์นัต์ 0-0 รมณ์







EURO2016.SIAMSPORT.CO.TH

Like Comment Share

2.5K



ตัวอย่างโพสต์ข่าวจากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559

<p><b>Siamsport</b> June 17 at 8:50am · ๓</p> <p>"...แต่ในเกมนรกเราต้องสร้างอันตรายได้ไม่มากพอ ซึ่งเราจำเป็นต้องพิสูจน์ให้ได้ในจุดนี้..."</p> <p>#เยอรมัน #ยูโร2016 #ลีกเอิง #สยามกีฬา #siamsport</p>  <p><b>บิวต์ติ้งดีเกมรุกอินทรีเหล็กไม่คมพอ</b> เยอรมัน ชิวดี้ง ปรากฏการหลังทีมชาติเยอรมัน มีเกมรุกของทีมใช้ความเฉียบคม หลังทำได้แค่จำกับ โปแลนด์ 0-0 หรือเราเจอบอก เกริ่นชวยชนะให้ได้ในเกมสุดท้ายที่เจลูก โฉร์แลนด์เดือ</p> <p>EURO2016.SIAMSSPORT.CO.TH</p> <p>Like Comment Share</p>	<p><b>Siamsport</b> (feeling ทลาคาไม่ได้) June 17 at 10:00am · ๓</p> <p>มิชซูร์สก็ตีขม! เปเล่เลองหอกคู่ ใจก็งปรนทพ! ซลาตันน่ายิง</p> <p>#อิตาลี #สวีเดน #ยูโร2016 #ลีกเอิง #สยามกีฬา #siamsport</p>  <p><b>มิชซูร์สก็ตีขม! เปเล่เลองหอกคู่ ใจก็งปรนทพ! ซลาตันน่ายิง</b> "ซูซ ซูซี อิตาลี เดริมสิง กราเซียโน เปเล่ส์ ลอญียูชย์ทักดู เอลแอร์ เกาทย "ซลาตันน่ายิง" สวีเดน ที่อาจมีการป็นผู้เตะมางส่วนแบ่ง แต่ยังมี ซลาตันน่า ยิงรายชิวรี่ ซลาตัน น่าทพ ในศึกฟุตบอล ยูโร 2016 (รอบแรก กลุ่ม E นัดที่2) คืนวันซูร์สที่ 17 มิ.ย. ศกนี้</p> <p>EURO2016.SIAMSSPORT.CO.TH</p> <p>Like Comment Share</p>
<p><b>Siamsport</b> June 17 at 10:29pm · ๓</p> <p>ทีศนะ 'ลิตเติ้ลใจ' ก่อนเกม โครเอเชีย - เช็ก และสลิสนแพนบอลกลาง แซงต์-เอเดียน</p>  <p><b>ทีศนะ 'ลิตเติ้ลใจ' ก่อนเกม โครเอเชีย - เช็ก และสลิสนแพนบอลกลาง แซงต์-เอเดียน</b></p> <p>EURO2016.SIAMSSPORT.CO.TH</p>	<p><b>Siamsport</b> June 17 at 6:30pm · ๓</p> <p>แอ็ดดี มีทีศนะก่อนเกมยูโร 2016 สเปน-ตุรกี ซู๊ดกี 02.00 น. มาฝากแฟน ๆ ให้ได้ฟังกัน</p>  <p><b>แอ็ดดี มีทีศนะก่อนเกมยูโร 2016 สเปน-ตุรกี มาฝากแฟน ๆ ให้ได้ฟังกัน</b></p> <p>EURO2016.SIAMSSPORT.CO.TH</p>
<p><b>Siamsport</b> June 17 at 10:41am · ๓</p> <p>แนน หวานใจเกรงใจเพื่อนเลยนะ... ฮุเน็กส์!! 😂👍</p> <p>#ฟุตบอลต่างประเทศ #สยามกีฬา #เยอรมัน #ยูโร2016</p>  <p><b>กำลังใจซันยอด! ฮุเน็กส์จับแฟนสาวหลังเกมเจ้าโปแลนด์</b> มิสส์ ฮุเน็กส์ เซนเจบ์นึ๊กกับชายชาติเยอรมันในวันวานที่เพิ่งจบลงถึงฉาดลงไปจนพิศเค็มแฟนสาวคนสวยที่ตามมาเชียร์ซึ่งชอบสนทนแบบหวานเย็นหลังจบเกมเจ้าโปแลนด์ 0-0 เมื่อคืนวันอาทิตย์ที่ผ่านมา โยเอเกนนี่เป็นกคนแรก</p> <p>EURO2016.SIAMSSPORT.CO.TH</p> <p>Like Comment Share</p>	<p><b>Siamsport</b> June 17 at 9:44pm · ๓</p> <p>ชุดนี้ก็เท่หัดดูตาดีนบาย...</p>  <p><b>แฟนเวสต์แฮมชุดนอนเชียร์หลังลิ้มกระป๋ามบรคไฟ</b> เดนลย "โจวัน นิคาฟ" ลากตัวองที่ชาโดเวสส์ ใจโงวมชุดนอนลายมังกรที่เท่ท้อมีแอมบไม่มีหางเล็ด หลังลิ้มกระป๋ามบรคไฟจนลัดทางไป ธิยร์ที่รักทรคก ลังคช ในสนาม เจ้าตัวรับคดต้องสวมจิ้งฉวีบ้าน เนื่องจากไม่มีทางเลือกอื่น</p> <p>EURO2016.SIAMSSPORT.CO.TH</p>

โพสต์ข่าวจากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาระดับ H ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559



- 2) โพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง พบจำนวน 26 โพสต์ ทั้งหมดเป็นโพสต์ภาพหรือคลิป พบเนื้อหาการพนันระดับ I จำนวน 23 โพสต์ อาทิ สถิติเกมหลังการแข่งขัน, ลีส์ันบรรยากาศขอบสนาม, รายชื่อนักฟุตบอลเยอรมัน-โปรแลนด์, ตารางคะแนนแต่ละทีม, โปรแกรมการแข่งขัน, ผลบอล, เทียบสถิติเฮดทูเฮด อิตาลี – สวีเดนที่กำลังจะแข่งขัน, รายชื่อนักฟุตบอลคู่แรก อิตาลี – สวีเดน, รายชื่อคูที่สอง เช็ก – โครเอเชีย, สถิติครั้งแรก เช็ก – โครเอเชีย พบเนื้อหาระดับ P จำนวน 1 โพสต์ และพบเนื้อหาระดับ H จำนวน 1 โพสต์

**ตัวอย่างโพสต์ภาพหรือคลิปที่มีเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559**

**ตารางคะแนน**  
รอบแบ่งกลุ่ม

ทีม	แข่ง	ชนะ	เสมอ	แพ้	ประตู
ฝรั่งเศส	2	3	6		
สวิตเซอร์แลนด์	2	1	4		
อิตาลี	2	-1	1		
เยอรมนี	2	-3	0		

**รายชื่อผู้เล่น**  
รอบแบ่งกลุ่ม

**กลุ่ม C**  
เยอรมนี vs โปแลนด์  
16 มิถุนายน 2559 เวลา 02:00 น.

หมายเลข	ชื่อผู้เล่น	หมายเลข	ชื่อผู้เล่น
1	มานูเอล นอยเออร์	22	ลูคัส ฟาเบียนสกี
3	โยนาส ฮึคคอร์	2	มิชาล พาชคาน
4	เบนดิกท์ เฮเวคส์	3	อาร์เทอร์ เยเดิร์ซ
5	บิเทิล อุมเมอส์	5	คริสตอฟ มาซิโนสกี
6	ซามิ เคคิร์รา	7	อาร์คาดีอุส มึลิก
8	เมซุต โอซิล	9	โรเบิร์ต เลวานดอฟสกี (C)
11	ยูสเสน ครักซ์เลอร์	10	ทอร์ชเตอร์ช ไกรไซเวียค
13	โรนีส มุลเลอร์	11	คามิล โกรซิชกี
17	โยเน บัวเต็ง	15	คามิล กลิค
18	โทนี โครส	16	ยาคุบ บลาสซึคอฟสกี
19	มาริโอ เกกเก้	20	ลูคัส ฟิสซึค

HEAD COACH: โยฮันเนส ลีฟ (เยอรมนี) / ลีฟ บาราน่า (โปแลนด์)

ตัวอย่างโพสต์ภาพหรือคลิปที่มีเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559

**Siamsport** added 4 new photos.  
June 17 at 1:34am · ๕

สีสันกองเชียร์เยอรมัน-โปแลนด์ โดยมีแฟนทีเสียดัด เดอ ฟร็องซ์ ภาพโดย โนนาลีซ่า

**FOOTBALL FEVER 2016**

MOMENT OF THE DAY  
17 มิถุนายน 2559

แค่ครั้งที่ 3  
ที่สัมผัสบอล  
"เจมี วาร์ด" ก็ฟังคาง่าย  
เป็นลูกตีเสมอ

นับเป็นประตูที่ 4 ของเจ้าตัว  
จากการรับใช้ทีม 5 นัดหลัง  
ก่อนที่สิงโตคำราม  
แซงเวลส์ สุดระทึก 2-1

SIAMSPORT euro2016.siamsport.co.th

**Siamsport**  
June 17 at 1:13am · ๕

แฟนบอลไอซ์แลนด์เหนือ เดินขอมอดแฟนบอลลงสามารถคว้า3แต้มประวัติศาสตร์  
ได้สำเร็จ

**Siamsport**  
June 17 at 5:00pm · ๕

เทียบสถิติเซดทูเซด อิตาลี - สวีเดน ที่จะหวัดกันเวลา 20.00 น.

ผู้เล่นตัวหลัก

จานลุยจิ บุฟฟ็อน      ซลาตัน อิบราฮิโมวิช

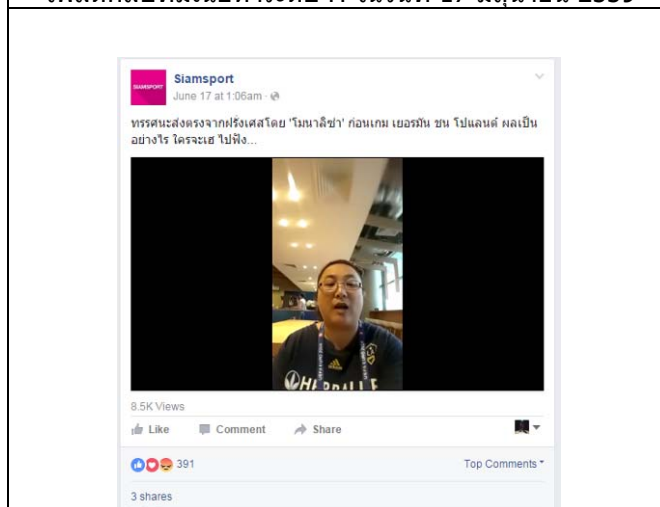
19K Views  
Like Comment Share  
1.3K  
14 shares

โพสต์คลิปที่มีเนื้อหาระดับ P ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559

**Siamsport**  
June 17 at 2:56am · ๕

หัดนะ "โนนาลีซ่า" ส่งตรงจากฝรั่งเศส เกมครึ่งแรกคู่ เยอรมัน 0-0 โปแลนด์  
#ยูโร2016 #Euro2016 #เยอรมัน #โปแลนด์ #สนามกีฬา #Siamsport

### โพสต์คลิปที่มีเนื้อหาระดับ H ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559



3) โพสต์ดึงคำจากแหล่งอื่น พบจำนวน 1 โพสต์ เป็นเนื้อหาการชิงโชค

### โพสต์ลึงค์จากแหล่งอื่นเป็นเนื้อหาการชิงโชค ในวันที่ 17 มิถุนายน 2559





วันที่ 24 มิถุนายน 2559

ตารางแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรกับลักษณะโพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตในวันที่ 24 มิถุนายน 2559

เนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร	ลักษณะโพสต์ (จำนวนโพสต์)				รวม	
	โพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต	โพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง		โพสต์ลิงค์จากแหล่งอื่น		
		โพสต์live	โพสต์ภาพ/คลิป			
เนื้อหาการพนัน	I	19	0	0	1	20
	P	0	0	0	0	0
	H	0	0	0	0	0
	G	0	0	0	0	0
เนื้อหาด้านการพนัน		0	0	0	0	0
เนื้อหาการชิงโชค		0	0	0	1	1
รวม		19	0	0	2	21

จากตารางแสดงให้เห็นว่า วันที่ 24 มิถุนายน 2559 พบเนื้อหา 2 ประเภท คือ เนื้อหาการพนัน จำนวน 20 โพสต์ เป็นเนื้อหา I (Information) ทั้งหมด ส่วนเนื้อหาอีกกลุ่มที่พบคือ เนื้อหาการชิงโชค พบจำนวน 1 โพสต์

แยกพิจารณาตามกลุ่มเนื้อหาได้ดังนี้

ประเภทเนื้อหาการพนัน พบจำนวน 20 โพสต์ เป็นเนื้อหา I (Information) ทั้งหมด ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลทั่วไป อาทิ ตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 , สรุปสถิติการแข่งขันที่ผ่านมา, รายชื่อมือสังหารจุดโทษ, ข่าวจากทีมต่าง ๆ, ข่าวนักฟุตบอล

ตัวอย่างเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 24 มิถุนายน 2559



**เรื่องแปลกในยูโร**



**สถิติ**









- 2) กลุ่มโพสต์ดีลิงค์จากแหล่งอื่น พบจำนวน 2 โพสต์ เป็นกลุ่มเนื้อหาการพนัน ระดับ I จำนวน 1 โพสต์เป็นโพสต์ดีลิงค์จากเว็บ SiamSport Gadgets แะกล่องกีฬา และกลุ่มเนื้อหาการชิงโชค จำนวน 1 โพสต์



วันที่ 1 กรกฎาคม 2559

ตารางแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรกับลักษณะโพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตในวันที่ 1 กรกฎาคม 2559

เนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร	ลักษณะโพสต์ (จำนวนโพสต์)				รวม	
	โพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต	โพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง		โพสต์ลิงค์จากแหล่งอื่น		
		โพสต์live	โพสต์ภาพ/คลิป			
เนื้อหาการพนัน	I	26	0	9	1	36
	P	1	0	0	0	1
	H	0	0	0	0	0
	G	0	0	0	0	0
เนื้อหาด้านการพนัน		0	0	0	0	0
เนื้อหาการชิงโชค		0	0	0	0	0
รวม		27	0	9	1	37

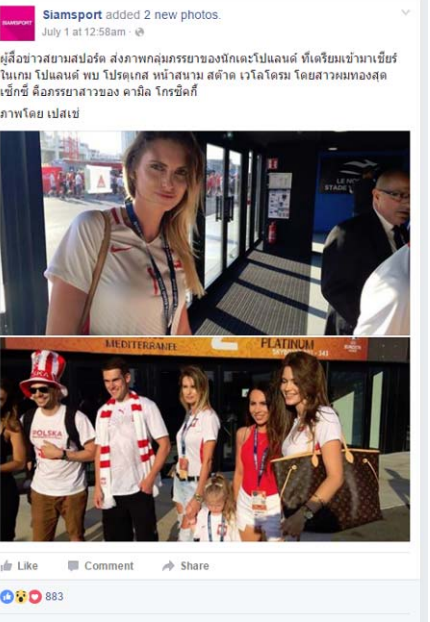

จากตารางแสดงให้เห็นว่า วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 พบเนื้อหาประเภทเนื้อหาการพนัน เพียงประเภทเดียว จำนวน 37 โพสต์ เป็นเนื้อหา เนื้อหา I (Information) จำนวน 36 โพสต์ และเนื้อหา ระดับ P (Prediction) จำนวน 1 โพสต์

แยกพิจารณาตามกลุ่มเนื้อหาได้ดังนี้

ประเภทเนื้อหาการพนัน พบจำนวน 37 โพสต์

- เนื้อหา I (Information) จำนวน 36 โพสต์ ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลทั่วไป อาทิ ตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 , สรุปสถิติการแข่งขันที่ผ่านมา, รายชื่อมือสังหารจุดโทษ, ข่าวจากทีมต่างๆ, ข่าวนักฟุตบอล

ตัวอย่างเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2559

 <p>SiamSport added 2 new photos. July 1 at 12:58am</p> <p>ผู้สื่อข่าวสยามสปอร์ต สังกภาพกิจกรรมของนักเตะไปแลนด์ ที่เตรียมเข้ามาเชียร์ในเกม โปแลนด์ พบ โปตุเกส หน้าสนาม สτάดี เวโรโดรม โดยสาวงามทองคำเช็กซี่ คือภรรยาของ คาร์ล โกรซิคกี้</p> <p>ภาพโดย เปสเช</p> <p>Like Comment Share</p> <p>883</p> <p>ภาพบรรยากาศจากสนาม</p>	 <p>โปรแกรการแข่งขัน</p>
---	--



ตัวอย่างเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2559



ข่าวเกี่ยวกับนักฟุตบอล



ข่าวเกี่ยวกับโค้ช



ลิ่งค์ทรศนะ



ผลการแข่งขัน

- เนื้อหา P (Prediction) จำนวน 1 โพสต์ คือ คินนี่จอมทัพอย่าง "เบล" จะพามังกรแดงผงาดชัย  
ได้หรือไม่? หรือ เบลเยี่ยม ที่ได้ อาซาร์ กลับมาพิชิตสมบรูณ์จะโชว์โหดสมราคาทีมเต็ง? #  
เบลเยี่ยม #เวลส์ #euro2016 #ยูโร2016 #สยามกีฬา #siamSport



เนื้อหากระดับ P ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2559



แยกพิจารณาตามลักษณะโพสต์ เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

- 1) โพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต พบจำนวนมากที่สุด จำนวน 27 โพสต์ เป็นเนื้อหาการพนันระดับ I จำนวน 26 โพสต์ และเนื้อหาระดับ P จำนวน 1 โพสต์

ตัวอย่างโพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ตที่มีเนื้อหากระดับ I ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2559



ตัวอย่างโพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ตที่มีเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2559

<p><b>SiamSport</b> July 1 at 1:21am · 🌐</p> <p>ไปชมบรรยากาศก่อนเกม โปรแลนด์ - โปรตุเกส พร้อมเชิดธงชาติราของแฟนบอลทั้งสองทีม</p>  <p>euro2016.siamSPORT.CO.TH EURO2016.SIAMSPORT.CO.TH</p> <p>Like Comment Share</p> <p>👍👎👏 1K Top Comments</p> <p>2 shares 1 Comment</p>	<p><b>SiamSport</b> Page Liked July 1 · Edited 🌐</p> <p>ผลการแข่งขัน</p> <p>รอบ 8 ทีมสุดท้าย 30 กรกฎาคม 2559</p> <p>ฟุตบอลยูโร 2016</p>  <p>POLAND 3 PORTUGAL 5</p> <p>europa2016.siamSPORT.CO.TH</p> <p>Like Comment Share</p> <p>👍👎👏 555 Top Comments</p> <p>1 Reply July 1 at 4:45am</p> <p>1 Reply July 1 at 4:50am</p> <p>1 Reply July 1 at 4:50am</p> <p>1 Reply July 1 at 10:45am</p> <p>3 Reactions</p> <p>Write a comment...</p>
<p><b>SiamSport</b> July 1 at 5:22am · 🌐</p> <p>"โมนาลิซ่า" ีตราประทับจากอชมสยาม หลังโปรตุเกสเอาชนะจุดโทษโปรแลนด์ ผ่านเข้ารอบรองชนะเลิศ #โปแลนด์ #โปรตุเกส #ยูโร2016 #สยามสปอร์ต #siamSPORT</p>  <p>euro2016.siamSPORT.CO.TH EURO2016.SIAMSPORT.CO.TH</p> <p>Like Comment Share</p> <p>👍👎👏 874 Top Comments</p> <p>2 shares</p>	<p><b>SiamSport</b> July 1 at 9:00pm · 🌐</p> <p>จับตามองอะไรจะเกิดขึ้นใหม่?</p>  <p>คิดถึง? โพสต์ข้อความสื่อถึงโตในไอจี</p> <p>อดีตนักฟุตบอลทีมชาติไทย นิค นิลเดสสาลส์ นักข่าวชาวสวีเดน ตกเป็นประเด็นในสื่อและวงการฟุตบอล หลังโพสต์ รัสนัดคาถาบน ท่าอาวุธลึกลับ คริสเตียโน โรนัลโด อดีตแข้งทีมชาติโปรตุเกส แต่คาดเป็นเพียงความเข้าใจผิดของสื่อ เหตุฝ่ายหนึ่งนำธงสีธงสีผิดกันมากกว่า</p> <p>EURO2016.SIAMSPORT.CO.TH</p> <p>Like Comment Share</p> <p>👍👎👏 6.3K Top Comments</p> <p>14 shares</p>

โพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ตที่มีเนื้อหาระดับ P ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2559

**SiamSport**  
July 1 at 12:00pm · 🌐

คืนนี้จอมทัพอย่าง "เบล" จะทำประตูลงสกอตช์ได้หรือไม่? หรือ เบลเยียม ที่โต้ อาซาร์ ก็สมารถตีเสมอกับเจ้าบ่าวสกอตช์ได้?  
#เบลเยียม #เวลส์ #ยูโร2016 #ยูโร2016 #สยามกีฬา #siamSPORT



EURO 2016  
01/07/16  
Stade Pierre Mauroy (Stadium of Light)  
Round of 8  
Wales vs Belgium

มังกรแดงสู้เบรเบ็คฟอร์น, เบลเยี่ยมจัดเช็กฟิดอาซาร์

มังกรแดง เวลส์ ทีมชาติอันดับ 16 แกรนด์ เบล เบลเยี่ยมทีมแกร่งจากชาติแชมป์ยุโรป เบลเยี่ยมที่ระลอกสิบคว้าที่ตอง เบลเดน อาซาร์ สโมสรเวสต์แฮม ในศึกฟุตบอล ยูโร 2016 (รอบ 8 ทีมสุดท้าย) คืนวันศุกร์ที่ 1 ก.ค. สกอตช์

EURO2016.SIAMSPORT.CO.TH

Like Comment Share

👍👎👏 3K Top Comments

27 shares 25 Comments

2) โพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง โดยเป็นโพสต์ภาพ/คลิป จำนวน 9 โพสต์ เป็นเนื้อหาการพนัน ระดับ I ทั้งหมด

ตัวอย่างโพสต์ภาพหรือคลิปที่มีเนื้อหาระดับ I ในวันที่ 1 กรกฎาคม 2559

**SiamSport**  
July 1 at 6:00am · 🌐

ผลการแข่งขันรอบ 8 ทีมสุดท้าย ประจำวันพฤหัสบดีที่ 30 มิ.ย. 2559

**ผลการแข่งขัน**  
รอบก่อนรองชนะเลิศ

30 มิถุนายน 2559

**1-1**  
(120 นาทีรวม 1-1, โบนัสรวมจุดโทษ 3-3)

**โปแลนด์** **โปรตุเกส**

Like Comment Share

👍👎👏 2.6K Top Comments

70 shares 20 Comments

**SiamSport**  
July 1 at 1:15am · 🌐

รายชื่อผู้เล่นรอบ 8 ทีมสุดท้าย

**รายชื่อผู้เล่น รอบ 8 ทีมสุดท้าย**

โปแลนด์ 30 มิถุนายน 2559 เวลา 02:00 น. โปรตุเกส

ซุสึ ฟานินสกี 22	ลูซ ปาดริโอ 3
มิชาล พาสคาญ 2	เปเป้ 3
อาร์เทอร์ เบเรซึค 3	ไอซ์ ฟอนเท่ 4
คริสตอฟ บากินส์ 5	คริสตียาโน่ โรดริเกซ (C) 7
อาร์คาดึส มิซึค 7	ลูอูชา บารัง 10
(C) โรเบิร์ต เลวานดอฟสกี 9	ฌอแซฟ กอสซิลญัก 14
เคอโรลันโด โรดริเกซ 10	เปเรรา ลุยส์ 16
คาโอ โรดริเกซ 11	เนนี 17
คาบิล กิลิก 15	เออริคว 19
ยาญ บลาซออีฟสกี 16	เอเดรีย โซอารีส 21
ซุสึ ฟอลีก 20	ซาเคร็ง อีวา 23

HEAD COACH: โรดริเกซ (POL) / โรดริเกซ (POR)

Like Comment Share

👍👎👏 493 Top Comments

2 shares 2 Comments

**SiamSport** added 2 new photos.  
July 1 at 12:58am · 🌐

ผู้สื่อข่าวสยามสปอร์ต ส่งภาพกิจกรรมรายวันนักเตะโปแลนด์ ที่เตรียมเข้ามาเชียร์ในเกม โปแลนด์ พบ โปรตุเกส จากสนาม สตาดี เวลโดม โดยภาพทั้งหมดจะขึ้นที่ คีบอร์ดของ คาลิ โครซิคส์

ภาพโดย เนสเช่

Like Comment Share

👍👎👏 883

**SiamSport** added 9 new photos.  
July 1 at 1:19am · 🌐

ผู้สื่อข่าวสยามสปอร์ตส่งภาพบรรยากาศก่อนเกมในแบบฉบับน่ารักๆ เช็กซี ก่อนเกม โปแลนด์ พบ โปรตุเกส จากสนาม สตาดี เวลโดม โดยเฉพาะผู้สื่อข่าวสาวจากจีน จะชวนเหล่าหนุ่มๆ มาดูบอลกัน

ภาพโดย Birdpits

Like Comment Share

👍👎👏 9.7K Top Comments

46 shares 17 Comments

**SiamSport**  
July 1 at 12:51pm · 🌐

18 ปีกับ 316 วัน 🇵🇵

MOMENT OF THE DAY  
1 กรกฎาคม 2559

**เรนาโต้ ซานเชส**  
ทำสถิติเป็นนักเตะอายุน้อยสุดที่ยิงได้ในรอบน็อกเอาต์รายการนี้

ด้วยวัย 18 ปีกับ 316 วัน หลังเตะมันให้โปรตุเกส เสมอ โปแลนด์ 1-1 ก่อนจะซัดจุดโทษช่วงควอเตอร์สุดท้าย

Like Comment Share

👍👎👏 2.5K Top Comments

3 shares 17 Comments

**SiamSport**  
July 1 at 7:59pm · 🌐

กองเชียร์เบลเยียม ร่วมตัวกันร้องเพลงเชียร์อย่างสนุกสนาน ก่อนที่ทีมชาติโปรตุเกสจะคว้าแชมป์ในคืนนี้ #เบลเยียม #เวลส์ #ฟุตบอลต่างประเทศ #ยูโร2016 #euro2016 #สยามสปอร์ต

11K Views

Like Comment Share

👍👎👏 639 Top Comments

2 shares 1 Comment

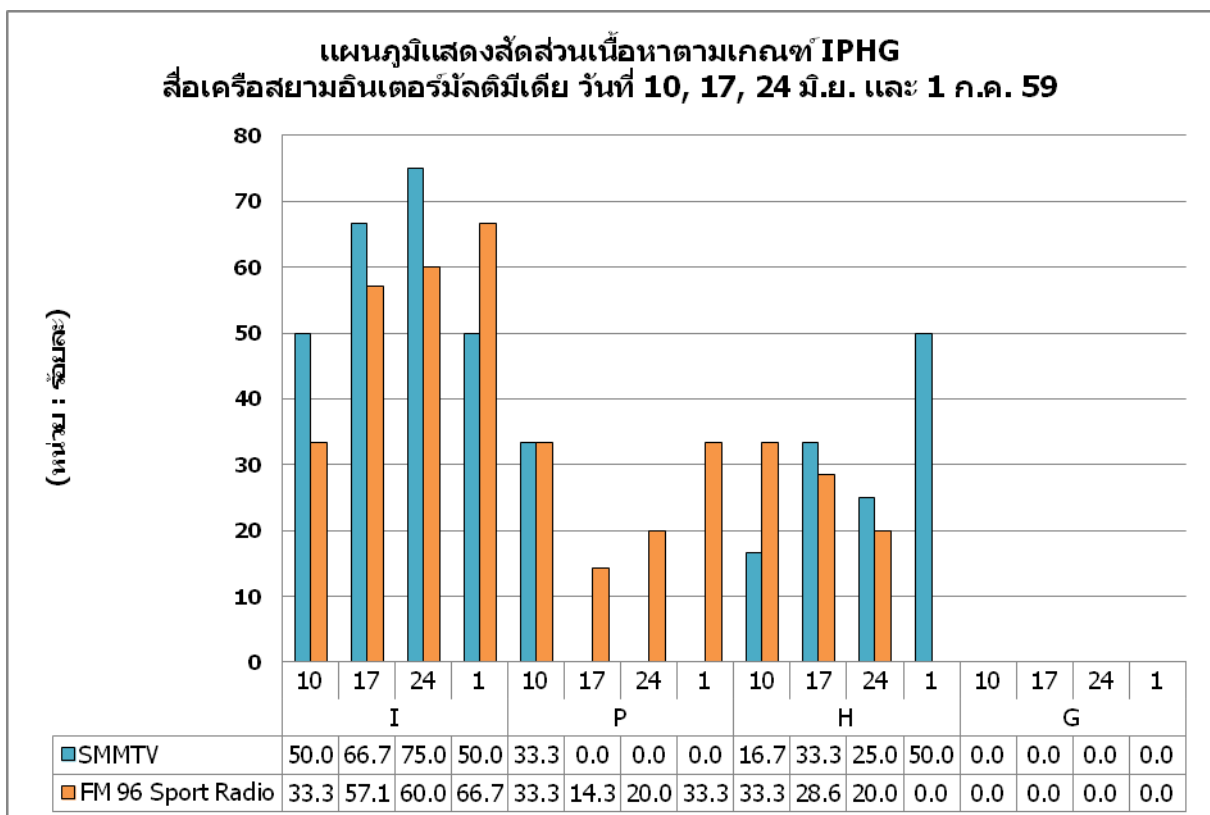


- 3) โพสต์ลิงค์จากแหล่งอื่นจำนวน 1 โพสต์ เป็นโพสต์ประเภทเนื้อหาการพนัน ระดับ I ซึ่งเป็นโพสต์  
 คลิปรายการ ยักษ์ ตะลุยฟุตบอล จาก Line TV



4. ผลการศึกษาความเชื่อมโยงของเนื้อหาในสื่อของกลุ่มสื่อและกลุ่มธุรกิจการกีฬา

4.1. ความเชื่อมโยงของสื่อในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีเดีย

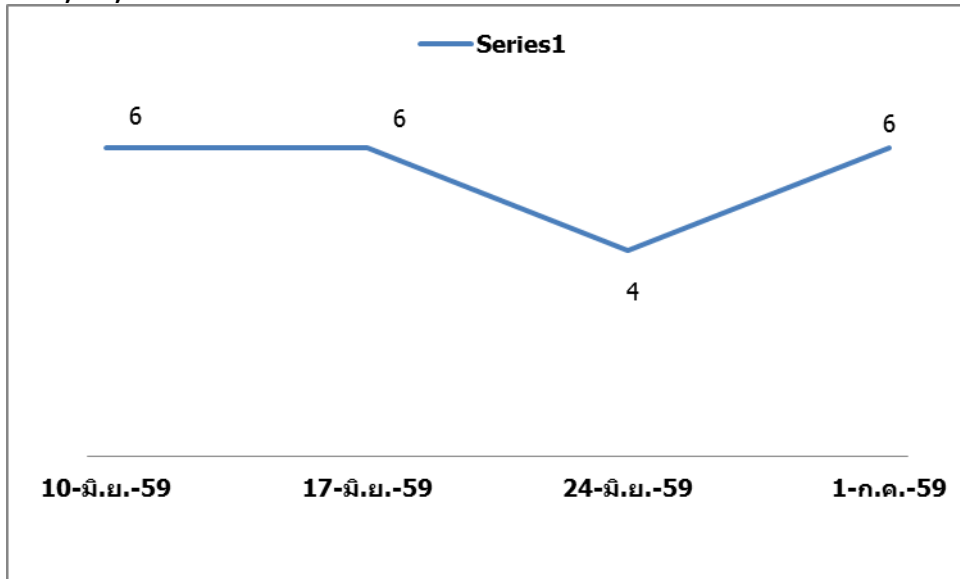


จากผลการศึกษาสรุปภาพรวมที่พบในแต่ละสื่อ และเปรียบเทียบเนื้อหาที่พบในแต่ละสื่อได้ดังนี้

1) สื่อโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม SMM TV

- จำนวนเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016

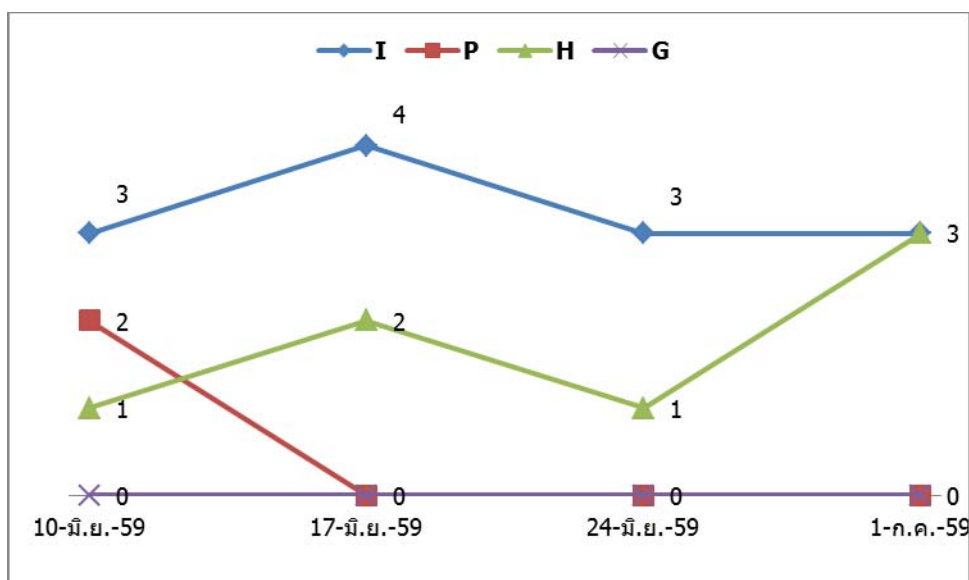
**กราฟแสดงจำนวนรายการเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบในสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม SMM TV ของวันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559**



จากการเก็บข้อมูลในช่วงวันที่ศึกษา พบว่า จำนวนรายการที่พบในช่อง SMM TV อยู่ที่จำนวนรวม 6 รายการในเกือบทุกวัน ยกเว้นวันที่ 24 มิ.ย. เพียงวันเดียวที่มีจำนวนรายการที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 เพียง 4 รายการ เนื่องจากเป็นวันที่พักการแข่งขัน ก่อนเข้าสู่การแข่งขันในรอบ 16 ทีมสุดท้าย ทำให้บางรายการที่เคยนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหานำเสนออีกฟากชนิดอื่นแทน

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG

**แผนภูมิแสดงจำนวนรายการที่นำเสนอเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG ของช่อง SMM TV วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 59**





จากแผนภูมิแสดงให้เห็นว่า เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG ที่พบทางช่อง SMMTV ส่วนใหญ่เป็นระดับการให้ข้อมูล (I) โดยวันที่ 17 มิ.ย. เป็นวันที่พบจำนวนรายการในกลุ่มนี้มากที่สุด 4 รายการ เนื่องจากเป็นวันที่มีการแข่งขันมากถึง 3 คู่ ส่วนในวันอื่น ๆ มีจำนวนเท่ากับ 3 รายการ กลุ่มที่พบรองลงมายังคงเป็นการให้อัตราต่อรอง (H) โดยจำนวนรายการที่พบมีจำนวนเปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนคู่ที่แข่งขันและรอบการแข่งขัน คือ พบน้อยเพียง 1 รายการ ในวันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันก่อนการแข่งขัน และวันที่ 17 มิ.ย. 59 ที่เป็นวันพักการแข่งขัน ขณะที่วันที่พบจำนวนรายการมากที่สุดคือวันที่ 1 ก.ค. ซึ่งเป็นวันที่เข้าสู่รอบลึก ๆ ของการแข่งขัน คือรอบ 8 ทีมสุดท้าย ขณะที่การทำนายผลการแข่งขัน (P) พบเพียงวันที่ 10 มิ.ย. 59 เพียงวันเดียว และไม่พบเนื้อหาซึ่งต้องการพนัน (G)

#### ตัวอย่างเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG

- I (Information) พบจำนวน 3 รายการ ได้แก่ รายการ Sport Break, สนามข่าว 96 และขอบสนามลีกไทย เนื้อหาที่พบ ได้แก่ สีสันและบรรยากาศการแข่งขัน โปรแกรมแข่งขัน ผลการแข่งขัน รายชื่อนักเตะ และความพร้อมของทีม เป็นต้น
- P (Prediction) พบจำนวน 1 รายการ ได้แก่ รายการ World Sport มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบคือ "มังกรโคโมโดในสวนสัตว์ปารีส เลือกฝรั่งเศสเป็นผู้ชนะ" (World Sport 10-06-59)
- H (Handicap) พบจำนวน 3 รายการ ได้แก่ รายการเกาะติดยูโร, คู่ชวากีฬาไทย และตะลุยกแดนลูกหนังไทย มีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ให้ข้อมูล มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง
  - "ใครเอเชียกับเซ็ค คู่นี้แฮนดิแคปยังเปิดมาให้ใครเอเชียเป็นต่ออยู่ที่ครึ่งลูกกลบ 5 (ผู้ดำเนินรายการ, ตะลุยกแดนลูกหนังไทย, 17-06-59)
  - "สกอร์คู่นี้ผมว่าเบลเยี่ยมน่าจะเฉือนชนะเวลส์ไปได้ 1-0 หรือ 2-0" (ผู้ดำเนินรายการ, เกาะติดยูโร, 1 ก.ค. 59)
  - "ออสเตรเลีย-ฮังการี "มองว่าออสเตรเลียดีกว่า ชนะกันได้ 1 ประตูเป็นอย่างน้อย" (ผู้ดำเนินรายการ, เกาะติดยูโร, 16-06-59)

- เนื้อหาการชิงโชค

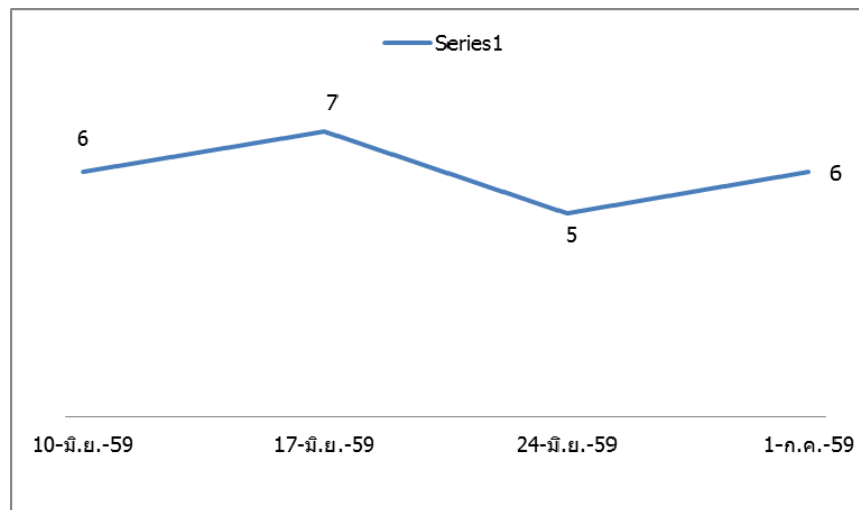
พบเพียง 1 ครั้ง คือวันที่ 10 มิ.ย. 59 เป็นข่าวกิจกรรมชิงโชคทายผลการแข่งขันโดยไปรษณีย์ไทย (คู่ชวากีฬาไทย, 10-06-59) ไม่พบเนื้อหาการชิงโชคที่จัดกิจกรรมโดยสถานี

ทั้งนี้ ไม่พบเนื้อหากรณีต่อต้านการพนัน ทางช่อง SMM TV

## 2) สื่อวิทยุ FM 96 Sport Radio

- จำนวนเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016

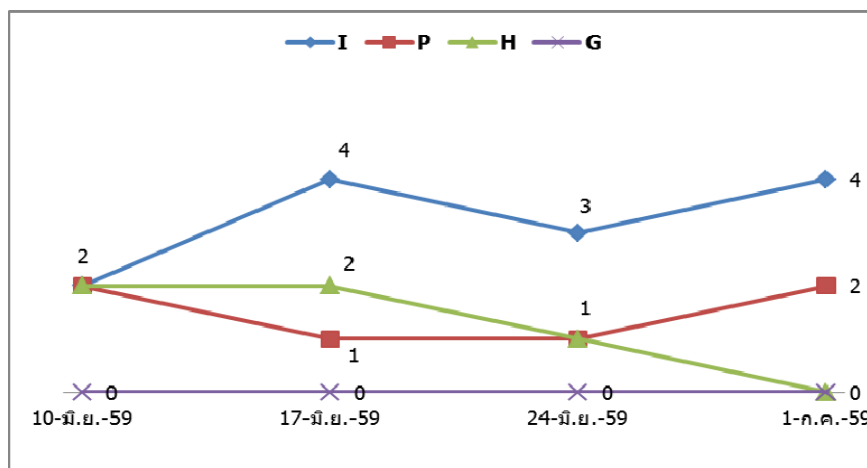
**แผนภูมิแสดงจำนวนรายการที่นำเสนอเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG ของสถานีวิทยุ FM 96 Sport Radio วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 59**



จากแผนภูมิแสดงให้เห็นว่า FM 96 Sport Radio มีจำนวนรายการที่พบเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ค่อนข้างใกล้เคียงกันในแต่ละวัน โดยวันที่ 17 มิ.ย. 59 เป็นวันที่พบจำนวนรายการมากที่สุด คือ 7 รายการ เนื่องจากปัจจัยจำนวนคู่ที่เข้าแข่งขันในวันดังกล่าวที่มีมากถึง 3 คู่ ขณะที่วันที่พบจำนวนรายการน้อยที่สุด คือวันที่ 24 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันที่พักการแข่งขัน จึงทำให้บางรายการที่เคยมีเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ปรับเปลี่ยนเนื้อหารายการเสนอเนื้อหากีฬาชนิดอื่นแทน คล้ายกับที่พบจากผลการศึกษาในสื่อโทรทัศน์ดาวเทียมช่อง SMM TV

- เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG

**แผนภูมิแสดงจำนวนรายการที่นำเสนอเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG ของสถานีวิทยุ 96 Sport radio วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 59**



จากแผนภูมิแสดงให้เห็นว่า เนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG ที่พบทาง FM 96 Sport ส่วนใหญ่เป็นระดับการให้ ข้อมูล (I) โดยพบ 2 วันที่มีจำนวนรายการในกลุ่มนี้มากที่สุด คือ 4 รายการเท่ากัน คือ วันที่ 17 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันที่มีการแข่งขันมากถึง 3 คู่ ส่วนในวันที่ 1 ก.ค. 59 ก็เป็นวันที่เข้าสู่การแข่งขันรอบ 8 ทีมสุดท้าย ขณะที่วันที่ 24 มิ.ย. มีจำนวนรายการลดลงจาก 2 วันก่อนและหลัง เพราะเป็นวันที่พักการแข่งขัน แต่จำนวนที่พบลดลงเพียง 1 รายการเท่านั้น กลุ่มที่มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจที่สุดในการศึกษา ช่วงที่ 2 คือ การให้อัตราต่อรอง (H) คือพบแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ จากวันแรกที่ศึกษา คือ จาก 2 รายการที่ พบในวันที่ 10 และ 12 มิ.ย. 59 ลดลงเหลือเพียง 1 รายการในวันที่ 14 มิ.ย. 59 ซึ่งอาจเพราะเป็นวันที่พัก การแข่งขัน แต่สิ่งที่น่าสนใจคือจำนวนรายการที่พบในวันที่ 1 ก.ค. 59 ซึ่งเป็นการแข่งขันในรอบลึก ๆ กลับ ลดจำนวนลงไปจนไม่เหลือรายการในกลุ่มนี้เลย และไปเพิ่มจำนวนขึ้นในกลุ่มการทำนายผลการแข่งขัน แทน (P)

#### ตัวอย่างเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG

- I (Information) พบจำนวน 5 รายการ ได้แก่ ข่าวต้นชั่วโมง, ข่าวกีฬาจากทางสถานี, อินไซด์ยู โร, ตะลุยแดนลูกหนังไทย, สองเศรษฐกิจ เนื้อหาที่พบ ได้แก่ โปรแกรมการแข่งขัน รายงาน ผลการแข่งขัน เป็นต้น
- P (Prediction) พบจำนวน 2 รายการ ได้แก่ มองอย่างเขียน และ ฟุตบอล 2016 นิวส์ ผู้ให้ ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้ดำเนินรายการ มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง
  - “ผมยังมองไปที่โครเอเชีย..วันนี้เจอกับทีมเช็กที่มีแนวรับใช้ได้ แต่ผมว่าด้านไม่อยู่หรือ ผมว่าโครเอเชียชนะได้” (ผู้ดำเนินรายการ, มองอย่างเขียน, 17-06-59)
  - “คู่นี้ผมยังเชียร์ไปที่เบลเยียมครับ น่าจะผ่านได้ แม้เวลส์จะมีเกมรับที่ดี” (ผู้ดำเนิน รายการ, มองอย่างเขียน, 01-07-59)
  - “ถ้าเอาความคิดผม ทีมที่เป็นรองบ่อนแล้วมีโอกาสพลิกมากที่สุดผมว่าเป็นไอซ์แลนด์” (ช่วงตอบคำถามจาก SMS และ Facebook, มองอย่างเขียน, 24-06-59)
- H (Handicap) พบจำนวน 3 รายการ ได้แก่ รายการสปอร์ต ฟรีสไตล์...จัดไปดี, มองอย่าง เขียน By Mr.X และ Preview the Match มีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ให้ข้อมูล มีคำ/ข้อความ สำคัญที่พบ ดังตัวอย่าง
  - “เกมนี้เต็มทีเลยฝรั่งเสสน่าจะแค่เฉือนชนะโรมาเนียไปประมาณ 2 ประตูต่อ 1 ถือเป็น สกอร์ที่ค่อนข้างจะเป็นที่นิยมกันในนัดเปิดสนาม” (ผู้ดำเนินรายการ, มองอย่างเขียน by Mr.X, 10-06-59)
  - ช่วงเล่นเกมชิงของรางวัลช่วงเล่นเกมชิงของรางวัล
    - ใจ้ (ผู้ดำเนินรายการ) : คิดว่าสกอร์ในคู่นี้จะจบอย่างไรดีครับ
    - ปัญจะ (ผู้ฟังทางบ้าน) : เสมอ 1-1 ครับ

(สปอร์ต ฟรีสไตล์...จัดไปได้, 17-06-59)

— ช่วงตอบคำถามจาก SMS และ Facebook

- สมศักดิ์ (ผู้ฟังทางบ้าน) : อิตาลีจะชนะ 2-0

- ใจ (ผู้ดำเนินรายการ) : ก็มีโอกาเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้น กับสกอร์นี้ คือในยูโรครั้งนี้พันธงลำบาก (Preview the Match, 17-06-59)

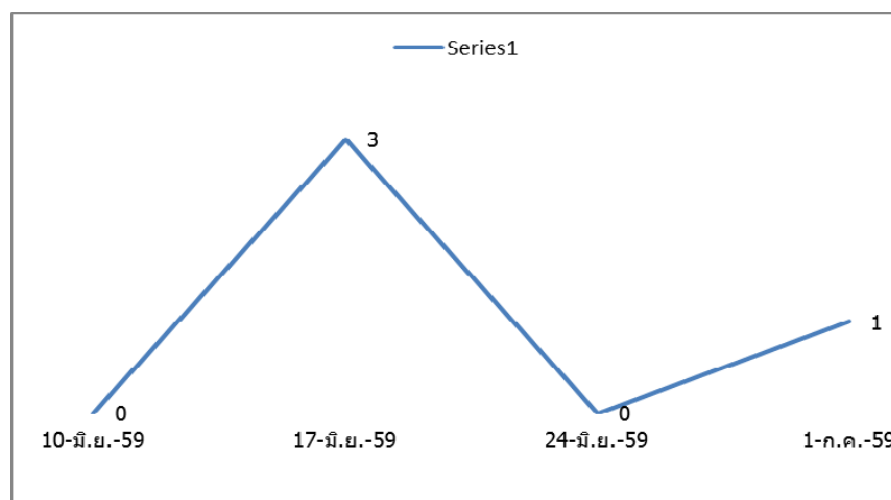
— “ตอนที่ที่บ่อนรับพนันถูกกฎหมายของต่างประเทศให้ฝรั่งเศสเป็นเต็งหนึ่ง ถ้าใครอยากจะเสี่ยงลงทุนกับทางฝั่งต่างประเทศ... 1 ปอนด์ ก็จะได้คืนมา 5 ปอนด์ ถ้าตีเป็นเงินไทยก็ 100 ได้ 400...อันดับ 2 เป็นเยอรมัน เต็ง 3 สเปน เต็ง 4 เบลเยียม เต็ง 5 โครเอเชีย...เต็ง 6 อังกฤษ ใครอยากลงทุน 100 ได้ 900 สำหรับอังกฤษ (สปอร์ต ฟรีสไตล์...จัดไปได้, 24-06-59)

— “ตัวเต็งดาวซัลโวอันดับ 1 ตอนนี้ เป็น แกเร็ธ เบล ห่างจากโมรัต้าไม่เท่าไร ถ้าหยุดเล่นๆสัก 100 ก็จะได้ 423 บาท เต็ง 2 อาวาโร่ โมรัต้า กับ คริสเตียโน่ โรนัลโด้...อันดับสุดท้ายที่มีโอกาสจะเป็นดาวซัลโวสูงสุด คือ อันเดส อินเนสต้า 300:1 คือหยุดเล่นๆ 100 เอาไปเลย 3 หมื่น (สปอร์ต ฟรีสไตล์...จัดไปได้, 24-06-59)

● เนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนัน พบจำนวน 1 ครั้ง ในรูปแบบโฆษณา รณรงค์ให้เลิกเล่นการพนันด้วยการโทรปรึกษา “1323 สายด่วนสุขภาพจิตเลิกพนัน” โดยพบในรายการมองอย่างเขียนวันที่ 24 มิ.ย. 59

● เนื้อหาการชิงโชค

**แผนภูมิแสดงจำนวนรายการที่นำเสนอเนื้อหาการชิงโชค ของสถานีวิทยุ 96 Sport radio วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 59**



พบจำนวน 4 ครั้ง แบ่งเป็นวันที่ 17 มิ.ย. 59 จำนวน 3 ครั้ง ด้วยวิธีการโทรศัพท์ตอบคำถามในช่วง 1st Score Game และวันที่ 1 ก.ค. 59 จำนวน 1 ครั้ง ในรูปแบบการตอบคำถามทายผลการแข่งขันผ่านทาง Facebook ของสถานี เมื่อดูจากปัจจัยที่ทำให้พบเนื้อหาการชิงโชคในคลื่น FM 96 Sport Radio จาก ทั้ง 2 วันดังกล่าว อาจเป็นเพราะเป็นวันที่มีการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 โดยจำนวนครั้งที่พบอาจมีความ สอดคล้องกับจำนวนคู่หรือการแข่งขันที่เกิดขึ้นในแต่ละวันที่ศึกษา กล่าวคือ ในวันที่ 10 มิ.ย. 59 ยังไม่พบ เนื้อหาการชิงโชค เนื่องจากเป็นวันก่อนเริ่มการแข่งขัน เนื้อหาที่พบส่วนมากจะเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการ แข่งขันเป็นส่วนมาก แต่หลังจากนั้นผลการศึกษาพบว่า วันที่ 17 มิ.ย. 59 มีเนื้อหาการชิงโชคถึง 3 ครั้ง เนื่องจากวันดังกล่าวมีการแข่งขันถึง 3 คู่ ขณะที่จำนวนเนื้อหาการชิงโชคกลับไม่พบในผลการศึกษารวันที่ 24 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันพักการแข่งขัน และกลับมาพบอีกครั้งในวันที่ 1 ก.ค. 59 ที่มีการแข่งขันในรอบ 8 ทีม สุดท้ายจำนวน 1 คู่

#### ตัวอย่างเนื้อหาการชิงโชค

1) รายการ Preview the Match พบจำนวน 3 ครั้ง ในรูปแบบการให้โทรศัพท์เข้ามาทาย ผลในช่วง 1st Score Game ว่าทีมใดจะยิงประตูขึ้นนำได้ก่อน โดยมีของรางวัลเป็นกีฬาวอลเลย์บอล จาก Ensogo และเสื้อกีฬา/กระเป๋าเป้ ที่สนับสนุนโดยเปียร์ซ้าง

2) รายการสปอร์ตฟริสสไตล์...จัดไปดี พบจำนวน 1 ครั้ง ในรูปแบบให้ทายผลผ่านทาง Facebook ว่านักเตะทีมใดจะได้ใบเหลืองก่อนในเกมการแข่งขัน มีคำ/ข้อความสำคัญที่พบ ดัง ตัวอย่าง

- ช่วง 1st Score Game ทายคู่ระหว่าง เช็ก กับ โครเอเชีย ว่าทีมชาติใดจะยิงประตู ได้ก่อน..ช่วงนี้สนับสนุนโดย Ensogo เบอร์โทรศัพท์ 02-694-3425-6....คุณศุภสิริ : โครเอเชีย....คุณปัญจะ : เช็ก เสมอ 1-1 (Preview the Match, 17-06-59)
- การร่วมสนุกให้ผู้ฟังทางบ้านตอบคำถามผ่าน Facebook Fanpage ของทาง รายการ จากคำถาม “เวลส์ กับ เบลเยียม “นักเตะทีมชาติใดจะได้ใบเหลืองก่อน กัน” ชิงของรางวัล เสื้อยืด จาก Adidas (สปอร์ตฟริสสไตล์.....จัดไปดี, 01-07-59)

#### ความเชื่อมโยงระหว่างสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุในเครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย

จากการศึกษาสื่อหลักทั้ง 2 สื่อ คือ สถานีโทรทัศน์ SMMTV และสถานีวิทยุ FM 96 Sport Radio พบว่า ทั้ง 2 สื่อมีรูปแบบรายการที่พบใกล้เคียงกัน คือ เน้นที่รูปแบบการเล่าข่าว/คุยข่าว และรูปแบบ วิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอลยูโร เนื้อหารายการที่พบทั้ง 2 สื่อมีลักษณะคล้าย ๆ กัน คือเน้นการให้ข้อมูล ทั่วไปเป็นหลัก ทั้ง 2 สื่อมีการรายงานสดจากประเทศฝรั่งเศส โดยพบช่วง อินไซด์ยูโร ในรายการ เกาะติดยูโร ทางช่อง SMMTV และรายการอินไซด์ยูโร ทาง FM 96 Sport Radio



ส่วนเนื้อหาที่ไปถึงระดับการพนัน พบว่าทั้ง 2 สื่อมีเนื้อหาในระดับการให้อัตราต่อรอง (H) ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลผ่านผู้ดำเนินรายการคนเดียวกันทั้ง 2 สื่อ คือ นายสุรสิทธิ์ ยอดปัญญา หรือ Mr.X จะเป็นผู้ทำหน้าที่วิเคราะห์การแข่งขันของคู่ที่จะทำการแข่งขันในแต่ละวัน โดยการบอกอัตราต่อรอง หรือการคาดการณ์จำนวนประตูที่จะเกิดขึ้นในแต่ละคู่ เช่น

- "ใครเอเชียกับเซค คู่นี้แฮนดิแคปยังเปิดมาให้ใครเอเชียเป็นต่ออยู่ที่ครึ่งลูกจบ 5 (ผู้ดำเนินรายการ, ตะลุยแดนลูกหนังไทย, 17-06-59)
- "เกมนี้เต็มทีเลยฝรั่งเศสน่าจะแค่เฉือนชนะโรมาเนียไปประมาณ 2 ประตูต่อ 1 ถือว่าเป็นสกอร์ที่ค่อนข้างจะเป็นที่นิยมกันในนัดเปิดสนาม" (FM 96 Sport Radio, มองอย่างเขียน by Mr.X, 10-06-59)

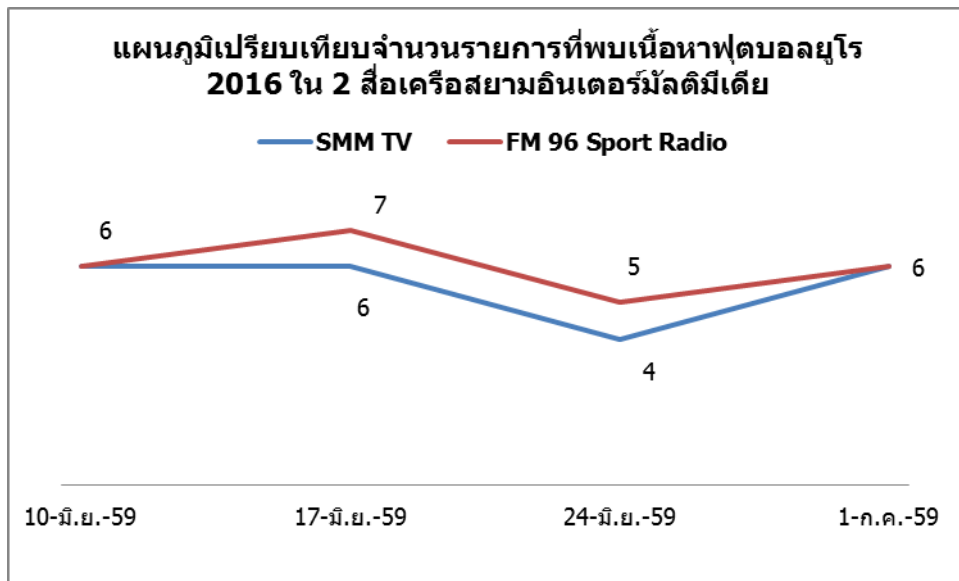


Mr.X ผู้ให้ข้อมูลอัตราต่อรองทางช่อง SMMTV และ FM 96 Sport radio

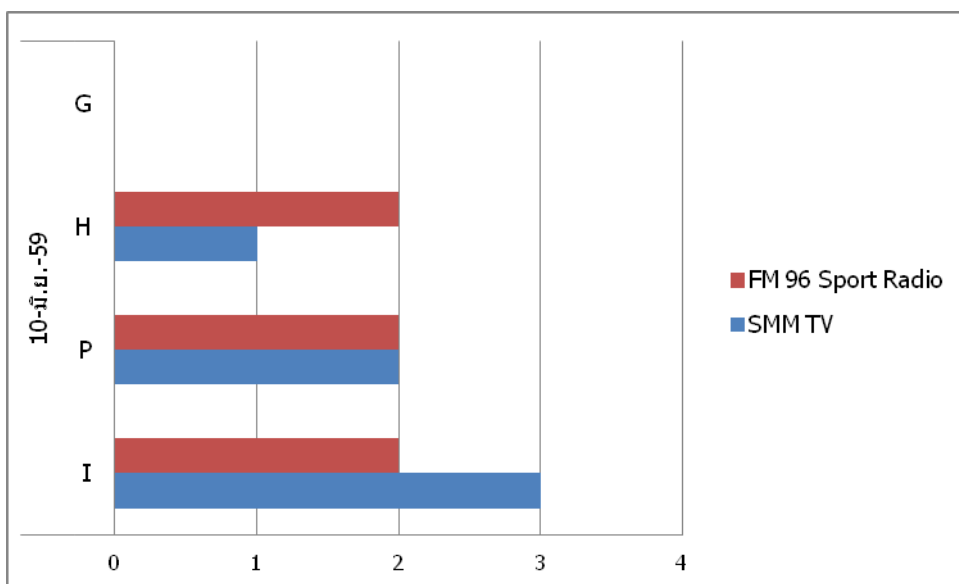


การรายงานสดจากต่างประเทศ ช่วงอินไซด์ยูโร ช่อง SMMTV และพบรายการอินไซด์ยูโร ทาง FM 96 Sport radio

เปรียบเทียบการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโรระหว่าง 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559 ของสื่อในเครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย



แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนรายการของเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G ของสื่อในเครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย วันที่ 10 มิ.ย. 59

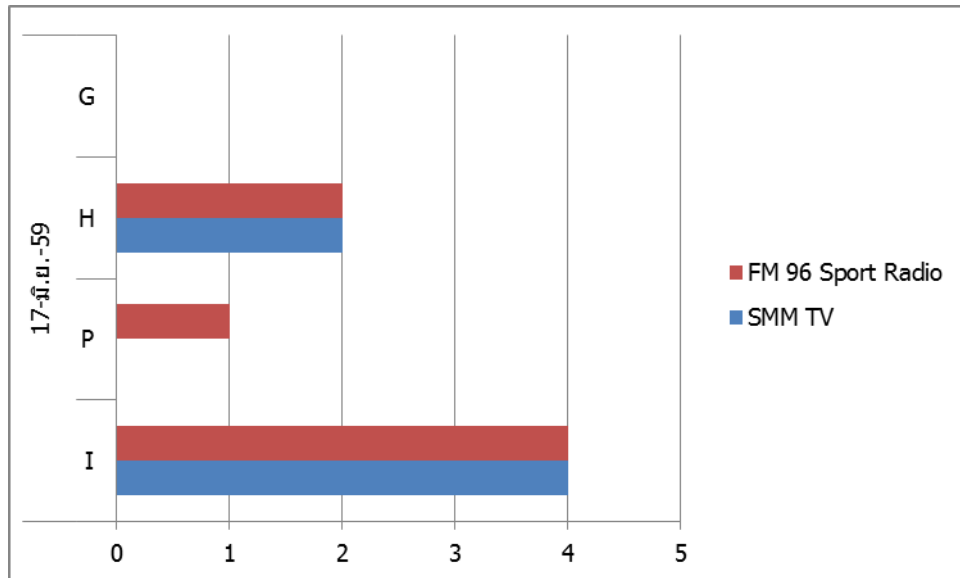


จากแผนภูมิแสดงจำนวนรายการเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G ของสื่อในเครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย ทั้ง 2 สื่อ พบว่า

วันที่ 10 มิ.ย. 59 เป็นวันก่อนการแข่งขันคู่เปิดสนาม พบว่า จำนวนรายการที่นำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ของทั้ง 2 สื่อมีจำนวนเท่ากัน คือ 6 รายการ แต่การนำเสนอเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG ของทั้ง 2 สื่อมีความแตกต่างกัน คือ สื่อโทรทัศน์เน้นระดับการให้ข้อมูล (I) เป็นส่วนใหญ่ พบ

จำนวนครั้งหนึ่งของจำนวนรายการทั้งหมด คือ 3 รายการ ขณะที่พบเนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) รองลงมา คือ 2 รายการ และมีเนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) เพียงเล็กน้อย คือ 1 รายการ ขณะที่สื่อวิทยุมีเนื้อหาทั้ง 3 กลุ่มเช่นเดียวกับในสื่อโทรทัศน์ แต่จำนวนรายการที่พบของทั้ง 3 กลุ่ม มีจำนวนเท่ากันคือ 2 รายการ และไม่พบเนื้อหาชี้ช่องการพนัน (G) ทั้ง 2 สื่อ

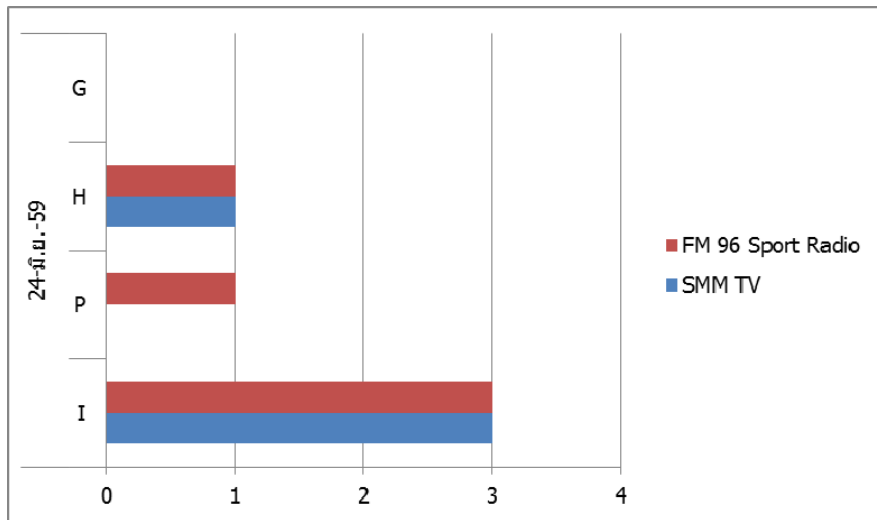
แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนรายการของเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G ของสื่อในเครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย วันที่ 17 มิ.ย. 59



วันที่ 17 มิ.ย. 59 เป็นรอบแบ่งกลุ่มนัดสอง มีการแข่งขัน 3 คู่ ได้แก่ เยอรมัน-โปรแลนด์ 01:30 น. , อิตาลี-สวีเดน 20:00 น. , เช็ก-โครเอเชีย 23:00 น. โดยสื่อวิทยุมีจำนวนรายการที่พบเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เพิ่มขึ้นกว่าวันที่ 10 มิ.ย. 59 คือพบจำนวน 7 รายการ ขณะที่สื่อโทรทัศน์มีจำนวนรายการคงที่

เมื่อพิจารณาเนื้อหาตามเกณฑ์ I P H G พบว่า เนื้อหาระดับการให้ข้อมูล (I) พบมากที่สุด ในทั้ง 2 สื่อ คือจำนวน 4 รายการเท่ากัน ซึ่งเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นจากที่พบในวันที่ 10 มิ.ย. 59 จำนวน 1 รายการเท่ากันทั้ง 2 สื่อ เนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) พบจำนวนรายการลดลงจากวันที่ 10 มิ.ย. 59 ทั้ง 2 สื่อ คือ สื่อวิทยุลดจากจำนวน 2 รายการ เป็น 1 รายการ ขณะที่สื่อโทรทัศน์ไม่พบเนื้อหาในกลุ่มนี้เลย จากที่เคยพบจำนวน 2 รายการ ขณะที่เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) ของสื่อโทรทัศน์กลับพบเพิ่มขึ้น จากจำนวน 1 รายการเป็น 2 รายการ หากแต่สื่อวิทยุยังพบจำนวนรายการในกลุ่มนี้เท่าเดิม คือ 2 รายการ และไม่พบเนื้อหาชี้ช่องการพนัน (G) ทั้ง 2 สื่อ

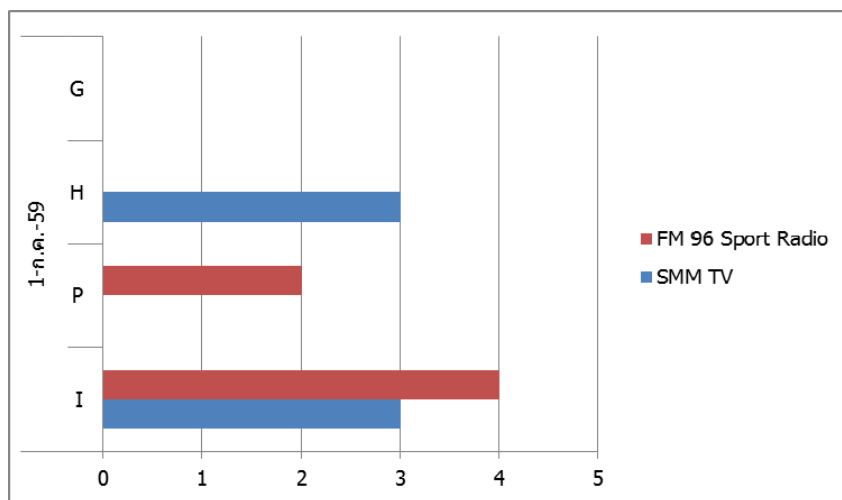
แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนรายการของเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G ของสื่อในเครือข่ายวิทยุ โทรทัศน์อินเตอร์เนตมีเดีย วันที่ 24 มิ.ย. 59



วันที่ 24 มิ.ย. 59 เป็นช่วงพักการแข่งขันรอบแรกก่อนเข้าสู่ รอบ 16 ทีมสุดท้าย เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พบจำนวนรายการที่นำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อเครือข่ายวิทยุ โทรทัศน์อินเตอร์เนตมีเดียมีจำนวนลดลงทั้ง 2 สื่อ

และเนื่องจากเป็นวันที่พักการแข่งขัน จึงพบจำนวนรายการที่นำเสนอเนื้อหาระดับการให้ข้อมูล (I) สูงที่สุด โดยพบจำนวน 3 รายการเท่ากันทั้ง 2 สื่อ ขณะที่เนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) พบปริมาณเท่ากับในวันที่ 17 มิ.ย. 59 คือ สื่อวิทยุพบจำนวน 1 รายการ และไม่พบในสื่อโทรทัศน์ ขณะที่เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) พบลดลงจากจำนวน 2 รายการ เหลือจำนวน 1 รายการเท่ากันทั้ง 2 สื่อ และไม่พบเนื้อหาชี้ช่องการพนัน (G) ทั้ง 2 สื่อ

แผนภูมิเปรียบเทียบจำนวนรายการของเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G ของสื่อในเครือข่ายวิทยุ โทรทัศน์อินเตอร์เนตมีเดีย วันที่ 1 ก.ค. 59



วันที่ 1 ก.ค. 59 เป็นรอบ 8 ทีมสุดท้าย มีการแข่งขัน 1 คู่ พบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ที่นำเสนอโดยสื่อในเครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย เพิ่มสูงขึ้นจากวันที่ 24 มิ.ย. 59 ทั้ง 2 สื่อ เมื่อพิจารณาเนื้อหาตามเกณฑ์ I P H G พบว่า สื่อโทรทัศน์ มีจำนวนรายการที่พบเนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) เพิ่มมากขึ้นจนมีจำนวนเท่ากับเนื้อหาระดับการให้ข้อมูล (I) คือพบจำนวน 3 รายการเท่ากัน ซึ่งอาจเป็นผลเพราะเริ่มเข้าสู่การแข่งขันในรอบลึก ๆ ที่เหลือทีมที่เข้าแข่งขันน้อยลง จึงทำให้สถานีปรับเปลี่ยนเนื้อหารายการเพื่อให้เข้าสถานการณ์การแข่งขันไปด้วย ซึ่งต่างจากสื่อวิทยุอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากสื่อวิทยุยังเน้นเนื้อหาระดับการให้ข้อมูล (I) มากที่สุด เช่นเดียวกับทุก ๆ วันที่ศึกษา และมีรายการทำนายผลการแข่งขัน (P) บ้าง แต่ต่างที่รายการที่ให้ให้อัตราต่อรอง (H) ที่เคยพบในทุกวันที่ศึกษา กลับไม่พบในผลการศึกษานี้ ซึ่งเป็นบทบาทที่แตกต่างออกไปจากที่พบในผลการศึกษาของสื่อโทรทัศน์ในเครือเดียวกัน

จากข้อมูลดังกล่าว อาจสรุปได้ว่า

สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุในเครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย มีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ที่ไม่แตกต่างกันนัก เมื่อดูจากจำนวนรายการพบว่า มีจำนวนที่พบในแต่ละวันที่ใกล้เคียงกัน และเป็นไปตามบริบทของการแข่งขัน เช่น พบจำนวนรายการเพิ่มขึ้นในวันที่มีจำนวนคู่ที่แข่งขันหลายคู่ และจำนวนรายการลดลง เมื่อเข้าสู่ช่วงพักการแข่งขัน เมื่อพิจารณาเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG ของทั้ง 2 สื่อพบว่า เน้นไปที่ระดับการให้ข้อมูล (I) มากกว่าเนื้อหาในกลุ่มอื่น ๆ ขณะที่เนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) พบในจำนวนที่ไม่มากนักทั้ง 2 สื่อ สิ่งที่ทำให้การนำเสนอเนื้อหาของทั้ง 2 สื่อมีความแตกต่างกัน คือ เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) เมื่อพบว่า สื่อวิทยุที่พบจำนวนรายการมากกว่าสื่อโทรทัศน์ในวันแรกของการศึกษา (10 มิ.ย. 59 วันก่อนเริ่มการแข่งขัน) กลับพบแนวโน้มของจำนวนรายการที่ลดลงเรื่อย ๆ จนในวันสุดท้ายของการศึกษา (1 ก.ค. 59) ไม่พบจำนวนรายการในกลุ่มนี้ของสื่อวิทยุเลย ซึ่งเป็นบทบาทที่แตกต่างจากสื่อโทรทัศน์ ที่พบจำนวนรายการที่ให้อัตราต่อรอง (H) น้อยในวันแรกของการแข่งขัน และมีจำนวนรายการที่พบไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมากนักในวันที่ 17 และ 24 มิ.ย. 59 แต่กลับพบจำนวนรายการเพิ่มสูงขึ้นในวันที่ 1 ก.ค. โดยมีจำนวนรายการเท่ากับระดับการให้ข้อมูลทั่วไป (I)

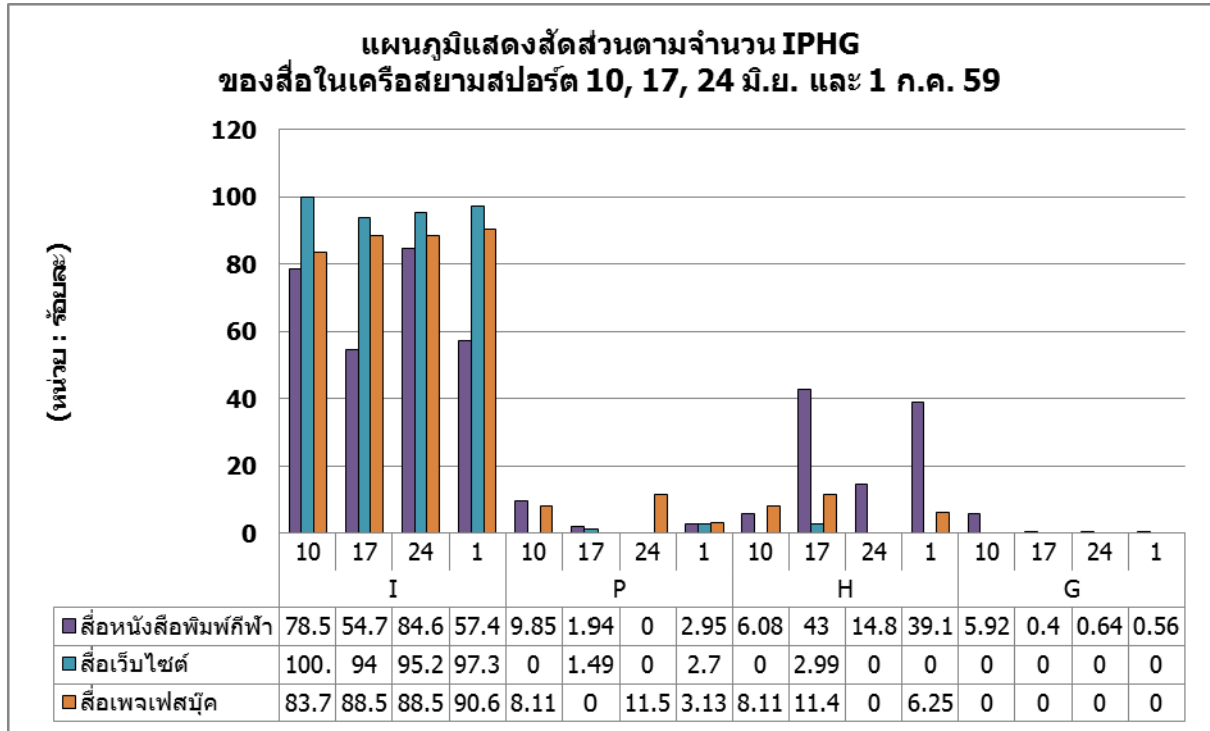
เมื่อพิจารณาจากข้อมูลดังกล่าว อาจแสดงให้เห็นว่าเครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย อาจให้ความสำคัญกับสื่อทั้ง 2 ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกัน เพราะนอกเหนือจากจำนวนรายการและเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG ที่พบจำนวนแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยแล้ว ทั้ง 2 สื่อยังใช้บุคลากรที่นำเสนอเนื้อหาพร้อมกันทั้งผู้ดำเนินรายการ



เขียนบอกลที่เป็นผู้ให้อัตราต่อรองของคู่ที่ทำการแข่งขัน หรือแม้กระทั่งทีมงานที่ทำหน้าที่รายการ  
ข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการแข่งขันจากประเทศฝรั่งเศส ก็พบจากทั้ง 2 สื่อเช่นเดียวกัน

#### 4.2 สื่อในเครือข่ายสยามสปอร์ตซินดิเคท

5

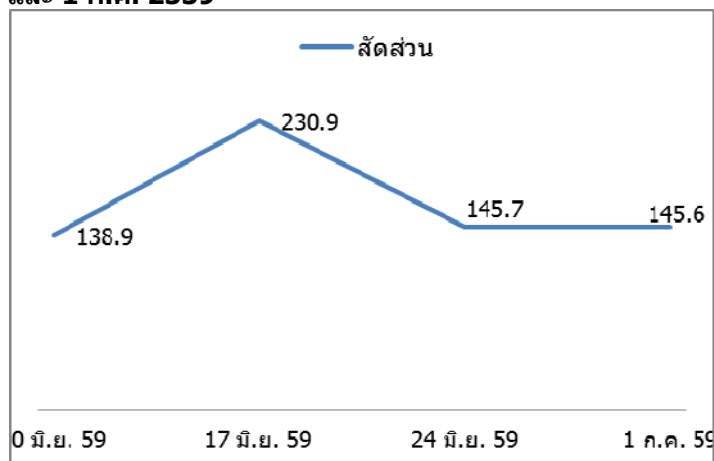


จากผลการศึกษารูปภาพรวมที่พบในแต่ละสื่อ และเปรียบเทียบเนื้อหาที่พบในแต่ละสื่อได้ดังนี้

#### 1) สื่อหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน

- จำนวนเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016

**กราฟแสดงสัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 สื่อหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือข่ายสยามสปอร์ตของวันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559**



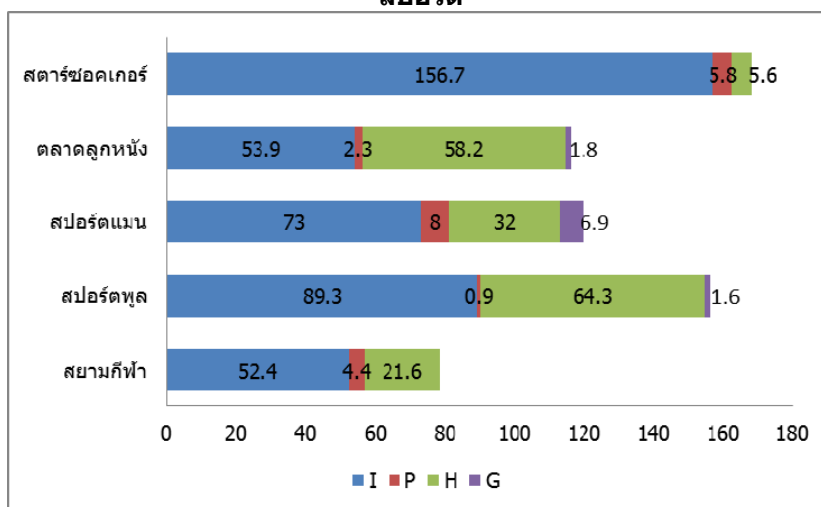
จากการเก็บข้อมูลในช่วงวันที่ศึกษาเมื่อนำสัดส่วนของหนังสือพิมพ์ทั้ง 5 ฉบับ พบว่า จำนวน สัดส่วนที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 เทียบกับเนื้อหาอื่นในวันที่ 17 มิ.ย. 59 มีสัดส่วนมากที่สุดรองลงมา คือ วันที่ 24 มิ.ย. 59 ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกับวันที่ 1 ก.ค. 59 และวันที่ 10 มิ.ย. 59 พบสัดส่วนน้อยที่สุด

จะเห็นได้ว่าจำนวนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลยูโร 2016 ของหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ต มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากวันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันก่อนการแข่งขัน โดยในวันที่ 17 มิ.ย. 59 มีสัดส่วนเนื้อหา สูงสุดเมื่อเทียบกับทั้ง 4 วัน ซึ่งวันดังกล่าวอยู่ในช่วงการแข่งขันรอบแรก และมีการแข่งขันถึง 3 คู่ ได้แก่ เยอรมัน-โปแลนด์ 01:30 น. , อิตาลี-สวีเดน 20:00 น. , เช็ก-โครเอเชีย 23:00 น. จึงอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้ สัดส่วนเนื้อหาเพิ่มสูงขึ้นและสูงกว่าวันที่ 24 มิ.ย. 59 ซึ่งอยู่ในช่วงพักหลังจบการแข่งขันรอบแรก เพื่อรอแข่งขันในรอบ 16 ทีม และวันที่ 1 ก.ค. 59 ที่อยู่ในช่วงการแข่งขันรอบ 8 ทีม แต่มีการแข่งขันเพียง 1 คู่ คือ โปรตุเกส-โปแลนด์ 02:00 น. เท่านั้น

โดยหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ตที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด คือ สตาร์ชอคเกอร์ รองลงมาคือ สปอร์ตพูล, สปอร์ตแมน, ตลาดลูกหนัง และสยามกีฬา ตามลำดับ

- เนื้อหาในเกณฑ์ I P H G

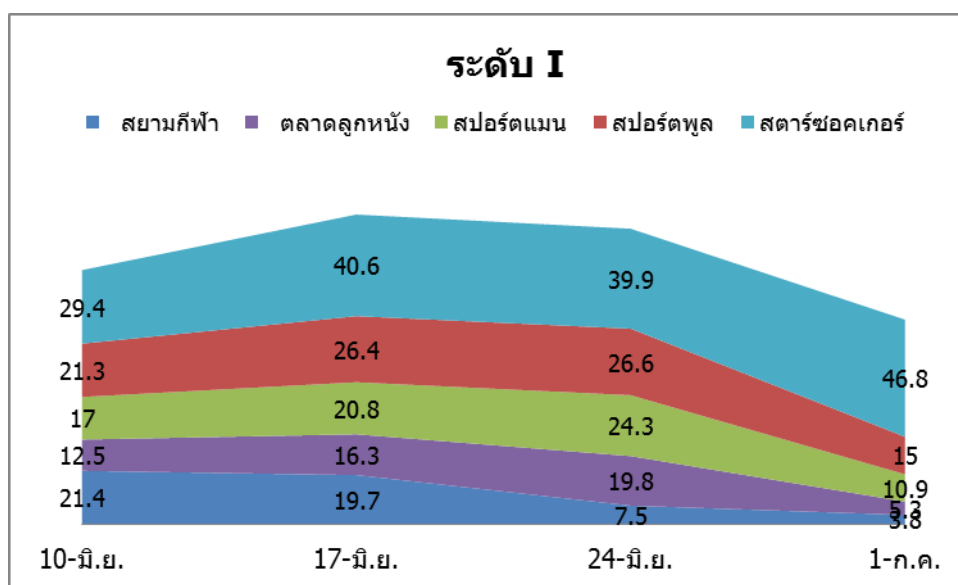
#### แผนภูมิแสดงสัดส่วนเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G ของหนังสือพิมพ์กีฬา 5 ฉบับในเครือสยามสปอร์ต



จากแผนภูมิแสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ตที่พบเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G มากที่สุด คือ สตาร์ชอคเกอร์ รองลงมาคือ สปอร์ตพูล, สปอร์ตแมน, ตลาดลูกหนัง และสยามกีฬา ตามลำดับ

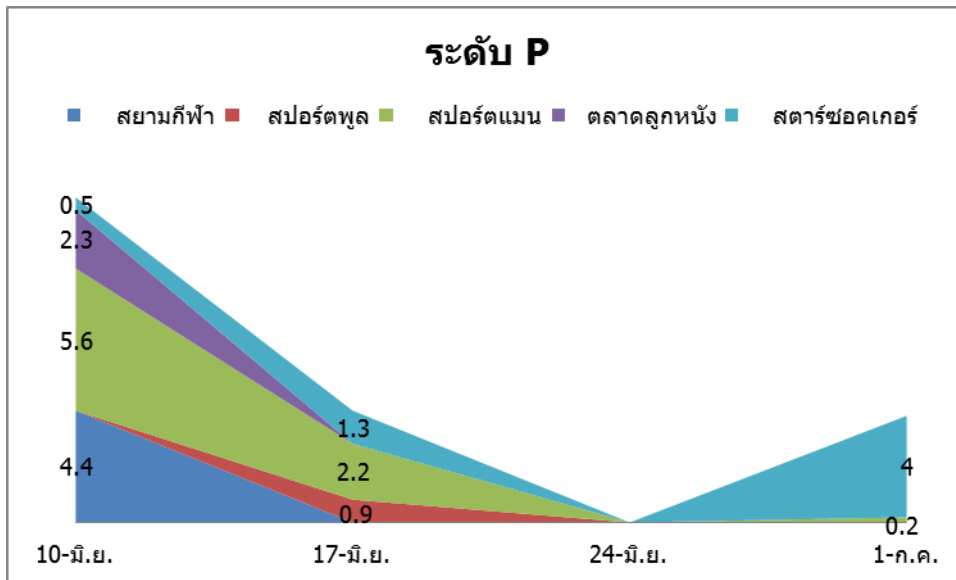
เมื่อพิจารณาเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G มาวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของเนื้อหาในวันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559 ของหนังสือพิมพ์กีฬาทั้ง 5 ฉบับในเครือสยามสปอร์ตพบว่า

สัดส่วนเนื้อหาทั่วไป หรือ I นั้น พบในหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ตทั้ง 5 ฉบับ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สตาร์ซอคเกอร์, สปอร์ตพูล, สปอร์ตแมน, ตลาดลูกหนัง และสยามกีฬา โดยสตาร์ซอคเกอร์ เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีสัดส่วนเนื้อหา I มากกว่าฉบับอื่นและมากที่สุดในวันที่ 1 ก.ค. 59 นั้นเป็นผลมาจากเนื้อหาประเภทคอลัมน์ที่จำนวนมากในฉบับ ซึ่งคอลัมน์ส่วนใหญ่จะเน้นการวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลยูโร มากกว่าเรื่องอัตราต่อรอง หรือการทำนายผลว่าใครจะเป็นผู้ชนะ สำหรับสัดส่วนของเนื้อหาเชิงข้อมูลโดยรวมนั้น ถือว่าเป็นสัดส่วนเนื้อหาที่มีจำนวนมากที่สุด



สำหรับสัดส่วนของเนื้อหาเชิงข้อมูล (I) โดยรวมนั้น ถือว่าเป็นสัดส่วนเนื้อหาที่มีจำนวนมากที่สุด ซึ่งโดยส่วนใหญ่ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสูงในวันที่ 17 มิ.ย. และวันที่ 24 มิ.ย. 2559 เนื่องจาก วันที่ 17 มิ.ย. อยู่ในช่วงระหว่างการแข่งขันรอบแรก และมีการแข่งขันถึง 3 คู่ จึงมีทั้งการนำเสนอข้อมูลในส่วนบรรยากาศก่อนการแข่งขัน ผลการแข่งขัน และบรรยากาศหลังการแข่งขัน ขณะที่วันที่ 24 มิ.ย. แม้จะอยู่ในช่วงพักการแข่งขัน เพื่อรอแข่งขันรอบ 16 ทีม แต่ก็มีการนำเสนอข้อมูลผลการแข่งขันรอบแรกวันสุดท้าย สรุปผลงานของแต่ละทีมในรอบแรก และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกบคู่ในรอบ 16 ทีม จึงทำให้สัดส่วนเนื้อหาส่วนนี้ยังมีจำนวนมาก ขณะที่วันที่ 1 ก.ค. 2559 สัดส่วนเนื้อหาประเภท I กลับมีแนวโน้มลดลง (ยกเว้นสตาร์ซอคเกอร์) ซึ่งพิจารณาได้ว่าช่วงเวลาดังกล่าว อยู่ในระหว่างการแข่งขันรอบ 8 ทีม ที่มีการแข่งขันเพียงวันละ 1 นัด ทำให้อาณาเนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอมีน้อยลงจากวันที่ 24 มิ.ย. 2559

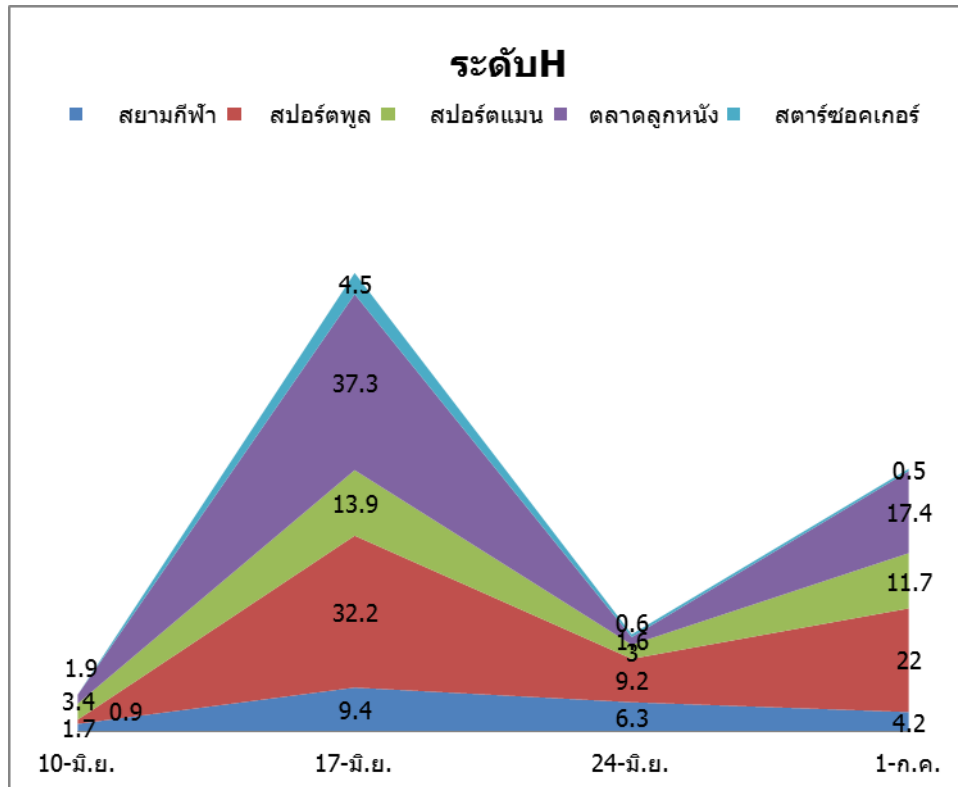
เนื้อหาเชิงคาดการณ์การแพ้ ชนะ อย่างไม่ระบุอัตราหรือจำนวนประตู หรือ P นั้น พบในหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ตทั้ง 5 ฉบับ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สปอร์ตแมน, สตาร์ชอคเกอร์, สยามกีฬา, ตลาดลูกหนัง และสปอร์ตพูล ตามลำดับ



ในวันที่ 10 มิ.ย. 2559 พบ สปอร์ตแมนมีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น วันที่ 17 มิ.ย. 2559 สปอร์ตแมนยังคงมีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด แต่ในวันที่ 24 มิ.ย. 2559 ไม่พบเนื้อหาส่วนนี้ ขณะที่วันที่ 1 ก.ค. 2559 พบเนื้อหาส่วนนี้เพียง 2 ฉบับ คือ สตาร์ชอคเกอร์และสปอร์ตแมนโดยสตาร์ชอคเกอร์กลายเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม สัดส่วนของเนื้อหาเชิงคาดการณ์โดยรวมนั้น ถือว่ามีจำนวนน้อยเมื่อเทียบสัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ประเภทอื่นๆ โดยหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ จะมีสัดส่วนเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุดในวันที่ 10 มิ.ย. จากนั้นจึงลดระดับลงเรื่อยๆ หรือไม่มีเลย ยกเว้นหนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์ ที่มีแนวโน้มเนื้อหาส่วนนี้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่ในวันที่ 24 มิ.ย. ไม่มีเนื้อหาส่วนนี้ ลักษณะเช่นนี้อาจวิเคราะห์ได้ว่า เป็นผลมาจากปัจจัยช่วงเวลา และจุดมุ่งหมายของหนังสือพิมพ์ เหตุที่พบเนื้อหาเชิงคาดการณ์ในช่วงวันที่ 10 มิ.ย. มากกว่าช่วงอื่นๆ เพราะเป็นช่วงก่อนเริ่มการแข่งขันฟุตบอลยูโร ซึ่งบางฉบับเป็นหนังสือพิมพ์กรอบบ่าย ทำให้เนื้อหาในหนังสือพิมพ์ล่วงหน้าการแข่งขันถึง 2 วัน เนื้อหาจึงเน้นไปที่การวิเคราะห์ผลเป็นหลัก แต่ในรอบวันอื่นๆ นั้นเข้าสู่ช่วงการแข่งขันแล้ว โดยเฉพาะวันที่ 17 มิ.ย. ที่มีการแข่งขันในวันนั้นถึง 3 คู่ หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จึงเปลี่ยนจากแค่การคาดการณ์ผลแพ้ชนะ ไปเป็นเนื้อหา H ที่คาดการณ์ถึงจำนวนประตูแพ้ชนะด้วย จะสังเกตได้ว่าในรอบวันที่ 17 มิ.ย. เนื้อหา H เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ ยกเว้นในกรณีสตาร์ชอคเกอร์ที่ยังมีเนื้อหา P เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งพิจารณาได้ว่า อาจเป็นผลจากการที่ตัวหนังสือพิมพ์วางตำแหน่งการตลาดเป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นเนื้อหาประเภทคอลัมน์ โดยเฉพาะความคิดเห็นของกุนซือฟุตบอล โดยไม่เน้นเนื้อหาด้านอัตราต่อรองหรือการพนัน ทำให้เนื้อหา P ยัง

มีอยู่ และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพราะในช่วงหลังเริ่มมีการวิเคราะห์ผลการแข่งขันในรอบถัดๆ ไปจนถึงวิเคราะห์ทีมที่จะชนะเลิศ

H คือ เนื้อหาที่คาดการณ์อย่างบอกอัตร่าต่อรอง หรือสัดส่วนการแพ้ชนะ พบในหนังสือพิมพ์กีฬา ในเครือสยามสปอร์ตทั้ง 5 ฉบับ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สปอร์ตพูล, ตลาดลูกหนัง, สปอร์ตแมน สยามกีฬา และ สตาร์ชอคเกอร์ ตามลำดับ

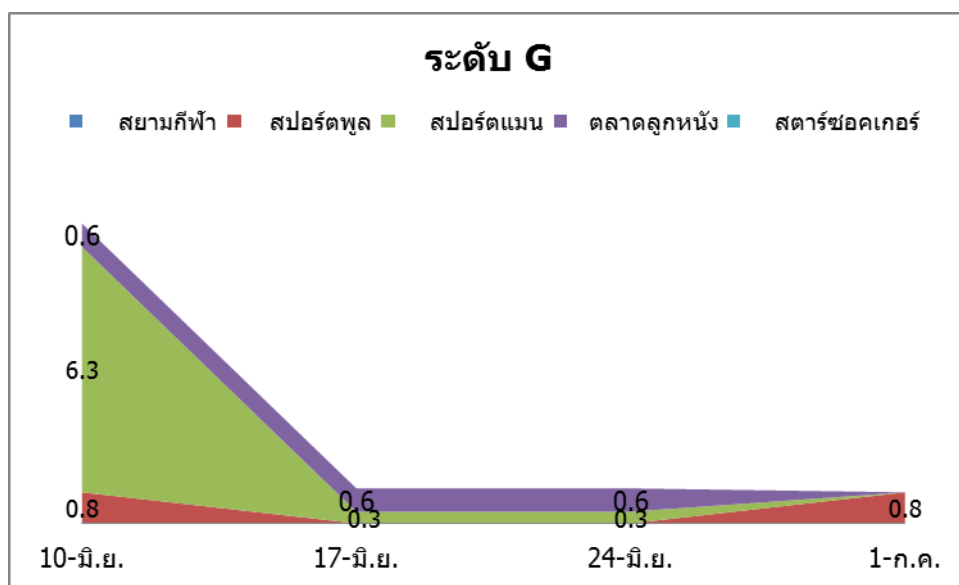


ในวันที่ 10 มิ.ย. 2559 พบ สปอร์ตแมนมีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด เมื่อเทียบกับสัดส่วนเนื้อหาประเภทนี้ในหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น วันที่ 17 มิ.ย. 2559 ตลาดลูกหนังมีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด แต่ในวันที่ 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559 สปอร์ตพูลกลายเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุดแทน โดยสปอร์ตพูล สปอร์ตแมน และตลาดลูกหนัง ต่างเป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นการนำเสนอข้อมูลอัตราต่อรองเป็นหลัก จึงส่งผลให้มีสัดส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับการพนันมากกว่าอีก 2 ฉบับ ที่เน้นนำเสนอข่าว และคอลัมน์เกี่ยวกับฟุตบอลเป็นหลัก นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มเนื้อหาส่วนนี้ พบว่า ในช่วงวันที่ 10 มิ.ย. ยังมีเนื้อหาส่วนนี้ไม่มากนัก พิจารณาได้ว่าเป็นช่วงก่อนการแข่งขัน และหนังสือพิมพ์บางฉบับเป็นแบบกรอบาย ทำให้มีเนื้อหาล่วงหน้าการแข่งขันถึง 2 วัน จึงยังไม่มีกรออัตราต่อรองมากนัก แต่เมื่อเป็นวันที่ 17 มิ.ย. สังเกตได้ว่า เนื้อหาส่วนนี้เพิ่มขึ้นในทุกฉบับ เพราะวันนั้นมีการแข่งขันถึง 3 คู่ จึงมีการนำเสนอข้อมูลอัตราต่อรองเพิ่มมากขึ้น ต่อมาวันที่ 24 มิ.ย. สัดส่วนเนื้อหา H กลับลดลงทุกฉบับ โดยเฉพาะในสปอร์ตพูล สปอร์ตแมน และตลาดลูกหนัง ที่มีเนื้อหาหลักเป็นเรื่องอัตราต่อรอง ทั้งนี้ เพราะช่วงวันดังกล่าว อยู่ในช่วง



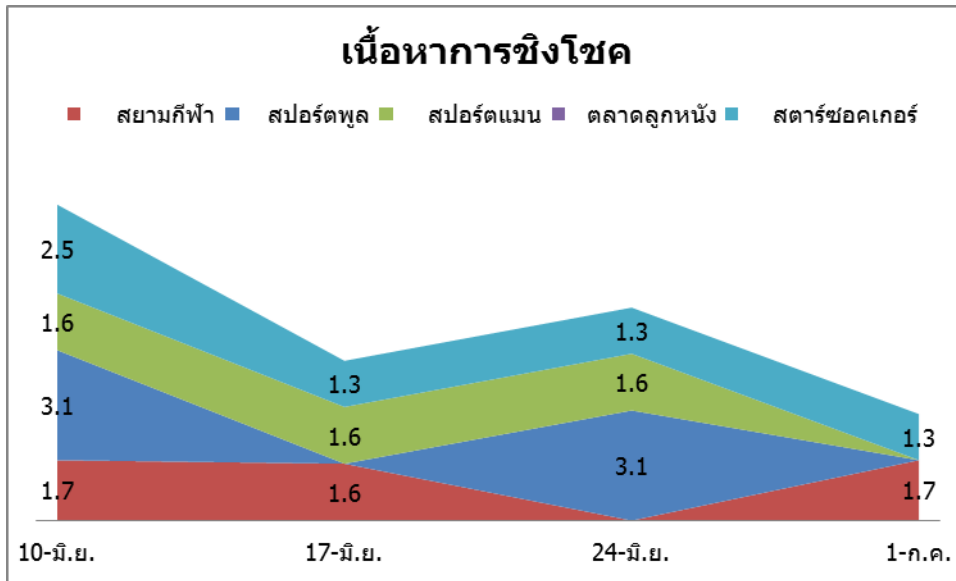
พักการแข่งขันระหว่างรอบแรกกับรอบ 16 ทีม หนังสือพิมพ์เหล่านี้จึงหันนำเสนอเนื้อหาอัตราต่อรองและคำแนะนำการลงข้างพนันของรายการอื่นๆ แทน ขณะที่วันที่ 1 ก.ค. ซึ่งตรงกับช่วงวันที่มีการแข่งขันรอบ 8 ทีม ทำให้เนื้อหา H กลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้ง แต่โดยรวมแล้วยังมีส่วนไม่มากเท่าเมื่อวันที่ 17 มิ.ย. เนื่องจากในรอบ 8 ทีม จะแข่งขันเพียงวันละ 1 คู่ หนังสือพิมพ์จึงให้พื้นที่นำเสนอที่น้อยลง โดยเฉพาะกลุ่มหนังสือพิมพ์ที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการพนัน เพราะกลุ่มนี้เน้นจำนวนของคู่ มากกว่าเจาะลึกไปที่คู่ใดหนึ่ง (วันที่ 1 ก.ค. สปอร์ตพูล สปอร์ตแมน และตลาดลูกหนัง ให้พื้นที่กับการแข่งขันฟุตบอลยูโรปีารอบคัดเลือกมากที่สุด เพราะมีจำนวนนัดการแข่งขันจำนวนมากในวันนั้น) ทั้งนี้ เนื้อหา H ที่พบส่วนใหญ่ จะมีลักษณะเป็นการนำข้อมูลเกี่ยวกับอัตราต่อรองคู่แข่งในคืนนั้นๆ และการทำนายผลการแข่งขันแบบระบุสกอร์ของคอลลัมนิสต์ แต่ในกรณีของสปอร์ตพูล สปอร์ตแมน และตลาดลูกหนัง จะมีการเพิ่มเนื้อหาคำแนะนำในการลงข้างพนันเข้าไป

ส่วนระดับ G หรือข้อมูลที่แจ้งแหล่งรับพนัน วิธีการพนัน ถ้อยคำ/ภาษาในการพนัน มี 3 ฉบับ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สปอร์ตแมน, ตลาดลูกหนัง และสปอร์ตพูล ตามลำดับ



ซึ่งสัดส่วนที่พบในแต่ละวันนั้นเท่ากัน คือพบฉบับละ 1 จุด ยกเว้นหนังสือพิมพ์สปอร์ตแมนฉบับวันที่ 10 มิ.ย. ที่พบเนื้อหาข้อมูลแหล่งรับพนันในสัดส่วนสูงกว่าวันอื่นๆ เพราะวางในตำแหน่งที่ทำให้เข้าใจว่าเป็นผู้สนับสนุนการจัดทำตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งเป็นเนื้อหาพิเศษในฉบับนั้น ทั้งนี้ จากการศึกษายังพบว่า หนังสือพิมพ์สปอร์ตพูลและสปอร์ตแมน แนะนำเว็บไซต์รับพนันแห่งเดียวกัน ขณะที่ตลาดลูกหนังแนะนำอีก 1 เว็บไซต์ ซึ่งทั้ง 2 เว็บไซต์ใน 3 หนังสือพิมพ์ นำเสนอในลักษณะแบนเนอร์โฆษณา ไม่มีการระบุว่าเป็นเว็บไซต์การพนัน แต่ใช้ข้อความ “เฉพาะผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไป” หรือ “ติดต่อเราได้ตลอด 24 ชั่วโมง” แทน

ทั้งนี้ ตลอดช่วง 4 วันที่ศึกษา หนังสือพิมพ์ทั้ง 5 ฉบับ ไม่มีการให้พื้นที่เพื่อนำเสนอเนื้อหาที่รณรงค์ต่อต้านการพนัน

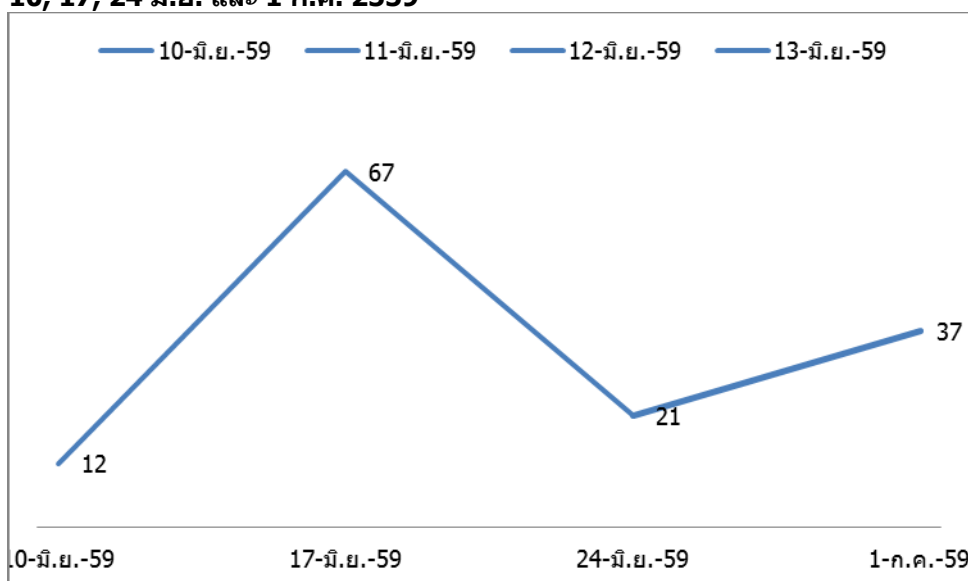


ในขณะที่ เนื้อหาการชิงโชคนั้น พบใน 4 ฉบับ ยกเว้นตลาดลูกหนัง ซึ่งส่วนใหญ่พบในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยเนื้อหาการชิงโชคที่พบมากที่สุด การชิงโชคที่จัดโดยสตาร์ชอคเกอร์ ซึ่งนอกเหนือจากนำเสนอในสตาร์ชอคเกอร์แล้ว ยังนำเสนอในหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ ในเครือสยามสปอร์ตอีกด้วย

## 2) เพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต

- จำนวนเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016

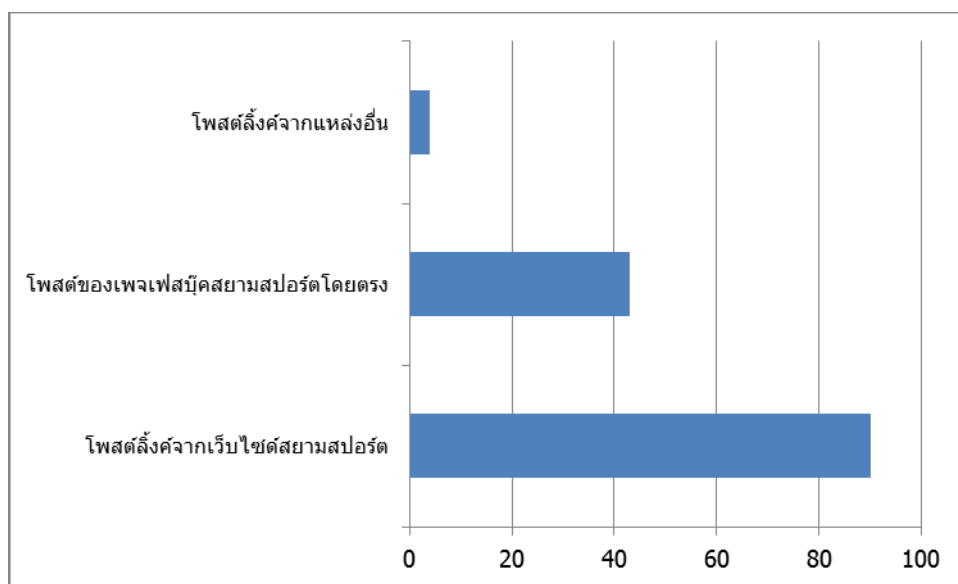
**กราฟแสดงจำนวนโพสต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบในเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต ของวันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559**



จากการเก็บข้อมูลโดยการนับจำนวนโพสต์ในช่วงวันที่ศึกษาพบว่าโพสต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ในวันที่ 17 มิ.ย. 59 มีจำนวนมากที่สุดรองลงมาก็คือวันที่ 1 ก.ค. 59 และ วันที่ 24 มิ.ย. 59 ตามลำดับ โดยในวันที่ 10 มิ.ย. 59 พบจำนวนโพสต์น้อยที่สุด

จะเห็นได้ว่าจำนวนโพสต์ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากวันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันก่อนการแข่งขัน โดยในวันที่ 17 มิ.ย. 59 มีจำนวนโพสต์สูงสุดเมื่อเทียบกับทั้ง 4 วัน ซึ่งวันดังกล่าวอยู่ในช่วงการแข่งขันรอบแรก และมีการแข่งขันถึง 3 คู่ ได้แก่ เยอรมัน-โปแลนด์ 01:30 น. , อิตาลี-สวีเดน 20:00 น. , เช็ก-โครเอเชีย 23:00 น. อีกทั้งยังมีการแข่งขันเกิดขึ้นในเวลา 20.00 น. และ 23.00 น. ทำให้การรายงานข่าว หรือสถานการณ์สดยังคงอยู่ในวันที่ทำการศึกษา ต่างจากวันอื่น ๆ ที่มีการแข่งขันในช่วงดึก เช่น 02.00 น. ซึ่งถือเป็นเวลาที่พ้นจากวันที่กำหนดในการศึกษาเนื้อหาแล้ว จึงอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้จำนวนโพสต์เพิ่มสูงขึ้นและสูงกว่าวันที่ 24 มิ.ย. 59 ซึ่งอยู่ในช่วงพักหลังจบการแข่งขันรอบแรก เพื่อรอแข่งขันในรอบ 16 ทีม และวันที่ 1 ก.ค. 59 ที่อยู่ในช่วงการแข่งขันรอบ 8 ทีม แต่มีการแข่งขันเพียง 1 คู่ คือ โปรตุเกส-โปแลนด์ 02:00 น. เท่านั้น

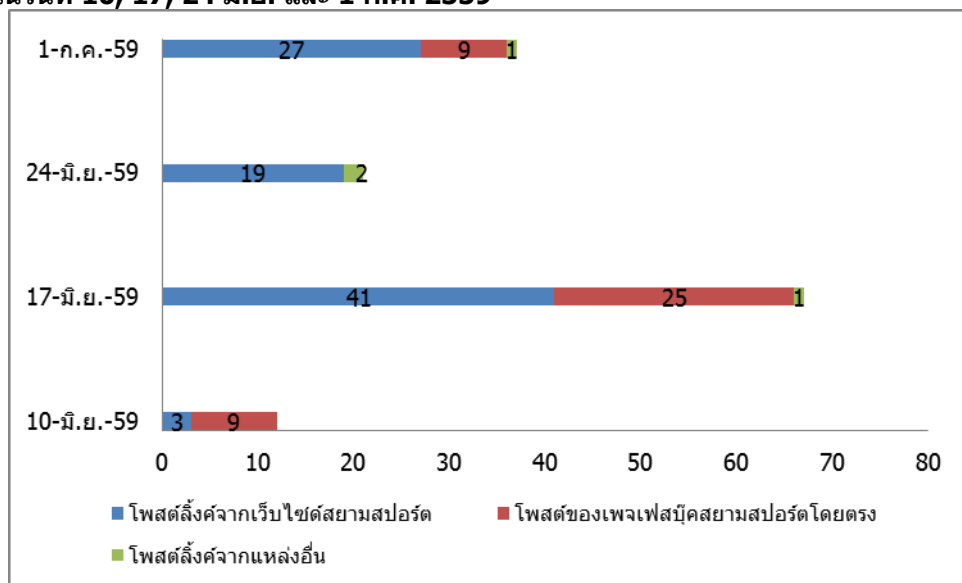
ลักษณะโพสต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบในช่วงวันที่ศึกษาสามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม คือ โพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต, โพสต์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง และโพสต์ลิงค์จากแหล่งอื่น โดยพบจำนวนโพสต์ของแต่ละกลุ่มในแต่ละวันดังแผนภูมิต่อไปนี้



จากแผนภูมิแสดงจำนวนลักษณะโพสต์ทั้ง 3 กลุ่ม ของวันในหน่วยการศึกษา โดยพบว่า กลุ่มโพสต์ข่าวจากเว็บไซต์ พบจำนวนมากที่สุด โดยโพสต์ดังกล่าวซึ่งมีลักษณะการนำลิงค์ข่าวของเว็บไซต์สยามสปอร์ตมาโพสต์ลงบนไทม์ไลน์ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต และมีการเขียนบรรยายโพสต์สั้นๆ (Caption) เพื่อดึงดูดความสนใจให้แฟนเพจกดเข้าไปอ่านข้อมูลของลิงค์จากเว็บไซต์ดังกล่าว รองลงมาก็คือกลุ่มโพสต์ของ

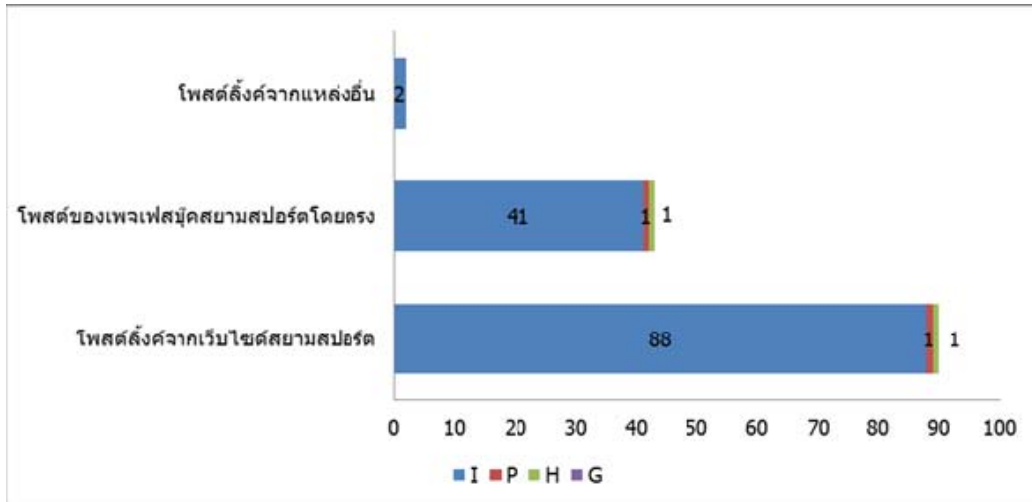
เพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง กลุ่มโพสต์ลักษณะนี้สามารถจำแนกได้เป็น โพสต์ Live หรือ โพสต์ถ่ายทอดสด และ โพสต์ภาพและคลิป ซึ่งในส่วนของโพสต์ภาพจะมีลักษณะเป็นการโพสต์ภาพบรรยากาศจากสนามแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 กับโพสต์ภาพ info graphic ที่แสดงข้อมูลเกี่ยวกับ ผลบอล, สถิติผลบอล, โปรแกรมบอล, รายชื่อนักเตะ ของทีมที่จะมีการแข่งขันในวันดังกล่าว และกลุ่มโพสต์ลิงค์จากแหล่งอื่นพบจำนวนน้อยที่สุด โดยโพสต์ในกลุ่มนี้เป็นการนำลิงค์จากเว็บไซต์หรือเพจอื่นมาโพสต์ ซึ่งพบเนื้อหาการชิงโชคจากโพสต์ลักษณะดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีการโพสต์คลิปรายการจาก Line TV

**แผนภูมิแสดงจำนวนโพสต์ 3 ลักษณะที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตในวันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559**



จากแผนภูมิแสดงให้เห็นว่าโพสต์ทั้ง 3 ลักษณะ พบทั้งวันที่ 17, 24 มิ.ย. 59 และ วันที่ 1 ก.ค. 59 แต่ในวันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันก่อนการแข่งขันไม่พบโพสต์ลิงค์แหล่งอื่น ซึ่งโพสต์ลักษณะดังกล่าวเป็นเนื้อหาการชิงโชค และลิงค์คลิปของรายการ ยักษ์ ตังกุย ตะลุยฟุตบอล จาก Line TV ซึ่งรายการทาง Line TV ของสยามสปอร์ตนี้เพิ่งปรากฏคลิปแรกขึ้นในวันที่ 25 มิ.ย. 59 ดังนั้นจึงไม่พบในวันที่ 10 มิ.ย. 59 และมีปรากฏเพียง 1 ครั้ง ในวันที่ 1 ก.ค. 59 .ในส่วนลิงค์จากแหล่งอื่นที่มีเนื้อหาการชิงโชคนั้น พบจำนวนไม่มากและไม่แตกต่างกันนักใน 4 วันศึกษา

- เนื้อหาในเกณฑ์ I P H G  
**แผนภูมิแสดงจำนวนเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G ของโพสต์ทั้ง 3 ลักษณะในเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต**

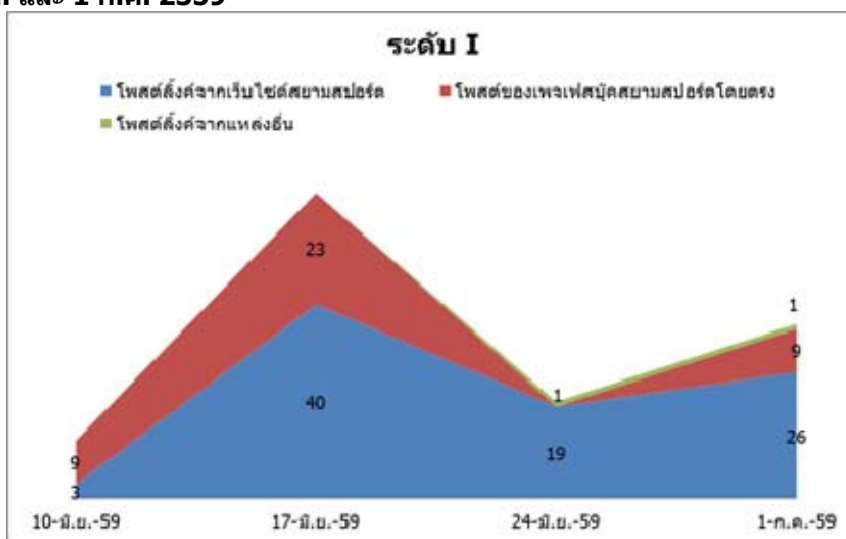


จากแผนภูมิแสดงให้เห็นว่าโพสต์เพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตที่พบเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G มากที่สุดคือ โพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต รองลงมาคือ โพสต์เพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง และโพสต์ลิงค์แหล่งอื่น ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G โดยนำเกณฑ์ IPHG มาวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของเนื้อหาในวันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559 ของเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตพบว่า

กลุ่มโพสต์ที่มีเนื้อหาทั่วไป หรือ I ที่พบในเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตเรียงจากมากไปน้อยคือ โพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต, โพสต์เพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง และโพสต์ลิงค์แหล่งอื่น

**กราฟแสดงเนื้อหาในระดับ I ของโพสต์ 3 ลักษณะในสื่อเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559**



จากกราฟจะเห็นได้ว่าโพสดีลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ตพบจำนวนโพสดีระดับ 1 มากกว่าโพสดีลักษณะอื่นและมากที่สุดในวันที่ 17 มิ.ย. 59 เป็นผลมาจากการพาดหัวและการเขียนบรรยายโพสดีข่าวจากเว็บไซต์สยามสปอร์ตจะเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ บรรยากาศจากสนามแข่งขัน, ข่าวและข้อมูลทีมที่จะลงแข่งขัน, เกร็ดความรู้ของทีมที่กำลังจะมีการแข่งขัน, รายชื่อมือสังหารจุดโทษ, ข่าวจากทีมต่าง ๆ, ข่าวนักฟุตบอล ซึ่งข้อมูลส่วนใหญ่มักเกี่ยวข้องกับทีมที่เพิ่งมีการแข่งขันเสร็จสิ้น, ทีมที่กำลังมีการแข่งขัน และทีมที่กำลังจะมีการแข่งขันในวันถัดไปจากภูเนือหาดังกล่าว หรือในวันใกล้เคียง ซึ่งในวันดังกล่าวมีการแข่งขันถึง 3 คู่ และวันก่อนหน้านั้นนับตั้งแต่เริ่มการแข่งขันมีการแข่งขันมาแล้วถึง 17 คู่จึงทำให้ข้อมูลในระดับนี้พบมากในวันที่ 17 มิ.ย. 59

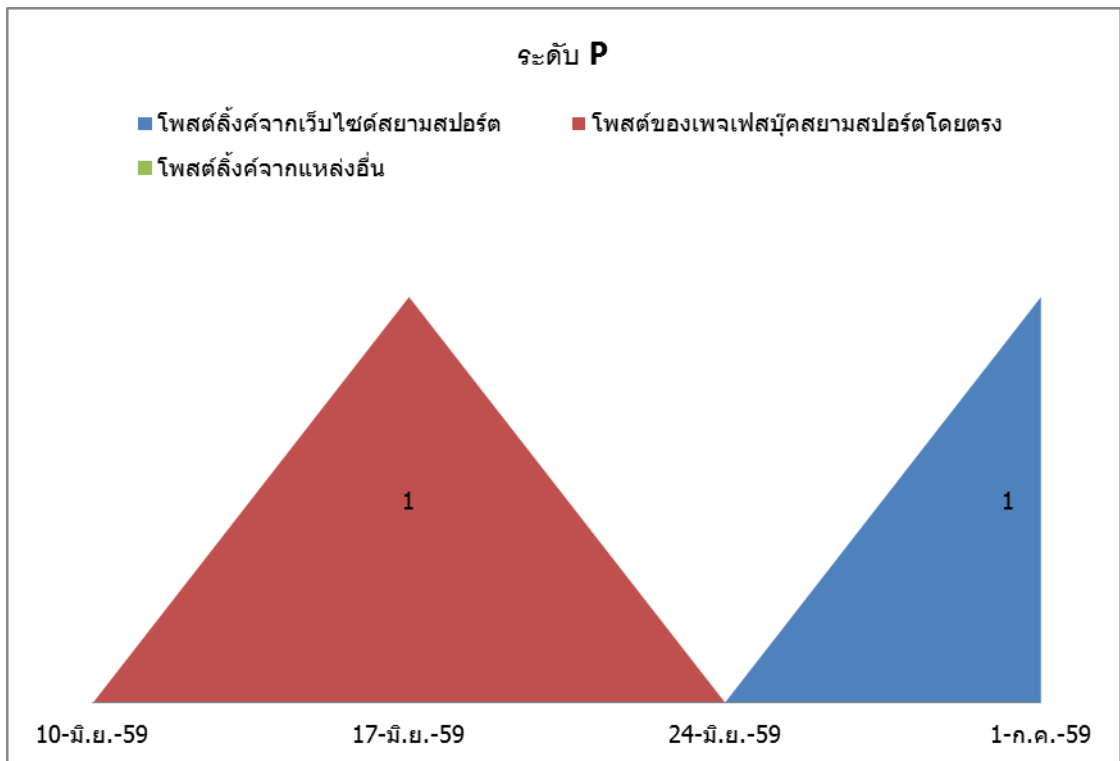
สำหรับจำนวนโพสดีของเนื้อหาเชิงข้อมูล (I) ถือเป็นจำนวนโพสดีที่มากที่สุด โดยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในวันที่ 17 มิ.ย. 59 และวันที่ 24 มิ.ย. 59 แม้ในวันที่ 24 มิ.ย. 59 จะมีแนวโน้มลดลงมาเพราะเป็นวันที่มีการพักการแข่งขันรอบแรกแต่ก็ยังมีจำนวนมากกว่าในวันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันก่อนการแข่งขันเพราะก่อนวันที่ 24 มิ.ย. 59 มีการแข่งขันผ่านมาแล้ว 36 คู่ ดังนั้นข้อมูลทั่วไป อาทิ สถิติการแข่งขันที่ผ่านมา, รายชื่อมือสังหารจุดโทษ, ข่าวจากทีมต่าง ๆ, ข่าวนักฟุตบอล ซึ่งข้อมูลส่วนใหญ่มักเกี่ยวข้องกับทีมที่เพิ่งมีการแข่งขันเสร็จสิ้น จึงปรากฏมากกว่าวันที่ 10 มิ.ย. 59 และในวันที่ 1 ก.ค. 59 จะเห็นได้ว่าจำนวนโพสดีที่มีเนื้อหาระดับ 1 ดีดตัวสูงขึ้นเนื่องจากในวันดังกล่าวมีการแข่งขันรอบ 8 ทีม ซึ่งจะมีการแข่งขันเพียงวันละ 1 คู่ จึงทำให้จำนวนโพสดียังน้อยกว่าในวันที่ 17 มิ.ย. 59 ซึ่งมีการแข่งขันถึง 3 คู่ อีกทั้งการนำข้อมูลของทีมที่มีการแข่งขันที่จบไปแล้วมาโพสดีก็มีปริมาณลดลงไปด้วยเนื่องจากในวันที่ 1 ก.ค. 59 เป็นรอบ 8 ทีมสุดท้ายดังนั้นข้อมูลของทีมอื่นนอกเนื่องจาก 8 ทีมที่เข้ารอบจึงมีถูกนำเสนอลดลงไปด้วย ซึ่งต่างจากวันที่ 17 มิ.ย. 59 ที่เป็นการแข่งขันนัดแบ่งกลุ่มรอบสองอันมีจำนวนทีมที่ยังอยู่ในการแข่งขันมากกว่า

ส่วนโพสดีลิงค์จากแหล่งอื่นที่เป็นเนื้อหาระดับ 1 เป็นโพสดีลักษณะที่พบน้อยที่สุดอย่างไรก็ตามลิงค์ทั้งหมดที่พบมีความเกี่ยวข้องกับสยามสปอร์ตทั้งสิ้น กล่าวคือ เนื้อหาที่ลิงค์นำไปสู่่นั้นเป็นสื่อของสยามสปอร์ตทั้งหมด

เนื้อหาเชิงคาดการณ์การแพ้ ชนะ อย่างไม่ระบุอัตราหรือจำนวนประตู หรือ P นั้น พบในโพสดีลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ตและโพสดีเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง ซึ่งมีจำนวนลักษณะละ 1 โพสดีเท่ากัน

**กราฟแสดงเนื้อหาระดับ P ของโพสดี 3 ลักษณะในสื่อเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559**

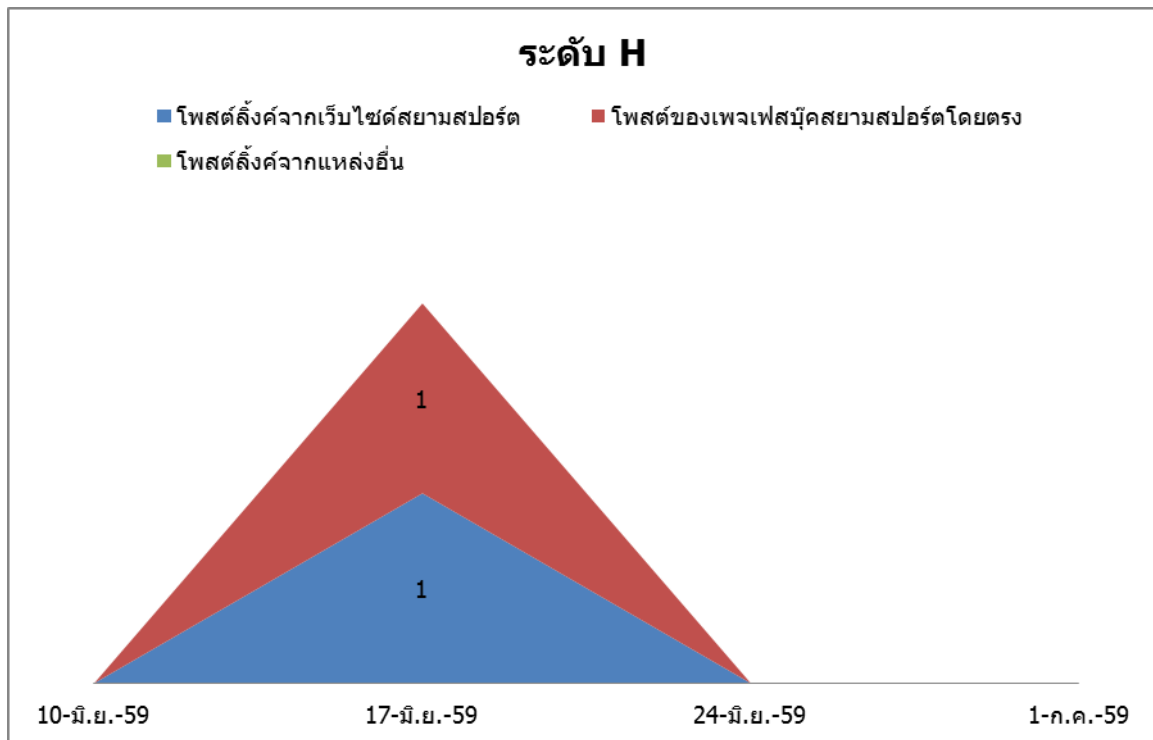




จากกราฟแสดงให้เห็นว่าโพสต์เนื้อหา ระดับ P ในวันที่ 17 มิ.ย. 59 และ วันที่ 1 ก.ค. 59 เท่านั้น และมีจำนวนเท่ากัน ซึ่งทั้ง 2 วันเป็นวันที่มีการแข่งขัน และไม่พบเลยในวันที่ 10 มิ.ย. 59 และ 24 มิ.ย. 59 ซึ่งไม่มีการแข่งขัน อย่างไรก็ตามโพสต์เนื้อหา ระดับ P แม้จะพบในวันที่มีการแข่งขันจึงมีการทำนายผลในลักษณะดังกล่าว แต่ในสื่อเฟซบุ๊กของสยามสปอร์ตมีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับโพสต์เนื้อหา ระดับ I อย่างไรก็ตามการที่โพสต์เนื้อหา ระดับ P พบในโพสต์ลึกลับจากเว็บไซต์สยามสปอร์ตและโพสต์เฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง แสดงให้เห็นว่า เนื้อหาดังกล่าวถูกสร้างและนำเสนอจากสยามสปอร์ตโดยตรง

H คือ เนื้อหาที่คาดการณ์อย่างบอกอัตรารวดรอง หรือสัดส่วนแพ้ชนะ พบในเพจเฟซบุ๊กของสยามสปอร์ต พบในโพสต์ลึกลับจากเว็บไซต์สยามสปอร์ตและโพสต์เฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง เช่นเดียวกับในระดับ P

**กราฟแสดงเนื้อหา ระดับ H ของโพสต์ 3 ลักษณะในสื่อเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559**



โพสท์เนื้อหาของระดับ H พบในวันที่ 17 มิ.ย. 59 วันเดียวเท่านั้น ซึ่งเป็นวันที่มีการแข่งขันถึง 3 คู่ จึงมีการนำเสนออัตราต่อรองอย่างทายจำนวนผลแพ้ชนะ อย่างไรก็ตามการที่โพสท์เนื้อหา ระดับ H พบในโพสท์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ตและโพสท์เพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง แสดงให้เห็นว่า เนื้อหาดังกล่าวถูกสร้างและนำเสนอจากสยามสปอร์ตโดยตรง เช่นเดียวกับระดับ P ที่มีการคาดการณ์ผลแพ้ชนะแบบไม่ระบุอัตราต่อรอง

ส่วนระดับ G หรือข้อมูลที่แจ้งแหล่งการพนัน วิธีการพนัน ถ้อยคำ/ภาษาในการพนัน ไม่พบในเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตทั้ง 4 วันที่ศึกษา

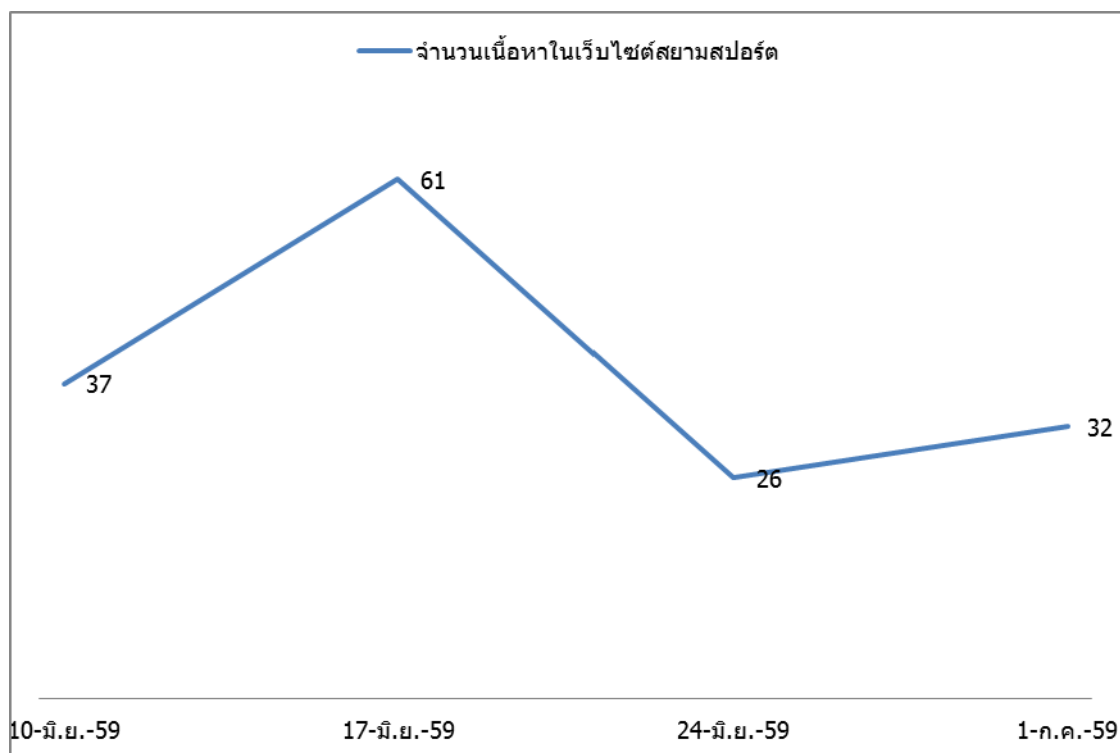
**กราฟแสดงเนื้อหาการชิงโชคของโพสท์ 3 ลักษณะในสื่อเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559**



ในขณะที่เนื้อหาการชิงโชคนั้น พบในโปสต์ลิงค์จากแหล่งอื่นเท่านั้น โดยเป็นลิงค์จากเพจที่จัดทำขึ้นเพื่อทายผลบอลทั้งคืน ซึ่งพบในจำนวนที่เท่ากันในวันที่ 17 และ 24 มิ.ย. 59 และมีจำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบกับเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G

### 3) เว็บไซต์สยามสปอร์ต

**กราฟแสดงจำนวนเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบในเว็บไซต์สยามสปอร์ตของวันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559**



จากการเก็บข้อมูลในช่วงวันที่ศึกษาเมื่อนำเนื้อหาในเว็บไซต์สยามสปอร์ตในส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ข่าว คอลัมน์ วิเคราะห์บอล และวิดีโอ พบว่าวันที่ 17 มิ.ย. 59 พบจำนวนเนื้อหาเกี่ยวกับบอลยูโร 2016 มากที่สุด รองลงมา คือ วันที่ 10 มิ.ย. 59 ลดลงต่ำสุดในวันที่ 24 มิ.ย. 59 และเพิ่มขึ้นในวันที่ 1 ก.ค. 59

เมื่อพิจารณาจำนวนเนื้อหาเกี่ยวกับบอลยูโร 2016 ที่พบ ตามบริบทการแข่งขันจะเห็นว่า จำนวนเนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์สยามสปอร์ตสอดคล้องกับบริบทการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 กล่าวคือ วันที่มีจำนวนหน่วยมากที่สุด มีการแข่งขัน 2 คู่ ได้แก่ การแข่งขันระหว่างอิตาลี – สวีเดน และการแข่งขันระหว่างเช็ก – โครเอเชีย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีการรายงาน ข้อมูลข่าวสารมากกว่าวันอื่น ๆ ประกอบกับหากพิจารณาจากมิติเวลาของการแข่งขัน โดยคู่แรกเริ่มการแข่งขัน 20.00 น. และคู่หลังเริ่มแข่งขันในเวลา 23.00 น. ก็ยิ่งส่งเสริมให้ประเด็นฟุตบอลยูโรในวันดังกล่าวมีโอกาสที่จะได้รับความสนใจจากผู้ชมมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ไม่ดีเกินเกินไป สำหรับผู้ชมในประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับการแข่งขันคู่อื่น ๆ ที่เริ่มแข่งขันในเวลา 02.00 น. จึงน่าจะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์สยามสปอร์ตผลิตเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรเป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับวันอื่น ๆ ที่ทำการศึกษา

ส่วนวันที่มีจำนวนหน่วยมากเป็นอันดับ 2 ได้แก่ วันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันก่อนการแข่งขันคู่เปิดสนามในวันแรกคือเจ้าภาพฝรั่งเศสพบกับโรมาเนีย ในเวลา 02.00 น. ของวันที่ 11 มิถุนายน 2559 ทำให้สื่อเว็บไซต์สยามสปอร์ตผลิตเนื้อหาต่าง ๆ เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมสำหรับการเปิด

สนามคู่แรก เช่น การเตรียมความพร้อมของเจ้าภาพในการจัดการแข่งขัน การเตรียมความพร้อมของทีมชาติต่าง ๆ และการคาดการณ์ผลการแข่งขัน

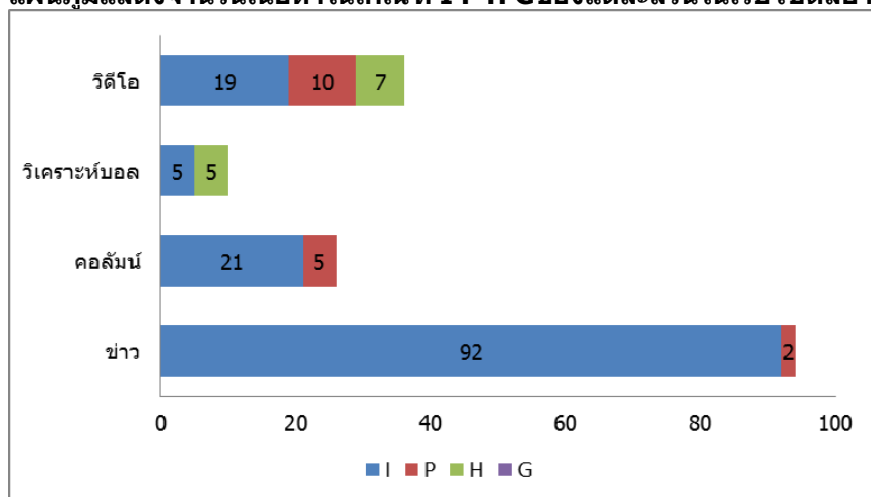
วันที่ 1 ก.ค. 59 เป็นวันที่มีจำนวนเนื้อหามากที่สุดเป็นอันดับ 3 เมื่อวิเคราะห์จากบริบทของการแข่งขันแล้ว แม้ว่าวันที่ 1 กรกฎาคม จะเป็นช่วงเวลาที่พักบอลยูโร 2016 ดำเนินไปจนถึงรอบ 8 ทีมสุดท้ายแล้ว แต่สาเหตุที่น่าจะทำให้จำนวนข่าวน้อยกว่าอีกสองวันที่ศึกษาเป็นเพราะวันที่ 1 กรกฎาคมไม่มีการแข่งขันเกิดขึ้น และคู่ถัดไปที่มีเวลาการแข่งขันใกล้เคียงที่สุด คือการแข่งขันระหว่างทีมชาติเวลส์กับเบลเยียม ในเวลา 02.00 น. ของวันที่ 2 กรกฎาคม ซึ่งหากเปรียบเทียบกับคู่อีกสามคู่ที่แข่งขันในรอบ 8 ทีม เช่นเดียวกันแล้ว ถือว่าเป็นคู่แข่งขันที่ได้รับความสนใจน้อยกว่าสามคู่ที่เหลือ เพราะเป็นการพบกันระหว่างทีมชาติที่มีฐานแฟนบอลไม่มากนัก โดยอีกสามคู่ที่เหลือ มีทีมชาติอิตาลี ฝรั่งเศส และโปรตุเกส ร่วมแข่งขันด้วย

วันที่ 24 มิ.ย. 59 มีจำนวนเนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของการแข่งขันที่ในวันที่ 24 มิถุนายน ไม่มีคู่แข่งขัน และเป็นช่วงพักการแข่งขัน ก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม ทำให้เว็บไซต์ผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลยูโร 2016 น้อยกว่าวันอื่น ๆ ที่ศึกษาเปรียบเทียบ และมีเนื้อหาที่แตกต่างออกไปจากเรื่องของการแข่งขัน เช่น แฟนสาวของนักเตะที่เข้ารอบ 16 ทีมยูโร

โดยส่วนของเว็บไซต์สยามสปอร์ตที่พบเนื้อหาเกี่ยวกับบอลยูโร 2016 มากที่สุดคือ ส่วนของ ข่าว รองลงมาคือ คอลัมน์ วีดีโอ และวิเคราะห์บอล ตามลำดับ

- เนื้อหาในเกณฑ์ I P H G

แผนภูมิแสดงจำนวนเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G ของแต่ละส่วนในเว็บไซต์สยามสปอร์ต



จากแผนภูมิแสดงให้เห็นว่าส่วนของเว็บไซต์สยามสปอร์ตที่พบเนื้อหาเกี่ยวกับการพนัน มากที่สุดคือ ส่วนของ ข่าว รองลงมาคือ คอลัมน์ วีดีโอ และวิเคราะห์บอล ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G โดยนำเกณฑ์ IPHG มาวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของเนื้อหาในวันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559 ของเว็บไซต์สยามสปอร์ตพบว่า มีเนื้อหาในระดับ I มากที่สุด ตามด้วย ระดับ H และระดับ โดยไม่พบเนื้อหาในระดับ G

เนื้อหาที่พบเป็นจำนวนมากเป็นเนื้อหาในระดับ I ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เนื่องจากการนำเสนอในภาพรวมของเว็บไซต์สยามสปอร์ตมีลักษณะเป็นการรายงานข่าวของสื่อมวลชน โดยเนื้อหาที่นำเสนอในส่วนของข่าว จะใช้ภาษาและลีลาในการนำเสนอในรูปแบบฉบับของข่าวกีฬา มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันของทีมต่าง ๆ เป็นหลัก

ส่วนเนื้อหาในระดับ H ที่มีจำนวนมากเป็นอันดับ 2 จะปรากฏในเนื้อหาประเภทวิเคราะห์บอล กับ วิดีโอ โดยประเภทวิเคราะห์บอล จะมีเนื้อหาทยอยในส่วนอ่านวิเคราะห์ที่มีรูปแบบตายตัวคือการวิเคราะห์คู่แข่ง ซึ่งมีการคาดการณ์ที่ระบุไปถึงจำนวนลูกได้เสียของคู่แข่ง ๆ ส่วนเนื้อหาประเภทวิดีโอ จะมีทั้งการรายงานข้อมูลข่าวสารทั่วไป เช่น บรรยากาศสนามก่อนการแข่งขัน และส่วนที่มีเนื้อหาไปถึงระดับ H จะเป็นคลิปวิดีโอที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านฟุตบอลวิเคราะห์ถึงคู่แข่งต่าง ๆ โดยจะทำนายผลการแข่งขันตลอดจนประตูได้เสีย ทั้งนี้ลักษณะของคลิปวิดีโอดังกล่าว จะมีการใช้ภาษาที่แตกต่างกันไปตามผู้เชี่ยวชาญ โดยบางคนใช้การสื่อสารแบบรายงานข่าว ในขณะที่บางคนใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เป็นกันเองกับผู้ชม

ส่วนเนื้อหาในระดับ P ซึ่งพบเป็นอันดับ 3 จากเนื้อหาทั้งหมด จะปรากฏในเนื้อหาประเภทข่าว และเนื้อหาประเภทคอลัมน์ โดยเนื้อหาประเภทข่าว จะเป็นการสัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ และมีการคาดการณ์ถึงตำแหน่งแชมป์ เช่นเดียวกับเนื้อหาในส่วนคอลัมน์ที่มีระดับ P จะเป็นคอลัมน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ และคาดการณ์ถึงทีมที่มีโอกาสจะเป็นแชมป์ฟุตบอลยูโร 2016

นอกจากนี้ หากพิจารณาจำนวนเนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์สยามสปอร์ตในช่วงวันที่ศึกษาตามมิติ I P H G พบว่า เนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์สยามสปอร์ตในช่วงวันที่ศึกษาตามมิติ I P H G พบว่า มีความสอดคล้องกับบริบทการแข่งขันกล่าวคือ ในวันที่ 10 มิถุนายน 2559 ก่อนการแข่งขันคู่เปิดสนาม มีเนื้อหาในระดับ I มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับระดับอื่น ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 และยังปรากฏเนื้อหาในระดับ P และ H ในจำนวนที่เท่ากัน ซึ่งก็คือการคาดการณ์ผลการแข่งขันระหว่างฝรั่งเศสและโรมาเนียซึ่งเป็นคู่เปิดสนาม รวมทั้งการคาดการณ์แชมป์ ฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งเป็นเสมือนธรรมเนียมของการรายงานข่าวฟุตบอลในรายการสำคัญต่าง ๆ เช่น ฟุตบอลโลก ฟุตบอลยูโร ส่วนในวันที่ 17 มิถุนายน 2559 ซึ่งมีการแข่งขันถึง 3 คู่ ทำให้ผลรวมของจำนวนเนื้อหาทั้งหมดมีมากที่สุดเมื่อเทียบกับทั้ง 4 วันที่ทำการศึกษา โดยมีเพียงเนื้อหาในระดับ I และ H เท่านั้นหนึ่ง ช่วงเวลาในการแข่งขันของทั้งสองคู่ ก็น่าจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้จำนวนเนื้อหาของวันที่ 17 มีมากที่สุด เพราะมีการแข่งขันเกิดขึ้นในเวลา 20.00 น. และ 23.00 น. ทำให้การรายงานข่าว หรือสถานการณ์สดยังคงอยู่ในวันที่ทำการศึกษา ต่างจากวันอื่น ๆ ที่มีการแข่งขันในช่วงดึก เช่น 02.00 น. ซึ่งถือเป็นเวลาที่พ้นจากวันที่กำหนดในการศึกษาเนื้อหาแล้ว ในส่วนของวันที่ 24 มิถุนายน 2559 ซึ่งเป็นช่วงพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16



ทีมสุดท้าย ทำให้จำนวนผลรวมเนื้อหาทั้งหมดลดลงจากวันที่ 17 มิถุนายน อย่างชัดเจน โดยปรากฏเนื้อหาในระดับ I และ P ซึ่งเนื้อหาในระดับ I จะเป็นข้อมูลข่าวสารที่ไม่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันโดยตรง แต่เป็นเนื้อหาในด้านอื่น ๆ ของนักกีฬา และมีเนื้อหาในระดับ P ซึ่งเป็นการคาดการณ์ผลการแข่งขันในรอบถัดไป ส่วนในวันที่ 1 กรกฎาคม 2559 แม้จะเป็นการแข่งขันในรอบที่ลึกขึ้น โดยเป็นรอบ 8 ทีมสุดท้าย แต่จำนวนผลรวมของเนื้อหาก็ยังเพิ่มขึ้นจากวันที่ 24 มิถุนายน ซึ่งเป็นช่วงพักการแข่งขันเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ คู่แข่งขันของวันดังกล่าว คือเวลส์กับเบลเยียม น่าจะเป็นปัจจัยที่ทำให้จำนวนไม่เพิ่มขึ้นมากนัก ทั้งนี้เพราะเมื่อเทียบกับคู่แข่งอีก 3 คู่ในรอบเดียวกัน ล้วนแล้วแต่มีทีมที่มีฐานแฟนบอลเหนียวแน่นกว่าร่วมแข่งขันอยู่ด้วยทั้งสิ้น ทั้งทีมชาติอิตาลี เยอรมัน และโปรตุเกส ดังนั้นการแข่งขันในวันที่ 1 กรกฎาคม ระหว่างเวลส์กับเบลเยียมจึงได้รับความสนใจในการนำเสนอข่าวไม่มากเท่าที่ควร เป็นเหตุให้จำนวนผลรวมของเนื้อหาไม่เพิ่มขึ้นจากวันที่ 24 มิถุนายน เพียงเล็กน้อย และน้อยกว่าวันที่ 17 มิถุนายน ซึ่งเป็นเพียงการแข่งขันในรอบแรกเท่านั้น

#### ความเชื่อมโยงระหว่างเว็บไซต์สยามสปอร์ตและเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต

เพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตเป็นเพจของเว็บไซต์สยามสปอร์ต กล่าวคือเว็บไซต์สยามสปอร์ตเป็นผู้ก่อตั้งเพจเฟซบุ๊กขึ้น ดังนั้นสื่อออนไลน์ทั้ง 2 จึงน่าจะมีความเชื่อมโยงกัน

เมื่อทำการศึกษาสื่อออนไลน์ทั้ง 2 พบว่า เนื้อหาเกี่ยวกับบอลยูโรที่พบในเพจเฟซบุ๊กส่วนใหญ่มาจากเว็บไซต์สยามสปอร์ต ในลักษณะโพสต์ลิงค์ข่าวหรือเนื้อหาจากเว็บไซต์สยามสปอร์ตโดยตรง และเมื่อนำเนื้อหาที่พบในโพสต์ลักษณะดังกล่าว มาเทียบกับเนื้อหาของเว็บไซต์สยามสปอร์ตตามหน่วยการศึกษาพบว่า เพจสยามสปอร์ตโพสต์ลิงค์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ต ในส่วนของการพาดหัวข่าวและการบรรยายโพสต์ (Caption) ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G ในเชิงข้อมูลทั่วไปหรือ I แต่เมื่อเทียบกับเนื้อหาของเว็บไซต์ในข่าวเดียวกันกลับพบว่า บางโพสต์ที่ลิงค์ไปยังเว็บไซต์มีเนื้อหาในเว็บไซต์เกี่ยวกับการพนันในระดับอื่น โดยพบทั้งในระดับ P และระดับ H ซึ่งโพสต์ที่มีลิงค์ไปยังเนื้อหาของเว็บไซต์แล้วพบเป็นระดับ H แม้โพสต์ในเพจจะพบเพียงระดับ I 1 นั้น ทั้งหมดเป็นคลิปการแสดงทรรศนะของเซียน หรือ กูรูบอล

นอกจากนี้ ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์บนเพจเฟซบุ๊กของสยามสปอร์ตแม้มีความเชื่อมโยงกันอย่างเห็นได้ชัดแต่ เพจเฟซบุ๊กไม่ได้นำเสนอข่าวทั้งหมดของเว็บไซต์สยามสปอร์ต และพบว่าในหลายโพสต์เพจเฟซบุ๊กของสยามสปอร์ตจะโพสต์เนื้อหาจากเว็บไซต์ล่าช้ากว่าวันที่ข่าวเดียวกันนั้นปรากฏบนเว็บไซต์ จึงทำให้ในบางโพสต์แม้จะเป็นโพสต์จากเว็บไซต์สยามสปอร์ตแต่ไม่พบการเชื่อมโยงระหว่างสื่อทั้งสองเพราะเนื้อหาของเว็บไซต์ที่ปรากฏในวันที่ศึกษากลับไม่ใช่เนื้อหาบนเว็บไซต์ในหน่วยการศึกษา เช่น เพจเฟซบุ๊ก แม้จะเป็นคุณแม่ลูก 2 แล้ว แต่มาตาม 'ปาเยต' ยังดูเซ็กซี่อยู่เลย ส่วนลูกชายดูแวบเดียวก็รู้เลยว่าลูกใคร (ภาพด้านใน) สถานะข้างต้นถูกนำเสนอในเฟซบุ๊กวันที่ 17 มิถุนายน 2559 แต่เว็บไซต์ SiamSport นำเสนอข่าวในวันที่ 16 มิถุนายน 2559 เป็นต้น อีกทั้งข่าวที่นำมาจากเว็บไซต์มาโพสต์ในเพจ

เฟซบุ๊กสยามสปอร์ตบางข่าวไม่มาจากคอลัมน์ ข่าวยูโร ซึ่งเป็นหน่วยการศึกษา แม้จะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับ บอลยูโร 2016 ก็ตาม ทำให้จำนวนข่าวในเฟซบุ๊กที่ถูกลิงค์มาจากเว็บไซต์นั้นไม่พบข่าวดังกล่าว เช่น ข่าว แฟนตุรกีฉุนพั้งของ! โดนแก๊งปิดทีวีตอนเชียร์บอล เป็นการนำมาจากคอลัมน์ “ข่าว”

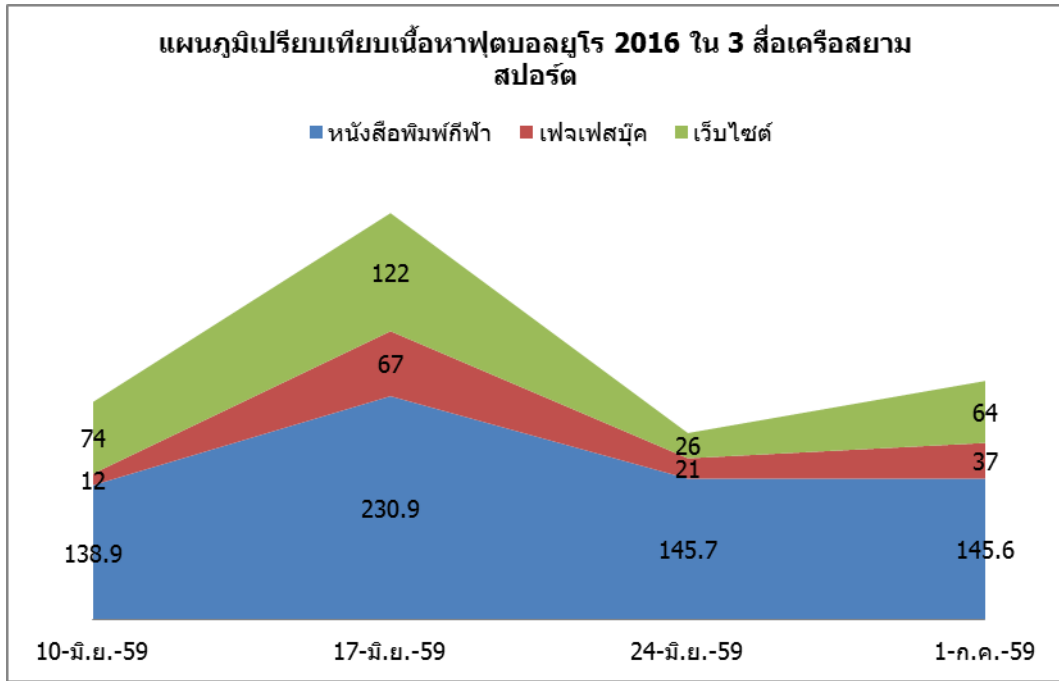
จากความเชื่อมโยงระหว่างเว็บไซต์สยามสปอร์ตและเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตแสดงให้เห็นอย่าง ชัดเจนว่า เพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตเป็นเครื่องมือหนึ่งเพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงเนื้อหาเกี่ยวกับบอลยูโร 2016 ของเว็บไซต์สยามสปอร์ต หรือที่เรียกว่า Cross Promotion อย่างไรก็ตามโพสต์ของเฟซบุ๊กสยามสปอร์ตโดยตรง ก็พบเนื้อหาเกี่ยวกับบอลยูโร 2016 อันเป็นเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G ในระดับ I P และ H ด้วย และจากผลการวิจัย “พฤติกรรมบนโลกออนไลน์สามารถนำสู่พฤติกรรมในโลกจริงได้ โดยมีงานศึกษา ของประเทศอเมริกา” พบว่าเว็บไซต์การพนันโดยเฉพาะบนเฟซบุ๊ก ที่มีลักษณะข้อมูลแบบ Real Time มีผล ต่อการชักจูงใจให้เข้าไปเล่นพนันได้ ทฤษฎี Social Learning Theory เป็นอีกแนวคิดในการอธิบาย พฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในงานวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่า การรับข้อมูล พฤติกรรม เกี่ยวกับการพนันอย่างต่อเนื่อง มีผลทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะเล่นการพนันหรือชิงโชค สื่อบอลออนไลน์ “เข้าถึงง่าย” และ “มีรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลหลากหลาย” ดังนั้น โอกาสในการ expose ต่อข้อมูล ตัวอย่างการพนัน / ชิงโชค และเข้าถึงช่องทางของ การพนันออนไลน์ทำได้ง่าย จึงมีผลต่อการจูงใจสู่การพนันได้<sup>1</sup> Valentine .L, (2008) ดังนั้นการที่พบเนื้อหาดังกล่าวบนเพจเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของสยามสปอร์ตเป็นจำนวนมากย่อม หมายถึงผลที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจสู่การพนันมากเช่นกัน

สื่อเครือข่ายสยามสปอร์ตซินดิเคท กับ การนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโรในวันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559

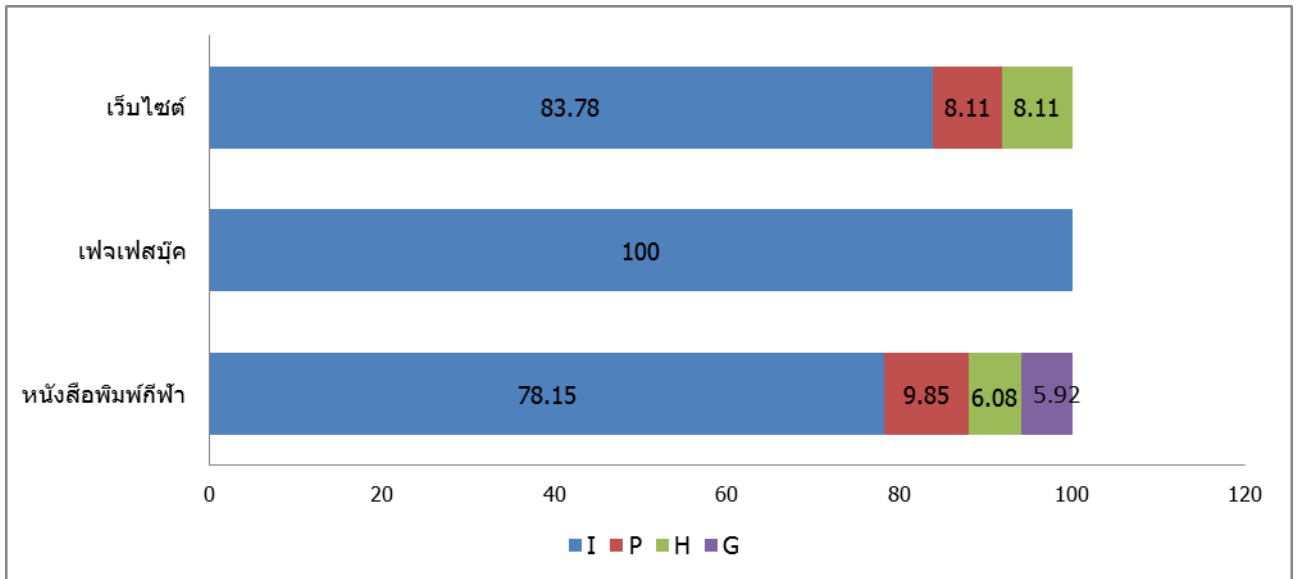
---

<sup>1</sup> Valentine

.L, (2008) Exposure to Gambling-Related Media and its Relation to Gambling Expectancies and Behaviors เข้าถึงได้จาก [http://scholarworks.gsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1045&context=psych\\_diss](http://scholarworks.gsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1045&context=psych_diss)



แผนภูมิเปรียบเทียบร้อยละของเนื้อหาในเกณฑ์ IPHG ในมิติ IPHG ของวันที่ 10 มิถุนายน 2559

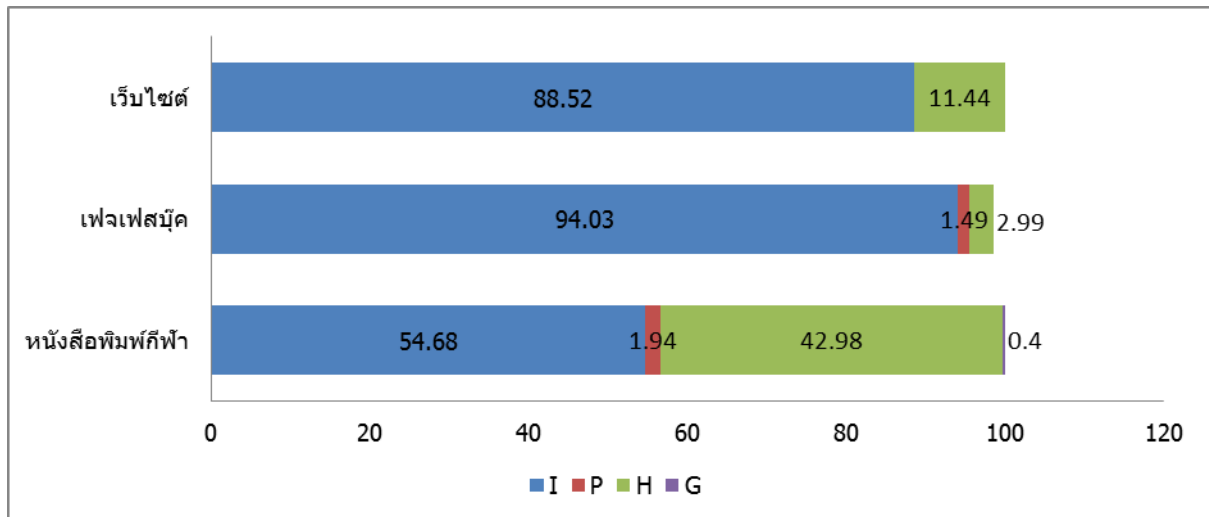


จากแผนภูมิแสดงร้อยละของเนื้อหาในเกณฑ์ I P H G ในมิติ I P H G ของสื่อในเครือข่าย สपोर्ट ทั้ง 3 สื่อ พบว่า

วันที่ 10 มิ.ย. 59 เป็นวันแรกของบอลยูโร 2016 พบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรที่นำเสนอโดยสื่อในเครือข่าย สपोर्ट ในแต่ละสื่อยังพบไม่มากนัก และมีเนื้อหาในระดับ I มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับระดับอื่น เนื้อหาดังกล่าวเป็นการให้ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เป็นหลัก ขณะที่ข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ทั้งที่ระบุและไม่ระบุอัตราแพ้-ชนะ พบเฉพาะในเว็บไซต์และหนังสือพิมพ์กีฬา โดยหนังสือพิมพ์กีฬาพบข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผลแบบไม่ระบุอัตราแพ้-ชนะมากกว่าสื่อเว็บไซต์ ในขณะที่

ที่ ข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผลแบบพบบนสื่อเว็บไซต์มากกว่า ในส่วนของข้อมูลที่แจ้งแหล่งรับพนัน วิธีพนัน ถ้อยคำ/ภาษาในการพนัน หรือ G พบเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาเท่านั้น

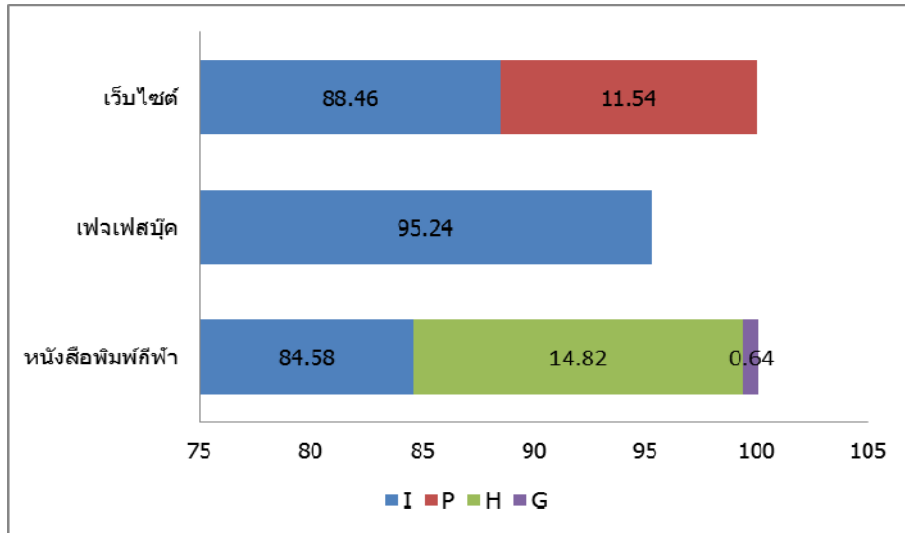
แผนภูมิเปรียบเทียบร้อยละของเนื้อหาในเกณฑ์ IPHG ในมิติ IPHG ของวันที่ 17 มิถุนายน 2559



วันที่ 17 มิ.ย. 59 เป็นรอบแบ่งกลุ่มนัดสอง มีการแข่งขัน 3 คู่ ได้แก่ เยอรมัน-โปรแลนด์ 01:30 น. , อิตาลี-สวีเดน 20:00 น. , เช็ก-โครเอเชีย 23:00 น. โดยทั้ง 3 สื่อในเครือสยามสปอร์ตพบเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เพิ่มสูงขึ้นกว่าวันที่ 10 มิ.ย. 59 และเป็นวันที่พบเนื้อหาดังกล่าวสูงสุดในทั้ง 3 สื่อด้วย

เมื่อพิจารณาเนื้อหาตามเกณฑ์ I P H G พบว่า เนื้อหาเชิงข้อมูลทั่วไป หรือ I ของสื่อทั้ง 3 ยังคงมีปริมาณสูงกว่าในระดับอื่น ๆ สิ่งที่ต่างออกไปจากวันที่ 10 มิ.ย. 59 คือ พบข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผลไม่ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ P พบเฉพาะในสื่อเฟซบุ๊กและหนังสือพิมพ์กีฬาโดยพบในสื่อหนังสือพิมพ์กีฬามากกว่าแม้เนื้อหาในระดับนี้ของทั้ง 2 สื่อจะปรับตัวลดลงมาจากวันที่ 10 มิ.ย. 59 ก็ตาม ส่วนข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ H ทั้ง 3 สื่อ และพบจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือสื่อเว็บไซต์ และน้อยที่สุดคือสื่อเฟซบุ๊ก โดยจำนวนเนื้อหาดังกล่าวมีจำนวนสูงขึ้นกว่าวันที่ 10 มิ.ย. 59 ทั้ง 3 สื่อ ในส่วนของข้อมูลที่แจ้งแหล่งรับพนัน วิธีพนัน ถ้อยคำ/ภาษาในการพนัน หรือ G ยังคงพบเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาเท่านั้น และมีจำนวนลดลงจากวันที่ 10 มิ.ย. 59 ด้วย

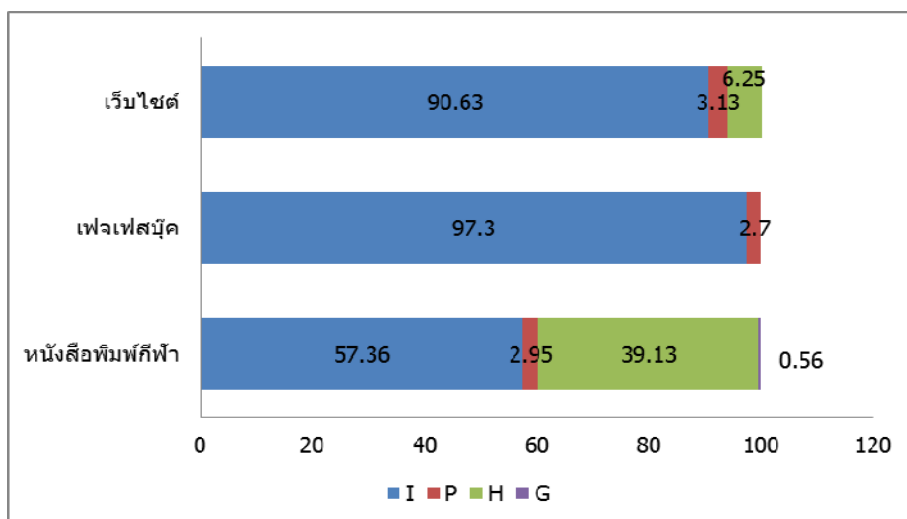
แผนภูมิเปรียบเทียบร้อยละของเนื้อหาในเกณฑ์ IPHG ในมิติ IPHG ของวันที่ 24 มิถุนายน 2559



วันที่ 24 มิ.ย. 59 เป็นช่วงพักการแข่งขันรอบแรกก่อนเข้าสู่ รอบ 16 ทีมสุดท้ายพบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ที่นำเสนอโดยสื่อในเครือสยามสปอร์ตลดลงทั้ง 3 สื่อ ซึ่งสอดคล้องกับบริบทที่เป็นช่วงพักการแข่งขัน

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเนื้อหาตามเกณฑ์ I P H G พบว่า เนื้อหาเชิงข้อมูลทั่วไป หรือ I ของสื่อทั้ง 3 ยังคงมีปริมาณสูงกว่าในระดับอื่น ๆ แม้จะมีปริมาณต่ำสุดเมื่อเทียบกับวันอื่น ๆ ในหน่วยการศึกษา และเป็นเนื้อหากลุ่มเดียวที่พบในสื่อเฟซบุ๊กของสยามสปอร์ต แต่กลับพบข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ไม่ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ P ในสื่อเว็บไซต์ ส่วนข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ H และข้อมูลที่แจ้งแหล่งรับพนัน วิธีพนัน ถ้อยคำ/ภาษาในการพนัน หรือ G พบเฉพาะในสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาเท่านั้น โดย เนื้อหาระดับ H หนังสือพิมพ์กีฬามีจำนวนลดลงจากวันที่ 17 มิ.ย. 59 แต่เนื้อหาระดับ G พบจำนวนเท่าเดิม

แผนภูมิเปรียบเทียบร้อยละของเนื้อหาในเกณฑ์ IPHG ในมิติ IPHG ของวันที่ 1 กรกฎาคม 2559



วันที่ 1 ก.ค. 59 เป็นรอบ 8 ทีมสุดท้าย มีการแข่งขัน 1 คู่ พบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ที่นำเสนอโดยสื่อในเครือสยามสปอร์ตขยับตัวสูงขึ้นจากวันที่ 24 มิ.ย. 59 ทั้ง 3 สื่อ เมื่อพิจารณาเนื้อหาตามเกณฑ์ I P H G พบว่า เนื้อหาเชิงข้อมูลทั่วไป หรือ I ของสื่อทั้ง 3 ยังคงมีปริมาณสูงกว่าในระดับอื่น ๆ เมื่อพิจารณาเนื้อหาตามเกณฑ์ I P H G พบว่า เนื้อหาเชิงข้อมูลทั่วไป หรือ I ของสื่อทั้ง 3 ยังคงมีปริมาณสูงกว่าในระดับอื่น ๆ ข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ไม่ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ P ปรากฏขึ้นทั้ง 3 สื่อ โดยสื่อเว็บไซต์ของสยามสปอร์ตมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาและเพจเฟซบุ๊กตามลำดับ ส่วนข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ H พบเฉพาะในสื่อเว็บไซต์และหนังสือพิมพ์กีฬา และข้อมูลที่แจ้งแหล่งรับพนัน วิธีพนัน ถ้อยคำ/ภาษาในการพนัน หรือ G พบเฉพาะในสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาเท่านั้น และมีจำนวนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับ 4 วันที่ศึกษา

จากข้อมูลดังกล่าว อาจสรุปได้ว่า

สื่อหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ต ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 มากกว่าสื่อเว็บไซต์ และเพจเฟซบุ๊กเนื่องจากเนื้อหาข่าวกีฬาจะถูกตีพิมพ์ผ่านหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ตทั้งหมด และเนื้อหาบางส่วนจะถูกนำมาเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์สยามสปอร์ต โดยเว็บไซต์ดังกล่าวใช้เพจเฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการเผยแพร่เนื้อหาจากเว็บไซต์อีกต่อหนึ่ง ดังนั้นเนื้อหาเกี่ยวกับบอลยูโร 2016 จึงพบจำนวนลดหลั่นกันลงมา นั้นหมายถึงสื่อหลักคือหนังสือพิมพ์กีฬายังคงเป็นพื้นที่ใหญ่ที่สุดที่ใช้นำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016

จากลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาเนื้อหาตามเกณฑ์ I P H G ที่พบเนื้อหาทุกระดับในสื่อหนังสือพิมพ์ทั้งเนื้อหาเชิงข้อมูลทั่วไป หรือ I ข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ไม่ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ P /ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ H และข้อมูลที่แจ้งแหล่งรับพนัน วิธีพนัน ถ้อยคำ/ภาษาในการพนัน หรือ G และพบเนื้อหาทั้ง 4 ระดับในเกือบทุกวันที่ศึกษา สิ่งที่น่าสนใจและความแตกต่างของสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ต\_เมื่อเทียบกับสื่อเว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊กของสยามสปอร์ตคือ สื่อหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ต เป็นสื่อเดียวที่พบข้อมูลที่แจ้งแหล่งรับพนัน วิธีพนัน ถ้อยคำ/ภาษาในการพนัน หรือ G แม้จะมีสัดส่วนของเนื้อหาไม่มากเมื่อเทียบกับเนื้อหาส่วนอื่นแต่พบในทุกวันของหน่วยศึกษา

ในส่วนเนื้อหาการชิงโชคนั้น พบในหนังสือพิมพ์เครือสยามสปอร์ตที่เป็นหน่วยศึกษาเกือบทั้งหมด โดยยกเว้นตลาดลูกหนัง และสัดส่วนเนื้อหาที่พบเป็นที่ใกล้เคียงกัน

สื่อเว็บไซต์สยามสปอร์ต เป็นธุรกิจเว็บไซต์ของบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาเว็บไซต์สยามสปอร์ตในคอลัมน์ ฟุตบอลยูโร 2016 พบว่ามีนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 น้อยกว่า สื่อหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ต เมื่อพิจารณาการนำเสนอ เนื้อหาตามเกณฑ์ I P



H G ในสื่อดังกล่าวไม่พบการนำเสนอข้อมูลที่แจ้งแหล่งรับพนัน วิธีพนัน ถ้อยคำ/ภาษาในการพนัน หรือ G แต่พบเนื้อหาในระดับอื่นทั้งหมด โดยเนื้อหาเชิงข้อมูลทั่วไป หรือ I พบจำนวนมากที่สุดเช่นเดียวกับสื่อสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ต และสื่อเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต และเนื้อหาที่พบรองลงมาคือ ข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ไม่ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ P แม้จะไม่พบในบางวันที่เป็นหน่วยศึกษา ส่วนข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ H เป็นเนื้อหาส่วนที่พบน้อยที่สุด และไม่พบในทุกวันที่เป็นหน่วยศึกษา อย่างไรก็ตามการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์สยามสปอร์ตในทุกวันที่เป็นหน่วยศึกษา จะพบเนื้อหาในระดับ P และระดับ H ระดับใดระดับหนึ่งหรือพบทั้งสองระดับในวันเดียวกัน

ในส่วนเนื้อหาการชิงโชคนั้นพบในส่วนของเกมซึ่งเป็นส่วนย่อยที่แยกออกมาจากส่วนฟุตบอลยูโร 2016 ที่ถูกเพิ่มขึ้นมา

สื่อเพจเฟซบุ๊ก เปรียบเสมือนประตูอีกบานที่สยามสปอร์ตใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร และโฆษณาสินค้าอันเป็นเนื้อหาด้านกีฬาในเครือ ดังนั้นลักษณะของสื่อเพจเฟซบุ๊กจึงเป็นการโพสต์ลิงค์เนื้อหาจากเว็บไซต์สยามสปอร์ตมาแชร์ในสังคมออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ จากการศึกษาเพจเฟซบุ๊กสยามสปอร์ต พบว่า มีนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 น้อยกว่า สื่อหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ตและสื่อเว็บไซต์สยามสปอร์ต เมื่อพิจารณาการนำเสนอ เนื้อหาตามเกณฑ์ I P H G ในสื่อดังกล่าวไม่พบการนำเสนอข้อมูลที่แจ้งแหล่งรับพนัน วิธีพนัน ถ้อยคำ/ภาษาในการพนัน หรือ G เช่นเดียวกับสื่อเว็บไซต์สยามสปอร์ต แต่พบข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ไม่ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ P และข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ระบุอัตราแพ้-ชนะ หรือ H ในจำนวนที่เท่ากัน และเป็นเนื้อหาที่พบน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเนื้อหา ระดับ I และพบจำนวนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาในเครือสยามสปอร์ตและสื่อเว็บไซต์สยามสปอร์ต

ในส่วนเนื้อหาการชิงโชคนั้นพบไม่มากเมื่อเทียบกับเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ทั้งหมดและโพสต์ที่มีเนื้อหาดังกล่าวเป็นโพสต์การแชร์ลิงค์จากแหล่งอื่น อย่างไรก็ตามก็ดีลิงค์ดังกล่าวเชื่อมโยงไปยังสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับสยามสปอร์ตทั้งหมด

## สรุป วิเคราะห์ และอภิปรายผลการศึกษา

### กลุ่ม 1 ผลการศึกษาในสื่อหลักในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขัน (วันที่10,12,14,16 มิ.ย.59)

#### 1) สื่อโทรทัศน์

จากการศึกษาวิเคราะห์สื่อโทรทัศน์ที่เป็นหน่วยการศึกษา จำนวน 6 ช่อง พบว่า ช่อง 3Family 3SD และ 3HD ซึ่งเป็นช่องที่ได้รับลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 และช่อง SMMTV ซึ่งเป็น

ช่องที่มีเนื้อหาหลักเกี่ยวกับกีฬา เป็นช่องที่มีการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในจำนวนมาก มีการจัดทำรายการพิเศษเพื่อออกอากาศในช่วงการแข่งขันโดยเฉพาะ และมีการรายงานข่าวจากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งแตกต่างจากช่อง 7HD และ Workpoint ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เพียงแค่ในรายการข่าวตามผังปกติเท่านั้น

เมื่อพิจารณาประเภทเนื้อหา พบว่า เนื้อหาการพนันที่พบในการศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นระดับการให้ข้อมูล (I) ซึ่งเนื้อหาที่พบในแต่ละช่องจะมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน คือ การรายงานโปรแกรมการแข่งขัน ผลการแข่งขัน สภาพความพร้อมของทีม คาดหมาย 11 ผู้เล่นตัวจริงที่จะลงสนาม แนะนำผู้เล่นที่น่าสนใจ เป็นต้น โดยในกลุ่มโทรทัศน์ดิจิทัลช่องที่ศึกษา พบว่า เนื้อหาที่นำเสนอสูงสุดก็คือการทำนายผลการแข่งขัน (P) ซึ่งในช่วงวันที่ 10 มิถุนายน พบในช่อง 3 ทั้ง 3 ช่องที่ศึกษา ก่อนที่จะลดเหลือเพียงช่อง 3 HD เพียงช่องเดียวในวันที่ 16 มิถุนายน ส่วนในโทรทัศน์ดาวเทียมช่อง SMMTV พบว่า นำเสนอเนื้อหาสูงสุดคือการให้อัตราต่อรอง (H) ซึ่งพบในวันที่ 10 และ 12 มิถุนายน วันละ 1 รายการ ก่อนจะเพิ่มเป็น 2 รายการในวันที่ 14 และ 16 มิถุนายน เนื้อหาคือการให้ผู้ดำเนินรายการหรือแขกรับเชิญที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ/กูรูด้านฟุตบอล วิเคราะห์ทำนายผลการแข่งขันในแต่ละคู่ที่จะทำการแข่งขัน เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมแล้ว จึงพบว่า ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลนำเสนอเนื้อหาในระดับสูงสุดที่ระดับ P ต่างจากโทรทัศน์ดาวเทียมที่นำเสนอไปถึงระดับ H

ด้านทิศทางการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละวันนั้น พบว่า โดยรวมมีความคงที่ในการนำเสนอ กล่าวคือ สัดส่วนการนำเสนอมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนักในแต่ละวันที่ศึกษา ซึ่งอาจเป็นผลจากรูปแบบของรายการโทรทัศน์ที่มีการกำหนดผังรายการไว้ค่อนข้างแน่นอนอยู่แล้ว

## 2) สื่อวิทยุกระจายเสียง

จากผลการศึกษาวิเคราะห์สื่อวิทยุกระจายเสียงทางออนไลน์ จำนวน 3 สถานี พบว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีผังรายการและมีเนื้อหาหลักเกี่ยวข้องกับกีฬา คือ FM 96 Sport Radio และ FM 99 Active Radio มีสัดส่วนจำนวนรายการเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 สูงกว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงบนเว็บไซต์ที่ไม่มีผังรายการ คือ NR Sports Radio อย่างเห็นได้ชัด รวมถึงยังมีการจัดรายการพิเศษเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 โดยเฉพาะ

เมื่อพิจารณาประเภทเนื้อหา พบว่า เนื้อหาการพนันที่พบในสื่อวิทยุกระจายเสียงที่เป็นหน่วยการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นระดับการให้ข้อมูล (I) ซึ่งเนื้อหาที่พบในแต่ละช่องจะมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน คือ การรายงานโปรแกรมการแข่งขัน ผลการแข่งขัน สภาพความพร้อมของทีม คาดหมาย 11 ผู้เล่นตัวจริงที่จะลงสนาม แนะนำผู้เล่นที่น่าสนใจ เป็นต้น โดยเมื่อพิจารณาระดับเนื้อหาสูงสุดที่พบในกลุ่มวิทยุคลื่นกีฬาทางออนไลน์ที่ศึกษา พบว่า นำเสนอเนื้อหาสูงสุดคือการให้อัตราต่อรอง (H) ซึ่งพบใน FM 99 Active Radio (7 ครั้ง จาก 3 รายการ) มากกว่า FM 96 Sport Radio (5 ครั้ง จาก 4 รายการ ) และพบว่า

ในช่วงวันที่ 10 มิถุนายน มีการนำเสนอ 2-3 รายการต่อวัน วันที่ 12 มิถุนายน ไม่พบการนำเสนอ และนำเสนอเพิ่มขึ้นในวันที่ 14 (FM 96 จำนวน 2 รายการ) และ 16 มิถุนายน (FM 99 จำนวน 3 รายการ) ทั้งนี้ เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) จะพบในรายการสนทนาที่เน้นการวิเคราะห์ คาดการณ์ผลการแข่งขัน เป็นหลัก อาจกล่าวได้ว่า จำนวนเนื้อหาในระดับ H ขึ้นอยู่กับจำนวนการออกอากาศของรายการประเภทสนทนา/วิเคราะห์ในแต่ละวัน

ขณะที่สถานีวิทยุบนเว็บไซต์ คือ NR Sports Radio พบรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 จำนวน 2 วัน คือ วันที่ 14 และ 16 มิ.ย.59 วันที่ 14 มิถุนายน พบในรายการสนทนาวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอลในรูปแบบต่างๆ เช่น การทำนายผลแพ้ชนะในคู่ต่างๆ โดยวิเคราะห์ให้เห็นภาพข้อมูลของแต่ละทีมโดยบอกจุดอ่อนและจุดแข็งของแต่ละทีม และวันที่ 16 มิถุนายน พบในรายการพากย์ฟุตบอลสด ผลการศึกษา เนื้อหาที่พบ คือ P และ G และพบว่า ไม่มีการจัดรายการในวันที่ 10 และ 12 มิถุนายน 2559

ด้านทิศทางการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละวันนั้น พบว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีผังรายการจะมีจำนวนรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 สูงสุดในวันที่ 14 มิถุนายน 2559 รองลงมาคือวันที่ 10 มิถุนายน และวันที่ 12 กับ 16 มิถุนายน ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ตามลำดับ ทั้งนี้ เหตุที่วันที่ 14 มิถุนายน 2559 มีสัดส่วนเนื้อหาสูงสุด แม้จะมีการแข่งขันในวันนั้นเพียง 2 คู่ อาจเพราะเป็นวันสุดท้ายของการแข่งขันรอบแรก นัดแรก ขณะที่วันที่ 10 มิถุนายน ที่มีสัดส่วนเนื้อหาสูงรองลงมาแม้จะเป็นวันแรกของการแข่งขัน เพราะในคืนนั้นจะมีการแข่งขันนัดสำคัญคือ นัดเปิดสนามระหว่างฝรั่งเศสกับโรมาเนีย ซึ่งสถานีจะให้สนใจเป็นพิเศษ ทั้งนี้ การที่สัดส่วนเนื้อหาในสื่อวิทยุกระจายเสียงมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละวัน แม้จะไม่มาก แต่ก็สะท้อนว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงมีความยืดหยุ่นในการจัดผังรายการมากกว่าสื่อโทรทัศน์

### 3) สื่อหนังสือพิมพ์

จากผลการสำรวจสื่อหนังสือพิมพ์จำนวน 4 ฉบับ พบว่า หนังสือพิมพ์ข่าวสดเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับล้วนให้ความสำคัญต่อฟุตบอลยูโร 2016 ด้วยการให้พื้นที่ในสัดส่วนที่มากกว่าเนื้อหาแข่งขันฟุตบอลหรือกีฬาอื่นๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงเดียวกัน การให้ความสำคัญนี้ยังสะท้อนผ่านการเปิดคอลัมน์เพื่อนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เป็นการเฉพาะ เช่น คอลัมน์กะเทาะเปลือกฟุตบอลยูโร ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คอลัมน์ EURO 2016 ในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก รวมถึงการจัดกิจกรรมชิงโชคเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ซึ่งในช่วงเดียวกันนั้นมีการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติอเมริกา รายการ โคปาอเมริกา ซึ่งมีสัดส่วนพื้นที่นำเสนอน้อยกว่าการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016

เมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหา IPHG พบว่า เนื้อหาระดับ I คือการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เป็นเนื้อหาที่พบมากที่สุด และเป็นเนื้อหาหลักของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ และเกือบทุกวันที่ศึกษา ยกเว้นเพียงหนังสือพิมพ์คมชัดลึก ฉบับวันที่ 10

มิถุนายน ที่เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) มีมากกว่าเนื้อหาระดับการให้ข้อมูล (I) เมื่อพิจารณา รายละเอียดของเนื้อหา ระดับการให้ข้อมูล (I) พบว่ามีการนำเสนอใน 3 ลักษณะ ได้แก่

### 1. ข่าวสาร

○ รอบวันที่ 10 มิถุนายน ซึ่งเป็นวันแรกของบอลยูโร 2016 ข่าวส่วนใหญ่จึงเป็น บรรยากาศ ก่อนการแข่งขัน เช่น การฝึกซ้อม สภาพความพร้อมของนักฟุตบอล การเตรียมความพร้อมของ เจ้าภาพ การสัมภาษณ์ผู้ควบคุมทีม เป็นต้น

○ รอบวันที่ 12 ,14 และ 16 มิถุนายน ซึ่งเป็นช่วงการแข่งขันรอบแรก ข่าวที่พบจึงมี ทั้งบรรยากาศการแข่งขัน หลังการแข่งขัน ผลการแข่งขันของคู่ที่ผ่านมา ความคิดเห็น ของนักเตะหรือผู้จัดการทีมต่อผลการแข่งขัน สถิติที่เกิดขึ้นจากการแข่งขัน เป็นต้น

### 2. ภาพข่าว

พบในหนังสือพิมพ์ทุกฉบับและทุกวันที่ทำการศึกษา โดยหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะ นำเสนอด้วยภาพไฮไลท์การทำประตู การป้องกันประตู จังหวะแย่งบอลของผู้เข้าแข่งขัน บรรยากาศของกองเชียร์ภายในสนามและนอกสนาม โดยการนำเสนอภาพข่าวนั้นจะมีทั้งการ บรรยายได้ภาพที่บอกถึงผลการแข่งขันของคู่ต่างๆ หรือเป็นการบรรยายภาพด้วยความสั้นๆ ตามอารมณ์ภาพที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์

### 3. คอลัมน์/สัปดาห์

พบในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และข่าวสด ลักษณะเป็นคอลัมน์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ข้อมูล และความเห็นเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 โดยเฉพาะ เช่น คอลัมน์เกาะติดฟุตบอลยูโร 2016 ของหนังสือพิมพ์ข่าวสด คอลัมน์เกาะเกาะเปลือกฟุตบอลยูโร ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งเนื้อหา ในวันที่ 10 มิถุนายน จะเน้นให้ข้อมูลทั่วๆ ไป ขณะที่ในรอบวันที่ 12 14 16 เน้นการแสดง ความเห็นต่อผลการแข่งขันที่ผ่านมา และวิเคราะห์การแข่งขันคู่ที่จะแข่งขัน

ทั้งนี้ ยังพบว่าเนื้อหา ระดับการให้ข้อมูล (I) ของวันที่ 12, 14 และ 16 มิย. มีสัดส่วนมากกว่าเนื้อหา ประเภทเดียวกันในวันที่ 10 มิถุนายน ซึ่งอาจพิจารณาได้ว่าเป็นไปตามสัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ที่ เพิ่มขึ้น เมื่อเข้าสู่ช่วงการแข่งขัน

สำหรับเนื้อหาประเภทอื่นๆ นั้น แต่ละประเภทพบในบางฉบับ โดยเนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) พบในเฉพาะหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ(วันที่ 10 มิ.ย.) และเดลินิวส์ (วันที่ 10,12,14 และ16 มิ.ย.) ขณะที่เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) พบการนำเสนอทุกวันในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์และคมชัดลึก และเนื้อหาการชิงโชคพบเฉพาะในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ โดยเมื่อพิจารณาเฉพาะเนื้อหาในส่วนการให้อัตราต่อรอง (H) ซึ่งจัดเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพนันโดยตรง ลักษณะเนื้อหาจะเป็นคอลัมน์หรือสตู๊ป โดยที่คอลัมน์นิสต์จะวิเคราะห์ผลการแข่งขันของทีมที่จะแข่งขันในคืนนั้นๆ ด้วยการใช้อ้างอิงข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งสถิติที่ผ่านมา เปรียบเทียบศักยภาพผู้เล่น จากนั้นคอลัมน์นิสต์จะฟันธงว่าทีมใดจะเป็นผู้ชนะ โดยมีการระบุจำนวนประตูแพ้ชนะอย่างชัดเจน

ขณะที่เนื้อหาในส่วนการให้ข้อมูลแหล่ง/วิธีการพนัน (G) พบในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์เพียงฉบับเดียว และพบทุกวันที่ทำการศึกษา ลักษณะเนื้อหาเป็นคอลัมน์ที่นำเสนอเสนอข้อมูลราคาอัตราต่อรองจากเอเชียนแฮนดิแคป ของคู่ฟุตบอลยูโรที่จะแข่งขันกันในคืนนั้นๆ โดยมีทั้งอัตราต่อรอง ราคาเจ้าบ้าน ราคาทีมเยือน แต่ไม่ต่อประตูลูก รวมถึงคำแนะนำของคอลัมน์นิสต์ว่าผลน่าจะเป็นไปในทิศทางใด เพื่อเป็นการให้ข้อมูลกับผู้ที่ต้องการลงข้างพนัน และมีการระบุชื่อของเว็บไซต์ [asianbookie.com](http://asianbookie.com) ที่เป็นเว็บไซต์ท่า (Web Portal) ที่เชื่อมต่อไปสู่เว็บไซต์พนันต่างๆ

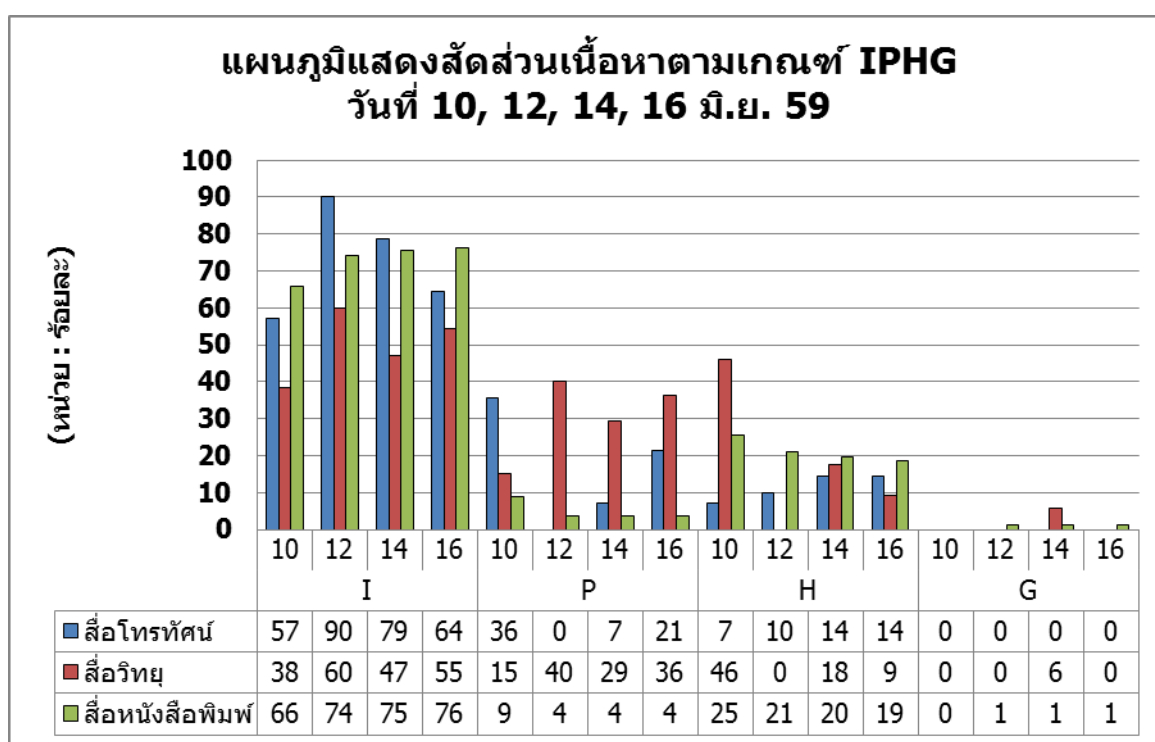
นอกจากนั้นยังพบว่า หนังสือเดลินิวส์มีส่วนของเนื้อหาประเภท P (Prediction) หรือ ข้อมูลเกี่ยวกับการคาดการณ์ โดยมีการทำคอลัมน์ เมนูชุดใหญ่ ซึ่งรวบรวมทรรศนะสั้นๆ จากคอลัมน์นิสต์และกูรูฟุตบอลหลายคน เกี่ยวกับการแข่งขันในคืนนั้นๆ แต่ละคนจะให้ทรรศนะว่าทีมใดน่าจะเป็นฝ่ายชนะ แม้เนื้อหา P (Prediction) จะพบในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเช่นกัน แต่ปรากฏในบางวัน ไม่ได้เป็นคอลัมน์ประจำเหมือนหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เมื่อรวมกับเนื้อหา H (Handicap) และ G (Gambling) แล้ว อาจพิจารณาได้ว่า เดลินิวส์เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการพนันสูงกว่าหนังสือพิมพ์อื่นๆ ที่ศึกษา

ด้านทิศทางการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละวันนั้น พบว่า ส่วนใหญ่จะมีสัดส่วนเนื้อหาในวันที่ 10 มิถุนายน น้อยที่สุด จากนั้นจึงมีสัดส่วนเนื้อหาเพิ่มขึ้นในช่วงวันที่ 12-16 มิถุนายน อย่างเห็นได้ชัด ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน อาทิ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ วันที่ 10 มิถุนายน พบเนื้อหาฟุตบอลยูโรร้อยละ 8.6 แต่เมื่อเป็นช่วงวันที่ 12-16 มิถุนายน สัดส่วนเนื้อหาเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 11.2 – 13.3 ซึ่งพิจารณาได้ว่า เพราะวันที่ 10 เป็นวันแรกของฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งยังไม่มีการแข่งขัน การแข่งขันจะเริ่มในเวลาประมาณ 02.00 น.วันที่ 11 มิถุนายน (เวลาประเทศไทย) เป็นนัดเปิดสนามระหว่างฝรั่งเศสกับโรมาเนีย ทำให้เนื้อหาที่นำเสนอในวันที่ 10 มิ.ย.มีเพียงบรรยากาศก่อนการแข่งขัน เช่น การฝึกซ้อมของนักฟุตบอล สภาพความพร้อม การวิเคราะห์การแข่งขันระหว่างฝรั่งเศสกับโรมาเนีย เป็นต้น แต่ในช่วงวันที่ 12, 14 และ 16 มิถุนายน เป็นช่วงที่เข้าสู่การแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 แล้ว และแต่ละวันมีการแข่งขัน 3 คู่ ทำให้เนื้อหาที่

นำเสนอมีมากขึ้น ทั้งในส่วนของบรรยากาศก่อนการแข่งขัน และบรรยากาศหลังการแข่งขัน เช่น ผลและรายละเอียดของการแข่งขันของคู่เมื่อคืนที่ผ่านมา ความคิดเห็นของนักเตะหรือผู้จัดการทีมต่อผลการแข่งขัน เหตุการณ์นอกสนามที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลยูโร อาทิ การก่อความวุ่นวายของแฟนบอล เป็นต้น

ทั้งนี้ ข่าวสดเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับเดียว ที่มีเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันตลอดทั้ง 4 วันที่ทำการศึกษา คืออยู่ในช่วงร้อยละ 12-13 เหตุที่หนังสือพิมพ์ข่าวสดมีเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในวันที่ 10 มิถุนายน มากกว่าฉบับอื่นๆ ทั้งที่เป็นวันแรกของการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 อาจเนื่องจากในวันนั้นมีเนื้อหารณรงค์ต่อต้านการพนันด้วย แต่ถ้านับเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 พบว่า หนังสือพิมพ์ข่าวสดวันที่ 10 มิถุนายน มีสัดส่วนน้อยกว่าวันอื่นๆ ที่ศึกษา

เปรียบเทียบสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาการพนันบอลยูโร 2016 ในสื่อหลัก ในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขัน (วันที่ 10, 12, 14, 16 มิ.ย. 59) โดยใช้เกณฑ์ IPHG



จากแผนภูมิแสดงจำนวนรายการและสัดส่วนที่พบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ของสื่อหลัก ในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขัน เมื่อพิจารณาตามช่วงเวลา พบว่า วันที่ 12 มิถุนายน เป็นวันที่สื่อต่างๆ มีสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาระดับการให้ข้อมูล (I) ทั้งนี้ ทิศทางของสัดส่วนเนื้อหาโดยรวม คือ พบในวันที่ 10 มิถุนายนค่อนข้างน้อย และสูงสุดในวันที่ 12 มิถุนายน ก่อนจะลดลง ในวันที่ 14 และ 16 มิถุนายน จนมาอยู่ในระดับ



ที่ใกล้เคียงกับวันที่ 10 มิถุนายน โดยสื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์ มีสัดส่วนเนื้อหาแต่ละประเภทค่อนข้างคงตัว คือเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก แตกต่างจากสื่อวิทยุ ที่มีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละวันค่อนข้างมาก โดยเฉพาะเมื่อนำผลการศึกษาของวิทยุออนไลน์คือ NR Sports Radio มารวมด้วย

เมื่อพิจารณาตามรายชื่อ พบว่า สื่อโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เป็นระดับการให้ข้อมูล (I) โดยพบสูงสุดในวันที่ 12 มิถุนายน ขณะที่การทำนายผลการแข่งขัน (P) พบเกือบทุกช่อง แต่มีจำนวนที่ค่อนข้างน้อย และพบการให้อัตราต่อรอง (H) ในช่องทีวีดาวเทียม SMMTV เพียงช่องเดียว ทั้งนี้ ไม่พบเนื้อหาในระดับ G ในช่วงเวลาที่ศึกษา

สื่อวิทยุกระจายเสียง ใน FM96 และ FM99 ที่เก็บข้อมูลทางออนไลน์ พบเนื้อหาในระดับ I มากที่สุด ขณะที่การทำนายผลการแข่งขัน (P) พบค่อนข้างน้อย และพบการให้อัตราต่อรอง (H) สูงในวันที่ 10 มิถุนายน แต่ไม่พบเนื้อหาการชี้ช่องทางพนัน (G) ในขณะที่วิทยุบนเว็บไซต์อย่าง NR Sports Radio ซึ่งไม่มีผังรายการ และไม่เน้นฟุตบอลยูโร 2016 เป็นหลัก กลับพบว่ามีเนื้อหาในระดับชี้ช่องทางวิธีการพนัน (G) ในวันที่ 14 มิถุนายน

สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ส่วนใหญ่พบข้อมูลทั่วไป (I) ขณะที่การทำนายผลการแข่งขัน (P) พบค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตาม พบเนื้อหาในระดับอัตราต่อรอง (H) ในเดลินิวส์กับคมชัดลึกเพียง 2 ฉบับ

จากข้อมูลดังกล่าว อาจสรุปได้ว่า สื่อวิทยุ มีสัดส่วนที่พบเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 เปลี่ยนแปลงในแต่ละวันที่ศึกษามากที่สุด เนื่องจากผังรายการของวิทยุมีการเปลี่ยนแปลงและรายการที่นำเสนอก็จะแตกต่างกันไปแต่ละวัน ทำให้สัดส่วนที่พบในแต่ละวันมีจำนวนเพิ่มขึ้นหรือลดลงค่อนข้างมาก โดยเฉพาะ เมื่อนำผลการศึกษาของวิทยุบนเว็บไซต์ คือ NR Sports Radio ไปรวมด้วย จะพบเนื้อหาในระดับ G ใน NR Sports Radio เพียงสถานีเดียว สื่อหนังสือพิมพ์ คือ สื่อที่ค่อนข้างมีความคงตัวในการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด โดยพบเนื้อหาค่อนข้างน้อยในวันที่ 10 มิ.ย. ซึ่งเป็นวันแรก ต่อมา มีจำนวนเพิ่มขึ้นตามคู่ที่แข่งขัน และค่อนข้างคงตัวหลังจากนั้น แสดงให้เห็นว่าอาจมีการจัดสรรพื้นที่ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับเพื่อเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 เป็นการเฉพาะ และมีเนื้อหาไปถึงระดับชี้ช่องทาง/วิธีการพนัน (G) เช่นเดียวกับสื่อวิทยุ โดยพบในเดลินิวส์กับคมชัดลึกเพียง 2 ฉบับ ส่วน สื่อโทรทัศน์ มีจำนวนรายการที่เปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผังรายการของสถานีโทรทัศน์ค่อนข้างตายตัว รายการที่พบมักจะเป็นรายการเดิม ๆ ที่ออกอากาศในทุกวัน แต่เนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นระดับ I คือการให้ข้อมูล โดยพบเนื้อหาที่ให้อัตราต่อรอง (H) ในช่อง SMMTV เพียงช่องเดียว

วิเคราะห์ภาพรวมผลการศึกษารายการนำเสนอของสื่อหลักและหนังสือพิมพ์กีฬา พบว่า

วันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันแรกของบอลลูโร 2016 ที่มีถ่ายทอดการแข่งขันคู่แรกในเวลาราวตี 2 ของวันที่ 11 มิ.ย. ในวันที่ 10 สื่อที่พบสัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์พบเนื้อหาน้อยที่สุด

ส่วนในวันที่ 12 มิ.ย. 59 แม้จะเป็นวันที่มีการแข่งขันถึง 3 คู่ แต่เนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบในสื่อโทรทัศน์และวิทยุกลับลดลง ซึ่งปัจจัยหลักอาจมาจากผังรายการของวันที่ศึกษาซึ่งเป็นวันอาทิตย์ ที่มีผังรายการแตกต่างจากวันธรรมดา (10 มิ.ย.) ในขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์ พบสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นจากร้อยละ 21 เป็นร้อยละ 27 ซึ่งอาจเป็นผลจากจำนวนคู่ที่เพิ่มมากขึ้นจากวันที่ 10 มิ.ย.

ผลการศึกษาของ วันที่ 14 มิ.ย. 59 แสดงให้เห็นว่าจำนวนคู่ที่แข่งขันอาจไม่มีผลต่อการนำเสนอเนื้อหาในสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ เพราะแม้ในวันที่ 14 มิ.ย. จะมีจำนวนคู่ที่แข่งขัน 2 คู่ น้อยกว่าในวันที่ 12 มิ.ย. แต่จำนวนสัดส่วนที่พบเนื้อหาของทั้งสองสื่อกลับมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นผลจากเป็นการออกอากาศในวันธรรมดา ทำให้สัดส่วนที่พบทั้งสองสื่อเพิ่มสูงขึ้น สื่อวิทยุมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นค่อนข้างมากคือ จากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 33 ส่วนสื่อโทรทัศน์มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19 เป็นร้อยละ 27 ใกล้เคียงกับที่พบในวันที่ 10 มิ.ย. ขณะที่ปัจจัยเรื่องจำนวนคู่ที่แข่งขันที่ลดลงอาจมีผลต่อการนำเสนอเนื้อหาในสื่อหนังสือพิมพ์ เนื่องจากสัดส่วนที่พบมีจำนวนน้อยลงกว่าที่พบในวันที่ 12 มิ.ย. เล็กน้อย คือ จากร้อยละ 24 เหลือร้อยละ 23 ส่วน

วันที่ 16 มิ.ย. 59 สัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ที่พบในสื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์ค่อนข้างคงที่ ไม่พบความเปลี่ยนแปลงจากวันที่ 14 มิ.ย. มากนัก อาจเพราะทั้งสองสื่อมีการจัดสรรพื้นที่เฉพาะเพื่อรายงานความเคลื่อนไหวของการแข่งขันโดยเฉพาะในรายการเดิมของสื่อโทรทัศน์และพื้นที่เดิมในสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีความเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนที่พบในแต่ละวันมากที่สุด โดยสัดส่วนที่พบลดลงจากวันที่ 14 มิ.ย. คือจากร้อยละ 33 เหลือร้อยละ 22 แม้จะมีคู่ที่ลงแข่งขันมากกว่าในวันที่ 14 มิ.ย. ก็ตาม

เมื่อพิจารณาการนำเสนอเนื้อหาพนันบอลยูโร 2016 ในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขัน อาจกล่าวได้ว่าสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในแต่ละสื่อมีความแตกต่างกัน แนวโน้มสัดส่วนที่พบในสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุค่อนข้างไปในทางเดียวกันและมีสัดส่วนใกล้เคียงกันเกือบทุกวัน จำนวนคู่ที่แข่งขันมากน้อยในแต่ละวัน หรือการเดินทางเข้าสู่รอบลึก ๆ ไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ทำให้จำนวนสัดส่วนที่พบเพิ่มมากขึ้นหรือน้อยลงตามไปด้วย ขณะที่ปัจจัยที่อาจส่งผลในการนำเสนอเนื้อหาพนันในสื่อหนังสือพิมพ์รายวันและหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน น่าจะเกิดจากจำนวนทีมที่แข่งขันในแต่ละวัน ส่วนการที่จำนวนข้อมูลระดับ 1 มีแนวโน้มปรากฏเพิ่มสูงขึ้นในรอบที่ลึกมากขึ้นอาจเพราะเป็นการนำเสนอข้อมูลของทั้งทีมที่กำลังจะเข้าแข่งขัน และทีมที่แข่งขันจบไปแล้ว จึงทำให้ปริมาณข้อมูลเพิ่มสูงขึ้นตามจำนวนทีมที่แข่งขันผ่านไปแล้ว

กลุ่ม 2 ผลการศึกษาในสื่อหลัก หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน และ สื่อออนไลน์ ตามช่วงรอบการแข่งขัน (วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 59)

### 1) สื่อโทรทัศน์

การศึกษาวเคราะห์สื่อโทรทัศน์ ในกลุ่มโทรทัศน์ดิจิทัล พบว่า โทรทัศน์ในเครื่องช่อง 3 ที่ได้ลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 คือ ช่อง 3SD และ 3HD เป็นช่องที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด ทั้งจำนวนรายการและจำนวนวันที่นำเสนอเนื้อหา ขณะที่ช่อง 3 Family แม้จะเป็นช่องที่ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดเช่นเดียวกัน แต่กลับพบจำนวนรายการน้อยกว่าอีก 2 ช่อง และพบเฉพาะในวันที่ 10 มิ.ย. และ 24 มิ.ย. เพียง 2 วันเท่านั้น ทั้งนี้ อาจเพราะกลุ่มเป้าหมายของช่อง 3 Family แตกต่างจากอีก 2 ช่อง ขณะที่ช่อง 7 HD และช่อง Workpoint ที่ไม่ได้ลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดการแข่งขัน พบว่ามีจำนวนรายการที่ค่อนข้างน้อย และไม่พบเลยในบางวันที่ศึกษา ในขณะที่ผลการศึกษายุทธศาสตร์ดาวเทียม ช่อง SMMTV ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์กีฬา พบการให้ความสำคัญกับเนื้อหาฟุตบอลยูโรค่อนข้างมาก คือ มีจำนวนรายการที่นำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโรจำนวนมากในทุกวัน แม้ในวันที่พักการแข่งขัน

เมื่อพิจารณาประเภทเนื้อหา พบว่า สื่อโทรทัศน์เน้นการรายงานระดับการให้ข้อมูล (I) เป็นหลัก ขณะที่การทำนายผลการแข่งขัน (P) ในช่วงวันที่ 10 มิ.ย พบในทุกช่องของเครื่องช่อง 3 . แต่พอ 17 มิ.ย. เหลือเพียงช่อง 3 HD เพียงช่องเดียว แต่ในวันที่ 24 มิ.ย. ซึ่งเป็นช่วงพักการแข่งขัน กลับพบ P ใน ช่อง 7 HD และ Workpoint ด้วย ในจำนวน 1 ครั้งเท่ากันในทุกช่อง ขณะที่การให้อัตราต่อรอง (H) พบในช่อง SMMTV เพียงช่องเดียว และพบมากขึ้นเมื่อรอบการแข่งขันงวดขึ้น และไม่พบในช่วงพักการแข่งขัน และจำนวนรายการที่พบมีแนวโน้มสูงขึ้นเมื่อเข้าสู่การแข่งขันรอบสำคัญ ส่วนเนื้อหาในระดับ G ไม่พบเลยในสื่อโทรทัศน์ที่ศึกษา ในช่วงวันที่กำหนด

### 2) สื่อวิทยุกระจายเสียงคลื่นกีฬา

ภาพรวมสื่อวิทยุคลื่นที่มีผังรายการ พบการรายงานเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ในระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) ส่วนการให้อัตราต่อรอง (H) ที่พบในช่วง 3 วันแรกที่ศึกษา (10, 17, 24 มิ.ย.) กลับไม่พบเลยในการศึกษาวันที่ 1 ก.ค. ทั้ง 2 สถานี โดยในวันที่ 10 มิ.ย. 59 วันก่อนการแข่งขัน เนื้อหาที่พบใน 2 สถานีมีความแตกต่างกัน สถานีวิทยุ FM 96 Sport Radio พบทั้งระดับการให้ข้อมูล (I) การทำนายผลการแข่งขัน (P) และการให้อัตราต่อรอง (H) จำนวน 2 รายการเท่ากัน ส่วน FM 99 Active Radio ไม่พบการทำนายผลการแข่งขัน (P) แต่พบการให้ข้อมูล (I) และการให้อัตราต่อรอง (H) จำนวน 4 รายการ มากกว่าคลื่น FM 96 Sport Radio ที่พบ 3 รายการ ส่วนวันที่ 17 มิ.ย. 59 การแข่งขันรอบ 24 ทีม เนื้อหาในระดับการให้ข้อมูล (I) ที่พบในคลื่น FM 96 Sport Radio มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นกว่าที่พบในวันที่ 10

มิ.ย. จำนวนเท่าตัว (จาก 2 เป็น 4 รายการ) ขณะที่เนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) มีจำนวนลดลง แตกต่างจากคลื่น FM 99 Active Radio ที่พบเนื้อหาในระดับการให้ข้อมูล (I) ลดลง (จาก 3 เหลือ 2 รายการ) แต่มีเนื้อหาการทำนายผลการแข่งขันเพิ่มขึ้นมาเป็น 2 รายการ จากที่ไม่พบในการศึกษาวันที่ 10 มิ.ย. ส่วนวันที่ 24 มิ.ย. 59 วันพักการแข่งขันก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีม พบว่าทั้ง 2 สถานีมีจำนวนเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยคลื่น FM 96 Sport Radio เน้นระดับการให้ข้อมูล (I) มากที่สุด การทำนายผลการแข่งขัน (P) และการให้อัตราต่อรอง (H) พบในจำนวนที่น้อยกว่ามาก ขณะที่ FM 99 Active Radio กลับพบระดับการให้ข้อมูล (I) ค่อนข้างน้อย แต่กลับพบการให้อัตราต่อรอง (H) ในจำนวน 2 รายการเท่ากัน ขณะที่ NR Sports Radio วิทยูบนเว็บไซต์ที่ไม่มีผังรายการ แม้จะพบการนำเสนอเนื้อหาพนันบอลยูโร 2016 จำนวนน้อยที่สุดแต่กลับพบการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ไปถึงระดับการชี้ช่องแหล่งพนัน จากการเอ่ยชื่อและกล่าวขอบคุณเว็บไซต์รับพนันบอลที่เป็นผู้สนับสนุนรายการ

### 3) สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน

เนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เน้นเนื้อหาในระดับการให้ข้อมูล (I) เป็นหลัก เพราะสัดส่วนที่พบมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด โดยทุกฉบับและทุกวันที่ศึกษามีเนื้อหาในระดับการให้ข้อมูล (I) ขณะที่การทำนายผลการแข่งขัน (P) พบสัดส่วนค่อนข้างน้อยและพบเพียง 3 ฉบับคือ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด และพบเฉพาะวันแรกของการแข่งขันและวันสุดท้ายของการแข่งขัน โดยวันแรกของการแข่งขันมีสัดส่วนมากกว่า ส่วนการให้อัตราต่อรอง (H) พบใน 2 ฉบับคือ เดลินิวส์ และคมชัดลึก ค่อนข้างมาก และมีพบบ้างเล็กน้อยในไทยรัฐ ขณะที่เดลินิวส์เป็นฉบับเดียวที่มีเนื้อหาในระดับการชี้ช่องแหล่งพนัน (G)

### 4) หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน

สัดส่วนเนื้อหาในระดับการให้ข้อมูล (I) นั้น ในวันที่ 10, 17 และ 24 มิ.ย. 2559 พบ ฮอตสกอรัมีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ขณะที่วันที่ 1 ก.ค. 2559 สตาร์ชอคเกอร์กลายเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุดแทน อย่างไรก็ตาม ทั้งฮอตสกอรัและสตาร์ชอคเกอร์ ต่างเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีสัดส่วนเนื้อหา I มากกว่าฉบับอื่น โดยส่วนใหญ่เป็นผลจากมีเนื้อหาประเภทคอลัมน์ในจำนวนมาก ซึ่งคอลัมน์ส่วนใหญ่เน้นการวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลยูโร มากกว่าเรื่องอัตราต่อรอง หรือการทำนายผลแพ้-ชนะ สำหรับสัดส่วนของเนื้อหาเชิงข้อมูลหรือ I โดยรวมถือว่าเป็นสัดส่วนเนื้อหาที่มีจำนวนมากที่สุด ทั้งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสูงในวันที่ 17 มิ.ย. และวันที่ 24 มิ.ย. 2559 เนื่องจาก วันที่ 17 มิ.ย. อยู่ในช่วงการแข่งขันรอบแรก ที่มีการแข่งขันหลายคู่ในแต่ละวัน จึงมีการนำเสนอทั้งข้อมูลบรรยากาศก่อนการแข่งขัน ผลการแข่งขัน และบรรยากาศหลังการแข่งขัน ขณะที่วันที่ 24 มิ.ย. แม้จะอยู่ในช่วงพักการแข่งขัน เพื่อรอแข่งขันรอบ 16 ทีม แต่มีการนำเสนอข้อมูลผลการแข่งขันรอบ

แรกวันสุดท้าย สรุปผลงานของแต่ละทีมในรอบแรก และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกบคู่อันในรอบ 16 ทีม จึงทำให้สัดส่วนเนื้อหาที่มีจำนวนมาก ขณะที่วันที่ 1 ก.ค. 2559 สัดส่วนเนื้อหาประเภทข้อมูลคือ I กลับมีแนวโน้มลดลง (ยกเว้นสตาร์ชอคเกอร์) ซึ่งพิจารณาได้ว่าช่วงเวลาดังกล่าว อยู่ในช่วงการแข่งขันรอบ 8 ทีม ที่มีการแข่งขันเพียงวันละ 1 คู่ ทำให้จำนวนเนื้อหาข่าวสารที่น่าเสนอนั้นลดลงจากวันที่ 24 มิ.ย. 2559

เนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) นั้น ในวันที่ 10 มิ.ย. 2559 พบ ฮอตสกอร์มีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น วันที่ 17 มิ.ย. 2559 สปอร์ตแมนมีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด วันที่ 24 มิ.ย. 2559 ฮอตสกอร์กลับมามีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุดอีกครั้ง ขณะที่วันที่ 1 ก.ค. 2559 สตาร์ชอคเกอร์กลายเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม สัดส่วนของเนื้อหาเชิงคาดการณ์โดยรวมนั้น ถือว่ามีจำนวนน้อยเมื่อเทียบสัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 ประเภทอื่นๆ โดยหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะมีสัดส่วนเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุดในวันที่ 10 มิ.ย. จากนั้นจึงลดระดับลงเรื่อยๆ หรือไม่มีเลย ยกเว้นหนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์ ที่มีแนวโน้มเนื้อหาส่วนนี้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่ก็มีบางสัปดาห์ที่ไม่มีเนื้อหาส่วนนี้ ลักษณะเช่นนี้อาจวิเคราะห์ได้ว่า เป็นผลมาจากปัจจัยช่วงเวลา และจุดมุ่งหมายของหนังสือพิมพ์ เหตุที่พบเนื้อหาเชิงคาดการณ์ในช่วงวันที่ 10 มิ.ย. มากกว่าช่วงอื่นๆ เพราะเป็นช่วงก่อนเริ่มการแข่งขันฟุตบอลยูโร ซึ่งบางฉบับเป็นหนังสือพิมพ์กรอบาย ทำให้เนื้อหาในหนังสือพิมพ์ล่วงหน้าการแข่งขันถึง 2 วัน เนื้อหาจึงเน้นไปที่การวิเคราะห์ผลเป็นหลัก แต่ในรอบวันอื่นๆ นั้นเข้าสู่ช่วงการแข่งขันแล้ว โดยเฉพาะวันที่ 17 มิ.ย. ที่มีการแข่งขันในวันนั้นถึง 3 คู่ หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จึงเปลี่ยนจากแค่การคาดการณ์ผลแพ้ชนะ ไปเป็นเนื้อหา H ที่คาดการณ์ถึงจำนวนประตูแพ้ชนะด้วย จะสังเกตได้ว่าในรอบวันที่ 17 มิ.ย. เนื้อหา H เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ ยกเว้นในกรณีสตาร์ชอคเกอร์ที่ยังมีเนื้อหา P เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งพิจารณาได้ว่าอาจเป็นผลจากการที่ตัวหนังสือพิมพ์วางตำแหน่งการตลาดเป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นเนื้อหาประเภทคอลัมน์ โดยเฉพาะความคิดเห็นของกูรูฟุตบอล โดยไม่เน้นเนื้อหาด้านอัตราต่อรองหรือการพนัน ทำให้เนื้อหา P ยังมียู และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพราะในช่วงหลังเริ่มมีการวิเคราะห์ผลการแข่งขันในรอบถัดๆ ไปจนถึงวิเคราะห์ทีมที่จะชนะเลิศ

เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) นั้น ในวันที่ 10 มิ.ย. 2559 พบ สปอร์ตแมนมีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด เมื่อเทียบกับสัดส่วนเนื้อหาประเภทนี้ในหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น วันที่ 17 มิ.ย. 2559 ตลาดลูกหนังมีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด แต่ในวันที่ 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 2559 สปอร์ตพูลกลายเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุดแทน โดยสปอร์ตพูล สปอร์ตแมน และตลาดลูกหนัง ต่างเป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นการนำเสนอข้อมูลอัตราต่อรองเป็นหลัก จึงส่งผลให้มีสัดส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับการพนันมากกว่าอีก 3 ฉบับ ที่เน้นนำเสนอข่าว และคอลัมน์เกี่ยวกับฟุตบอลเป็นหลัก นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มเนื้อหาส่วนนี้ พบว่า ในช่วงวันที่ 10 มิ.ย. ยังมีเนื้อหาส่วนนี้ไม่มากนัก พิจารณาได้ว่าเป็นช่วงก่อนการแข่งขัน และหนังสือพิมพ์บางฉบับเป็นแบบกรอบาย ทำให้มีเนื้อหาล่วงหน้าการแข่งขันถึง 2 วัน จึงยังไม่มีผลการลงอัตราต่อรองมากนัก

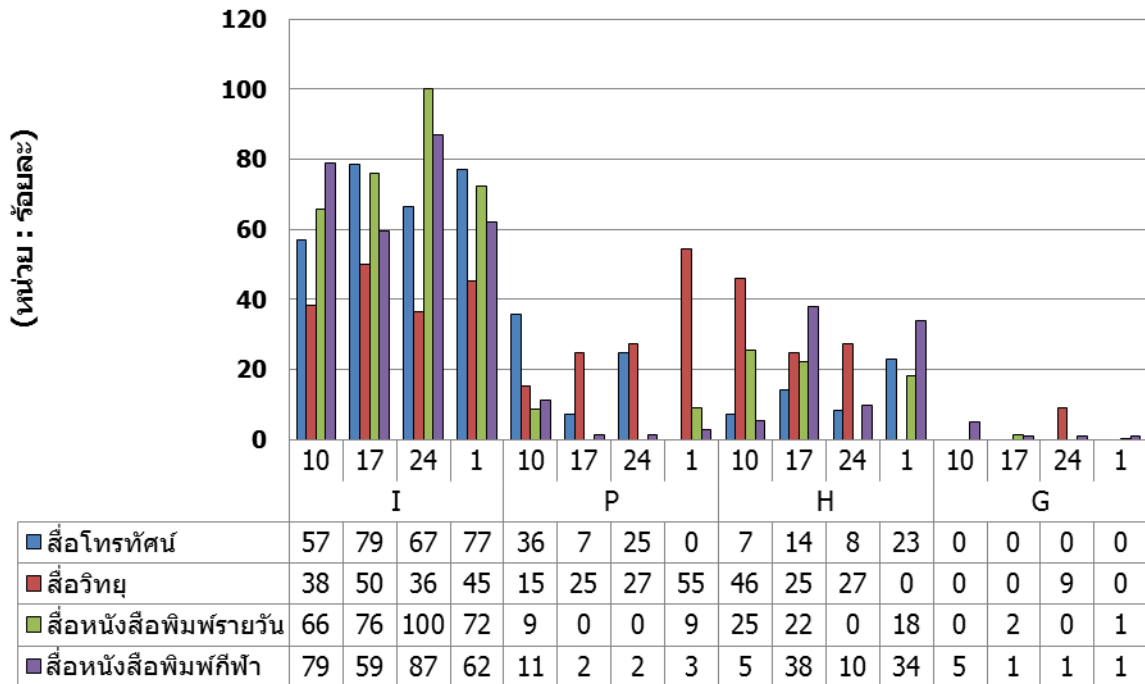
แต่เมื่อเป็นวันที่ 17 มิ.ย. สังเกตได้ว่า เนื้อหาส่วนนี้เพิ่มขึ้นในทุกฉบับ เพราะวันนั้นมีการแข่งขันถึง 3 คู่ จึงมีการนำเสนอข้อมูลอัตราต่อรองเพิ่มมากขึ้น ต่อมาวันที่ 24 มิ.ย. สัดส่วนเนื้อหา H กลับลดลงทุกฉบับ โดยเฉพาะในสปอร์ตพูล สपोर्टแมน และตลาดลูกหนัง ที่มีเนื้อหาหลักเป็นเรื่องอัตราต่อรอง ทั้งนี้ เพราะช่วงวันดังกล่าว อยู่ในช่วงพักการแข่งขันระหว่างรอบแรกกับรอบ 16 ทีม หนังสือพิมพ์เหล่านี้จึงหันนำเสนอเนื้อหาอัตราต่อรองและคำแนะนำการลงข้างพนันของรายการอื่นๆ แทน ขณะที่วันที่ 1 ก.ค. ซึ่งตรงกับช่วงวันที่มีการแข่งขันรอบ 8 ทีม ทำให้เนื้อหา H กลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้ง แต่โดยรวมแล้วยังมีสัดส่วนไม่มากเท่าเมื่อวันที่ 17 มิ.ย. เนื่องจากในรอบ 8 ทีม จะแข่งขันเพียงวันละ 1 คู่ หนังสือพิมพ์จึงให้พื้นที่นำเสนอข้อย่อยลง โดยเฉพาะกลุ่มหนังสือพิมพ์ที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการพนัน เพราะกลุ่มนี้เน้นจำนวนของคู่ มากกว่าเจาะลึกไปที่คู่ใดหนึ่ง (วันที่ 1 ก.ค. สपोर्टพูล สपोर्टแมน และตลาดลูกหนัง ให้พื้นที่กับการแข่งขันฟุตบอลยูโรเปียนคัพคัดเลือกมากที่สุด เพราะมีจำนวนนัดการแข่งขันจำนวนมากในวันนั้น) ทั้งนี้ เนื้อหา H ที่พบส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นการนำข้อมูลเกี่ยวกับอัตราต่อรองคู่แข่งในคืนนั้นๆ และการทำนายผลการแข่งขันแบบระบุสกอร์ ของคอลัมนิสต์ แต่ในกรณีของสปอร์ตพูล สपोर्टแมน และตลาดลูกหนัง จะมีการเพิ่มเนื้อหาคำแนะนำในการลงข้างพนันเข้าไป

การให้ข้อมูลแหล่งพนัน (G) นั้น พบไม่มากนัก โดยพบเฉพาะในหนังสือพิมพ์ สपोर्टพูล สपोर्टแมน และตลาดลูกหนัง โดยสปอร์ตแมนและตลาดลูกหนัง พบมากที่สุด คือพบใน 3 จาก 4 วันที่ศึกษา ขณะที่สปอร์ตพูล พบใน 2 จาก 4 วันที่ศึกษา ซึ่งสัดส่วนที่พบในแต่ละวันนั้นเท่ากัน คือพบฉบับละ 1 จุด ยกเว้นหนังสือพิมพ์สปอร์ตแมนฉบับวันที่ 10 มิ.ย. ที่พบเนื้อหาข้อมูลแหล่งรับพนันในสัดส่วนสูงกว่าวันอื่นๆ เพราะวางในตำแหน่งที่ทำให้เข้าใจว่าเป็นผู้สนับสนุนการจัดทำตารางการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งเป็นเนื้อหาพิเศษในฉบับนั้น ทั้งนี้ จากการศึกษายังพบว่า หนังสือพิมพ์สปอร์ตพูลและสปอร์ตแมน แนะนำเว็บไซต์รับพนันแห่งเดียวกัน ขณะที่ตลาดลูกหนังแนะนำอีก 1 เว็บไซต์ ซึ่งทั้ง 2 เว็บไซต์ใน 3 หนังสือพิมพ์ นำเสนอในลักษณะแบนเนอร์โฆษณา ไม่มีการระบุว่าเป็นเว็บไซต์การพนัน แต่ใช้ข้อความ “เฉพาะผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไป” หรือ “ติดต่อเราได้ตลอด 24 ชั่วโมง” แทน

ทั้งนี้ ตลอดช่วง 4 วันที่ศึกษา หนังสือพิมพ์ทั้ง 6 ฉบับ ไม่มีการให้พื้นที่เพื่อนำเสนอเนื้อหาที่รณรงค์ต่อต้านการพนัน ในขณะที่ เนื้อหาการชิงโชคนั้น พบใน 5 ฉบับ ยกเว้นตลาดลูกหนัง ซึ่งส่วนใหญ่พบในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยเนื้อหาการชิงโชคที่พบมากที่สุด การชิงโชคที่จัดโดยสตาร์ชอคเกอร์ ซึ่งนอกจากนำเสนอในสตาร์ชอคเกอร์แล้ว ยังพบการนำเสนอในหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ ในเครือสยามสปอร์ตด้วย



**แผนภูมิแสดงสัดส่วนเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG  
วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 59**



เมื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาพจนานุกรมวิทยุ 2016 และสื่อหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ตามช่วงรอบการแข่งขัน (วันที่ 10, 17, 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค. 59) โดยใช้เกณฑ์ IPHG พบว่า

เนื้อหาในระดับการให้ข้อมูล (I) พบสูงในทุกวันและทุกสื่อที่ศึกษา โดยในวันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันก่อนเริ่มการแข่งขัน สื่อหนังสือพิมพ์กีฬา หนังสือพิมพ์รายวัน และสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่พบสัดส่วนในกลุ่มนี้ค่อนข้างมาก โดยพบเกินกว่าครึ่งหนึ่งของเนื้อหา IPHG ทั้งหมด คือพบร้อยละ 79, 66 และ 57 ตามลำดับ สื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีสัดส่วนในระดับการให้ข้อมูลในวันที่ 10 มิ.ย. 59 น้อยที่สุด คือพบเพียงร้อยละ 38

วันที่ 17 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นการแข่งขันในรอบแรกที่มีคู่ที่ลงแข่งขันถึง 3 คู่ พบว่า ปัจจัยเรื่องจำนวนคู่ที่ลงแข่งขันมีผลให้สัดส่วนเนื้อหาในระดับการให้ข้อมูลของทุกสื่อเพิ่มขึ้นทั้งหมด ยกเว้น สื่อหนังสือพิมพ์กีฬา เพียงสื่อเดียวที่มีสัดส่วนลดลง คือจากร้อยละ 79 (10 มิ.ย. 59) เหลือร้อยละ 59 ขณะที่สื่อโทรทัศน์มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือจากร้อยละ 57 (10 มิ.ย. 59) เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 79 สื่อหนังสือพิมพ์กีฬาพบรองลงมา คือจากร้อยละ 66 (10 มิ.ย. 59) เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 76 ขณะที่สื่อวิทยุแม้จะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเช่นกัน คือจากร้อยละ 38 (10 มิ.ย. 59) เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 50 ซึ่งยังเป็นสัดส่วนที่พบน้อยกว่าทุกสื่อเช่นเดียวกับในวันที่ 10 มิ.ย. 59

วันที่ 24 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันที่พักการแข่งขัน ก่อนเข้าสู่รอบ 16 ทีมสุดท้าย เป็นปัจจัยที่ทำให้สัดส่วนที่พบในสื่อมีความเปลี่ยนแปลงและแตกต่างกันแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มอย่างชัดเจน คือสื่อที่พบสัดส่วนเนื้อหาในระดับการให้ข้อมูลเพิ่มมากขึ้น คือสื่อหนังสือพิมพ์รายวันและหนังสือพิมพ์กีฬา ซึ่งเป็นสื่อที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะวันต่อวัน เมื่อมีการพักการแข่งขัน สัดส่วนที่เป็นการคาดการณ์ ทำนายผลการแข่งขัน หรือให้อัตราต่อรองจึงลดตามลงไปด้วย ทำให้พบสัดส่วนระดับการให้ข้อมูลเพิ่มสูงขึ้นกว่าทุก ๆ วันที่ศึกษา โดยเฉพาะในสื่อหนังสือพิมพ์รายวันที่พบว่าสัดส่วนที่พบอยู่ในกลุ่มนี้ทั้งหมด ขณะที่สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุมีสัดส่วนที่พบน้อยลงกว่าในวันที่ 17 มิ.ย. 59 ซึ่งอาจเป็นเพราะสื่อทั้ง 2 ยังให้พื้นที่กับการคาดการณ์ ทำนายผลแข่งขัน หรือให้อัตราต่อรอง ล่วงหน้ากับผู้ชมหรือผู้ฟังรายการ ทำให้สัดส่วนในระดับการให้ข้อมูลไม่เพิ่มสูงขึ้นอย่างพบในสื่อหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 กลุ่ม

วันที่ 1 ก.ค. 59 เป็นการแข่งขันในรอบ 8 ทีม ซึ่งเป็นการแข่งขันในรอบลึก ๆ ที่มีความสำคัญ สัดส่วนที่พบมีความใกล้เคียงกับที่พบในวันที่ 17 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันที่มีการแข่งขันเช่นเดียวกัน สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่พบสัดส่วนเนื้อหามากที่สุด คือร้อยละ 77 รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ร้อยละ 72 สื่อหนังสือพิมพ์กีฬา พบร้อยละ 62 และสื่อวิทยุพบน้อยที่สุด ร้อยละ 45

เนื้อหาการทำนายผลการแข่งขัน (P) พบในทุกสื่อแต่ในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนระดับการให้ข้อมูล (I) จะเห็นสัดส่วนที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนระหว่าง 2 กลุ่มนี้ สื่อวิทยุเป็นสื่อเดียวที่พบสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาในกลุ่มนี้มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในทุกวันที่ศึกษา ขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์รายวันและหนังสือพิมพ์กีฬาพบค่อนข้างน้อยในทุกวันที่ศึกษา โดยวันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันก่อนการแข่งขัน พบการนำเสนอเนื้อหาในทุกสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 36 รองลงมาคือสื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์กีฬา และสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน พบร้อยละ 15, 11 และ 9 ตามลำดับ

วันที่ 17 มิ.ย. 59 ซึ่งมีการแข่งขัน 3 คู่ มีเพียงสื่อวิทยุเพียงสื่อเดียวที่มีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น จากร้อยละ 25 (10 มิ.ย. 59) เป็นร้อยละ 25 ขณะที่อีก 3 สื่อ คือสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน และสื่อหนังสือพิมพ์กีฬา มีสัดส่วนลดลงมากกว่าครึ่งหนึ่งจากที่พบในวันที่ 10 มิ.ย. 59 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยเรื่องวันหรือจำนวนคู่ที่มีการแข่งขันอาจไม่ใช่ปัจจัยหลักสำหรับการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการทำนายผลการแข่งขัน

วันที่ 24 มิ.ย. 59 เป็นวันที่พักการแข่งขัน พบว่าสื่อเดียวที่พบสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดคือสื่อโทรทัศน์ คือจากร้อยละ 7 (17 มิ.ย. 59) เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 ขณะที่สื่ออื่น ๆ แทบไม่พบความเปลี่ยนแปลง คือสื่อวิทยุ พบสัดส่วนเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จากร้อยละ 25 (17 มิ.ย. 59) เป็นร้อยละ 27 ขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์รายวันและหนังสือพิมพ์กีฬาไม่เปลี่ยนจากที่พบในวันที่ 17 มิ.ย. 59 คือ ไม่พบเลยในสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาพบร้อยละ 2

วันที่ 1 ก.ค. 59 เป็นการแข่งขันในรอบ 8 ทีมสุดท้าย พบว่าสื่อวิทยุมีสัดส่วนเนื้อหาทำนายผลการแข่งขันสูงที่สุดกว่าทุกกลุ่มและทุกวันที่ศึกษา คือพบร้อยละ 55 ขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์รายวันและสื่อ

หนังสือพิมพ์กีฬา แม้จะมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นจากผลการศึกษาในวันที่ 24 มิ.ย. 59 แต่ยังพบสัดส่วนค่อนข้างน้อยทั้ง 2 สื่อ ขณะที่สื่อโทรทัศน์ไม่พบการนำเสนอเนื้อหาในวันนี้

เนื้อหาการให้อัตราต่อรอง (H) พบในทุกสื่อ โดยสื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาพบการนำเสนอเนื้อหาการให้อัตราต่อรองในทุกวันที่ศึกษา สัดส่วนที่พบค่อนข้างสูงในวันที่มีการแข่งขัน ส่วนในวันที่พักการแข่งขันสัดส่วนที่พบจะลดตามลงไปด้วย ดังรายละเอียด

วันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันแรกของบอลลูโร2016 พบในสื่อวิทยุมากที่สุด มีสัดส่วนที่พบมากถึงร้อยละ 46 หรือเกือบครึ่งหนึ่งสัดส่วนเนื้อหาตามเกณฑ์ IPHG ของสื่อวิทยุที่พบในวันที่ 10 มิ.ย. 59 สื่อหนังสือพิมพ์รายวันพบสัดส่วนรองลงมา คือร้อยละ 25 ขณะที่สื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาในวันก่อนการแข่งขันยังพบสัดส่วนที่นำเสนอในกลุ่มนี้ค่อนข้างน้อย คือร้อยละ 7 และ 5 ตามลำดับ

วันที่ 17 มิ.ย. 59 เนื่องจากเป็นวันที่มีการแข่งขันมากถึง 3 คู่ จึงเห็นสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาในกลุ่มนี้ค่อนข้างชัดเจนกว่าวันอื่น ๆ ที่ศึกษา สื่อหนังสือพิมพ์กีฬาที่พบสัดส่วนน้อยที่สุดจากผลการศึกษาเมื่อวันที่ 10 มิ.ย. 59 กลับเป็นกลุ่มที่พบสัดส่วนมากกว่าสื่ออื่น ๆ คือพบร้อยละ 39 ตามมาด้วยสื่อวิทยุที่พบร้อยละ 25 มีสัดส่วนลดลงจากผลการศึกษาในวันที่ 10 มิ.ย. 59 เกือบครึ่ง สื่อหนังสือพิมพ์รายวันมีสัดส่วนลดลงเช่นเดียวกัน แต่เป็นสัดส่วนที่ลดลงค่อนข้างน้อย คือจากร้อยละ 25 (10 มิ.ย. 59) เหลือร้อยละ 22 ขณะที่สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่พบสัดส่วนน้อยที่สุด คือร้อยละ 14 แต่เป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเท่าตัวจากผลการศึกษาเมื่อวันที่ 10 มิ.ย. 59

วันที่ 24 มิ.ย. 59 เนื่องจากเป็นวันพักการแข่งขัน ทำให้อาจเป็นปัจจัยที่ทำให้สัดส่วนที่พบในหลาย ๆ สื่อลดลงตามไปด้วย มีเพียงสื่อวิทยุเพียงสื่อเดียวที่สัดส่วนที่พบเพิ่มขึ้น คือจากร้อยละ 25 (17 มิ.ย. 59) เป็นร้อยละ 27 สื่อหนังสือพิมพ์กีฬาพบรองลงมา ร้อยละ 10 แต่เป็นสัดส่วนที่พบลดลงจากวันที่ 17 มิ.ย. 59 มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 39) สื่อโทรทัศน์พบสัดส่วนร้อยละ 8 และไม่พบการนำเสนอเนื้อหาในสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน

วันที่ 1 ก.ค. 59 เป็นวันที่มีการแข่งขันในรอบ 8 ทีมสุดท้าย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ทุกสื่อมีสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาการให้อัตราต่อรองเพิ่มมากขึ้น ยกเว้น สื่อวิทยุ ที่พบสัดส่วนมากที่สุดมาตลอดในทุกวันที่ศึกษา กลับไม่พบการนำเสนอเนื้อหาในวันนี้ สื่อหนังสือพิมพ์กีฬามีสัดส่วนที่พบมากที่สุด คือร้อยละ 35 เป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับที่พบจากผลการศึกษาในวันที่ 17 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันที่มีการแข่งขัน 3 คู่ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อสัดส่วนการให้อัตราต่อรองที่เพิ่มสูงขึ้นในสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาคือเป็นวันที่มีการแข่งขัน ส่วนวันที่ไม่มีการแข่งขันสัดส่วนที่พบจะลดลงไปอย่างเห็นได้ชัด ขณะที่สัดส่วนของกลุ่มสื่อโทรทัศน์มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับสื่อหนังสือพิมพ์กีฬา คือวันที่มีการแข่งขันสัดส่วนที่พบจะเพิ่มสูงขึ้น แต่ตัวเลขที่เพิ่มขึ้นอาจไม่ได้สูงจนเห็นภาพเปรียบเทียบที่ชัดเจนเท่าสื่อหนังสือพิมพ์กีฬา ขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน พบสัดส่วนร้อยละ 18 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่พบน้อยกว่าในวันที่ 10 และ 17 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มการแข่งขัน แต่สูงกว่าที่พบในวันที่ 24 มิ.ย. 59 ที่เป็นวันพักการแข่งขัน

เนื้อหาชี้ช่องการพนัน (G) พบสัดส่วนน้อยมากในทุกวันที่ศึกษา และไม่พบการนำเสนอเลยในสื่อโทรทัศน์ ปัจจัยเรื่องวันที่มีการแข่งขันหรือจำนวนคู่ที่ลงแข่งขันไม่ใช่ปัจจัยที่มีผลต่อสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหา เนื่องจากเมื่อมองดูสัดส่วนในภาพรวมพบว่า วันที่พักการแข่งขันคือวันที่พบเนื้อหาชี้ช่องการพนันที่สูงกว่าทุก ๆ วัน ดังนี้

วันที่ 10 มิ.ย. 59 ซึ่งเป็นวันแรกของบอลลูโร 2016 ที่ไม่มีการแข่งขัน แต่สื่อหนังสือพิมพ์กีฬาเริ่มให้ข้อมูลชี้ช่องการพนัน โดยพบร้อยละ 4 ขณะที่สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ยังไม่พบการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าว

วันที่ 17 มิ.ย. 59 พบเพิ่มขึ้นในสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน โดยพบสัดส่วนร้อยละ 2 ขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์กีฬาก็ยังพบเนื้อหาเช่นเดียวกับวันที่ 10 มิ.ย. แต่มีสัดส่วนที่ลดลงจากร้อยละ 5 เหลือเพียงร้อยละ 1

วันที่ 24 มิ.ย. 59 แม้จะเป็นวันที่พักการแข่งขันแต่กลับพบเนื้อหาชี้ช่องการพนันเพิ่มขึ้นในสื่อวิทยุ ซึ่งไม่พบจากผลการศึกษาในวันที่ 10 และ 17 มิ.ย. 59 ซึ่งพบในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 9 โดยพบในคลื่น NR Sports Radio ที่ผู้ดำเนินรายการกล่าวขอบคุณผู้สนับสนุนรายการซึ่งเป็นเว็บไซต์รับแทงพนันฟุตบอล ขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์กีฬายังพบเนื้อหาชี้ช่องการพนันในสัดส่วนร้อยละ 1 เท่ากับที่พบในวันที่ 17 มิ.ย. 59 วันที่ 1 ก.ค. 59 เป็นวันที่มีการแข่งขันในรอบ 8 ทีมสุดท้าย พบสัดส่วนเนื้อหาชี้ช่องการพนันในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับวันที่ 17 มิ.ย. 59 ที่เป็นวันที่มีการแข่งขันเช่นเดียวกัน โดยพบในสื่อหนังสือพิมพ์รายวันและสื่อหนังสือพิมพ์กีฬาในสัดส่วนร้อยละ 1 เท่ากัน

#### สรุปภาพรวม

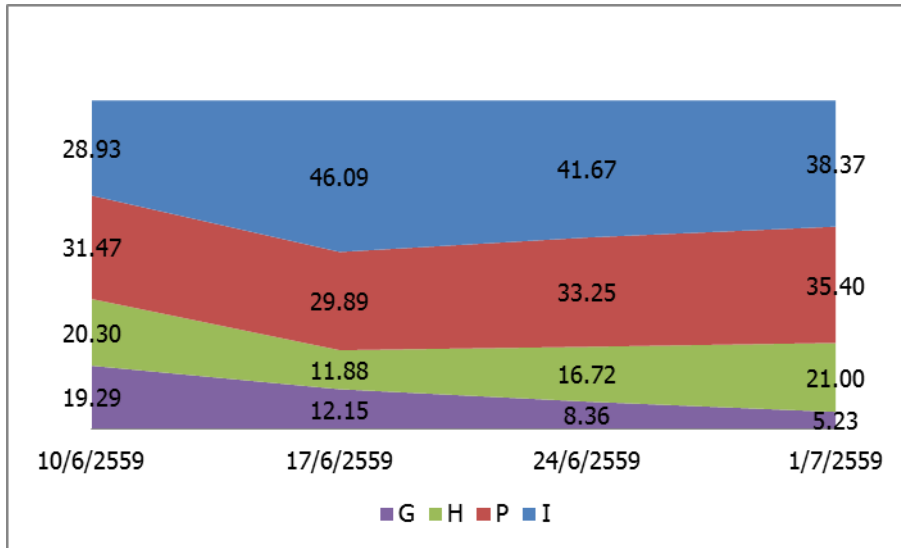
สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ มีสัดส่วนเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุดในวันก่อนการแข่งขัน (10 มิ.ย.) แล้วลดระดับตามวันที่ลึกขึ้น แม้แต่ในวันที่ 1 ก.ค. ซึ่งเข้าสู่การแข่งขันในรอบลึก ๆ สัดส่วนเนื้อหาที่พบก็ไม่ได้สูงขึ้น แสดงให้เห็นว่าปัจจัยเกี่ยวกับจำนวนคู่ที่มากน้อยในแต่ละวันหรือรอบการแข่งขันที่มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นไม่ค่อยมีผลต่อการนำเสนอเนื้อหาในสื่อโทรทัศน์ ยกเว้นเพียงวันที่ 24 มิ.ย. ซึ่งเป็นวันที่พักการแข่งขัน

สื่อหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ปัจจัยหลักที่ทำให้แนวโน้มการนำเสนอเนื้อหาเพิ่มมากขึ้นหรือลดลงอาจมาจากจำนวนคู่แข่งขันในแต่ละวันเป็นหลัก ผลการศึกษาของสื่อหนังสือพิมพ์พบว่าวันที่ 17 มิ.ย. เป็นวันที่พบสัดส่วนเนื้อหามากที่สุด เนื่องจากมีจำนวนคู่ที่แข่งขันมากถึง 3 คู่ ขณะที่สัดส่วนที่พบในวันที่ 24 มิ.ย. ซึ่งเป็นวันที่พักการแข่งขัน จึงมีสัดส่วนลดลง ขณะที่สัดส่วนที่พบในวันที่ 10 มิ.ย. และ 1 ก.ค. ก็มีจำนวนน้อยกว่าวันอื่น ๆ เพราะเป็นวันที่มีการแข่งขันเพียงคู่เดียว

ผลการศึกษาในสื่อออนไลน์ตามช่วงรอบการแข่งขัน

เว็บไซต์

**แผนภูมิพื้นที่ได้กราฟแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเชิงปริมาณร้อยละของจำนวนลิ่งค์บนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับ ฟุตบอลยูโร 2016 ในมิติของ I P H G เปรียบเทียบระหว่างวันที่ 10, 17, 24 มิถุนายนและ 1 กรกฎาคม 2559**



จากแผนภูมิจะเห็นว่า พื้นที่ได้กราฟของระดับ I มีปริมาณเยอะที่สุด โดยเมื่อเทียบกับระดับอื่น ๆ ในวันเดียวกัน มีเพียงวันที่ 10 มิถุนายน 2559 เท่านั้น ที่ระดับ I มีจำนวนมากเป็นอันดับ 2 รองจาก ระดับ P เมื่อเปรียบเทียบมิติ I ใน 4 วันที่ทำการศึกษาคพบว่า วันที่ 17 มิถุนายน มีจำนวนลิ่งค์มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 46.09 ของจำนวนทั้งหมดของวัน รองลงมาได้แก่ วันที่ 24 มิถุนายน 2559 คิดเป็นร้อยละ 41.67 วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 คิดเป็นร้อยละ 38.37 และวันที่ 10 มิถุนายน 2559 คิดเป็นร้อยละ 28.93 ตามลำดับ ในส่วนมิติ P ที่มีพื้นที่ได้กราฟเป็นอันดับ 2 วันที่ 1 กรกฎาคม มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.40 รองลงมาได้แก่ วันที่ 24 มิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 33.25 ใกล้เคียงกับวันที่ 10 มิถุนายน คิดเป็น ร้อยละ 31.47 และวันที่ 17 มิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 29.89 ในมิติ H ที่มีพื้นที่ได้กราฟเป็นอันดับ 3 มีจำนวนมากที่สุดในวันที่ 1 กรกฎาคม คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามด้วยวันที่ 10 มิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 20.30 วันที่ 24 มิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 16.72 และวันที่ 17 มิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 11.88 ตามลำดับ

พื้นที่ได้กราฟแสดงให้เห็นว่า จำนวนลิ่งค์ในระดับ I มีจำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับระดับอื่น ๆ เกือบทั้งหมดของวันที่ทำการศึกษามีเพียงวันที่ 10 มิถุนายน 2559 ซึ่งเป็นวันแรกของบอลยูโร 2016 ที่ไม่มีการแข่งขัน โดยคู่เปิดสนามระหว่างฝรั่งเศสและโรมาเนียเริ่มในเวลา 02.00 น. ของวันที่ 11 มิถุนายน 2559 ( เวลาประเทศไทย ) ที่จำนวนลิ่งค์ในระดับ P มีมากกว่าระดับ I ซึ่งเปรียบเทียบกับบริบทของการแข่งขันฟุตบอลยูโรแล้ว ถือเป็นธรรมเนียมที่ก่อนการแข่งขันจะมีข้อมูลเกี่ยวกับการคาดการณ์ผลการแข่งขัน ทั้งในคู่เปิดสนาม และการคาดการณ์ว่าทีมใดจะได้เป็นแชมป์ของรายการนี้ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ข้อมูลในระดับ P มีจำนวนมากกว่าระดับ I

จากสัดส่วนพื้นที่ได้กราฟในวันที่ทำการศึกษาคือพบว่า ในวันที่แรกคือวันที่ 10 มิถุนายน 2559 ปริมาณร้อยละของจำนวนลิงค์ทั้ง 4 ระดับ มีปริมาณที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน แต่ใน 3 วันที่เหลือ หลังจากการแข่งขันได้เริ่มต้นไปในระยะหนึ่ง จะพบว่า ปริมาณร้อยละของจำนวนลิงค์ระดับ I เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนโดยมีระดับ P ตามมาเป็นอันดับ 2 ส่วนระดับ H และระดับ G เกาะกลุ่มกันในวันที่ 17 มิถุนายน 2559 แต่ปริมาณร้อยละของจำนวนลิงค์ระดับ H ซึ่งเป็นการคาดการณ์ผลการแข่งขันที่ระบุจำนวนประตูแพ้ชนะเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในวันที่ 24 มิถุนายน 2559 และวันที่ 1 กรกฎาคม 2559 ขณะที่ปริมาณร้อยละของจำนวนลิงค์ในระดับ G ลดลง

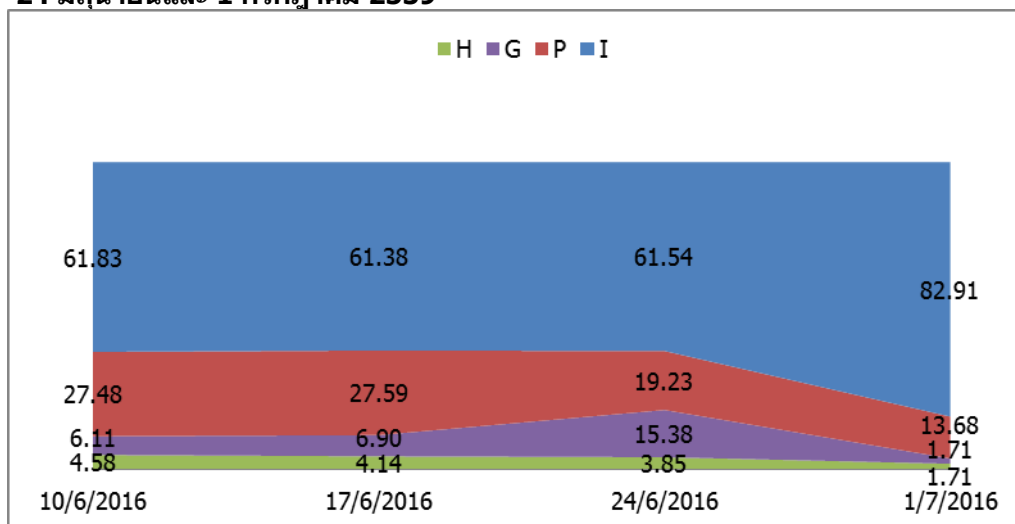
บริบทการแข่งขันยังสอดคล้องกับพื้นที่ได้กราฟวันที่ 17 มิถุนายน 2559 กล่าวคือ วันที่ 17 มิถุนายน มีการแข่งขันถึง 3 คู่ ได้แก่ เยอรมัน – โปแลนด์, อิตาลี – สวีเดน และเช็ก – โครเอเชีย อีกทั้งการแข่งขัน ระหว่างอิตาลี – สวีเดน และเช็ก – โครเอเชีย ยังดำเนินอยู่ในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงและอยู่ในระหว่างเวลาที่ ทำการศึกษา คือ 20.00 น. และ 23.00 น. ซึ่งต่างจากวันอื่น ๆ ที่ช่วงเวลาที่ทำการศึกษาไม่มีคู่แข่ง หรือเป็นช่วงพักการแข่งขัน ทำให้พื้นที่ได้กราฟในวันที่ 17 มิถุนายน ปรากฏปริมาณร้อยละของลิงค์ในระดับ I สูงที่สุดถึง 46.09 และข้อมูลในระดับ P ห่างจากข้อมูลระดับ I มากกว่าวันอื่น ๆ เนื่องจากเป็นเวลาที่เข้าใกล้การแข่งขันแล้ว จึงทำให้ข้อมูลเกี่ยวกับการคาดการณ์มีปริมาณน้อยกว่าวันอื่น ๆ รวมทั้งข้อมูลในระดับ H ที่ลดลงเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ข้อมูลระดับ P และ H ซึ่งเป็นการคาดการณ์ผลการแข่งขัน มีปริมาณร้อยละเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หลังวันที่ 17 มิถุนายน 2559 สอดรับกับบริบทการแข่งขันที่ดำเนินเข้าใกล้รอบชิงชนะเลิศมากขึ้น

จากผลการศึกษา พบว่า เว็บไซต์เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถสืบค้นเนื้อหาจากคำสำคัญได้ทุกระดับ ทั้งข้อมูลที่เป็นการรายงานข้อมูลข่าวสารทั่วไป การคาดการณ์ผลการแข่งขัน ทั้งแบบระบุและไม่ระบุจำนวนประตูได้เสีย และการระบุแหล่งการพนัน ซึ่งโดยรวม ปริมาณลิงค์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามบริบทการแข่งขัน สะท้อนให้เห็นว่าเว็บไซต์มีบทบาทในการเป็นช่องทางสื่อสารที่ข้องเกี่ยวหรือส่งเสริมการพนันในช่วงฟุตบอลยูโร 2016 ทั้งในมิติของการเป็นพื้นที่ที่ทำให้เกิดการพนันเอง เช่น เว็บไซต์ที่เปิดการพนันออนไลน์ หรือการนำไปสู่แหล่งการพนันอื่น เช่น การพนันผ่านทางโทรศัพท์ นอกจากนี้ ข้อมูลในระดับ H ซึ่งเป็นการคาดการณ์ผลการแข่งขันแพ้ชนะแบบระบุประตูได้เสีย และอัตราต่อรอง ก็อาจกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพนันเนื่องจากได้รับข้อมูลเหล่านี้ เช่น การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับ H ผ่านเว็บไซต์ และนำไปพนันตามแหล่งรับพนันต่าง ๆ ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะ หากมีการศึกษาในอนาคตคือการศึกษาปฏิสัมพันธ์ของเนื้อหาแบบข้ามช่องทางสื่อสาร เช่น การนำลิงค์เนื้อหาจากเว็บไซต์ไปเผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้คุณลักษณะเด่นของสองสื่อส่งเสริมกันในการกระจายเนื้อหาให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารมากขึ้น เป็นต้น



เพจเฟซบุ๊ก

**แผนภูมิพื้นที่ใต้กราฟแสดงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเชิงปริมาณร้อยละของจำนวนเพจเฟซบุ๊กที่เกี่ยวข้องกับบอลยูโร 2016 ในมิติของ I P H G เปรียบเทียบระหว่างวันที่ 10, 17, 24 มิถุนายนและ 1 กรกฎาคม 2559**



จากกราฟแสดงให้เห็นว่าทั้ง วันที่ 10, 17, 24 มิถุนายนและ 1 กรกฎาคม 2559 พบร้อยละของจำนวนเพจในระดับต่าง ๆ ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ระดับ I พบจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับ P ระดับ G และระดับ H ยกเว้นวันที่ 1 กรกฎาคม ที่ระดับ H และระดับ G มีจำนวนเท่ากัน

โดยคำสืบค้นที่พบของแต่ละระดับ ในแต่ละวันพบว่า คำที่สืบค้นพบในระดับ I พบทั้ง 5 คำ ได้แก่ โปแกรมบอล, ตารางบอล, คู่มือบอลออนไลน์, ผลบอล และ ไฮไลท์ฟุตบอล ซึ่งเป็นกลุ่มคำที่เป็นการให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 จึงพบในทุกวันในช่วงการแข่งขันแม้ในวันดังกล่าวจะเป็นวันพักการแข่งขันก็ตาม คำที่สืบค้นพบในระดับ P ในวันที่ 10 และ 17 มิ.ย. 59 พบ 4 คำคือ วิเคราะห์บอล, ทีเด็ดบอล, เซียนบอล, ทรรศนะบอล วันที่ 24 มิ.ย. 59 พบคำสืบค้นลดลง เหลือ 2 คำ คือ ทีเด็ดบอล, เซียนบอล ซึ่งวันดังกล่าวเป็นช่วงพักการแข่งขันจึงอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้จำนวนคำสืบค้นเชิงคาดการณ์การแพ้ชนะอย่างไม่ระบอบัตรหรือจำนวนประตู หรือ P ที่พบลดลง ส่วนวันที่ 1 ก.ค. 59 พบคำสืบค้นเพิ่มขึ้นจากวันที่ 24 มิ.ย. 59 เป็น 3 คำ คือ วิเคราะห์บอล, ทีเด็ดบอล และเซียนบอล โดยทั้ง 4 วันไม่พบ คำสืบค้น ทายผลบอล เหตุที่วันที่ 1 ก.ค. 59 พบจำนวนคำสืบค้นเพิ่มขึ้นอาจเป็นเพราะวันดังกล่าวมีการแข่งขันรอบ 8 ทีมสุดท้าย โดยคำสืบค้นที่พบทั้ง 4 วันคือ ทีเด็ดบอล, เซียนบอล คำที่สืบค้นพบในระดับ H ทั้ง 4 วันพบเพียง 1 คำ คือ ราคาบอล ไม่พบคำว่า ทีเด็ดราคาบอล, อัตราต่อรองบอล, เปรียบเทียบราคาบอล และสูตรแทงบอล อาจเป็นเพราะคำสืบค้นไม่นิยมใช้ในการตั้งชื่อเพจเฟซบุ๊ก ส่วนคำที่สืบค้นพบในระดับ G ในวันที่ 10, 17 และ 24 มิ.ย. 59 ได้แก่ พนันบอล, แทงบอลออนไลน์, เว็บแทงบอล และเว็บพนันบอล ไม่พบ รับแทงบอล ส่วน

วันที่ 1 ก.ค. 59 พบค่าสี่บับคั่นลดลงเหลือ 2 ค่า ได้แก่ แทงบอลออนไลน์ และเว็บแทงบอล ไม่พบ รับแทงบอล, พนันบอล และ เว็บพนันบอล โดยทั้ง 4 วัน ไม่พบคำว่า รับแทงบอล

ส่วนแนวโน้มจำนวนเพจเฟซบุ๊กเปรียบเทียบระหว่างสามวันในหน่วยการศึกษาพบว่า ในวันที่ 10 มิถุนายน 2559 เปรียบเทียบกับวันที่ 17 มิถุนายน 2559 ร้อยละของจำนวนเพจเฟซบุ๊กมีแนวโน้มสูงขึ้นทั้ง 4 ระดับ แต่เมื่อเปรียบเทียบกับวันที่ 24 มิถุนายน 2559 กลับมีแนวโน้มลดลงทุกระดับ อาจเป็นเพราะในวันที่ 24 มิถุนายน 2559 เป็นวันที่มีการพักการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 การเคลื่อนไหวในเรื่องดังกล่าวจึงมีจำนวนลดลง แต่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในวันที่ 1 กรกฎาคม 2559 ซึ่งเป็นวันที่มีการแข่งขัน และในวันที่ 17 มิถุนายน 2559 ที่ปรากฏร้อยละของจำนวนเพจเฟซบุ๊กพุ่งขึ้นสูงสุด เพราะในวันดังกล่าวมีการแข่งขันถึง 3 คู่ จึงทำให้การโพสต์ข้อมูลเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 มีจำนวนมากกว่าในวันอื่นที่มีการแข่งขันเพียงคู่เดียวหรือไม่มีการแข่งขัน

จากแนวโน้มผลการสำรวจดังกล่าว เห็นได้ว่าวันที่มีการแข่งขัน (10, 17 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม 2559) มีร้อยละของจำนวนเพจเฟซบุ๊กในระดับ I และ P มากกว่าวันที่ไม่มีการแข่งขัน (24 มิถุนายน 2559) และวันที่พบจำนวนคู่แข่งที่มากที่สุด คือจากวันที่ 10 ซึ่งเป็นวันก่อนการแข่งขันเทียบกับวันที่ 17 มิถุนายน 2559 ที่การแข่งขัน 3 คู่ ปรากฏแนวโน้มของจำนวนเพจเฟซบุ๊กเพิ่มขึ้นในทุกระดับ แสดงให้เห็นว่าในช่วงที่มีการแข่งขันเข้มข้นขึ้นเพจเฟซบุ๊กมีความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ในมิติ I P H และ G เพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง แต่ในวันที่ 1 กรกฎาคม แม้ค่าที่สี่บับคั่นในระดับ I และ P จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่เพจที่สี่บับคั่นจากค่าในระดับ P และ G กลับพบร้อยละของจำนวนเพจลดลงน้อยกว่าในวันที่ไม่มีการแข่งขันแม้ในวันที่ 1 กรกฎาคม จะมีการแข่งขันและเป็นการแข่งขันในรอบลีกก็ตาม โดยจำนวนเพจทั้ง 2 ระดับดังกล่าว เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 4 วัน พบว่าค่อนข้างมีจำนวนที่คงที่กล่าวคือ ไม่เพิ่มขึ้นหรือลดลงมากนักเมื่อเทียบกับระดับ I และ ระดับ P

การสำรวจที่มีการเข้าถึงเพจเฟซบุ๊กทุกเพจที่เกี่ยวข้องกับบอลยูโร 2016 ตามคำสำคัญในระดับต่าง ๆ ที่ใช้ในการสี่บับคั่น พบภาพรวมของลักษณะหน้าเพจเฟซบุ๊กที่น่าสนใจ ดังนี้

1. เพจเฟซบุ๊กส่วนใหญ่มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับฟุตบอลในทุกการแข่งขัน แม้บางเพจจะกำหนดชื่อย่อยตัวเช่น บอลไทย บอลพรีเมียร์ลีก แต่ยังไม่พบการโพสต์เกี่ยวกับบอลยูโร 2016 ด้วย

<b>ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กที่ชื่อเพจกำหนดเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลอื่นแต่มีโพสต์เกี่ยวกับบอลยูโร 2016</b>
--



2. เพจเฟซบุ๊กที่พบจากคำสืบค้นในระดับ I ส่วนใหญ่เป็นเพจที่มีการโพสต์ข่าวสารหรือข้อมูลในแวดวงฟุตบอลต่าง ๆ พบบางเพจที่มีเรื่องฟุตบอล ดารา และข่าวในกระแสโซเชียลทั่ว ๆ ไป ซึ่งเพจลักษณะดังกล่าวจะมีจำนวนโพสต์ต่อวันค่อนข้างมาก นอกจากผลการสำรวจเพจเฟซบุ๊กที่พบจากคำสืบค้นในระดับ I จะมีจำนวนมากกว่าในระดับอื่น ๆ แล้วนั้น จำนวนยอดไลค์ของ เพจเฟซบุ๊กในระดับนี้ยังมีจำนวนมากกว่าในระดับอื่น ๆ ด้วย

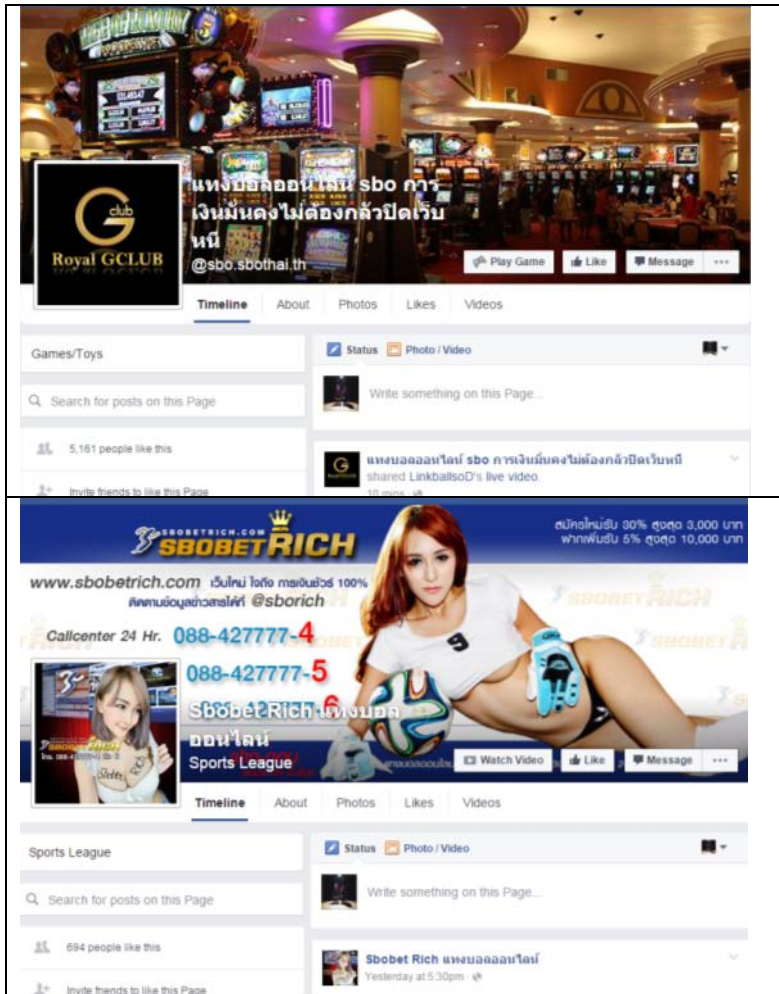


ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กในระดับ I ที่มียอดไลก์จำนวนมาก



3. เพจที่สืบค้นได้ในระดับระดับ G มีจำนวนเพจน้อยและจำนวนยอดกดไลก์ที่น้อยเช่นกัน เพจที่ได้จากคำสืบค้นทั้ง5คำมีความซ้ำและส่วนใหญ่เป็นเพจของ sbobet





จากผลการสำรวจเชิงปริมาณและลักษณะหน้าเพจเฟซบุ๊กดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า เพจเฟซบุ๊กที่นำเสนอฟุตบอลยูโร 2016 ในมิติ I หรือ Information นั้น มีจำนวนมากที่สุดทั้ง 4 วันสำรวจ และมีผู้เข้าถึงมากที่สุดเช่นกัน ลักษณะเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการโพสต์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 อาทิ ลิงค์ดูฟุตบอลออนไลน์ คลิปไฮไลต์บอล โปรแกรมบอล เป็นต้น ในขณะที่ เพจเฟซบุ๊กที่นำเสนอฟุตบอลยูโร 2016 ในมิติ P หรือ Prediction นั้นมีจำนวนรองลงมาจาก มิติ I ทั้ง 4 วันสำรวจ ลักษณะเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการโพสต์เกี่ยวกับ การวิเคราะห์ผลบอลและการให้ทรรศนะจากเซียนบอล ในด้านยอดไลท์เพจไม่มากเท่ามิติ I เช่นเดียวกับ มิติ G หรือ Gambling และ มิติ H หรือ Handicap อาจเป็นเพราะการกดไลท์เพจทั้ง 4 ระดับดังกล่าวมีความเสี่ยงต่อการเปิดเผยความสนใจของตนผ่านสื่อออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก เพราะเมื่อมีการกดไลท์เพจใดข้อมูลดังกล่าวจะปรากฏต่อบุคคลอื่นที่มีการเชื่อมต่อกันผ่านเครือข่ายเฟซบุ๊ก

จากการสำรวจเนื้อหาพนันฟุตบอลยูโร 2016 บนสื่อออนไลน์จะเห็นได้ว่าทั้งเฟซบุ๊กและเว็บไซต์เป็นอีก Platform หนึ่งที่มีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาที่อาจนำไปสู่การพนัน โดยในสื่อ

เฟซบุ๊กยังเป็นพื้นที่ที่ใช้แลกเปลี่ยน และเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับฟุตบอลระหว่างผู้รับสารกันเอง นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่เชื่อมโยงไปสู่ลิงค์ของเว็บไซต์หรือแหล่งข้อมูลอื่นที่มีเนื้อหาตั้งแต่ระดับข้อมูลเชิงทั่วไปจนถึงแหล่งการพนันอีกด้วย ดังที่งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมบนโลกออนไลน์สามารถนำสู่พฤติกรรมในโลกจริงได้” ของประเทศอเมริกา พบว่า พฤติกรรมการเล่นเกม Poker บนออนไลน์ เมื่อกลุ่มตัวอย่างเล่นเกมเสร็จจนชนะแล้ว จะสนับสนุน กระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างไปเล่นการพนัน Poker จริงๆ เห็นได้ข้อมูลบนโลกออนไลน์มีผลต่อพฤติกรรม หล่อหลอมไปสู่โลกความเป็นจริงได้ดังนั้น เว็บไซต์การพนันโดยเฉพาะบนเฟซบุ๊ก ที่มีลักษณะข้อมูลแบบ Real Time มีผลต่อการชักจูงใจให้เข้าไปเล่นพนันได้

ทฤษฎี Social Learning Theory เป็นอีกแนวคิดในการอธิบายพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในงานวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่า การรับข้อมูล พฤติกรรม เกี่ยวกับการพนันอย่างต่อเนื่อง มีผลทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะเล่นการพนันหรือชิงโชค สื่อออนไลน์ “เข้าถึงง่าย” และ “มีรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลหลากหลาย” ดังนั้น โอกาสในการ expose ต่อข้อมูล ตัวอย่างการพนัน / ชิงโชค และเข้าถึงช่องทางของการพนันออนไลน์ทำได้ง่าย จึงมีผลต่อการจูงใจสู่การพนันได้

นอกจากนี้ช่องทางในการ ช่องทางในการพนันออนไลน์ (Online Gambling) ซึ่งเกิดจากการหลอมรวมของเทคโนโลยี การพัฒนารูปแบบการสื่อสารบนสื่อใหม่ทำให้การพนันทำได้ง่าย ช่องทางการเข้าถึง ช่องทางการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการพนันก็มีมากขึ้น ด้านจิตวิทยาเกี่ยวกับการติดพนันที่ สื่อออนไลน์ทำให้เลือกรับข้อมูล เรียนรู้ข้อมูลการพนันได้ง่าย มีรูปแบบช่องทางในการตอบสนองความตื่นตัวของการเล่นพนันได้หลากหลาย จึงทำให้มีแนวโน้มที่จะทำให้คนติดพนันได้มากกว่า ( Valentine .L, 2008)

ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงเป็นสื่อใหม่ที่มีการนำเสนอเนื้อหาพนันฟุตบอลยูโร 2016 อย่างมีบทบาทต่อผู้รับสารและเป็นที่น่าเฝ้าระวังอย่างยิ่ง

### สรุปภาพรวมของทุกสื่อที่ศึกษา

ภาพรวมของสื่อโดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า เนื้อหาที่ทุกสื่อนำเสนอมากที่สุด คือ ระดับการให้ข้อมูล หรือ I โดยสื่อหลักและสื่อหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน พบช่วงที่มีปริมาณการนำเสนอโดยเฉลี่ยมากที่สุด คือ ช่วงวันที่ 24 มิ.ย.59 ซึ่งเป็นวันที่พักการแข่งขัน โดยมีสื่อหนังสือพิมพ์กีฬารายวันมีสัดส่วนปริมาณ I สูงสุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน

ส่วนระดับ P หรือ การทำนายผลการแข่งขัน แต่ละสื่อนำเสนอปริมาณมากในช่วงวันที่แตกต่างกัน ที่โดดเด่นคือสื่อวิทยุที่พบ การทำนายผล หรือ P ในทุกวันในการศึกษาแนวตั้งและแนวนอน อีกทั้งในช่วงท้ายของการแข่งขัน คือ วันที่ 1 ก.ค. 59 ปริมาณเนื้อหา ระดับ P ที่พบในสื่อวิทยุพุ่งสูงขึ้นอย่างมีนัยที่น่าสังเกต ซึ่งอาจเป็นเพราะวันดังกล่าวเป็นการแข่งขันรอบลึก เข้ามาเมื่อนำมาเทียบกับผลกับสื่อออนไลน์ และเฟซบุ๊กในวันเดียวกันนี้ก็พบการนำเสนอเนื้อหา ระดับ P ไปในทำนองเดียวกัน



H สื่อหลักที่โดดเด่น คือ สื่อหนังสือพิมพ์กีฬารายวันที่ปริมาณสูงกว่าสื่ออื่นในวันที่ 17 มิ.ย. และวันที่ 1 ก.ค. รองลงมาคือ สื่อวิทยุกระจายเสียง ซึ่งนำหน้าอยู่ที่วิทยุออนไลน์ที่ไม่มีผังแน่นอน ที่ปริมาณสูงสุดในวันที่ 10 มิ.ย. ส่วนในสื่อออนไลน์ สื่อเว็บไซต์พบเนื้อหาดังกล่าวในทุกวันที่ศึกษาตามรอบการแข่งขัน และพบปริมาณสูงกว่าสื่อเฟซบุ๊ก

ส่วนสื่อที่มีการนำเสนอถึงระดับ G มากที่สุด คือ สื่อหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ส่วนหนังสือพิมพ์รายวันแม้จะพบเนื้อหาในระดับ G เช่นกันแต่พบจำนวนน้อยกว่า อย่างไรก็ตามเนื้อหาในระดับ G กลับปรากฏจำนวนมากในสื่อออนไลน์โดยเฉพาะสื่อประเภท เว็บไซต์ อย่างไรก็ตามแม้จำนวนเนื้อหาในระดับนี้ในสื่อเฟซบุ๊กจะน้อยกว่าเว็บไซต์ แต่ก็พบในทุกวันที่ศึกษาตามรอบการแข่งขันเช่นเดียวกันทั้ง 2 สื่อ

ในภาพรวม แม้มีสื่อส่วนน้อยที่ให้ข้อมูลระดับ P H G ในปริมาณคือสูงและลดลงจาก P ไป G โดยใน 3 ระดับเนื้อหา สื่อหลักอย่างโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์รายวัน ลดบทบาทลงมาก ในขณะที่สื่อออนไลน์ทั้งวิทยุออนไลน์บนเว็บไซต์และหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน กลับแสดงบทบาทมาแต่พอเข้าเนื้อหาในระดับ G ถึงเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน กลับแสดงบทบาทมาก อย่างชัดเจน ซึ่งน่าจะสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ผ่านมาของมีเดียมอนิเตอร์ คือ หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน สื่ออินเทอร์เน็ต มีวิธีการสื่อสารที่อาจกล่าวได้ว่า เป็นสื่อหลักที่ให้ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการพนันบอล

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวมแล้ว อาจสรุปได้ว่า ปริมาณเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์ กับจำนวนลิงค์ของเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก เพิ่มขึ้นตามจำนวนคู่แข่ง และพบน้อยมากเมื่อพักการแข่งขัน ในขณะที่เนื้อหาในสื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนคู่แข่ง ในส่วนสื่อโทรทัศน์ 2 ช่องยอดนิยมนับที่ 1-3 แต่ไม่มีลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอด พบว่านำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบอลยูโร 2016 น้อยมาก จนอาจสรุปได้ว่า ระบบลิขสิทธิ์ ทำให้สื่อโทรทัศน์ไม่เป็นเพียงสื่อมวลชน แต่เป็นทรัพย์สินร่วมในทางธุรกิจกีฬาที่มีลิขสิทธิ์

ด้านความเชื่อมโยงของสื่อที่นำเสนอเนื้อหาพนันฟุตบอลยูโร 2016 ที่ศึกษาจากกลุ่มสื่อธุรกิจกีฬา เครือสยามมัลติมีเดียนำเสนอเนื้อหาพนันฟุตบอลยูโร 2016 ถึงระดับ H ทั้ง 2 สื่อวิทยุและโทรทัศน์ แต่ไม่มีสื่อใดนำเสนอถึง ระดับ G ที่น่าสังเกตคือเนื้อหาในระดับต่าง I P H มีแนวโน้มการนำเสนอไปในทิศทางเดียวกัน มีเนื้อหาที่คล้ายกันแสดงถึงความเชื่อมโยงระหว่างสื่อทั้งสอง ว่าเครือสยามมัลติมีเดียใช้สื่อทั้ง 2 เป็นช่องทางหลักในการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าว ส่วนการชิงโชคพบมากในสื่อวิทยุ แต่พบการรณรงค์ต่อต้านพนันในสื่อวิทยุเช่นเดียวกันแต่เป็นจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับเนื้อหาพนันฟุตบอลและชิงโชค

ด้านเครือสยามสปอร์ตซิติเคท เป็นกลุ่มที่แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกันจากสื่อหนังสือพิมพ์กีฬารายวันไปสู่สื่อออนไลน์ทั้งในเว็บไซต์และอินเทอร์เน็ตโดยมีส่วนของพื้นที่การนำเสนอเนื้อหาเดียวกันทั้ง 3 สื่อ และเป็นเนื้อหาพนันฟุตบอลยูโร 2016 อย่างไรก็ตามสื่อที่นำเสนอเนื้อหาไปถึงระดับ G มียังคงพบเพียงในสื่อหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ส่วนสื่อเว็บไซต์และเฟซบุ๊กในเครือสยามสปอร์ตพบถึง ระดับ H เท่านั้น ส่วนการชิงโชคพบมากในสื่อหนังสือพิมพ์กีฬารายวันและพบในเว็บไซต์

ในรูปแบบเกมทายผลเช่นเดียวกับในเพลงเฟซบุ๊กแต่ไม่พบการรณรงค์ต่อต้านการพนันได้ในสื่อเครือข่าย สपोर्ट

จากผลการศึกษาสื่อธุรกิจกีฬารายใหญ่ทำให้เห็นว่าการนำเสนอเนื้อหาพนันฟุตบอลยังคงมีสัดส่วนมากกว่าการรณรงค์ต่อต้านการพนันฟุตบอลซึ่งแทบจะไม่พบเลย อีกทั้งยังพบการนำเสนอเนื้อหาชิงโชคทายผลในสัดส่วนที่มากกว่าการรณรงค์อีกด้วย

**ข้อเสนอแนะ** จากผลการศึกษา และการจัดกิจกรรมนำเสนอผลการศึกษา เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากคณะวิทยากรและผู้เข้าร่วมกิจกรรม สรุปข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

1. ต้องมีหน่วยงานภาครัฐที่เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินการกับสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ที่ให้ข้อมูลเพื่อการพนัน ที่ชี้ช่องการพนัน ที่รับพนัน เพราะกลายเป็นสื่อหลัก สนองความต้องการได้รวดเร็ว แต่ขาดการกำกับดูแลอย่างเข้มงวด ทันเหตุการณ์

2. ต้องมีหน่วยงานภาครัฐที่เป็นผู้รับผิดชอบหลักในงานสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อแก้ปัญหาการพนันกีฬาอย่างต่อเนื่อง ในระยะยาว โดยใช้ยุทธวิธีผ่านสถาบันสำคัญต่างๆ เช่น ครอบครัว บ้าน วัด โรงเรียน รวมทั้งสถาบันสื่อ และ สื่อสารมวลชน

3. หน่วยงานภาครัฐด้านการศึกษา และการพัฒนามนุษย์ เช่น กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ร่วมกับหน่วยงานที่กำกับดูแลสื่อหลักและสื่อออนไลน์ รวมทั้งกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ควรร่วมกันดำเนินการให้มีองค์ความรู้และแนวทางปฏิบัติในเรื่อง การรู้เท่าทันการพนัน โดยเฉพาะการพนันในฟุตบอลและการกีฬาต่างๆ เพื่อใช้ในการเรียนการสอนและการดำเนินกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ โดยเฉพาะเด็ก และ เยาวชน

4. กสทช.ต้องเข้มงวดมากขึ้นกับ สื่อวิทยุกระจายเสียง และ โทรทัศน์ ที่ไม่ใช่สถานีหลัก

5. กสทช. ควรร่วมเป็นเจ้าของภาพในการรณรงค์ต่อต้านการพนันทางสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ที่มียุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบ และดำเนินยุทธวิธีอย่างต่อเนื่อง

6. กสทช. ร่วมกับหน่วยงานที่กำกับดูแลการเสนอเนื้อหาทางสื่อออนไลน์ ควรสนับสนุนให้มีกิจกรรมเฝ้าระวังการพนัน โดยเฉพาะการพนันบอล และกีฬาต่าง ๆ ทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และ สื่อออนไลน์

7. ควรจัดให้มีระบบการกำกับดูแลร่วม (Co-regulation) ระหว่าง สภาวิชาชีพสื่อด้านต่างๆ กับหน่วยงานภาครัฐที่มีอำนาจหน้าที่ เพราะแม้สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ จะมีการกำหนดแนวปฏิบัติและกรอบจริยธรรม ในการไม่เป็นสื่อส่งเสริมการพนันและการชิงโชค แต่การศึกษาครั้งนี้ พบว่า สมาคม/องค์กรวิชาชีพด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ยังไม่สามารถกำกับดูแลตนเอง เช่นเดียวกับสื่ออื่น เช่น โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์

8. สนช.ต้องเร่งออกกฎหมายเกี่ยวกับการพนัน ที่ไม่เห็นการพนันเป็นช่องทางการหาประโยชน์เข้ารัฐ แต่เป็นปัญหาของสังคม เช่นเดียวกับการกำกับดูแลการชิงโชคที่ต้องไม่เป็นการบ่มเพาะผู้การพนัน

9. บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด ในฐานะหน่วยงานภาครัฐ ต้องทบทวนบทบาทหน้าที่ ลดมุ่งการขาย เพิ่มความร่วมมือรับผิดชอบต่อสังคม ไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่อาจสร้างนิสัยการพนันบอล

10. หน่วยงานกำกับดูแลสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ต้องออกระเบียบ กำหนดให้ สื่อทุกประเภท ให้ความสำคัญกับบทบาทหน้าที่การรณรงค์เพื่อลดปัญหาการพนันบอล และการพนันในกีฬาทุกรูปแบบ

\*\*\*\*\*

## บรรณานุกรม

1. พระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478
2. แนวปฏิบัติในการรายงานข่าวกีฬาของสภากาชาดหนังสือพิมพ์แห่งชาติ
3. รายงานการศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์ รอบที่ 9 ฟุตบอลโลก 2006: การพนัน แอลกอฮอล์ และการชิงโชคกับบทบาทของสื่อไทย
4. รายงานการศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์ รอบที่ 23/1 ฟุตบอลยูโร 2008: การพนันและการชิงโชคทางเว็บไซต์และออดิโอเท็กซ์
5. รายงานการศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์ รอบที่ 23/2 ฟุตบอลยูโร 2008: การพนันและการชิงโชคทางสื่อหนังสือพิมพ์และวิทยุกระจายเสียง
6. รายงานการศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์ รอบที่ 59 SMS และฟุตบอลยูโร 2012
7. รายงานการศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์ รอบที่ 81 เนื้อหาการพนันฟุตบอลโลก 2014 ในสื่อมวลชน

## ภาคผนวก

### 1.สรุปสาระกิจกรรมนำเสนอผลการศึกษา

1.1 สรุปสาระจากกิจกรรมนำเสนอผลการศึกษาและการเสวนา “สื่อกับการนำเสนอเนื้อหาการพนันและการชิงโชคในฟุตบอลยูโร 2016” ที่ Victory Room โรงแรม VIC3 ถนนพหลโยธิน ซอย 3 เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2559 เวลา 9.00 – 12.00 น.



สรุปสาระจากกิจกรรมนำเสนอผลการศึกษาและการเสวนา “สื่อกับการนำเสนอเนื้อหาการพนันและการชิงโชคในฟุตบอลยูโร 2016” ที่ Victory Room โรงแรม VIC3 ถนนพหลโยธิน ซอย 3 เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2559 เวลา 9.00 – 12.00 น.



ที่มา Media Monitor มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา ได้รับการสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เพื่อดำเนินโครงการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์ เพื่อรายงานผลการศึกษาผ่านสื่อสู่สังคม และเพื่อให้หน่วยงานรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาการพนันฟุตบอล ทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม รวมทั้ง องค์กรสื่อ และ หน่วยงานกำกับดูแลสื่อได้ใช้เป็นประโยชน์ในการแสดงบทบาทหน้าที่รับผิดชอบ อันเป็นการลดปัญหาการพนันฟุตบอลในระยะยาวและต่อเนื่อง โดยเฉพาะฟุตบอลยูโร 2016 ที่เป็นสาระหลักในการศึกษาครั้งนี้ที่ได้ดำเนินการมาตั้งแต่

เริ่มการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ในวันที่ 10 มิถุนายน 2559 โดยพยายามออกแบบการศึกษาให้ครอบคลุมทุกสื่อ และจัดให้มีกิจกรรมการรายงานผลการศึกษาทั้งในช่วงที่ยังมีการแข่งขัน และช่วงที่การแข่งขันสิ้นสุดแล้ว

การดำเนินการ วันจันทร์ที่ 4 กรกฎาคม 2559 ในช่วงเวลา 9.00-12.00 น. Media Monitor ร่วมกับศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดกิจกรรม “สื่อกับการนำเสนอเนื้อหาการพนันและการชิงโชคในฟุตบอลยูโร 2016” เพื่อนำเสนอผลการศึกษาเรื่อง “เนื้อหาการพนันและการชิงโชค ฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลัก และสื่อออนไลน์” ตามด้วยการเสวนาเรื่อง “ผลการศึกษาสื่อ กับบรรยากาศการพนัน และการชิงโชคในสังคม”

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ ผู้อำนวยการโครงการศึกษาสื่อกับการนำเสนอเนื้อหาการพนันและการชิงโชคในฟุตบอลยูโร 2016 มุลินธิสื่อมวลชนศึกษา นำเสนอสาระสำคัญของผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้



ในปี 2006, 2008, 2012, 2014 มีเดียมอนิเตอร์ได้ทำการศึกษาเนื้อหาการพนันและการชิงโชค ในช่วงเทศกาลฟุตบอลระดับโลก คือ ฟุตบอลโลก กับ ฟุตบอลยูโร มีแว่นการศึกษาบ้างในบางปี สำหรับงานการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 ที่กำลังแข่งขันกันอยู่นี้ ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ หรือ สสส. โดยสำนักสนับสนุนการควบคุมปัจจัยเสี่ยง โดยเป็นโครงการระยะสั้น ใช้เวลาประมาณ 3 เดือน โดยทำการศึกษาตั้งแต่ช่วงเปิดการแข่งขัน ท่านอาจมีคำถามว่า สิ้นสุดการแข่งขันในวันที่ 10 กรกฎาคม แต่ทำไมศึกษาถึงแค่วันที่ 1 เหตุเพราะต้องใช้เวลา อย่างเช่นวันนี้ที่เสนอผลการศึกษา จะเป็นการศึกษาของสื่อหลัก คือ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หน่วยวันที่ศึกษา คือ วันที่ 10, 12, 14, 16 มิถุนายน 2559 ส่วนการศึกษาหนังสือพิมพ์ก็พิจารณาวันที่กำหนดวันที่ศึกษา คือ 10, 17, 24 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม แต่ได้นำเสนอผลการศึกษาของวันที่ 7, 10 มิถุนายนทางสื่อมวลชนไปแล้ว อย่างไรก็ตามผลการศึกษาของทุกสื่อในช่วงเวลาที่กำหนด จะนำเสนอในวันที่ 26 กรกฎาคมนี้ ในงานของศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน รายละเอียด สักครู่คุณศิริพร รองผู้อำนวยการศูนย์ จะได้ชี้แจงต่อไป

เกณฑ์การศึกษา การศึกษานี้ใช้เกณฑ์เดียวกับการศึกษาการพนันฟุตบอลโลก 2014 คือ เกณฑ์ IPHG

I = Information คือ เนื้อหาที่เป็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016

P = Prediction คือ ข้อมูลเกี่ยวกับการคาดการณ์ การทำนายผลการแข่งขัน อย่างไม่ระบุ

อัตราภาพแพ้- ชนะ อัตราการต่อ การรอง

H = Handicap คือ ข้อมูลที่คาดการณ์ / ทำนาย จำนวนประตูชนะ-แพ้ อัตราต่อรอง

G = Gambling คือ ข้อมูลที่แจ้งแหล่งรับพนัน บอกรีวิวการพนัน ด้วยถ้อยคำ/ภาษาในการพนัน

หน่วยการศึกษา เกณฑ์การคัดเลือกหน่วยการศึกษา คือ เป็นช่องที่ได้รับความนิยมในอันดับ 1-3 จากการสำรวจทั่วประเทศ ในกลุ่มผู้ชมวัย 15+ ของ AC Nielsen ในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกับช่วงที่ทำการศึกษา ซึ่งสถานี 3 อันดับยอดนิยม คือ ช่อง 7 ช่อง 3 HD และ ช่อง Workpoint แต่เนื่องจากการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ครั้งนี้ สถานีในเครือโทรทัศน์ ช่อง 3 ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด ดังนั้น โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลที่เป็นหน่วยการศึกษาครั้งนี้ คือ ช่อง 7 ช่อง Workpoint และโทรทัศน์ในเครือช่อง 3 ได้แก่ 3Family , 3SD , 3HD และ ยังศึกษาโทรทัศน์ดาวเทียม SMM TV ซึ่งเป็นสื่อในเครือสยามสปอร์ต ธุรกิจที่ครองคอนเทนต์ด้านกีฬาเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ สำหรับสื่อโทรทัศน์ ศึกษาช่วงวันที่ 10, 12, 14, 16 มิถุนายน 2559 หรือช่วง 1 สัปดาห์แรกหลังเปิดการแข่งขัน ช่วงเวลาที่ศึกษาคือ 15.00 - 23.00 น. อันเป็นเกณฑ์เดียวกับการศึกษาการพนันในฟุตบอลโลก 2014 ด้วยสมมติฐานว่าช่วงเวลา 5 - 8 ชั่วโมงก่อนการแข่งขันหรือการถ่ายทอดสด เป็นช่วงที่สื่อ น่าจะมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขัน

ส่วนหน่วยสถานีวิทยุกระจายเสียง ศึกษา 2 คลื่น คือ FM 96 Sport Radio และ FM 99 Active Radio ที่เผยแพร่ทางออนไลน์ สำหรับหนังสือพิมพ์รายวัน ศึกษา 4 หัวหนังสือพิมพ์ จากสองค่ายใหญ่ คือ ค่ายเนชั่นได้แก่คมชัดลึก ค่ายมติชนได้แก่ข่าวสด ส่วนอีก 2 ฉบับ คือ ไทยรัฐ กับ เดลินิวส์ ที่เป็นเจ้าเก่ามายาวนาน

### ผลการศึกษา

ช่อง 3 Family พบการให้ข้อมูลระดับ I ในวันที่ 10, 12 ระดับคาดการณ์ คือ P หรือ ทำนายว่าใครจะชนะ พบ 1 รายการ ในรายงานฉบับเต็มจะมีบอกว่าเป็นรายการอะไร

ช่อง 3SD พบมากกว่าช่อง 3 Family อาจเพราะ ช่อง 3 Family เป็นช่องสำหรับเด็กและครอบครัว จึงเสนอไม่มาก ช่อง 3SD จะพบมากขึ้น ในระดับการให้ข้อมูลทั่วไป คือ I ที่พบในเกือบทุกวันที่ศึกษา คือ 10, 12, 14, 16 มิถุนายน มีเนื้อหาระดับ P คือ ทำนายหรือคาดการณ์ในวันที่ 10 หรือวันแรกของการแข่งขัน ส่วนการบอกอัตราต่อรอง คือ H และการชี้ช่องการพนัน คือ G ไม่พบเลย

ช่อง 3HD จะมีเนื้อหาเพิ่มมากขึ้น แต่ไม่ถึงการบอกอัตราต่อรอง และยังไม่ถึงการชี้ช่องการพนัน สูงสุดคือ P หรือ การบอกว่าใครจะชนะ แต่ชนะเท่าไรไม่บอก

ส่วนช่อง 7 ช่องระดับยอดนิยมในกลุ่มเป้าหมาย 15+ จากการสำรวจระดับประเทศของ Nielsen พบเนื้อหาในระดับให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป หรือ I ในวันที่ 14, 16 มิถุนายน เท่านั้น

ช่อง Workpoint ไม่พบอะไร อาจเป็นเพราะจุดยืนของสถานีที่เน้นรายการเกมโชว์ รายการวาไรตี้ต่างๆ

ที่พบมากที่สุด คือ ในทีวีดาวเทียม SMM TV ซึ่งเป็นเครือของสยามสปอร์ต เนื้อหาที่พบสูงสุด คือ บอกรัตราต่อรอง หรือ H พบในวันที่ 10, 12, 14, 16 เลขข้างบน คือ จำนวนรายการที่พบ



โดยสรุป สำหรับสื่อโทรทัศน์ ทั้ง 6 ช่องที่ศึกษา พบมากที่สุด คือ ระดับให้ข้อมูลข่าวสาร โดยทั่วไป 5 ช่อง ลักษณะเนื้อหาที่พบใกล้เคียงกัน เช่น โปรแกรมการแข่งขัน ผลการแข่งขัน สภาพความพร้อมของทีม 11 คนที่จะลงในวันนั้นๆ ผู้แข่งขัน แนะนำผู้เล่นที่น่าสนใจ ระดับ P พบใน 3 ช่องลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด คือ เครือข่ายของช่อง 3 พบ P ในวันที่ 10 คือ บอกว่าใครจะชนะในคู่ที่จะลงแข่ง โดยช่อง 3HD พบมากกว่าอีก 2 ช่อง ช่อง SMM TV เป็นช่องทีวีดาวเทียม ในเครือข่ายสปอร์ต ซึ่งกำหนดว่าช่องอื่น คือ บอกประตูแพ้ชนะหรือระดับ H ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลที่ใช้ในการพนันฟุตบอลได้ แต่ไม่พบ G หรือการชี้ช่องการพนันใน ส่วน 7HD พบรายงานผลการแข่งขัน ขณะที่ Workpoint พบแค่ชิงโชคและพบในข่าว

สื่อวิทยุกระจายเสียง ศึกษาวันและช่วงเวลาเดียวกับสื่อโทรทัศน์ ศึกษา 2 คลื่นกระแสหลักที่เป็นคลื่นกีฬา โดยฟังทางออนไลน์ ไม่พบระดับที่ชี้ช่องการพนัน ระดับสูงสุดที่พบคือ H บอกอัตราต่อรอง ระดับปริมาณที่มากที่สุด คือ การให้ข้อมูลทั่วไป พบเนื้อหาตรงตรงต่อต้านพนันบอลในสื่อวิทยุที่ศึกษา คลื่น FM96 Sport Radio พบ I และ P ในทุกวันที่ศึกษา ส่วน H พบในวันที่ 10, 14, 16 ไม่พบ G หรือการชี้ช่องการพนัน ส่วนคลื่น FM99 Active Radio ระดับสูงสุด คือ H ในขณะที่จำนวนมากสูงสุดที่พบในทุกวัน คือ I หรือ การให้ข้อมูลทั่วไป ส่วน P พบเกือบทุกวัน เว้นวันที่ 16 ระดับ H พบในวันที่ 10 วันเปิดสนาม และวันที่ 14, 16 มาดูน้องใหม่ที่ทางเครือข่ายตรงตรงหยุดพนัน แนะนำมา คือ วิทยุออนไลน์ NR Sport Radio ซึ่งเป็นคลื่นที่อยู่บนหน้าเว็บไซต์ ที่มี Facebook เป็นช่องทางการสื่อสารและการสร้างปฏิสัมพันธ์ หรือ Interaction โดยสื่อสารกันแบบสดบนเว็บไซต์ เป็นวิทยุที่ไม่มีผังรายการแน่นอน ส่วนใหญ่เป็นรายการเพลง รายการฟุตบอลจะขึ้นมาเมื่อไรก็แล้วแต่อารมณ์ ถ้ามีการถ่ายทอดสดก็จะมีพากย์ด้วยลีลาเก๋ๆมาก จนเราวิเคราะห์ว่า อาจเป็นการสร้างจุดเด่น คำว่าเก๋ๆ คือ มีคำสลับ คำดำ คำพวนเรื่องเพศ พูดชื่อนักกีฬาฟุตบอลก็ลากไปใกล้เคียงกับภาษาทางเพศ อย่างนี้เป็นต้น ในวันที่ 14 พบผู้ดำเนินรายการกล่าวขอบคุณสปอนเซอร์ที่เป็นเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล ฟังแค่นี้ก็พอจะรู้ว่าสื่อนี้เปิดมาด้วยนายทุนอะไร และตัวเว็บไซต์นี้ชัดเลย พบแบนเนอร์เว็บพนันที่เป็นสปอนเซอร์ของรายการ ทั้งพบ เฟซบุ๊กเพจบนหน้าเว็บไซต์ มีการโฆษณาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล มีข้อความส่งเสริมการพนันฟุตบอล มีการเชิญชวนให้คนฟังเข้าไปเป็นสมาชิกของเว็บไซต์นั้นๆ สำหรับ NR Sport Radio วิทยุบนเว็บไซต์นี้ ที่มงานสรุปว่า เฟซบุ๊กเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ฟังกับผู้ดำเนินรายการ โพสต์ส่วนใหญ่ที่พบ คือ คลิปไฮไลต์ภาพสดแบบเก๋ๆ ของฟุตบอลยูโร โดยในช่วงต้นของคลิปจะมีโฆษณาเว็บไซต์การพนันฟุตบอล

สำหรับสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งเราศึกษาฉบับตามหัวหนังสือพิมพ์นั้นเลย วันที่ที่ศึกษา คือ วันที่ 10, 12, 14, 16 สำหรับสื่อหนังสือพิมพ์ น่าสนใจที่พบการชี้ช่องการพนันที่หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ แล้วไทยรัฐซึ่งเมื่อก่อนนี้เป็นเจ้าแห่งการชิงโชคทางไปรษณียบัตร กลับไม่มีเนื้อหาการชิงโชคเลย เนื้อหาการชิงโชคโดยหนังสือพิมพ์ไปอยู่ที่เดลินิวส์

และนี่คือภาพโดยภาพรวม ท่านจะเห็นว่าเป็นเรื่องทั่วไป ให้ข้อมูล แต่พอเป็นการคาดการณ์หรือทำนายพบที่ไทยรัฐและเดลินิวส์เท่านั้น แต่บอกอัตราต่อรองพบในเดลินิวส์สูงสุด รองลงมาเป็นคมชัดลึก และชี้ช่องการพนันพบในเดลินิวส์ เรื่องของรณรงค์เดี๋ยวจะพูดต่อไปคะ มาดูรายละเอียดการนำเสนอหนังสือพิมพ์ไทยรัฐส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับการให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป หนังสือพิมพ์เราศึกษาเฉพาะหน้าข่าวกีฬา และจัดสัดส่วนเปอร์เซ็นต์ที่ท่านเห็น เป็นเปอร์เซ็นต์จากหน้าข่าวกีฬาของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ และดึงเฉพาะข่าวที่เกี่ยวข้องกับข่าวฟุตบอลยูโร เพราะฉะนั้นจะมีสองส่วน ตัวเปอร์เซ็นต์ก็เป็นเปอร์เซ็นต์ที่อยู่บนสัดส่วนที่เป็นฟุตบอลยูโร ฉะนั้น เราศึกษาเฉพาะหน้ากีฬา ของไทยรัฐ ส่วนใหญ่เป็นระดับของข้อมูลข่าวสารทั่วไป ระดับคาดการณ์ทำนายน้อยมากสำหรับยักษ์ใหญ่อย่างไทยรัฐ

ส่วนเดลินิวส์ ปีนี้เราต้องไปรยหัวกันจริงๆ ในผลการศึกษาว่า G พบที่หนังสือพิมพ์รายวันกับสื่อออนไลน์ สื่อวิทยุโทรทัศน์พบการนำเสนอข่าวสาร ซึ่งเป็นเรื่องปกติ การทำนายว่าใครแพ้ชนะ เดลินิวส์พบทุกวัน ตัวเลขร้อยละเป็นพื้นที่ของหน้าหนังสือพิมพ์ เช่นเดียวกันการบอกอัตราต่อรองก็พบทุกวัน เพราะฉะนั้นทั้งหมดมันสัมพันธ์กัน และส่วนนี้บอกเฉพาะตัวที่ชี้ช่องทางการพนัน พบในวันที่ 12, 14, 16 เว้นวันที่ 10 คมชัดลึก พบให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป ส่วนการคาดการณ์หรือการทำนายไม่มี เวลาที่มงานศึกษา ท่านอาจจะสงสัยว่า ที่มงานศึกษาและวัดอย่างไร เราวัดระดับสูงสุดของเนื้อหา นั้นคือว่า ถ้าเจออะไรแสดงว่านั่นคือสูงสุดแล้ว เพราะไม่เช่นนั้น ตรงนี้เขาก็มี I ด้วย แต่ว่าคือ H เป็นอันเข้าใจว่าเขามี I ด้วย คือข้อมูลทั่วไป เพราะฉะนั้นการวัดระดับสูงสุดจะทำให้เที่ยงที่สุด เป็นระดับสูงสุดของหน่วยที่เราศึกษา

ข่าวสดไม่พบอะไรเลย นอกจากข้อมูลข่าวสาร ไม่ทำนาย ไม่เน้นอัตราผลการชนะ ไม่ชี้ช่องการพนัน อันนี้คือตัวอย่างระดับที่ให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป อันนี้เป็นระดับของการคาดเดา ส่วนใหญ่จะเป็นทัศนคติของเขียนบอลทั้งหลาย คาดเดาว่าใครจะแพ้ ใครจะชนะ บอกเฉยๆ แต่ถ้าตัว H ไม่พบเลยในหนังสือพิมพ์ เราพบตัว G ที่เดลินิวส์ แต่ว่าไม่มีตัวอย่าง อันนี้เป็นตัวอย่างของตัว G บอกอัตราต่อรอง อันนี้เป็น H และ G ตรงนี้คือชี้ช่องการพนัน อันนี้ที่มงานไม่ได้นั่งเทียนนะคะ กดเข้าไปเช็คปรากฏว่าเป็นเว็บรับพนันนะคะ นี่คือนตัวอย่างหนังสือพิมพ์คมชัดลึก ตัวอย่างการบอกอัตรา อันนี้ตัวอย่างของข่าวสด

คราวนี้มาดูการรณรงค์ต่อต้านการพนัน ซึ่งเป็นสิ่งที่เราเพิ่มมาในปีนี้น่าสนใจว่า คำว่ารณรงค์จะเป็นการพูดสด สปอตอะไรก็ได้ ในสื่อโทรทัศน์เราไม่พบเลย แม้กระทั่งช่องลิขสิทธิ์ สื่อวิทยุพบใน FM99 Sport Radio พบ 2 รูปแบบ รูปแบบที่พบมาก คือ เป็นของกองทุนสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อการพัฒนาสังคม และอยู่ในเนื้อหารายการ สื่อหนังสือพิมพ์พบในข่าวสดกับไทยรัฐ

การชิงโชค Workpoint ไม่เสนอเลย แต่พบเสนอเนื้อหาชิงโชคใน ช่อง 3HD ในรายการเรื่องเด่นยูโร พบวันที่ 14 และ 16 แฝงกับเนื้อหาในช่วงกิจกรรมชิงรางวัล จากการตอบคำถามเพื่อชิงรางวัล ของ Workpoint พบในข่าวต้นชั่วโมง เป็นเรื่องของบริษัทไปรษณีย์ไทยชวนคนไทยทายผลฟุตบอลยูโร ส่วนของ SMM TV นั้นพบในบริษัทไปรษณีย์ไทยทายผลฟุตบอลยูโรเช่นเดียวกัน

การชิงโชคในวิทยุ คลื่น Active Radio พบ 9 ครั้ง ในกิจกรรมเล่นเกมตอบคำถามผ่าน SMS และชวนส่งไปรษณีย์มาแรงในปีนี มาแทนที่ไทยรัฐเลย พบ 1 ครั้ง ส่วน FM 96 Sport Radio พบ 6 ครั้ง ในกิจกรรมโทรศัพท์ทายผลการยิงประตู นี้คือตัวอย่างการชิงโชคในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เดลินิวส์เป็นฉบับเดียวที่มีในเรื่องนี้ และมีกิจกรรมชิงรางวัลของตัวเองด้วย คือ “ลุ้นแชมป์ยูโร 2016 ลุ้นโชคกับเดลินิวส์”

เมื่อเปรียบเทียบเพื่อให้เห็นภาพทั้งหมดของแต่ละช่อง สามารถสรุปได้ว่า ทีวีดาวเทียมล้ำหน้าในเรื่องของการให้ข้อมูลที่นำไปสู่การพนันได้ พอมาดูสื่อโทรทัศน์ สื่อน้ำเงินคือช่อง 3Family สีเหลืองคือ 3SD สีเขียวเป็น 3HD ตัวนี้แสดงถึงช่อง 7 อันนี้เป็น Workpoint อันนี้เป็นข้อมูลที่เสนอให้ท่านไปแล้วแสดงให้เห็นว่าตัวที่โด่งจะพบในบางวัน ถ้าดูรายวันจะเห็นว่าวันที่ 14 เราตั้งในสมมติฐานเบื้องต้นว่า การแข่งขันยิงงวด หรือเข้าใกล้รอบชิงเท่าไร ตัวเลขยิ่งปรากฏผลมากขึ้น ซึ่งเราจะศึกษาต่อไปและเปรียบเทียบต่อไป

สื่อวิทยุ สัดส่วนตัวเลขคือจำนวนรายการที่พบ จะเห็นว่า FM 99 ของวันที่ 14 เขาจะเสนอตัว I มาก โดยเฉลี่ยแล้วจะใกล้เคียงกัน เมื่อนำผลของหนังสือพิมพ์มาเรียงกันจะเห็นว่าทุกฉบับถอยให้เดลินิวส์ ของไทยรัฐเสนอสูงสุดแค่ P ต่อไปก็เป็นสิ่งที่พบในหนังสือพิมพ์รายวัน จะเห็นว่าหนังสือพิมพ์รายวันจะมียอดจะมีตัวสัดส่วนเนื้อหาเยอะ แต่ถ้าดูภาพรวมจะมีใกล้เคียงกัน ตัว G ที่พบอย่างสม่ำเสมอ พบในฉบับเดียว คือวันที่ 10 ไม่พบในวันที่ 12, 14, 16

อันนี้ก็เป็นการภาพรวมๆ นะคะ เอกสารท่านก็เห็นแล้ว มีเดียมอนิเตอร์นำเสนอ วันนี้เสนอผลโดยจัดร่วมกับทางศูนย์ศึกษาปัญหาการพนันและเครือข่ายเพื่อระงับเรื่องการพนัน วันนี้เสนอเฉพาะสื่อหลัก ส่วนสื่อที่เราศึกษา คือ สื่อหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ศึกษาวันที่ 10, 17, 22

1) สื่อออนไลน์ สืบหาเว็บไซต์ เพจเฟซบุ๊ก และสื่อเครือข่ายของสยามสปอร์ต และสื่อทั้งหมดต้องติดตามในวันที่ 26 กรกฎาคม ซึ่งทางศูนย์ศึกษาปัญหาการพนันจะนำเสนอผลการสำรวจ เป็นสำรวจการพนันในนักเรียน เดี่ยวทางด้าน รอง ผอ.อาจจะเพิ่มเติม ตอนนี้เป็นช่วงที่เข้าสู่ในเรื่องของการเสวนา ก่อนอื่นขอขอบคุณอีกครั้งสำหรับศูนย์ศึกษาปัญหาการพนันที่ร่วมกันจัดงานครั้งนี้ รวมทั้งเครือข่ายรณรงค์หยุดพนันวิทยากรที่จะมาให้ความเห็นครั้งนี้ มีเดียมอนิเตอร์นำเสนอสิ่งที่เราพบในช่วงการแข่งขัน 24 ทีม ศึกษาพอให้เห็นรูปเห็นร่าง อยากพังกั้นจากคณะวิทยากรว่า จากข้อมูลที่พบหรือจากที่ท่านสังเกตในภาพรวมด้วย เสวนาครั้งนี้จึงตั้งชื่อว่า “ผลการศึกษาสื่อกับบรรยากาศการพนันและการชิงโชคในสังคม” จะเสนอในแนวกว้าง แต่ว่าท่านวิทยากรจะนำเสนอในเรื่องใดก็ได้ ก่อนจะเข้าสู่ช่วงเสวนา ท่านที่กรุณามานั่งฟังจะมีคำถามต่อผลการศึกษาไหมคะ ท่านได้เอกสารครบทุกท่านนะคะ ถ้าท่านมีคำถามไว้รอแลกเปลี่ยนกันได้ ช่วงนี้ขออนุญาตแนะนำท่านวิทยากรที่กรุณามาเสวนาในช่วงเช้าวันนี้ ท่านแรกมาจากศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาฯ ท่านรองผอ. ศูนย์ฯ คุณศิริพร ยอดกมลศาสตร์คะ ท่านถัดไป คุณธนากร คมกฤต จากเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน ขอขอบคุณคุณธนากรที่ท่านกรุณามา และอีกสองท่านไม่มาได้เลย ซึ่งก็คือทางด้านสื่อวิชาชีพ ท่านแรกดิฉันแนะนำด้วยความภาคภูมิใจเพราะว่า ต้องมีบ้างผู้หญิงที่เป็นคอปุุตบอล ติดตามดูฟุตบอลยูโร แต่โดยตำแหน่งหน้าที่แล้ว เป็นผู้ผลิตสารคดีเชิงข่าวในประเด็นทางสังคม

ฝากประเด็นการพนันฟุตบอลไปด้วยนะคะ คุณธนา นุช สงวนศักดิ์ จากเนชั่นทีวีค่ะ สุดท้ายเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านข่าวกีฬาโดยตรง ท่านเป็นหัวหน้าข่าวกีฬา หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ได้รายชื่อท่านมาจากสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ขอแนะนำคุณวีระพงษ์บริสุทธิ์สุขุมล ขออนุญาตตามลำดับ เปิดให้ฟรีสไตล์เลยนะคะ เชิญคุณศิริพรค่ะ

คุณศิริพร ยอดกมลศาสตร์ รองผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ในนามของศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ต้องขอขอบคุณทีมมีเดีย มอนิเตอร์ เพราะทราบว่ามันๆ ในทีมต้องจิตอาสาสูงมาก ทราบข่าวว่ามี การแยกย้ายกันไปทำงานอื่นแล้ว แต่พวกเขาก็ขอให้อาจารย์ช่วยรวมทีม อีกครั้งหนึ่ง เพื่อที่จะมาช่วยศึกษาแผนงาน มีขอเยาะด้วยนะคะ นอกเหนือจากที่ดูเรื่องของเนื้อหาการพนันแล้ว ยังมีเรื่องการชิงโชค เรื่อง รณรงค์ และมีทั้งตัดขวางด้วยนะคะ มีการให้เลือกเป็นวันๆ รู้สึกจะเป็น การบ้านที่เหนื่อยยาก ต้องขอบคุณมากๆ นะคะ สำหรับทั้งทีมที่มา ช่วยกันงานนี้ จริงๆ งานนี้เรียกว่าเป็นออเดิร์ฟ เพราะของจริงจะมีในวันที่ 26 ก.ค. นี้ ที่โรงแรมแมนดาริน สามย่าน ส่วนเรื่องเปิดเวทีเสวนา ขอภัยเรามีความเชี่ยวชาญผู้ไม่ได้ที่จะกล่าวถึงรายละเอียดที่อาจารย์ เอื้อจิตเสนอเมื่อสักครู่ แต่อยากจะทำให้ภาพกว้างๆ เพื่อจะไปข้างหน้าพร้อมกันได้ คือเราพยายามจะไปบอก ทุกเวทีว่า สิ่งหนึ่งที่สังคมไทยมีปัญหาคือนิยามการพนัน การพนันในหลักสากล เขาเคยนิยามไว้แค่ 3 กลุ่ม คือ Gaming หรือฟุตบอลในเกมต่างๆ หรือ Slot machine ต่างๆ อันที่ 2 คือ Webbing พนันฟุตบอล จะอยู่กลุ่มนี้ เช่น พวกเว็บต่างๆ และกลุ่มที่ 3 คือ พวกสลากหรือล็อตเตอรี่ ส่วนออนไลน์เป็นระบบ เพราะฉะนั้น พนันฟุตบอลออนไลน์อยู่ในกลุ่มเว็บเหมือนกัน คือ เป็นพนันฟุตบอล อันนี้เป็นคร่าวๆ ขอสัก 2 สไลด์ คือ อยากให้เห็นสถานการณ์การพนันปี 2558 มีคนเล่นพนันประมาณสัก 52 ล้าน จริงๆ แล้วมีเด็ก และเยาวชน อายุ 15-25 ปี อยู่ในนี้ประมาณ 3.1 ล้าน ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่เยอะมาก ในรอบปี 2558 มีเด็ก และเยาวชนประมาณ 2 แสนคน คิดว่าตัวเองติดพนันแต่ถ้าถามว่าคนทั้งสังคม กลุ่มคนที่เล่นพนันประมาณ 2.1 ล้าน คิดว่าตัวเองติดพนัน เราก็ตกใจเหมือนกันตอนเห็นตัวเลข แต่ที่น่าตกใจพอๆ กัน คือ อีก 5 ล้าน กว่าคนยังไม่แน่ใจว่าติดหรือไม่ติด อาการที่เรียกว่าติดคืออะไรเราเคยถาม ซึ่งมีความรู้สึกที่ไม่เล่นไม่ได้ จริงๆ นี่เป็นโรคชนิดหนึ่ง เป็นโรคทางจิตเวช ป่วยจริงๆ ค่ะ แต่เนื้อหาที่อยากคุยให้ฟัง คือ ด้วยเหตุผลที่มี เยาวชนสนใจเล่นการพนันเยอะมากประมาณ 3 ล้านกว่าคน ปีนี้เราก็มีการเก็บพฤติกรรมรับชมและการ เล่นพนันทายผลฟุตบอลยูโร กลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย กลุ่มอาชีวศึกษา เราเคยแถลงไปเมื่อวันที่ 10 ที่ผ่านมา ก่อนฤดูกาลแข่งขัน แต่วันที่ 26 เราจะแถลงส่วนที่เป็นสรุปผลหลังการแข่งขัน ซึ่งของอาจารย์

เอื้อจิตก็ได้เพิ่มเติมอีกหลายส่วนด้วยพร้อมกัน สำหรับตัวเลข 2-3 อันที่น่าสนใจ เป็นตัวเลขที่ขอให้คำนวณเพิ่ม ไม่มีในวันที่ 10 พ.ค. นะคะ คือตัวเลขที่ถามว่า มีเยาวชนเล่นพนันทายผลกีฬาที่เปอร์เซ็นต์คำตอบคือ 35.4% ตกใจเหมือนกันที่เยอะประมาณ 1 ใน 3 และแน่นอนเบอร์หนึ่งของการเล่นพนันทายผลคือ ฟุตบอล ประมาณ 80 กว่าเปอร์เซ็นต์ และอีกสิ่งหนึ่งที่เรารู้โดยทั่วไป ผลตัวนี้ไม่แปลกใจที่เด็กประมาณเกือบ 70% จะชอบฟุตบอล มีเด็กประมาณ 1 ใน 3 คิดว่าจะดูถ่ายทอดสดแม้จะเป็นดึกคืน เทียงคืน ดีสองอาจเป็นเพราะช่วงนี้เป็นช่วงปิดเทอมด้วย และเขาแข่งกันวันเสาร์อาทิตย์ เขาอาจจะดูแมตช์สองแมตช์ หรือแมตช์ที่เขาอยากตาม หรืออาจจะดูชิงชนะเลิศอาจจะอดนอนกันประมาณนี้ และมีประมาณ 15-16% ที่คิดจะเล่น ตัวเลขนี้สูงกว่าพนันฟุตบอลโลก แต่อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์สุดท้ายจะมาพิสูจน์กันว่า ฟุตบอลโลกกับยูโรจะมีตัวเลขเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร แต่ตัวที่น่าจะเชื่อมกับส่วนที่อาจารย์เสนอเมื่อสักครู่ คือ ช่องทางการได้ข่าวสารกับช่องทางพนัน สังเกตดูมีวงกลมอยู่ 2 อัน เห็นผลอย่างนี้ คือ ฟุตบอลโลกเราถามว่าช่องทางได้ข่าวสารพนันหรือช่องทางได้ข่าวสารประกอบการวิเคราะห์การตัดสินใจเล่นช่องคือช่องทางใด อันดับ 1 คือ เว็บไซต์ อันดับ 2 คือ หนังสือพิมพ์วิเคราะห์อัตราต่อรอง อันดับ 3 คือ หนังสือพิมพ์กีฬา นี่คือ 3 อันดับแรกของฟุตบอลโลก รอบนี้ยังอยู่อันดับต้นๆ เพียงแต่ถ้าสังเกตดูให้ดีจะมี 4 อัน จริงๆ คือ ระบบออนไลน์ทั้งหมด อินเทอร์เน็ต ไลน์และเฟซบุ๊ก ที่นี้เราอยากรู้ว่าอันไหนที่เด็กใช้เยอะสุด เคยขอให้ลงรายละเอียดลงไปอีกนิดหนึ่ง แต่ก็ยังเห็นว่าเว็บไซต์เป็นช่องทางหลัก จริงๆ วิทยุที่อาจารย์บอกเมื่อสักครู่ ก็เป็นวิทยุออนไลน์ ถ้าถามเด็ก เด็กจะเน้นในช่องออนไลน์ จะไม่เน้นในช่องวิทยุ เพราะฉะนั้น ช่องออนไลน์ถือว่ามาแรงและเป็นช่องที่เปิดเผยเรื่อง G น่าจะเรียกว่าสูงที่สุดในแง่ความถี่ ที่แปลกใจที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ ยอมรับว่าเดลินิวส์ทำเราตกอกตกใจ เพราะว่าที่ผ่านมาเราเข้าใจมาตลอดว่า ทีวีและหนังสือพิมพ์หลักน่าจะไปไม่ถึง G เนื่องจากว่ามีระบบการควบคุมดูแลที่ต้องใช้คำว่าดีมาก

อีกสิ่งหนึ่งที่เราเห็นรอบนี้ คือ ในสื่อทีวีหลายช่องมีการรณรงค์ต่อต้านการพนัน ในช่อง 3 แม้ว่าเวลาที่อาจารย์โชว์ฝั่งจะไม่พบ แต่ว่าพวกเขาอาจจะเป็นพวกเฝ้าชม เราอยากเห็น เราก็เห็นในหลายช่องรวมทั้งช่อง 3 มีการเอาดารามาเขียนบอกด้วยซ้ำไป แต่ชิงโชคก็แรงพอๆ กัน แต่อย่างน้อยก็ยังดี อย่างน้อยก็มีการรณรงค์ต่อต้านการเล่นการพนัน อันนี้เราเห็นชัด และช่องทางเล่นการพนันโดยตรง ไม่แปลกใจเหมือนกันที่พบเวลาด์เวดเว็บปรากฏอยู่เป็นแบนเนอร์ เด็ก ๆ ก็ยืนยันว่าเขารู้จักช่องทางพนันทั้งโต๊ะบอลกับเว็บไซต์พอๆ กัน แต่ว่าเขาอาจจะเล่นกับโต๊ะบอลมากกว่าเว็บไซต์ประมาณ 10% จะบอกว่าตัวเลขเว็บไซต์พนันฟุตบอลมีสัดส่วนของเยาวชนเข้าไปเล่นมากขึ้น เมื่อเทียบกับการ Survey ครั้งก่อนหน้านี้ เรื่องนี้น่าจับตามองเป็นพิเศษเหมือนกัน เรื่องเว็บไซต์เคยทำตั้งแต่แอลกอฮอล์ก็เป็นปัญหาใหญ่เหมือนกัน รู้สึกว่าสิ่งที่เป็นนโยบายมุขที่ออกทางสื่อหลักไม่ได้จะหนีไปเว็บไซต์กันหมด ด้วยช่องทางต่างๆ ของเว็บไซต์ รวมถึงไลน์พวกระบบออนไลน์จะเป็นปัญหาใหญ่ นอกเหนือจากที่เราดูเรื่องสื่อ เรื่องอะไร สิ่งหนึ่งที่เราสนใจ คือ แล้วเด็ก ๆ คิดอย่างไร เราถามเด็กทุกคน อย่าลืมนะว่ามีเด็กประมาณ 35% มีประสบการณ์เคยเล่นพนันทายผลกีฬา แต่พอเราถามว่า เขาคิดว่าสิ่งเหล่านี้มีผลไหม เช่น การพนันเป็นตัวบ่อนทำลายกีฬาฟุตบอล จริงๆ เรา

เอา 67.7 มารวม 35.4 มันเกินร้อยอะ แม้แต่เด็กที่เล่นพนันฟุตบอลบางคนก็ยังคิดว่าพนันทำลายกีฬาได้ เพราะก็มีข่าวเรื่องล้มบอล ในทำนองเดียวกัน เซียร์ฟุตบอลด้วยความสนุกตื่นเต้นโดยปราศจากการพนันจริงใหม่ แม้แต่เด็กที่เล่นพนันก็พูดว่าจริง อันนี้ก็แปลกนะคะ ในทำนองกลับกัน การเล่นพนันฟุตบอลสามารถสร้างการยอมรับในกลุ่มเพื่อน เด็กบางคนแม้จะเล่นพนันก็ไม่คิดว่าเรื่องนี้สำคัญ แต่ว่าดูเท่ มีระดับ เขาคิดอย่างนี้ เด็กบางคนอาจจะมีความรู้สึกอย่างนี้จริง แต่เด็กที่เล่นพนันอาจจะไม่ได้คิดอย่างนี้ แต่สิ่งหนึ่งที่เราก็คืออยู่ว่าอันนี้น่าสนใจ การวางเดิมพันข้างทีมที่เซียร์เป็นการแสดงออกถึงการเป็นแฟนทีม ถ้าเด็กที่เล่นพนันมีถึง 35% เข้าใจว่า มีเด็กประมาณ 10% แม้ไม่เล่นพนันก็เชื่อว่าการเล่นเป็นการแสดงออกถึงการเป็นแฟน ในทำนองเดียวกันการ เล่นพนันไม่ใช่สิ่งยงดวง เป็นเรื่องการใช้ความสามารถ เด็กบางคนก็คิดเหมือนกัน หรือว่าฟุตบอลมีโอกาสชนะมากกว่าการพนันอย่างอื่น เด็กที่ไม่เล่นบางคนก็คิดเหมือนกัน เพราะฉะนั้น ตัวเลขที่น่าสนใจมันมีกลุ่มที่เล่นก็มองว่าเป็นปัญหาเหมือนกัน กลุ่มที่ไม่เล่นก็ยอมรับการเล่นนั้นเหมือนกัน กลุ่มที่เล่นก็ไม่ได้คิดอย่างที่หลาย ๆ คนคิดเหมือนกัน ตารางอันนี้มันบอกสิ่งเหล่านี้กับเรา บางทีการแก้ไขปัญหาเราต้องเข้าใจเขาเหมือนกันว่า ในสังคมของเยาวชนคิดอย่างไรกับเรื่องเหล่านี้

อีกเรื่องหนึ่ง คือ รอบนี้เราพบเป็นพิเศษเหมือนกัน เป็นการช่วยกันทำงาน คือ ประเด็นเรื่องการได้ยินได้ฟังการปราบปรามจากบุคคล หรือสื่อ หรือองค์กร ลองสังเกตดูให้ดีว่า โรงเรียนหรือสถาบันการศึกษา เป็นหน่วยงานที่มีการห้ามปรามหรือมีสื่อรณรงค์ไม่ให้เล่นพนันมากที่สุด แต่ว่าบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีศักยภาพในการห้ามปรามมากที่สุด คือ พ่อแม่ผู้ปกครอง ถ้าดูเป็นสัดส่วน เพื่อนี่น่าสนใจ และอีกกลุ่ม คือ ครูอาจารย์ แสดงว่าตัวครูอาจารย์มีบทบาทสำคัญมากกว่าสื่อที่โรงเรียนติดหรือว่านำเสนอ เช่น โรงเรียน อาจจะมีแบนเนอร์ขึ้นมารณรงค์ กับคุณครูคุยกับเด็กนักเรียน การให้คุณครูคุยกลับมีประสิทธิภาพในการห้ามปรามมากกว่า แต่แน่นอนการห้ามปรามหรือเทคนิคการห้ามปรามอยู่ที่บุคคลด้วย เพราะว่า เราไม่เคยเห็นว่า สัดส่วนของการห้ามปรามที่มีศักยภาพคือตัวบุคคล ไม่ใช่องค์กร หรือ กลุ่มอื่น ตอนฟุตบอลโลกมีประกาศ คสช. ออกมา ในช่วงระยะใกล้ๆ ก็มีนัยสำคัญแต่รอบนี้เด็ก ๆ อาจจะยังไม่ค่อยได้รับสารที่ทำงาน นายฯ พูดผ่านทีวีในคืนวันศุกร์ เพราะฉะนั้น สังเกตว่ากลุ่มอื่นจะมีนิดเดียวเอง แค่ 0.5% สุดท้ายที่อยากนำเสนอ คือ เรามีตัวเลขผลกระทบมาจากฟุตบอลโลก แต่เป็นตอนหลังจบฟุตบอลโลกแล้ว มีคนประสบปัญหาจากการเล่นพนันฟุตบอลมากน้อยแค่ไหน ซึ่งพบว่า 14.8% ยอมรับว่ามีประสบการณ์เรื่องหมุนเงินไม่ทัน และประมาณ 6.6% หรือ 3 แสนคนมีหนี้สิน นอกเหนือจากนั้นก็ยังมีปัญหาอื่นๆ ตามลำดับลงมา เช่น เครียด ทะเลาะกับคนในครอบครัว เสียการเรียน หนีการหนึ่งงาน ทะเลาะวิวาท หรือว่าถูกรังแกหรือว่าต้องหาเงินมาใช้หนี้ด้วยวิธีผิดกฎหมาย เราคาดหวังอย่างยิ่งว่าตัวเลขเหล่านี้ ณ วันที่ 26 ตอนเรานำเสนอ มันจะน้อยกว่านี้มากๆ ถ้าเป็นไปได้ เพราะว่าเป็นที่ทราบกันว่า บอลยิ่งลีกการลงเดิมพันก็จะยิ่งสูง ถ้าเกิดว่ากระบวนการป้องกันสามารถทำได้ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการป้องกัน ช่วยกันดูแล เราเชื่อว่าตัวเลขพวกนี้จะลดลง ก็หวังว่าจะเป็นอย่างนั้น ขอขอบคุณมากคะ



ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

วันนี้ 2 องค์กรนำออเดิร์ฟมาเสนอ ส่วนอาหารหลักคือวันที่ 26 กรกฎาคมค่ะ เห็นด้วยกับคุณศิริพรว่า สื่อออนไลน์มาแรงจริงๆ สื่อหนังสือพิมพ์ก็เป็นเซอร์ไพรซ์ วันนี้ทางกระทรวงไอซีทีท่านก็มาฟังอยู่ เช่นเดียวกับทาง กสทช. ที่มีคุณหมอบุรุษวิทย์ มีเดียมอนิเตอร์หวังว่า เกณฑ์ค่า I, P, H, G มั่นเวิร์ค และอยากกระตุ้นให้มีการใช้ เพื่อช่วยกันดู โดยไม่ต้องรอเรา คือ ให้ช่วยกันมอนิเตอร์ เชิญคุณวีระพงษ์ค่ะ

คุณวีระพงษ์ บริสุทธิสุขกมล ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์บ้านเมือง



ขอกล่าวสวัสดิ์ผู้เข้าร่วมงานเสวนา ท่าน ดร.เอื้อจิต และผู้  
ที่ให้ความสนใจในเรื่องนี้ คือ ผมทำงานเรื่องของงานกีฬา ตั้งแต่  
2532 อยู่เดลินิวส์มา 10 ปี และย้ายมาที่หนังสือพิมพ์บ้านเมือง รวม  
แล้วเบ็ดเสร็จ 27 ปี ถามว่าการพ่นกับสื่อกีฬาที่เราเห็น ณ ปัจจุบัน  
ตอนเรียนหลักสูตร ปปส. ผมก็ทำงานวิจัยเรื่องนี้เหมือนกัน การพ่น  
กับสื่อ มันเกิดอะไรขึ้นกับวงการ กับระบบ กับประเทศเลยดีกว่า  
ความจริงถามว่า ณ ปัจจุบันนี้ ทำไมคนเข้าไปหาการพ่นมันง่ายสุด  
ต้องบอกว่า เรามีปัจจัยสี่ เรื่องของมือถือ เมื่อสมัยก่อน 10-20 ปี โทรศัพท์ไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง แต่ ณ ปัจจุบัน  
คุณอยู่ตรงนี้ นั่งอยู่ตรงนี้ คุณก็สามารถที่จะทลายผลบอลได้ ซึ่งจริงๆ ทางคุณศิริพรทำงานนักวิจัยด้านการ  
พ่น ผมบอกได้เลยว่า สถาบันครอบครัวเป็นปัจจัยหลัก เพราะว่าการที่พ่อแม่ดูแลเอาใจใส่ ไม่ให้ลูกเล่น  
การพ่น คือปลูกฝังตั้งแต่เล็กๆ ว่าการพ่นเป็นสิ่งไม่ดี แต่ตอนนี้ต้องยอมรับว่า พ่อแม่ห่างไกลจากลูกมาก  
ความเป็นครอบครัวมันน้อยลง เมื่อเปรียบเทียบกับ 10-20 ปีที่แล้ว อย่างครอบครัวผม ลูกกลับมาขึ้นห้อง  
วงจรวีดิทของลูกสาวกลับมาจากเรียนหนังสือก็ขึ้นห้องเลย แต่เราก็คุยกันทุกเช้าว่า อะไรคือสิ่งที่ดีหรือไม่ดี  
เพราะอย่างน้อยช่วงเสาร์อาทิตย์ผมจะมีเวลากับลูกจริงๆ คือ คนทำสื่อ ปกติต้องทำงานทุกวัน แต่ตอนนี้  
เริ่มจะมาให้ช่วงเวลาเสาร์อาทิตย์มากขึ้น อยู่กับเขา อยากดูอะไรก็ดูกับเขา ผมยกตัวอย่าง ใครดูฮอว์ไมอน นี่  
เป็นปัญหาของสังคมครับ นี่คือการรุนแรงที่เกิดขึ้นในตัวของเด็กและเยาวชนไทย ฮอว์ไมอนมีทุกรูปแบบ แต่  
ว่าถ้าคุณดูแล้วสอนลูกด้วยว่า วิธีนี้เป็นสิ่งที่ผิดนะลูก เป็นสิ่งที่ไม่ควร ลูกก็จะถามกลับมาว่าทำไม เราต้อง  
ให้เหตุผล เช่นเดียวกัน ตอนนี้สถาบันครอบครัวของเรามันยำแย่มาก และปัจจัยสี่ คือ เรื่องของระบบไอทีมา  
ครอบงำ ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ การชิงโชคเป็นสิ่งที่หนึ่งที่ยากบอกว่า มันเป็นการบริหารจัดการ คือ เหมือนการ  
สร้างทุน สมมติ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ยอดตกเมื่อเปรียบเทียบกับไทยรัฐ เขาก็มีวิธีสร้างยอดด้วยการชิงโชค  
แต่ว่ามันมีอะไรสอดแทรกเข้าไปอย่างที่คุณศิริพรบอก หรืออย่างที่อาจารย์บอก ที่เราเห็นคือการสร้างตัว G,  
Handicap อัตราต่อรองจริงๆ จากงานวิจัยนี้ ผมยังสงสัยว่า ทำไมไม่มีหนังสือพิมพ์กีฬา อย่างสยามกีฬา  
ซอคเกอร์ สपोर्टพูลนี่คือปัจจัยหลัก ถ้าคุณจะทำวิจัย คุณต้องเอาตัวนี้ ผมมองว่า ไทยรัฐ เดลินิวส์ไม่ใช่  
ทุนเดิมของการกล่อมคนให้มาเล่นพ่น อย่างของไทยรัฐเขาก็สร้างโดยวิธีปีละครั้ง จากฟุตบอลโลกบ้าง

ฟุตบอลยูโรบ้าง และเชื่อว่าคนติดเกมก็จะติดการพนันเหมือนกัน ในขณะที่เดลินิวส์เริ่มมีการนำเรื่องของ BET เรื่อง Handicap แหล่งที่มาต่างๆ นานา ผมว่ามีหลายปัจจัย คือ 1) นโยบายก็มีส่วนหลัก อย่างของผมที่หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ผอ.สั่งเลยว่าให้พนัน พนันคือให้แพ้ชนะ อย่างคุณเมื่อวานก็พนันว่าฝรั่งเศสชนะ ผมไม่ได้บอกว่าคุณเล่น แต่ผมว่าเขาชนะ แต่เรื่องของราคาถ้ามีมา ราคาต่อรองก็ลองคิดดูนะครับ อันนี้เป็นสิ่งหนึ่งที่ผมว่าเป็นจริยธรรมทางด้านสื่อ ว่ามันควรจะให้มีหรือเปล่า ควรจะลงลึกไปขนาดนั้นหรือเปล่า อย่างที่อาจารย์บอกผมว่าสื่อออนไลน์ ณ ปัจจุบันมันน่ากลัวมาก ไม่ว่าจะ FM Radio คือจริงๆ ผมก็เชื่อว่าเขาแตกแขนงมา ผมว่าเขาเห็นมาแล้วว่า สิ่งหนึ่งที่เขาเคยทำเกิดขึ้นในโซเชียล คือ ผากไว้ด้วยทุนเดิม ทุนเดิมคือไปเสียบพื้นที่ สมมติ บ้านเมืองมีเว็บไซต์ขึ้นมา ตรงนี้เขาไม่ได้บอกว่าเป็นเว็บพนัน แต่เขาซื้อพื้นที่แปะไว้เฉยๆ แต่ว่าเวลาคlickเข้าไปมันมหาศาล มันมีอะไรต่อยอดมา นี่คือเขาซื้อพื้นที่เพื่อที่จะให้ในสิ่งที่เขาทำมันขายออกไป แต่ถ้าถามว่าองค์กรรู้ไหม เพราะว่าเมื่อองค์กรคุยเรื่องโฆษณาพื้นที่เขาคุยกับโฆษณาไม่ได้คุยกับเจ้าของ เขาไม่ได้คุยกับทางฝ่ายผม นโยบายต้องชั่งน้ำหนัก ขายพื้นที่ 5 บาทแต่โดนค่าเป็นล้าน มันก็ไม่คุ้ม นโยบายเป็นปัจจัยของการนำเสนอทางสื่อสารมวลชน ทำไมผมยกตัวอย่าง ทำไมต้องสยามกีฬา ทำไมไม่ต้องสปอร์ตพูล นั่นคือเรื่องกีฬาเขาขายคนที่ต้องการสร้างรายได้ เพราะว่า 1) อย่าลืมว่าหนังสือพิมพ์หนึ่งเล่มใช้ต้นทุนมหาศาล แต่เครือข่ายสปอร์ตชนิดีเคมีทางเลือก มีหลายเล่มให้คนรู้จัก อย่างเช่นที่มหาวิทยาลัย ผมเห็นคนที่ถือหนังสือพิมพ์มากที่สุดคือนักศึกษาผู้หญิง ไม่ใช่นักศึกษาผู้ชาย ณ ปัจจุบันนี้ นักศึกษาผู้หญิงถือหนังสือกีฬามากกว่าผู้ชาย และถูกล้อลง เข้าถึงง่ายสุด เพราะช่วงแรกอ่านดูแล้วมีความสุข อันนี้คือสิ่งที่เราเห็น สิ่งที่เห็นต่อมาก็คือถ้ามันไม่ถูกละ อะไรจะเกิดขึ้นกับนักศึกษาเหล่านี้ อะไรจะเกิดขึ้นกับนักเรียนที่เป็นผู้หญิงเหล่านี้ หรือแม้กระทั่งผู้ชายอย่างที่คุณศิริพรบอก ก็มีเจ้าหน้าที่ตามบ้าง อะไรบ้าง หรืออาจจะต้องถึงขั้นเสียตัวก็มี ซึ่งตรงนี้เราไม่เคยวิจัยว่ามีการเสียตัวไหม ซึ่งผมว่าอย่างไรก็อาจจะมียอยู่แล้ว เพราะว่าเวลาได้มันเหมือนกับแมลงเม่าบินเข้ากองไฟ ณ การแข่งขันหนึ่งถึงเวลามันก็จะบินไป

ในส่วนของการชิงโชคเป็นสูตรของวิทยุ ซึ่งวิทยุหลักทำไม FM 99 มีพื้นที่เขตแดนสูงกว่า FM 96 เพราะพื้นที่ของ FM 96 เป็นของสยามกีฬาเหมือนกัน เขาไม่ได้พูด 24 ชั่วโมง ผิดกับ FM 99 ที่พูด 24 ชั่วโมง และเป็นนโยบาย ถ้าผู้บริหารให้เป็นนโยบาย คือ คุณต้องพูด แต่ถ้าคุณบอกว่ายโยบายเปิดกว้าง แค่คุณกล้าบอกเขาว่า วันนี้ตัวไหนเล่น โอกาสสูงสีคู่นี้ น่าจะชนะ แต่มีตึงหนึ่ง สองตึงบ้าง ซึ่งในศัพท์พวกนี้ คนในวงการพนันด้วยกันเขาจะรู้กันอยู่แล้ว ผู้ที่ติดตามเรื่องข่าวสาร เรื่องทางรายการของ FM 99 มันจะเกิดแบบนี้ สิ่งที่เราเห็น คือ นโยบายของผู้ใหญ่เป็นปัจจัยหลักของการนำเสนอทุกๆ อย่าง ทำไมถึงต้องให้มีการพนันในรูปแบบการชี้เป้า เพราะการชี้เป้าคือสิ่งที่บอกว่าจริยธรรมสื่อคือสิ่งที่ไม่มียอยู่แล้ว

ในส่วนของอินเทอร์เน็ต ณ ปัจจุบัน มีหลากหลายรูปแบบ สามารถเปิดไปและเล่นทางสดได้เลย กลับหัวกลับหาง คือ วางไว้แล้วมีคนเปิดรับเลยครับ บอกราคามาปั้ปุ่จ่ายเลยครับ โดยการตัดผ่านบัตรเครดิต ซึ่งตรงนี้ผมถามว่า การที่เด็กจะมีบัตรเครดิต มีได้ แต่ใครเป็นผู้รับรอง เด็กหรือผู้ปกครอง ซึ่งตอนนี้

ไม่ใช่แค่บัตรเครดิตแล้ว ถ้ามีบัตรเอทีเอ็ม มีคนเล่นเหมือนกัน บัตรวีซ่าหักเงินในธนาคารเลยครับ ถ้ามีเงิน อยู่หักยอดเลย คือ คุณแทงหมื่นหักหมื่น นี่คืออีกโลกหนึ่งที่ผมเชื่อว่าหลายคนไม่ได้เข้าถึง ณ ปัจจุบันนี้มันเป็นขนาดนี้แล้ว มันไม่ใช่แค่หนังสือพิมพ์แล้วแต่คุณจะทำ บัณฑิตที่สิ้นซากที่สุด เปิดปุ๊บแทงเลย ใส่รหัสบัตรเครดิตปุ๊บจบเลย พุ่งนี้รอมารับเงินเลย มันไม่ใช่แค่ฟุตบอล ทุกประเภทการพนันถูกแฝงโดยวิธีแบบนี้ทั้งหมด

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

สิ่งที่เราได้ในวันนี้ คือ สิ่งที่ปรากฏในสื่อมาจากนโยบาย อันนี้คือเท่าที่คุณวีระพงษ์ได้กรุณาพูดถึง นะคะ เมื่อสักครู่ คุณวีระพงษ์พูดว่า เราต้องศึกษาสื่อหนังสือพิมพ์กีฬา เราศึกษาค่ะ แต่เราศึกษาวันที่ 10, 17, 24 และ 1 ก.ค. เราส่งเผยแพร่ผลการศึกษาของวันที่ 10 กับ 17 ไปแล้ว แต่สื่อไม่ค่อยลง และงาน การศึกษาครั้งนี้ เราจะมีวิเคราะห์สื่อในภาพรวมของเครือข่ายสปอร์ต ซึ่งก็เป็นที่รู้กันว่าเป็นเครือข่าย สื่อกีฬาที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ เดียวผลออกวันที่ 26 นะคะ คุณธนาฯ ทำเรื่องประเด็นทางสังคมมาเยอะ ใน สถานะแพนบอลยูโร มาฟังผลการศึกษา มาฟังที่ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนันสำรวจเด็กมัธยม เด็กอาชีวะ แล้วมีความเห็นอย่างไร เชิญค่ะ

คุณธนาฯ สงวนศักดิ์ บรรณาธิการสารคดีเชิงข่าว เนชั่นทีวี

สวัสดิ์อาจารย์เอื้อจิตและสวัสดิ์ทุกท่าน ต้องออกตัวก่อนว่าไม่ได้ อยู่ในแวดวงของการศึกษาในเรื่องของกีฬา แต่เป็นคนที่ชอบดูฟุตบอลมา ตั้งแต่เด็ก เพราะว่าสิ่งแวดล้อมที่อยู่กับพี่ชายและญาติที่เป็นผู้ชายที่ชอบดู ฟุตบอลกัน ก็เลยต้องดูฟุตบอลตั้งแต่อยู่ ม.ต้น แต่ว่าน่าแปลกมาก เนื่องจากว่าเราอาจจะไม่มีนิสัยในเรื่องของการพนัน เราไม่ได้สนใจมันเลย แต่คนรอบข้างเราสนใจ คนที่เป็นผู้ชาย ก็จะมีเพื่อนพี่ที่ทำงาน ซึ่งเขาเล่น เฉพาะในส่วนที่เป็นฟุตบอล ที่เป็นเกมใหญ่ๆ เท่านั้น เช่น พรีเมียร์ลีก เป็นต้น โดยเราเป็นคนบอกเขาด้วยซ้ำว่า หยุดได้แล้วไม่เช่นนั้นมันก็จะไปกัน



ใหญ่ จากผลการศึกษา คือ ดิฉันอยู่ในเนชั่นทีวี ก็ดีใจที่ว่าอย่างน้อยที่สุด ไม่พบเนื้อหาที่เป็นการชี้ช่องพนัน ในสื่อโทรทัศน์ ในขณะที่เดียวกันก็ไม่พบว่าเนื้อหาการรณรงค์ไม่ให้เล่นพนัน ไซ้ใหม่คะ มันมีความน่าสนใจ อยู่ว่า ธรรมชาติของสื่อเวลาที่มีการแข่งขัน มีโปรแกรมเขาก็รายงาน แต่ในขณะที่เดียวกัน สิ่งที่เราอยากให้ รณรงค์มันอาจจะบ้าง แต่ว่ามันน้อยมาก คือว่าอาจจะมีการประกาศหรือพิธีกรพูดว่า ดูกีฬาให้สนุกแต่อย่า ไปเล่นพนัน ก็จะมีแค่นี้ ถ้าเกิดว่าคิดในสแต็ปต่อไปในแง่ของคนที่ทำเรื่องของประเด็นสังคม อยากเสนอ อย่างนี้ค่ะ เนื่องจากสื่อเขาจะนำเสนอในส่วนที่เป็นเหตุการณ์ สมมติ วันนี้แข่งขันเขาก็นำเสนอเรื่องนี้ เกิด แก๊สระเบิดไฟไหม้ เขาก็นำเสนอเรื่องนี้ เพราะฉะนั้นทางคนที่เป็ฝ่ายที่อยากให้มีการรณรงค์ แน่นนอนเราอยู่

ในช่วงของเหตุการณ์ที่มันเกิดขึ้นก็เป็นเรื่องที่ดี แต่ว่าจะอย่างไรให้ประเด็นเหล่านี้ คล้ายว่ามีเรื่องของการพ่นขึ้น เราจะทำอย่างไรที่ไม่ให้มีเดือนเฉพาะผู้ประกาศหรือคนรายงานข่าวพูดเท่านั้น สมมติว่าคนที่มีความปัญหาจากการพ่น เคสอะไรเหล่านี้ เราจะไปผลักดันในวาระได้อย่างไร ซึ่งคิดว่ามันไม่ง่ายเลย อาจจะต้องก่อนที่จะมีการแข่งขัน ซึ่งกล่าวถึงเฉพาะโทรทัศน์ อย่างอื่นไม่อยากจะก้าวล่วง เพราะว่าไม่รู้ถึงวิถีของเขา นะคะ แต่ในส่วนของการโทรทัศน์ ถ้าอยากให้เห็นให้มีการทำเป็นรายงานเป็นสัปดาห์ อาจจะต้องผลักดันให้มันก่อนที่จะเกิดด้วยซ้ำไป หรือว่าอยู่ในช่วงเริ่มแรกด้วยซ้ำไป นี่มาเข้าสู่รอบรองชนะเลิศแล้วใช้มั๊ยคะ ก็เหลืออีกแค่ 3 นัดก็จบแล้ว เพราะฉะนั้นการรายงานผลการศึกษา เราพูดกันตอนนี้ได้ แต่ถ้าเกิดอยากจะทำให้บรรณคดีก็อาจจะต้องทำก่อนหน้านี้นะคะ



ในเรื่องการบรรณคดี ดิฉันมองว่าอาจจะต้องมีกลไกอะไรบางอย่าง แต่ดิฉันไม่ได้หมายความว่า เป็นกลไกเชิงบังคับ แต่มองว่าเป็นกลไกการสนับสนุน คือการที่เรามองว่าดีแล้วที่เขาไม่มีเนื้อหาในเชิงส่งเสริมการพ่น แต่เราจะสนับสนุนไม่ให้เกิดการพ่นได้อย่างไร ดิฉันว่าน่าสนใจ เหมือนว่าใครทำดีก็ควรที่จะได้รางวัล เพราะฉะนั้นจะมีอะไรที่จะสนับสนุนใหม่ เพราะว่าเป็นเรื่องที่สังคมต้องช่วยกัน สนับสนุนอย่างไรให้มีแคมเปญบรรณคดี อาจจะมีแคมเปญร่วมกัน แต่ว่าให้บรรณคดีในหลายสื่อ หลายๆ ช่องค่ะ เรื่องไปขอความร่วมมืออย่างนี้น่าสนใจ เพราะว่าจากที่คุณศิริพรบอกในเรื่องของเด็ก ซึ่งตอนนี้ในออนไลน์มีค่อนข้างเยอะ ในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็น่าสนใจ เพราะว่าตัวดิฉันสมัยก่อนอ่านชอคเกอร์ แต่เดี๋ยวนี้อ่านสปอร์ออนไลน์ ไปนั่งไล่ดูก็พบว่ามีความเรื่องของการพ่นมันเข้าถึงเราตลอดเวลา สมัยก่อนไม่เป็นแบบนี้ เพราะฉะนั้นเราจะทำอย่างไรให้เกิดการบรรณคดีอย่างเข้มข้น แต่ว่าภายใต้การสนับสนุนให้มองในเรื่องของการร่วมมือ ไม่ใช่การบังคับ และสังคมต้องสนับสนุนด้วย หรือว่าหน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะสนับสนุนอย่างไร อันนี้ต้องฝาก กสทช. ด้วย สนับสนุนเขาทำดี อันนี้พูดในแง่ของคุณดูแลคนทำสื่อค่ะ

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

คราวนี้มาฟังคนที่ทำงานด้านเครือข่ายบรรณคดีหยุดพ่น เชิญคุณธนากร ค่ะ

คุณธนากร คมกฤษ เครือข่ายบรรณคดีหยุดพ่น

ในความหมายของคำว่าบรรณคดีหยุดการพ่นของพวกเรา ไม่ได้หมายความว่า จะหยุดให้การพ่นเป็นศูนย์ มันคงเป็นไปได้ แต่ควรให้มันอยู่ในที่ในทาง การพ่นนั้นมีได้ แต่ให้อยู่ในที่ในทางที่เหมาะสม ในระดับที่ไม่ทำลายสังคม มันก็ไม่ต่างกับเรื่องเหล่า เรื่องบุหรี่ยุค การพ่นทั้งหลายต้องอยู่ภายใต้

การควบคุม ผมขออนุญาตตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับผลสำรวจที่ออกมา ผมเห็นว่าที่ทีวีหลายช่องเสนอข่าวเรื่องฟุตบอลยูโรไม่ค่อยมีสีสันหรือมีอะไรมากนัก ส่วนหนึ่งอาจมีผลมาจากช่อง 3 ได้ลิขสิทธิ์ถ่ายทอด ช่องอื่นอาจจะรู้สึกว่ามันไม่ใช่เรื่องที่เขาจะไปอะไรมากมาย เพราะถ้าไปเล่นอะไรมากมายมันก็กลายเป็นการเชียร์ช่อง 3 ทั้งที่ตัวเองไม่ได้ประโยชน์อะไร มันทำให้บรรยากาศของการเล่นของช่องอื่นจึงไม่มีอะไรเท่าไรนัก และเห็นด้วยกับคุณธนานุช ถึงแม้จะไม่พบว่าช่องทีวีจะไม่นำเสนอเนื้อหาเชิญชวนให้เล่นพนัน แต่ก็ไม่พบที่มีการพูดที่ไม่ให้เล่นพนันอย่างเป็นทางการขององค์กร ส่วนมากเราจะไม่เห็น เราเห็นการพูดด้วยสำนึกรับผิดชอบของความเป็นรายบุคคลคนที่อยู่ในสื่อมากกว่า ถ้ามามีการคุยกับช่อง 3 ใหม่ ก็พยายาม Contact เข้าไปคุย แต่ว่าเขาก็เป็นองค์กรสื่อที่เป็นธุรกิจ เพราะฉะนั้น เงินไม่มาฟ้าก็ไม่เปิด เราจึงได้แค่ขอความร่วมมือเขียนข้อความไปให้ แต่ไม่มีการตอบกลับ ก็ไม่ได้จับจ้องมองว่า เขาจะพูดให้เราใหม่ตามคำพูดที่เราขอไป สุดท้ายก็ไม่พูด เราก็ไม่มีความสามารถเข้าไปบอกเขาว่า พี่ไม่ยอมพูดให้ผมเลย แต่ก็เข้าใจว่าเป็นวิถีของเขา นะครับ เงินไม่มาฟ้าก็ไม่เปิด ช่วงเวลาเป็นเงินเป็นทอง

ขออนุญาตพูดถึงผลการสำรวจของมีเดียมอนิเตอร์ เบื้องต้นอยากจะขอให้พวกเราชื่นชมการรวมตัวกันเฉพาะกิจของมีเดียมอนิเตอร์ อยากให้พวกเราปรบมือให้แก่ทีมมีเดียมอนิเตอร์ เป็นการรวมตัวเฉพาะกิจที่มีค่าต่อสังคม ถ้าพูดถึงเรื่องบทบาทสื่อกับการพนัน ผมเห็นด้วยกับเกณฑ์ที่ทางมีเดียมอนิเตอร์ทำ เพราะจริงๆ แล้ว พวกเราเริ่มจับเรื่องบทบาทของสื่อตอนฟุตบอลโลก ปี 2010 บทบาทของสื่อมันมาเกี่ยวข้องกับพนัน ถ้าจะจินตนาการง่าย ๆ คือ เป็นไฟเขียว ไฟเหลือง ไฟแดง ถ้าสื่อจะให้ข้อมูลก็เป็นเขียวอยู่แล้ว เป็นการให้ข้อมูลวิเคราะห์วิจารณ์ พวกเราที่เป็นคนดูก็ชอบฟังพวกกูรู พวกสื่อเขาวิจารณ์กันอย่างไร ซึ่งการฟันธงก็เป็นความสะใจ อยากรู้ว่าเขาฟันธงตรงใจเราไหม อันนี้ยังพอรับกันได้ พอมาไฟเหลืองๆ ส้มๆ ขึ้นหน่อยก็เหมือนกับอัตราต่อรอง ก็อาจจะเริ่มแห่ขาเข้าสู่การพนัน แต่อย่างไรก็ตามเหมือนการให้ข้อมูล และฝรั่งเขาก็ว่าเกมนี้ใครชนะใช้ไหม แต่ที่มาถึงจุดที่เป็นส้มแดง หรือแดงที่พวกเราจับไม่ได้ คือ ล่อให้พนัน การให้ข้อมูลวิเคราะห์วิจารณ์กัน การลงแถมต่อ ถ้าถึงขั้นล่อให้พนัน ถึงขั้นมีการใช้คำพูดว่า คุณนี้ให้ถือทางทีมนี้ทีมนี้นี้อาจจะเล่น หรือแม้กระทั่งการให้พนันหรือชี้แหล่งพนันโดยสื่อ อย่างนี้ถือว่าเป็นการทำงานที่ล้ำเส้นอย่างยิ่งของสื่อ และถ้าถึงขั้นชี้ชัดหรือล่อให้พนัน อันนี้น่าจะไม่ใช่พนันที่เป็นการทำหน้าที่ของสื่อ แต่เป็นการทำหน้าที่ของฝ่ายที่เป็นธุรกิจการพนัน ก็พบว่าเหมือนสื่อจับผนวกกับธุรกิจการพนัน ซึ่งไม่ควรเล่นพนัน

เราพบว่าแหล่งหรือเว็บพนันมีการทำการตลาดเยอะมาก แม้กระทั่งเรื่องของการรณรงค์ก็ตาม เราได้ก้าวตามหลังเขาอยู่ อาจจะมากกว่า 1 ก้าวด้วยซ้ำไป และเห็นว่าอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่เข้าถึงเด็กเยาวชน กลุ่มเป้าหมายที่เราห่วงใย เราพิจารณาให้เน็ตไอดอลมาช่วยเราพูด ปราบกฏเราไปที่หลังเขา เพราะเน็ตไอดอลบางคนที่เราคิดว่าจะช่วยเราพูด แต่ถูกเว็บพนันซื้อตัวไปแล้ว ให้ไปช่วยพูดชวนให้คนเล่นพนัน ไม่ใช่รณรงค์ให้หยุดเล่นพนัน เราไปที่หลังเขา เขาก็ยอมรับตรงๆ ว่า ไม่ได้แล้ว เพราะรับเงินจากเว็บพนันไปแล้ว และตอนที่เขาจะเข้าเล่นเน็ตเขาจะใส่เสื้อที่เชียร์เว็บนั้น เราต้องยอมรับว่าเรายังอ่อนเกินไป ยัง

ตามไม่ทัน ธุรกิจเขาปรับตัว เขาเรียนรู้มากกว่าเรา ซึ่งจริงๆ แล้วบทบาทของสื่อตรงนี้ ถ้ามัวมั่นเกี่ยวข้องกับ การเล่นพนันอย่างไร ยกตัวอย่าง เช่น สมมติเราเห็นชัดเจนว่า บทบาทของการสนับสนุนการเล่นพนัน เพราะว่าโพลออกมาชัดเจน ชัดมาก พวกเราน่าจะเข้าใจ แพทเทิร์นของคนเล่นพนัน ลักษณะของคนเล่น พนันฟุตบอลจะไม่เหมือนกับคนเล่นหวย คนเล่นหวยจะได้ตัวเลขมาจากไหนก็ตาม ไม่ต้องหาข้อมูลอะไร มาก ไม่ต้องการข้อมูลประกอบการตัดสินใจ แต่คนเล่นพนันฟุตบอล พบชัดเจนว่า แพทเทิร์น คือ อาศัย ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ คุยกับน้องๆ เยาวชน หลายคนวิเคราะห์ตัดสินใจด้วยตัวเอง แต่เขาบอกว่าการ ที่สื่อให้ข้อมูลที่ตรงกับทีวีวิเคราะห์ ยิ่งทำให้มีความมั่นใจมากในการตัดสินใจเล่นพนัน และความมั่นใจที่มาก นี้ มันสนับสนุนผลการศึกษาที่ชี้ชัดว่า พนันฟุตบอลเป็นการพนันที่มีอัตราการใช้เสียสูงมาก เพราะยิ่งมั่นใจ มาก ยิ่งมีโอกาสเล่นมาก เข้าถึงแหล่งมากจะมีโอกาสที่จะเล่นเยอะ พอเสียเข้า มันจะถล่ม จะเอาคืน ถ้าม ว่าสื่อมีผลใหม่ต่อการสนับสนุนการเล่นพนัน มีเยอะมาก มันชัดเจนมาก

ประเด็นของผม คือ อยู่ที่คุณธนาฯ พูด ทำอย่างไรในอีก 2 ปีข้างหน้า ถ้าฟุตบอลโลกมา เรื่อง นี้เป็นวาระใหญ่จริงๆ เราไม่ต้องรอวาระใหญ่ วาระธรรมดามันก็มีอยู่แล้ว แต่จะทำอย่างไรในอีก 2 ปี ข้างหน้า บรรยากาศการทำงานรณรงค์หยุดการพนัน จะไม่เป็นอย่างเดิม คือ ถึงเวลา พวกเราก็มาทำงาน อาจขอให้มีเดียมอนิเตอร์กลับมาใหม่ เราคงไม่อยากให้เป็นแบบนี้ เพราะเป็นการทำงานที่ซ้ำซาก อาจดู เหมือนสังคมไม่มีความก้าวหน้า เราหวังว่าอีก 2 ปีข้างหน้ามันต้องมีบรรยากาศการทำงานที่เปลี่ยนไป

ผมลองเสนอว่า มันจะเป็นไปได้ไหม ถ้าในด้านของการทำงานกับสื่อ ประเด็นที่ 1 คือ การควบคุม สื่อ ผมอยากเสนอว่า จริงๆ ไม่เชิงว่าเป็นความผิดของฝ่ายสื่อหรือฝ่ายธุรกิจทั้งหมด มันต้องโยนมาที่ จุดเริ่มต้น คือ การพนันมันมีความไม่ชัดเจนสูงมาก ณ ปัจจุบันเป็นพระราชบัญญัติเก่า พ.ศ. 2478 ประมาณ 80 ปี ต้องทำให้พระราชบัญญัติพนันมีความชัดเจนมากกว่านี้ ถ้าอีก 2 ปีข้างหน้า พระราชบัญญัติการพนันยังไม่เสร็จ ต้องขอให้ คสช. มีมาตรา 44 ต้องทำให้มีกรอบที่กำหนดการทำงานของ ภาคสื่อ ภาคธุรกิจ ที่ชัดเจนมากกว่านี้ คือ ผมพบว่าทางภาคธุรกิจพูดว่า ในเมื่อกฎหมายไม่ได้ดีกรอบ เขาไว้ ไม่ว่าจะเป็นการชิงโชค การนำเสนองานอะไรก็ตาม การชวนเสี่ยงโชค การตลาดทั้งหลาย ในเมื่อ กฎหมายไม่ได้ดีกรอบเขาไว้ให้ชัด ไม่บอกว่าอะไรที่ไม่ให้ทำ เขาก็จะทำไปเรื่อยๆ การนำเสนออะไรก็ตาม การชวนเสี่ยงโชค การชิงโชค ผมว่าตัวกฎหมายต้องชัด กฎหมายไม่ชัดอย่าเพิ่งไปโทษธุรกิจหรือสื่อว่าไม่ดี ทั้งหมด อันนี้อาจจะต้องดูอีกที

ประเด็นที่ 2 การกำกับดูแล ผมว่าเรื่องนี้ผมอยากพูดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับมีเดียมอนิเตอร์ ผมว่า สังคมควรเห็นคุณค่าอย่างยิ่งขององค์กรกำกับดูแล ภาคสื่อเองก็ควรเห็นคุณค่าของการมีองค์กรอย่างนี้ และสนับสนุนให้องค์กรอย่างนี้คงอยู่ ผมว่าภาครัฐหรือภาคที่เกี่ยวข้องควรยกระดับองค์กรที่เป็นฝ่ายกำกับ ดูแลสื่อจริงๆ สื่อควรจะมาลงขันกันด้วยซ้ำไป เพื่อให้องค์กรกำกับดูแลสื่อยังคงอยู่และมีฐานะเป็นองค์กร อิสระ เป็นองค์กรที่ไม่ถูกกำกับหรือถูกแทรกแซงโดยใคร ไม่ว่าจะป็นรัฐ สื่อ หรือธุรกิจก็ตาม และมี บประมาณ อันนี้ไม่ได้มาพูดเชียร์ผู้จัด แต่ควรจะมีองค์กรที่เป็นมีเดียมอนิเตอร์หรือไม่ก็ได้ ที่สังคมไทยควร



ต้องมี อันนี้ต้องฝากทาง กสทช. นะครับ เป็นความหวังมากที่สุด กองทุนสื่อปลอดภัย มีนโยบายอะไรบ้างที่จะสนับสนุนองค์กรที่เป็นองค์กรกำกับดูแลสื่อ เพื่อให้สื่อมีความน่าเชื่อถือ ผมว่าเป็นประโยชน์กับทุกฝ่ายนะครับ

ผมว่าสื่อมีคุณภาพการอย่างยิ่งต่อสังคม เราน่าจะทำอะไรบางอย่าง ให้มีแรงจูงใจให้กับสื่อ อาจเป็นแค่รางวัลหรือน้ำจิ้มเล็กๆ น้อยๆ เช่น อาจจะมีชว่นเครื่องชั่งครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อที่ประกาศ Family Award ทุกปี ให้มี Award หนึ่งให้รางวัลแก่ฝ่ายสื่อที่เสนอเรื่องกีฬาอย่างสร้างสรรค์ หรือไม่มีเรื่องของการพนัน เป็นต้น ผมกำลังพยายามหาข้อมูลอยู่ว่า มูลนิธิเอกชัย นพจินดา ทำอะไรบ้าง แต่มูลนิธิน่าจะทำอีกด้านหนึ่งได้ใหม่ คือ ด้านการส่งเสริมสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่ดีและสร้างสรรค์เป็นคุณภาพการต่อวงการกีฬา เป็นต้น ผมอาจจะพยายามหาทางไปเจรจากับผู้บริหารมูลนิธิเอกชัย นพจินดา เพื่อทำ Award ด้วยกัน

อีกประเด็น คือ การขอความร่วมมือจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องการส่งเสริมการขาย การเลี้ยงโชค คือ เราพบว่าทุกปี พอมีการกีฬาใหญ่ๆ ก็มีการชว่นชิงโชคทุกที่ ฟุตบอลโลกก็ตาม ฟุตบอลยูโรก็ตาม เป็นการชว่นมาชิงโชค ซึ่งผมว่าเรื่องการชิงโชคสำหรับผมไม่ใช่เรื่องผิด การที่ไทยรัฐจะระดมสปอนเซอร์ได้ถึง 30 ล้าน ชว่นกันเลี้ยงโชค ปีนี้เดลินิวส์ก็ทำใหม่ ผมว่าอันนี้ไม่ผิด เพราะการเลี้ยงโชคทุกระดับก็เป็นการชว่นกันร่วมสนุกตามวาระ ตามการ Entertainment ก็ว่าไป แต่ว่ามันน่าจะเป็นการชว่นกันชิงโชคให้อยู่แค่ระดับสนุกผมก็พยายามหาทางที่จะทำให้เกิดการวางบรรทัดฐานทางสังคมไม่ให้เรื่องนี้เลยเถิดจนเกินไป หลักการที่เราคุยกัน เริ่มต้น คือ 1) รางวัลไม่ควรจะใหญ่มหาศาล มีพารานาดนี้ รางวัลสื่อใจในการร่วมสนุกชิงโชค มันไม่ควรใหญ่มากเกินไป อย่าทำให้คนตาโตจนเกินไป เอาแค่ซ้ำๆ อยากรเล่น อยากรลองเลี้ยงโชค อันนี้เรื่องสำคัญ ฉะนั้น อาจต้องเจรจาหรือต้องทำให้เกิดเพดานว่าอย่าให้รางวัลใหญ่เกินไป 20-30 ล้าน เอาแค่เล็กๆ ก็พอ 1 ล้าน 2 ล้าน 3 ล้านพอรับไหวใหม่ 2) จำนวนชิ้นส่วนที่จะร่วมสนุก ไม่มีความจำเป็นว่ายิ่งส่งมากยิ่งมีโอกาสมาก ผมว่าหลักที่นี้ไม่ค่อยถูกจริงๆ แค่คนละ 1 สิทธิ 1 ชิ้นก็พอ และที่น่าวิจัย คือ ฝ่ายที่สนับสนุนการชิงโชคมากที่สุดกลับเป็นองค์กรรัฐ คือ บริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด ส่วนไทยรัฐก็ลอยตัว เพราะไทยรัฐไม่ได้ให้ตัดคุปองหนังสือพิมพ์ แต่ไทยรัฐเป็นผู้รับผลการทาย แต่บริษัทไปรษณีย์ไทยเป็นผู้รับประโยชน์สุดๆ และที่อยากวิจารณ์มาก คือ การแสดงออกของกิจกรรมไปรษณีย์ไทยดูล้ำเส้นมาก เอาเจ้าหน้าที่มาจัดกิจกรรมเพื่อให้คนเล่นพนันส่งไปรษณีย์บัตรเยอะๆ มีการกระจายจุดจำหน่าย การจำหน่ายเป็นแพ็ค ถ้าเราเห็นว่าเด็กไม่ควรเข้าสู่วงจรของการพนันเร็วเกินไป ก็ต้องคำนึงถึงอายุของเด็ก ฉะนั้น กิจกรรมใดก็ตามที่ใกล้เคียงการพนันหรือการเลี้ยงโชคที่ใกล้เคียงการพนัน ควรจะจำกัดอายุเด็ก ผมจึงอยากเข้าไปคุยกับไทยรัฐว่า ขอให้จำกัดอายุเด็ก อายุยังไม่เกิน 18 อย่าเพิ่งให้เขาเลี้ยงโชคเลย อย่าเพิ่งให้เด็กมาหวังรางวัลรวยกับการกินน้ำดื่มบางยี่ห้อแล้วจะรวย อะไรทำนองนี้ อยากให้มีการสร้างบรรทัดฐานตรงนี้ และการกระทำของภาครัฐควรจะอยู่ในระดับที่เหมาะสมบริษัทไปรษณีย์ไทยไม่ควรที่จะมาอำนวยความสะดวกให้กับผู้ร่วมชิงโชคในลักษณะว่าถ้าซื้อเยอะพิมพ์จำหน่ายให้ ผมว่า บริษัทไปรษณีย์ไทยล้ำเส้นค่อนข้างจะมาก และแสวงหาผลประโยชน์สุดๆ

ประเด็นสุดท้าย คือ คุณธนาฯ พุดเหมือนกับมันต้องกลไกใช้ใหม่ครับ คล้ายกับว่าต้องมีใครรับผิดชอบเป็นเจ้าของภาพประมาณอย่างนั้น ผมคิดอย่างนี้ว่าในมหกรรมกีฬาขนาดใหญ่ที่เป็นแบบโลก โอลิมปิกก็ตาม ฟุตบอลโลกก็ตามมหกรรมกีฬาขนาดใหญ่ขนาดนี้ไม่ควรให้มีผู้ถือครองลิขสิทธิ์เพียงผู้เดียวที่ใครควรได้รับทุกช่อง รัฐต้องเห็นว่ามหกรรมกีฬาใหญ่มั่นวาระการสร้างการเรียนรู้ให้แก่ประชาชน การปล่อยให้ธุรกิจ เช่น ช่อง 3 ถือครองยูโรมาหลายปีแล้วนะครับ หรือว่าฟุตบอลโลกระยะหลังก็เป็นค่ายเคเบิ้ลทีวี ค่ายสื่อใหญ่เข้าไปซื้อลิขสิทธิ์ และจำกัดการนำเสนอ ทั้งที่รัฐควรเข้าไป Take Action อย่างเช่น ทีวีพูล รัฐควรจะไปซื้อลิขสิทธิ์ และทีวีพูลควรทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพ การไม่มีเจ้าภาพในเรื่องของฟุตบอลยูโร ผมว่ารัฐน่าจะอวย อวยประชาชนกลุ่มเล็กๆ มาส่งเสริมรณรงค์อย่างนั้นๆ ไม่มีหน่วยงานภาครัฐหน่วยงานไหนเลยที่จะออกมาเป็นเจ้าภาพ เป็นเรื่องที่ต้องมีการออกกลไก ไม่ใช่ปล่อยให้เกิดเหตุการณ์แล้วค่อยไปรับมือ จะมาคอยตั้งศูนย์เฉพาะกิจ แล้วนายกฯ เป็นคนพุด มันไม่ควรเป็นนายกฯ พุด มันต้องเป็นหน่วยงานรัฐช่วยกันพุด ผมว่าหน้าที่ที่น่าจะเป็นสิ่งที่เราจะให้มันเกิดขึ้น ขอขอบคุณครับ

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

ขอบคุณมากคะ ดิฉันคิดว่าคุณธนาฯ เปิดประเด็นน่าสนใจและเราจะมาพบกันทุกปี ไม่ได้หมายความว่าจริงเท็จที่ต้องมาพบกันทุกปี แต่มันเป็นกลไกปกติไปแล้วหรือ วันนี้มี กสทช. คุณหมอบระวิทย์ กรุณามานั่งฟัง อยากฟังทัศนะจากท่านคะ

นพ.ประวิทย์ ลี่สถาพรรวงศา กสทช. ด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ในกิจการโทรคมนาคม

ขอบคุณครับ ผมอยู่ในส่วน กสทช. ด้านโทรคมนาคม อาจจะไม่เกี่ยวข้องกับทางสื่อโทรทัศน์ ที่มาวันนี้มีประเด็นให้พุดเรื่องหนังสือพิมพ์ที่น่าสนใจ เพราะเมื่อตอนเริ่มแข่งฟุตบอลยูโร ผมเข้าใจว่ามี 2 ค่าย เท่าที่อ่านเร็วๆ ผมอาจจะเข้าใจผิด ข่าวสดกับเดลินิวส์ที่มีการชิงโชคทาง SMS ครั้งละ 3 บาทด้วย ผมดูตรงนี้โทรคมนาคมกำลังตรวจสอบว่า 3 บาทแบ่งใคร ถ้าแบ่งข่าวสด แบ่งเดลินิวส์นี้ผิดกฎหมายพนัน ไม่เหมือนไทยรัฐที่บอกว่าให้ไปรษณีย์ไปขาย เงินไปรษณีย์ก็เอาไปไม่เกี่ยวกับไทยรัฐ ตรงนี้อยากให้ใครก็ตามแต่ที่สนใจในเรื่องของการตรวจสอบ หนังสือพิมพ์ฉบับ



ใดก็ตามแต่ที่มีการชิงโชคทาง SMS ในราคาปกติ สลึงหนึ่ง บาทหนึ่ง หรือ 3 บาท/ครั้ง เงินไปไหน ควรมีมาตรการจัดการ เพื่อไม่ให้มันเกิดการถูกลามในครั้งต่อไป เพราะถ้าครั้งนี้ทำได้ ฟุตบอลโลกจะยิ่งกว่านี้ทุกค่ายก็จะออกผ่านมือถือ ซึ่งน่าสนใจ ถ้าผมจำไม่ผิด คือ บางฉบับเฉพาะมือถือค่ายนี้เท่านั้นที่แจกได้ มัน

น่าจะยังเป็นระบบธุรกิจ ซึ่งแสดงเจตนา เพราะถ้าเปิดกว้างจริง ทำไมผมใช้มือถือค่ายอื่นส่งไม่ได้ ฉะนั้นพวกนี้น่าจะมีการตรวจสอบ จึงอยากนำมาแลกเปลี่ยน ผมเข้าใจว่าที่เล่ามาทั้งหมด มันชัดว่าสังคมเราขับเคลื่อนด้วยระบบธุรกิจและผลประโยชน์ ฉะนั้น ทุกคนทำเพื่อผลประโยชน์ ถ้ามองว่าทำไมบริษัทไปรษณีย์ไทยไปรณรงค์ขาย เพราะเขาเชื่อว่าเป็นสิ่งที่ไม่ผิดกฎหมายและประโยชน์ครั้งนี้เม็ดเงินมหาศาล แต่ละครึ่งที่จัดฟุตบอลโลก ฟุตบอลยูโร จับระดับร้อยล้าน ชาวบ้านอาจจะได้แค่รางวัลที่ 1 เป็นเงิน 10 ล้าน แต่ไปรษณีย์ไทยได้เป็นระดับร้อยล้าน เขามีความรู้สึกว่าไม่ผิดกฎหมายอะไร จนกว่ารัฐด้วยกันหรือใครก็ตามจะเตือนสติว่า อันนี้ไม่ผิดกฎหมายเพราะไม่ใช่เจ้ามือ แต่เป็นการสนับสนุนการเสี่ยงโชค ทำให้ได้กลับมา อันนี้เป็นเรื่องที่น่าคิด อาจจะต้องคุยกับบริษัทไปรษณีย์ไทยให้ชัดเจนว่าอะไรควรหรือไม่ควร สมมติ อนาคตเราเปิดกว้างการส่งแบบนี้ เรามีเอกชนหัวใสประมูลรายการได้ ระบุให้ส่งผ่านไปรษณีย์เอกชนเท่านั้น และเอกชนก็ไปรณรงค์ให้ขายอย่างนี้ หรือพนัน บังเอิญไทยมีไปรษณีย์ไทยเท่านั้น เราก็เลยรู้สึกว่ามันเป็นของ รัฐ ไม่น่าจะมีอะไร มันก็เหมือนๆ กับสลากกินแบ่งถ้าเป็นเอกชนทำแบบนี้ พัฒนาระบบเป็นเอกชนขึ้นมา ชื่อลิขสิทธิ์รายการกีฬาเอกชน จับมือกันแล้วแบ่ง คนนี้ไม่ใช่เจ้ามือ จะว่าอย่างไร เรื่องนี้น่าจะพูดคุยกันจริงจัง อีกปัญหาหนึ่งที่ชัดเจน คือ ส่วนหนึ่งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยูก็ตามแต่ อย่างที่บอกมันมาด้วยผลประโยชน์เป็นพื้นฐาน ดังนั้น ต้องดูตัวเรตติ้ง เขาไม่สนใจหรอกว่าผีพนันมาดูบอลของเขา แต่ถ้าดูเยอะๆ เรตติ้งมันดี โฆษณาก็แพง แต่ถ้าบังเอิญผีพนันดูน้อย ธุรกิจเขาก็ไม่ดี เขาจะไปซื้อลิขสิทธิ์แพงมาทำไม มันก็เป็นเหตุว่าทำไมเขาถึงไม่อยากแตะประเด็นว่า รณรงค์หยุดพนันนะ เพราะเขาไม่สนใจว่า จะเป็นนักพนันหรือไม่เป็นนักพนัน ขอให้ดูเยอะๆ ก็พอ มาถึงคำถามว่า เป็นไปได้ไหมที่จะให้ใครสักคนซื้อลิขสิทธิ์ ตรงนี้เป็นระดับประเทศกันจริงๆ จังๆ เพราะเราต้องยืนยันก่อนว่า ทีวีพูลเป็นองค์กรด้านแอนาโลก ตอนนี้นั้นมันดิจิทัล ซึ่งมีมากกว่า 5 ช่อง และแต่ละรายมีสถานะเด็กใหญ่ไม่เท่ากัน จะแบ่งภารกิจกันอย่างไร ตอนนี้ ถ้าเราติดตามข่าว จะเห็นว่า ทีวีพูลเคยขอเงิน กสทช. เพื่อไปจ่ายหรือไป support เรื่องลิขสิทธิ์โอลิมปิก เรื่องนี้น่าสนใจว่ารัฐหรือภาคเอกชนต้องคุยกันว่า รายการกีฬาไหนซึ่งรัฐควรสนับสนุน และจริงๆ รัฐก็มีเงิน ไม่ใช่ไม่มีเงิน กองทุนเศรษฐกิจดิจิทัลก็มี กองทุนสื่อสร้างสรรค์ก็มี ในระดับที่เหมาะสม เพราะการที่ปล่อยให้เอกชนไปแย่งลิขสิทธิ์กัน ผลมันค่อนข้างเห็นชัดเจนว่า ค่าลิขสิทธิ์มันแพงขึ้น บริษัทไทยแต่ละช่องไปแย่งพรีเมียร์ลีกจากระดับร้อยล้านเป็นพันล้านหมื่นล้าน ถ้าไม่แย่งกันไม่ถึงระดับนี้ ดังนั้น เป็นเรื่องยุทธศาสตร์ประเทศที่จะต้องดูว่าเรื่องจะมีลักษณะนี้หรือไม่ อย่างไร อีกประเด็น คือ งานสนับสนุนมีเดียมอนิเตอร์ ผมว่าน่าสนใจ อยากให้มองอย่างนี้ว่า เรามองเป็นกรณีตัวอย่างในเรื่องการพนัน เป็นเรื่องมีเดียมอนิเตอร์มา มอนิเตอร์เรื่องการพนัน มุมมองมี 2 ทาง คือ มองจากรัฐไปสังคมและมองจากสังคมไปรัฐ ผมเชื่อว่าใน

ปัจจุบันเราคุยเวทีสังคม อยากให้สังคมมองรัฐเป็นระบบ ไม่ใช่มองว่า กสทช.เป็นเป้า มันมีกองทุนสื่อ ปลอดภัยสร้างสรรค์ และมีช่องทางอื่นใหม่ และมาจัดสรรให้เป็นระบบว่า โครงการลักษณะนี้ ควรจะได้ support จากใคร และไม่จำเป็นต้อง support จากสายสื่ออย่างเดียว เพราะถ้าทำมีเดียที่เป็น Broadcast ก็จากกสทช.อย่างเดียว เพราะถ้าเป็นมีเดียที่เป็น Print ก็ต้องมาจากหน่วยงานอื่น เพราะกสทช.ก็จะบอกว่าฉันไม่เกี่ยวกับ Print Media เพราะฉะนั้น พวกนี้ก็จะไปเป็นลักษณะที่ต้องวิเคราะห์เป็นระบบเหมือนกัน เช่นเดียวกันก็ต้องเรียกร้องไปยังภาครัฐ ให้มองสังคมอย่างเป็นระบบเหมือนกัน ว่าจะต้องมองว่า issue นี้ มันมีเครือข่ายไหนทำงานอยู่แล้ว บังเอิญรัฐมีข้อจำกัดตรงที่ว่า เราจะไม่ทำอะไรที่ไม่ใช่หน้าที่ ฉะนั้น เรื่องพนันมันตอบไม่ได้ว่าเป็นหน้าที่ของใครในประเทศนี้ ทุกคนก็จะบอกในลักษณะที่ไม่สนใจ ทั้งที่ผลกระทบมันเกิดกับภารกิจของเราตรงๆ ก็จะบอกว่าไม่ใช่หน้าที่เรา เหมือนกับบอกว่าเรากำลังจัดโรค เราไม่ได้ป้องกันโรค ใครจะไปฉีดวัคซีนก็ไปฉีด ชั้นรอป่วยอย่างเดียว มันก็เลยเกิดปัญหาว่า แก้ปัญหาไม่ได้ อันนี้เป็นมิติที่อาจจะต้องพูดคุยกัน ผมเห็นด้วยว่ามีเดียมอนิเตอร์ต้องลงประสานกับ กสทช. พัฒนาเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ Broadcast และก็ทำได้ น่าจะเป็นไปได้ด้วยซ้ำ เพราะจริงๆ ปัจจุบัน กสทช.ก็พยายามพัฒนาโปรเจ็คแบบนี้ แต่บังเอิญผมไม่ได้ดูเรื่องกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ ผมไม่แน่ใจว่าโปรเจ็คพวกนี้มันมีหรือไม่ถ้าไม่มีแปลว่าระบบคิดอาจจะไม่บูรณาการ ไม่ครอบคลุม แต่ถ้ามีรับเงิน น่าจะแปลว่ามีนโยบายแล้ว

อย่างไรก็ตามแต่ ประเด็นเรื่อง Self Regulation มันน่าสนใจ แต่ปัญหา คือ เมืองไทยมีข้อจำกัดเดียว คือ มาตรการสังคมไม่ค่อยน่ากลัวเท่ามาตรการทางกฎหมาย ฉะนั้น ถ้า Self Regulation ไม่มีกฎหมายรองรับเมื่อไร เอกชนก็เอาแต่จะลาออกจาก Self Regulations และยิ่งสบายตัวใหญ่ ยิ่งทำอะไรก็ได้ ถ้าตำรวจไม่จับ ก็เป็นเรื่องที่ต้องคุยกันว่าจะทำอย่างไร สุดท้ายจริงๆ ผมเข้าใจว่า มุมมองเรื่องการขับเคลื่อน พอเราแบ่งให้ชัดเจน เรื่องไหนเป็นเรื่องเฉพาะเจาะจง ตัวอย่างเรื่องการพนันเป็นเรื่องเฉพาะเจาะจง ที่การกำกับดูแลสามารถไปหาเจ้าภาพได้ และถ้าเจ้าภาพพอจะเห็นผล ถ้ามองว่าทำไมไม่มีการประชาสัมพันธ์การพนันผ่านทีวีในที่ผ่านมา สมัยก่อนองค์กรกำกับดูแลยังไม่เกิด แต่พอเกิดปั๊บ ภาคสังคมใช้งานเป็น ยิ่งให้ไปทำต่อ ซึ่งก็ทำได้ผล แต่ถ้าเป็นเวทีหรือ Platform ซึ่งไม่มีใครกำกับดูแล มันยาก ยกตัวอย่างง่ายๆ คือ เรื่องออนไลน์ เพราะตอนนี้ปัญหา คือ ตกลงใครคุมเนื้อหาออนไลน์ พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ จะบอกว่าไม่เกี่ยวกับกฎหมายพนัน พนันออนไลน์ที่ผิดกฎหมาย แต่ไม่ผิดกฎหมายพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ทำอย่างนี้ทุกคนก็ยิ่งสนุกสนานไปกันใหญ่ ทำอะไรก็ได้ ถ้าบังเอิญเป็นโฆษณาผิดกฎหมาย ออ.เป็นเจ้าภาพก็ไปจัด แต่พอเป็นพนันออนไลน์ อย่างที่บอกทุกคนในประเทศไทยจะบอกว่าไม่ใช่ภารกิจฉัน จึงกลายเป็นเรื่องที่

ภาคสังคมตื่นตัวและบอกว่ารัฐน่าจะอายุ แต่พูดตรงๆ รัฐไม่อายุ เพราะรัฐบอกว่าเรื่องของผม รัฐนี้โดยรวมจะอายุ แต่รัฐเฉพาะหน่วยไม่รู้ใครจะอายุ เพราะมันไม่ใช่หน้าที่ฉันจะอายุทำไม ต้องหาให้ได้ว่าใครเป็นเจ้าของภาพในการจัดการ ฉะนั้น เรื่องที่ไม่มีเฉพาะเจาะจงกลายเป็นเรื่องกระบวนการขับเคลื่อนทางสังคม ซึ่งต้องลงทุนสูง ต้องใช้พลังกำลัง และใช้ความสำนึกยาวนาน ถ้าเป็นไปได้อะไรที่เป็นปัญหา เราต้องเอาเข้าไปอยู่ใต้ระบบการกำกับดูแลให้ได้ แล้วแต่ใครจะเป็นคนกำกับเท่านั้น ถ้าทำไม่ได้ คุณออกไป แต่ถ้าเราปล่อยทุกอย่างให้ไม่มีใครมากำกับดูแลเมื่อไร ก็ต้องพึ่งเวทีทางสังคม อันนี้ตรงไปตรงมา แต่ผมไม่ได้บอกว่าทุกอย่างต้องกำกับดูแลนะ มาดูว่าอะไรเป็นปัญหา อันนั้นต้องกำกับดูแลแน่นอนครับ อย่างนี้เป็นต้นจริงๆ ก็สนับสนุนมีเดียมอนิเตอร์ อาจต้องหาช่องทางร่วมกันว่า จะทำอย่างไร อย่างที่บอกมีแหล่งเงินในการขับเคลื่อน เพราะว่า ภารกิจแต่ละส่วนเป็นประโยชน์ เพียงแต่ว่าภารกิจแต่ละด้านมันเกี่ยวเนื่องกับองค์กรแต่ละองค์กร บางด้านเป็นเรื่องการวิเคราะห์ความคิดเห็นทางการเมืองก็อาจจะเป็นส่วนโครงการหนึ่ง ด้าน Broadcast เป็นชุดโครงการหนึ่ง ด้านสุขภาพเป็นชุดโครงการหนึ่ง อาจจะต้องหาทางผู้สนับสนุน ขอขอบคุณมากครับ

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

ขอบคุณท่านกสทช. คุณหมอบุระวิทย์ ท่านออกตัวว่าท่านสนใจตรง SMS เพราะต้องใช้มือถือ คุณหมอบุระวิทย์ตั้งประเด็นเรื่องนี้ คือ จะทำอย่างไรให้กลุ่มที่มีอำนาจและมีผลประโยชน์ รวมถึงตัวกำหนดการกำกับอะไรต่างๆ ไม่ไปสร้างนิสัยนี้ ฟังคุณหมอบุระวิทย์แล้ว ซึ่งโชคอาจจะเจ็ดจุดเริ่มต้นก็ได้ ชวนให้ชิงโชคชิงรางวัล อันนี้เป็นเรื่องน่าสนใจ ดิฉันดูชื่อแต่ขออนุญาตไม่เอ่ยนาม มีตัวแทนจากกรมการปกครอง กองสลากก็มี ทางหน่วยงานที่ตรวจสอบและวิเคราะห์ทางเทคโนโลยี ก็มี มีเดียมอนิเตอร์เคยร่วมกับ กสทช. จัดประชุม ตอนนั้นมีเดียมอนิเตอร์จะเปิดโครงการแบบถาวร จัดประชุมเครือข่ายเฝ้าระวังและยกประเด็นปัญหาเรื่องนี้ ตรงกับที่คุณหมอบุระวิทย์ ด้วยความเคารพ ไม่ได้พูดลับหลัง กระทรวงไอซีทีบอกว่า เรื่องการพนันกระทรวงไอซีทีที่ถือกฎหมายพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ทำให้เข้าไปดูแลไม่ได้ ประมาณนี้ เพราะฉะนั้น ประเด็นที่คุณหมอบุระวิทย์ คือ จะทำอย่างไรให้เห็นตัวกำกับดูแลที่ชัดๆ สื่อวิทยุโทรทัศน์มี กสทช. กำกับดูแล ตอนนี้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ ใครดูแล ยิ่งตอนนี้สื่อมันหลอมรวม เพราะฉะนั้น ไม่แน่ใจว่า Digital Economy ที่จะทำให้ กสทช. เหลือ 7 คน และมีแผนดิจิทัลมองเรื่องนี้อย่างไร เพราะฉะนั้น เรียงเชิญนะคะหรือว่าลองเสวนากัน ดิฉันคิดว่าเราน่าจะหัวใจตรงกัน คนที่มานั่งในที่นี้ อย่างที่คุณธนากรพูดว่า เราไม่ได้มองว่าเรื่องนี้ต้องหายไปจากสังคม แต่คุณธนากรใช้คำว่า ให้มันอยู่ถูกที่ถูกทางและเหมาะสม และคุณหมอบุระวิทย์เพิ่มเติม

ว่า จะทำอย่างไรให้มีเจ้าภาพ อันนี้เป็นการยอมรับอยู่ในที่ว่า สื่อนั้นพอทำอะไรให้มันขยับเป็นวงกว้าง และสื่อตอนนี้อยู่ไม่มีเพียง Mass Media แล้ว มี Social media มีสื่อออนไลน์ทั้งหลาย ช่วงนี้เรียนเชิญนะคะ อยากให้ท่านที่มาเข้าฟัง ได้กรุณาแนะนำตัวและเสนอความคิดเห็นเห็น เรียนเชิญค่ะ

คุณมนตรี แก้วกระจ่าง เครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน



ผมอยากสะท้อนมุมมองสัก 4-5 ข้อ ซึ่งผมเองก็สนใจในคำพูดของ อาจารย์วิระพงษ์ที่บอกว่าเวลาลูกกลับมาแล้วขึ้นห้องทันที จริงๆ มันเป็นทุกครอบครัวครับผมเชื่อว่าเป็นอย่างนั้น ของผมก็เป็น กลับมาเขาจะเดินขึ้นห้องเหมือนกัน เพราะว่าวัยรุ่นมีโลกส่วนตัว แม้บางครั้งเราไปชะงักดูหน่อย ก็โดนตำรากระจาย ถือว่าไม่มีมารยาทอย่างนั้นเลย ข้อหนึ่งที่อยากสะท้อนมุมมอง คือ เราได้พูดคุยอยู่กับลูกๆ บอกว่า “พ่อการพนันฟุตบอล เป็นการหาเงินที่ง่ายที่สุด” เราก็มานั่งคิดว่า เดียวนี้เยาวชนคิดกันอย่างนี้แล้ว แม้กระทั่งลูกของเราด้วย ถ้าเยาวชนคิดกันอย่างนี้ คงไม่ยากที่จะเข้าไปถึงตัวการพนันฟุตบอล พอเราจับตามดู เขาก็ยังไม่แสดงที่ทำ อาจจะไม่พอใจพ่อกอยู่ อีกประเด็นที่ท่านอาจารย์วิระพงษ์พูดในเรื่องของการพนันมีลักษณะคล้ายแมลงเม่าบินเข้ากองไฟ ผมเป็นห่วงตรงนี้ ถ้าเป็นลักษณะอย่างนั้น เหมือนอย่างที่คุณธนากรพูดว่า เวลาที่ใครเข้าไปเล่นการพนัน ในขั้นแรกจะปล่อยให้ได้ไปก่อน ตอนหลังค่อยไปเก็บ ผมเป็นห่วงว่า ลักษณะการพนันฟุตบอลตัวนี้เหมือนกับการพนันชนิดอื่นหรือเปล่า ซึ่งหมายความว่าเราลือคได้ ลือคในที่นี้หมายความว่าเมื่อมีลูกค้ารายใหม่เข้ามาทำให้ตายใจก่อนให้เขาได้ๆ ไปก่อน พอตอนหลังค่อยไปเก็บสแปรที่หลังอย่างแน่นอน ซึ่งถ้าเกิดมีอย่างนั้นจริงๆ มันน่าเป็นห่วง เพราะว่ามีโอกาสที่จะมีเหยื่อที่สูญเสียอย่างนี้มีเยอะมาก และอีกประเด็นที่สะท้อนมุมมองของท่านอาจารย์ที่ได้ศึกษามาน่าว่า ระยะเวลาหลังผู้หญิงเริ่มหันมาเล่นการพนันฟุตบอลเยอะขึ้น ซึ่งเป็นความจริงครับ เพราะผมสังเกตดูง่าย ๆ จากข้างบ้านผมว่า เวลาผมนอนดึกๆ ตื่นๆ ตกใจตื่นนึกว่าใครเป็นอะไร เสียงเฮๆ เป็นเสียงผู้หญิงทั้งนั้น เป็นเสียงเชียร์ฟุตบอล เพราะฉะนั้น สะท้อนมุมมองในทัศนะของความเป็นจริงที่ว่า ผู้หญิงเริ่มหันมาสนใจฟุตบอลจริงๆ และ เดียวนี้ กีฬาบางประเภท เช่น เทนนิส ก็มีความสนใจนำมาเล่นเป็นการพนัน หากต่อไปนี้ การแข่งขันกีฬาที่ดังๆ มีโอกาสนำไปสู่การพนัน จะว่ากันอย่างไร อีกเรื่อง คือ เน็ตไอดอลอย่าง ที่คุณธนากรบอกถูกซื้อตัวจากเว็บพนัน ประเด็นที่อยากสะท้อนมุมมอง คือ เรื่องของศีลธรรมหรือจริยธรรม หากเงินซื้อได้ อีกหน่อยตัวศีลธรรมก็ไม่มี



ประโยชน์อะไรแล้ว จริงอยู่ที่เราไม่ปฏิเสธว่า ในชีวิตนี้เราก็คงต้องใช้เงิน แต่มันก็มีบรรทัดฐานบางประการ ที่ว่า บางสิ่งบางอย่างหรืออะไรที่ไม่ถูกต้อง ก็ไม่ควรจะปล่อยให้เงินมาซื้อได้

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

ขณะฟังคุณมนตรีพูด ดิฉันว่า เรื่องการพนันบอลเกี่ยวข้องกับกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงวัฒนธรรม หรือแม้กระทั่งกระทรวงเศรษฐกิจดิจิทัล เพราะฉะนั้น ถ้าการพนันมันอยู่กับวิถีชีวิต ในที่สุดแล้ว เทคโนโลยีต่างๆ ก็ดูดเงินจากกระเป๋าคนรายเล็กรายน้อย และสร้างความเสียหายให้กับสังคมได้ เชิญข้อเสนอคะ เราจะได้รวบรวมไปเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คุณโกศล ศรีอาจ เครือข่ายบรรณรักษ์หยุดการพนัน

สวัสดิ์คีระ เครือข่ายบรรณรักษ์หยุดการพนันนะคะ คือ อยากจะเสริมอาจารย์วิระพงษ์คะว่าครอบครัวสำคัญที่สุด เมื่อการพนัน เมื่อสื่อต่างๆ ไม่มีใครอยากเป็นเจ้าภาพ เราก็ต้องช่วยตัวเองกันแล้วละคะ ครอบครัวต้องช่วยกันดูแล ลูกหลานให้ดีที่สุด พื้นฐานครอบครัวสำคัญมาก แต่เท่าที่ทราบมา บริษัทไปรษณีย์ไทย ตั้งโต๊ะขายไปรษณียบัตร พ่อแม่บางคนซื้อมา แล้วให้ลูกช่วยบอกว่าจะเอาที่ไหน บางบ้านซื้อมาเป็นร้อยๆ ใบ และให้ลูกช่วยกันเขียน ซิงโซค เสียโซค เพราะเผื่อจะถูก นี่เป็นพื้นฐานที่พ่อแม่ให้ลูกซึมซับให้



ลูกเล่นการพนัน ตอนบรรณรักษ์เชียร์บอลไม่พนันในเขตลาดพร้าว มีการไลน์เข้ามาถามว่า ทำไมยังมีการขายไปรษณียบัตรที่เป็นขององค์กรของภาครัฐเหมือนกัน ทำไมถึงทำได้ เราก็ไม่รู้จะตอบอย่างไร จึงตอบไปว่านี่คือประเทศไทย เขาถามว่าการขายพนัน การขายผลบอลทางไปรษณียบัตรเป็นการพนันไหม เราบอกว่า เป็นแต่เราไม่มีกฎหมายไปทำอะไรเขาได้ กฎหมายการพนันเราเป็น กฎหมายพ.ศ.2478 มันเก่ามากเราทำอะไรเขาไม่ได้ ก็ภาครัฐยังทำได้ เราบอกว่านี่คือประเทศไทย เขาจึงเลิกถาม เมื่อไม่มีใครเป็นเจ้าภาพ มันต้องเป็นครอบครัว ต้องช่วยกันดูแลบุตรหลานและต้องเป็นตัวอย่างที่ดี ที่บ้านไม่มีคนเล่น ล็อตเตอรี่ก็ไม่ซื้อ วันหนึ่งตอนเย็นหลานชายกลับมาจากที่ทำงานก็จะมารายงานว่า “ย่า เพื่อนเสียบอล 5 พันบาท” เขาก็มาเล่าให้ฟัง “หนูก็ช่วยเตือนเพื่อนสิลูก” แต่หลานชายพูดแบบนี้ “ช่างหัวมัน” เราก็ไม่รู้จะทำอย่างไร ทีนี้เราบรรณรักษ์มันเป็นกลุ่มเล็กอย่างที่คุณธนากรพูด เรามาช่วยกัน ภาครัฐก็ยังหาใครเป็นเจ้าภาพไม่ได้ ก็หนักใจเหมือนกัน

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

ค่ะ คงจะเป็นวาระวันนี้นะคะ หน่วยงานภาครัฐใดจะมาเป็นเจ้าของภาพ เชิญคุณวีระพงษ์ค่ะ

คุณวีระพงษ์

ครับ ขอตอบพี่มนตรีว่า ไม่ใช่กีฬาฟุตบอลอย่างเดียวที่มีเรื่องการพนัน ถ้าพูดถึงเรื่องกฎหมาย อย่างที่บอก พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 จะ 80 ปีแล้ว พระราชบัญญัติการพนันต้องยกเลิกใช้ ต้อง

เปลี่ยนแปลง ผมบอกเลย ผมเป็น 1 ในคณะกรรมการการกีฬา ที่ผมเห็นเกี่ยวกับวงการกีฬาเมืองไทย คือ 1) ผมยอมรับว่าเมื่อสมัยก่อน 30-40 ปีที่แล้ว ถ้าพูดถึงกีฬาสนุกเกอร์ก็เหมือนเราเข้าไปบ่อนพนันง ไปเล่น พนันขันต่อแล้วได้รางวัล ได้สิ่งที่ต้องการ แต่ ณ ปัจจุบัน ถ้าเรามองคอนเสิร์ต 20 ปีที่ผ่านมา ยกตัวอย่าง สนุกเกอร์มันสร้างคุณประโยชน์ให้กับประเทศหลายๆ ครั้ง ตั้งแต่ยุคของ ต๋อง ศิษย์ฉ่อย คือ ณ ปัจจุบันนี้ สนุกเกอร์ต้องบอกว่าเรามีแชมป์โลกทั้งหมด 9 คน แชมป์เอเชีย 24 คน เจ้าเหรียญทองซีเกมส์ 14 สมัย ผมถามว่าสนุกเกอร์คือพนันหรือเปล่า พยายามยื่นไปที่มหาดไทย ให้เข้าแก้ไขให้เอาตรงนี้ออก เนื่องจากว่ามัน เป็น 2 ตัวที่ค้ำกันอยู่ เพราะว่าพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย 2558 ให้กีฬาสนุกเกอร์เป็นกีฬาที่ ถูกต้องตามกฎหมาย แต่ในขณะที่บ้านเรา 2478 เด็กอายุ 18 เข้าไปถือว่าผิดกฎหมาย มันค้ำกันอยู่ ตรงนี้ มันถึงจุดหรือยังที่เราต้องเปลี่ยนแปลงพระราชบัญญัติการพนัน หรืออย่างที่คุณธนากรบอก มาตรา 44 เอา ดูเด็ดยังไงใหม่ ซึ่งจริงๆ ผมบอกไปแล้วว่า ประเทศไทยการเล่นการพนัน เงินมหาศาล บ้านเราทุ่มทุน เล่นหมดหน้าตัก หมดตัว หรือมีบ้านขายบ้าน มีรถขายรถ มีชีวิตขายชีวิต เพื่อนผมนี้ขายชีวิตมาแล้ว เคย เป็นเศรษฐีพันล้าน แต่ ณ ปัจจุบันอยู่กระต๊อบ ผมบอกเลยสุดท้ายฆ่าตัวตายเพราะหนี้พนันฟุตบอล ต้อง บอกว่ามันมีทุกชนิดกีฬา ไม่ว่าจะพนันมากฮอส อะไรที่เป็นกีฬามันมีการพนันหมด

ผมเป็นคนที่ได้เดินทางไปต่างประเทศเยอะมาก ยิ่งประเทศเจ้าอาณานิคม อังกฤษ สเปน ซึ่งผมได้ไปดูเขาเล่น การพนันที่บอกว่าถูกต้องตามกฎหมาย Red Broke, Asian off สิ่งที่ผมเห็นเขาเล่น ครึ่งยูโร 15 บาท นี่คือ ความสุขของเขา ซึ่งไม่เหมือนบ้านเรา คุณนี่หนึ่งแสนบาท บ้านเราเป็นอย่างนี้ และผมเห็นฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ตะกัน 2 วัน 1 วันตะกัน 7 คู่ อีก 1 วันตะ 3 คู่ 7 คู่ คนอื่นเขาเล่นปอนด์เดียว แต่คนไทยเล่น 7 ร้อยปอนด์ นี่คือสิ่งหนึ่งที่เราเห็นว่า คนไทยรู้อะไรเกี่ยวกับการพนันหรือเปล่า สิ่งต่างจากบ้านเขาคือไม่มีการทำแบบนี้ อย่างที่บอกนั่นคือความสุข มีข่าวสโมสรเลสเตอร์ ก่อนเปิดฤดูกาลมีคนอยู่ประมาณ 7-8 คนได้ เล่นพัน ปอนด์ และ 5 พันปอนด์ นี่คือการเสี่ยงโชคของเขา แต่ว่าเลสเตอร์เขาจะใช้ยูโร คือ ทีมรักก็วางไว้เฉยๆ มัน

เป็นจังหวะว่า ปีนี้เลสเตอร์เป็นแชมป์ก็ได้เงินแจ๊คพอดเป็นพันปอนด์ 5 พันปอนด์ นี่คือนี่ที่ผมสะท้อนได้ว่า ณ ปัจจุบัน โลกาภิวัตน์เปลี่ยนไป และสิ่งหนึ่งที่พยายามพูด คือ เรื่องสถาบันครอบครัวเป็นหลัก เพราะว่า

- 1) อย่าลืมนะครับ ผมบอกเลย ณ ปัจจุบันนี้ ครอบครัวมีแตกแยกเยอะขึ้น 10%
- 2) น้องๆ นักเรียนที่เข้ามา เป็นคนต่างจังหวัดและต้องมาเรียนในกรุงเทพฯ หรือไปต่างจังหวัดนั้น สมมติอยู่สระบุรีไปเรียนขอนแก่น นี่คือนี่ความห่างไกลของครอบครัว ถูกเพื่อนชักจูงไปในสิ่งที่ไม่ดี ไปเล่นการพนันกัน ซึ่งตรงนี้ระบบทางสังคม นี่คือนี่อันตรายที่สุด เด็กห่างไกลครอบครัวและมาใช้วิถีชีวิตอยู่กับเพื่อน การที่ถูกเพื่อนชักจูงไป ผมเคยทำวิจัยผู้หญิงทั้งหมด 100 คน ในสถาบันทั้งหมด 17 แห่ง เล่นการพนัน 80% ครอบครัวหาเงินให้ไม่ทัน ค่าใช้จ่าย เรื่องห้องที่พัก อาหาร ค่าเรียน
- 3) อย่างที่บอกแมลงเม่าบินเข้ากองไฟ ดิ่งดูดง่าย แป๊บเดียวก็ได้อัน บางทีก็ไปก่อนได้ 2 พันแล้ว ใช้ชีวิตได้สูงขึ้น ซึ่งวงจรชีวิตเด็ก ผมว่าประเทศไทยมันจะน่ากลัวมากขึ้นเรื่อยๆ และระบบของสถาบันครอบครัวก็จะค่อยๆ หายไป เพราะอย่างที่เราเห็นมาประจำ สมัยนี้ ไม่เหมือนสมัยก่อน ลูกไม่เชื่อฟังพ่อแม่ เอาแต่ใจตัวเอง คิดว่าตัวเองมีโลกเสมือน ซึ่งตรงนี้นี่ผมว่าให้ลงไปเยอะๆ และที่สำคัญอยากฝากทาง กสทช.ไว้ สิ่งหนึ่งที่ผมมองเห็นว่าน่าจะทำได้ตั้งนานแล้ว คือ กสทช.เป็นตัวคุมเครือข่ายของทีวีทั้งหมด เรื่องนโยบายสื่อ สมมติเราเริ่มมองถึงอนาคต ฟุตบอลยูโรที่ผ่านมา ถ้าเราระดมด้วยวิธีที่ขึ้นกับเจ้าของกีฬาทั้งหมด ชาวกีฬาก็เหมือนกับว่าดูบอลให้สนุก และไม่เล่นการพนัน ผมถามว่ามันต้องขึ้นตรงนี้ไหมครับ ต้องลอง ช่วงที่มันกลายเป็นชาวกีฬา ผมว่ามันเป็นสิ่งที่ช่วยได้ เจ้าภาพก็ควรเป็น กสทช.ด้วย
- 4) กสทช.มีงบประมาณในการจัดทำพจนานุกรมสื่อสะท้อนชีวิต ผมว่ามันก็ควรทำในสิ่งที่ว่า ถ้าคุณติดการพนันแล้วเป็นอย่างไร สิ่งที่คุณเห็น 1 2 3 4 5 จนถึงสุดท้าย คือ ขายตัว เสียชีวิต มันจะเป็นมุมมองกลับกัน สะท้อนให้เห็นว่า สิ่งที่คุณกำลังให้สังคมเห็น ลูกหลานได้ดู พ่อแม่ผู้ปกครองได้ดู มันจะเป็นการเตือนใจ ในระบบการบริหารจัดการของ ที่จะให้การพนันลดน้อยลงไป ฝากไว้ด้วยครับ

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

ขอบคุณค่ะ ดิฉันจะขอเก็บ 15 นาทีสุดท้ายให้วิทยากรเพิ่มเติม เท่าที่ฟังดูวันนี้ มีเดียมอนิเตอร์ก็ดีใจ อย่างที่คุณธนากรพูดว่า เราไม่รังเกียจที่จะพบกันอีก ในปีหน้า แต่พบกันแล้ว ทำเหมือนเดิม คือ ไม่ก้าวหน้า ที่ฟังมาที่มีเกี่ยวข้อง คือ ฝ่ายนโยบาย ฝ่ายทำหน้าที่กำกับดูแล กสทช.คุณหมอบริษัทบอกว่าหาเจ้าภาพไม่เจอ ซึ่งมีคำถามว่า พระราชบัญญัติการพนันมีก่อนที่หลายคนในตอนนี้เกิด ไม่ปรับเปลี่ยนแก้ไข เราควรจะทำอย่างไร ต่อไปคือภาคสื่อ การกำกับกันเองอย่างที่ได้เรียนเบื้องต้นว่า วิทยุโทรทัศน์ หลายเรื่อง

ตั้งแต่มี กสทช. ตัววิทยุโทรทัศน์หลักๆ จะระมัดระวัง อีกสิ่งหนึ่ง คือ พฤติกรรมการพนัน ฟังคุณศิริพรบอกว่า ต่างประเทศถึงว่าคนไทยเล่นพนันแบบลุ่มจุ่ม หมดทรัพย์สิน หมดทั้งชีวิต ดิฉันคิดว่าเป็นปัญหาใหญ่มาก แต่สิ่งที่นอกเหนือจากนั้น ดิฉันขอเปิดประเด็นว่า ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน นอกจากศึกษากลุ่มเสี่ยงการพนันน่าจะถอดรหัสถึงเหตุที่การพนันยังคงอยู่ อย่างที่ศูนย์เศรษฐศาสตร์การเมืองเคยทำไว้ เช่น วงเงินพนันทั้งหมดเท่าไร และวงเงินนั้นใครได้ประโยชน์ ในที่สุดคนที่ไม่ออกกฎหมายได้ประโยชน์ด้วยหรือไม่ คนที่ไม่กำกับดูแลได้ประโยชน์ด้วยหรือไม่ คนที่ทำสื่อได้ประโยชน์ด้วยหรือไม่ ดิฉันคิดว่า มันต้องถอดรหัสตัวเหตุด้วย คือคงต้องทำหลายด้าน อยากฟังท่านที่มานั่งฟังนะคะ ภาครัฐจะช่วยเหลือเพิ่มเติมปรับเปลี่ยนกี่ยินดี ก่อนที่จะกลับมาที่คุณหม่อีกครั้งว่า ถ้าเราจะมีข้อเสนอไปที่ Digital Economy เศรษฐกิจดิจิทัลระดับใหญ่ๆ ดิฉันมองว่า ตัวเศรษฐกิจดิจิทัลมันจะมาสูบเงินรายเล็กรายน้อยให้เข้าไปสู่วงจรผลประโยชน์การพนัน ซึ่งไม่รู้ไปตกที่ไหน อาจเป็นปัจจัยสี่ คือ ระบบเทคโนโลยี อย่างที่คุณวีระพงษ์พูด

พ.ต.อ.ดร.ก้องกฤดาคม กิตติธิระ ผู้กำกับกลุ่มงานตรวจสอบและวิเคราะห์การกระทำผิดทางเทคโนโลยี



สวัสดิ์ศรีรับ ผมพ.ต.อ.ดร.ก้องกฤดาคม กิตติธิระ ผู้กำกับกลุ่มงานตรวจสอบและวิเคราะห์การกระทำผิดทางเทคโนโลยี ก็รับฟังแล้ว ถ้าท่านมีความประสงค์จะนำเสนอข้อเสนอแนะในเรื่องการแก้ไขพระราชบัญญัติการพนัน หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ขออนุญาตรวบรวมมาทางผมก็ได้ครับ เพื่อจะไปผลักดันต่อให้ ในส่วนของการแก้ไขพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดทางคอมพิวเตอร์พิวเตอร์ ตอนนี้ทางรัฐบาลกำลังอยู่ระหว่างการศึกษา

โดยคณะกรรมการ ที่เนื้อหาจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จะครอบคลุมไปถึงการจับผิดเพื่อให้ได้ทรัพย์สินในระบบคอมพิวเตอร์พิวเตอร์ด้วย และจะมีการเพิ่มนักพัฒนาในการดำเนินงาน ตรงนี้ น่าจะช่วยในการทำงานป้องกันหรือแก้ไขปัญหาได้เพิ่มเติมมากขึ้น ในส่วนของข้อเสนออื่นๆ เนื่องจากว่าพระราชบัญญัติการพนัน มีมานานแล้ว ถ้าจะแก้ไขเพิ่มเติม คิดว่า ความหมายหรือข้อเสนอว่าจะเพิ่มเติมอะไร ท่านช่วยกรุณาส่งมาให้ด้วยครับ เช่น เพิ่มเติมเรื่องการชิงโชคว่าจะต้องการแก้ไขแบบใด การพนันการ SMS ต้องการแบบใด โลกออนไลน์ต้องการแก้ไขแบบใด ก็ให้นำเสนอให้ ส่วนจะเป็นเจ้าภาพได้แค่ไหนอย่างไร คงบอกตอนนี้ไม่ได้ จะรวบรวมสิ่งที่ท่านต้องการมา ในความเป็นจริงตำรวจไม่ได้มีหน้าที่ในการจับกุม การสืบสวน

สอบสวนอย่างเดียว แต่ว่าข้อเสนอที่ว่าทางภาคประชาชน ทางภาคอาจารย์ หรือทางคณะต่างๆ เป็นความเห็นหรือข้อเสนอก็ได้ เราจะได้นำความเห็นเหล่านั้นนำเสนอผู้มีอำนาจต่อไป

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

ขออนุญาตถามเพิ่มเติมค่ะ ตัวชิงโชค หน่วยงานที่ดูแล คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่คะ

พ.ต.อ.ดร.ก้องกฤตาคม กิตติถิระ

ไม่ใช่ผมครับ แต่ว่าผู้ที่มาร้องทุกข์ให้ดำเนินคดี ก็มาที่ตำรวจ

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

ไม่ทราบว่าในที่นี้ใครมีความรู้เรื่องกฎหมายการชิงโชค ตกลงมันจำกัดวงเงินใหม่ เพราะว่ามีคนเคยศึกษาแล้วโพสต์ว่า ในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น การชิงโชคเขาจะบอกว่า รางวัลจะต้องมีมูลค่าไม่เกินกี่เท่าของตัวสินค้า แต่บ้านเรา เช่น น้ำชา ขวดละ 10-20 บาท แต่รางวัลเป็นทองคำหลายบาท รถเบนซ์ อันนี้ไม่ทราบว่ากฎหมายไทยมีกำกับไว้ไหมคะ

พ.ต.อ.ดร.ก้องกฤตาคม กิตติถิระ

ไม่น่าจะมี เพราะถ้ามีก็คงมีไปแล้ว จริงๆ แล้วข้อเสนอเหล่านี้ที่ท่านเห็นว่า เป็นปรากฏการณ์ที่อาจจะนำมาซึ่งความเสื่อมทรามของสังคมในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นเบ้าหวาน จิบน้ำตาล 15 ซ้อนชาในขวดเดียว จากโออิชิ หรืออะไรก็ตามแต่ ปรากฏการณ์การจำหน่ายไปรษณีย์ ปรากฏการณ์การใช้ SMS ปรากฏการณ์การโหวตผลรางวัลต่างๆ ซึ่งเราเป็นเจ้าของที่ ถ้ากฎหมายไม่ให้อำนาจเรา เราก็ทำไม่ได้ ประการที่ 2 คือ สิ่งที่มีมันจะเป็นปัญหา มันอาจจะไม่ได้อยู่ที่เจ้าหน้าที่ แต่เคลเหล่านี้ คือ หลักฐานที่ท่านนำเสนอในผลการศึกษา ก็อาจจะเป็นหลักฐานที่ดี เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่เราจะนำเสนอว่ามันเป็นปรากฏการณ์ที่ควรจะได้รับการศึกษาแก้ไข โดยเฉพาะในยุคนี้ ซึ่งกฎหมายออกมาโดยตลอด เฉพาะรัฐบาลนี้ ผมได้ยืนยันว่าเป็นร้อยฉบับ ถ้าท่านต้องการจะนำเสนอช่วงนี้ก็รีบนำเสนอ เพราะว่ากระบวนการในรัฐบาลปกติโดยส่วนใหญ่มีความรอบคอบมากกว่านี้ รอบคอบหมายถึงมีการรับฟังความเห็นมาก กว่าที่จะออกกฎหมายมาจึงค่อนข้างยาก กฎหมายที่ออกช่วงนี้เป็นไปโดยข้าราชการที่ได้รับการแต่งตั้งโดย คสช. ซึ่งเป็นอีกมิติที่มองประโยชน์ของรัฐเป็นหลัก

ส่วนใหญ่เท่าที่เห็น ขณะนี้ถ้าท่านอยากจะได้ข้อเสนออะไร ก็ลองเสนอมาร เราก็จะลองทำดูว่า จะสามารถทำอะไรได้แค่ไหนอย่างไร

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

ขอบคุณคะ เชิญคุณศิริพร

คุณศิริพร ยอดกมลศาสตร์

ขอพูด 2-3 ประเด็นนะคะ

ประเด็นแรก การที่เราต้องมาเจอกันทุกๆ 2 ปี ฟุตบอลโลกสลับยุโรป เพราะว่าอย่างนี้ค่ะ ทุกครั้งที่เรา Survey จำนวนคนเล่นพนันฟุตบอลแบบอยากเล่นกับโต๊ะ หรืออยากเล่นกับเว็บ เล่นกับธุรกิจ ไม่รวมเล่นกันเอง จะอยู่ที่ประมาณ 2 ล้าน ซึ่งผ่านมาก็ครั้งๆ ก็ 2 ล้าน ตัวเลขอายุประมาณเดิม นั่นหมายความว่า มีคนจำนวนเดิม เจ็งเร็ว พนันบอลเป็นอะไรที่มีความถี่สูง เมื่อเจ็งเร็วก็มีตัวแทนเข้ามาเสมอๆ และพบว่าบอลยูโรกับบอลโลกเป็นการพนันที่ค่อนข้างเปิดและมีโครงการพิเศษจริงๆ เบอร์ 1 ของการเล่นพนันฟุตบอลคือพรีเมียร์ลีก รองลงมาคือไทยลีก และเราจะได้ยินข่าวเรื่องล้มบอล จนกระทั่งมีสปอตเรตาร์เข้ามาดักดู มันคล้ายๆ S&P มาประเมินเศรษฐกิจ อันนี้เป็นประเมินวงการกีฬาว่าโปร่งใสหรือไม่ เราจะเห็นสิ่งเหล่านี้

ประเด็นที่ 2 ที่เราทราบ คือ พนันฟุตบอลเติบโตอย่างมีนัยสำคัญหลังจากที่มีการถ่ายทอดสดแบบเรียลไทม์ และเราจะเห็นได้ว่าในระยะหลัง กีฬาอื่นๆ ที่เริ่มมีการถ่ายทอดสดก็เริ่มมีพนันเยอะขึ้น มีมวย วอลเลย์บอล สกูเกอ์ กีฬาพื้นบ้าน จำพวกไก่ชน วัวชน บาสเก็ตบอล ม้าแข่ง แบตมินตัน เทนนิส ที่เราจะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีการเล่นและเปิดราคาชัดเจนมากในเว็บไซต์ แต่สิ่งสำคัญสำหรับเราก็คือที่คุณหมอประวิทย์บอก ว่า เราต้องหาเจ้าภาพให้เจอ เพราะว่าตาม พระราชบัญญัติการพนันในปัจจุบัน อำนาจในการดูแลรวมถึงชิงโชคด้วย อยู่ที่มหาดไทย แล้วแต่ว่ามหาดไทยท่านเจ้ากระทรวงจะมอบหมายให้หน่วยงานใดดูแล เช่น ออนไลน์ก็เป็นเรื่องของกระทรวงไอซีที เสียชิงโชคก็เป็นของอีกหน่วยงานหนึ่ง ความสำคัญอยู่ตรงนี้ ขณะที่มีการระดมทุนทางสังคมในการให้ประชาชนเติบโตและเรียนรู้อย่างไม่คาดหวังที่จะรวยจากการพนัน ซึ่งกระบวนการเรียนรู้แบบนี้ ต้องเรียนรู้กันมาตั้งแต่เด็กๆ แต่บ้านเราไม่มีการเตรียมการเรื่องพวกนี้ เพราะว่าไม่มีเจ้าภาพ ที่จะบรรจุสิ่งเหล่านี้เข้าไปจริงๆ เจ้าภาพเริ่มจะมองเห็นและตระหนักถึงบ้างในช่วง 3-4 ปีมานี้ อย่างแค่เรามีสำนักงานสลากมายาวนาน มีพระราชบัญญัติมาตั้งแต่ปี 2517 แต่ 3-4 ปีนี้ ทางสำนักงานสลากฯได้เริ่มให้งบประมาณกับกรมสุขภาพจิต ดูแลเรื่องการบำบัด รอบนี้ก็มีกองทุนสำนักงานสลาก



สนับสนุนในเรื่องของการออนไลน์ รณรงค์หยุดพนันฟุตบอลยูโร ซึ่งพวกเราหลายคนอาจจะได้เห็นบ้าง ไม่รู้  
ได้เห็นกันทั่วถึงหรือเปล่า เพราะว่ามีงบประมาณนิดเดียว ถ้าเทียบกับบอลคลุมของการเล่นพนันทั้งประเทศ  
ค่าเฉลี่ยจะอยู่ใกล้ๆ กันประมาณ 2% ของ GDP ซึ่งเยอะมาก แต่ปรากฏว่าเงินที่ใช้ในการรณรงค์น้อยจนน่า  
ตกใจ ประเด็นเรื่องก้าวข้ามเป็นเรื่องใหญ่ คำถามเรื่องชิงโชค อย่างเช่นกรณีญี่ปุ่นเขาถือว่าการชิงโชคเป็นส่วน  
ส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการตลาด เมื่อเป็นการส่งเสริมการตลาด ต่างประเทศเขาจะใช้กฎหมายทาง  
พาณิชย์ในการดูแล เพราะว่าเขาไม่ต้องการให้มีการใช้เครื่องมือในทางตลาดในการฆ่าคู่แข่งกัน คือ  
ต้องการป้องกันเรื่องการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม อย่างเช่นบ้านเรา เคยมีกรณีขายเหล้าคู่เบียร์ ก็  
เป็นการฆ่าคู่แข่งทางการตลาด อันนี้ทำไม่ได้ เหมือนกันค่ะ การชิงโชคก็ต้องมีข้อจำกัด เพื่อไม่ให้เป็นการ  
เอาเปรียบคู่แข่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศอย่างญี่ปุ่นหรือยุโรป เขาให้ความสำคัญกับ SMEs การ  
ที่ธุรกิจใหญ่ทำการชิงโชคใหญ่ๆ มันจะเป็นการฆ่าธุรกิจขนาดกลางขนาดเล็ก SMEs จะอยู่ไม่ได้ เพราะทุก  
คนจะเทมาซื้อของจากธุรกิจขนาดใหญ่ จริงๆ โดยส่วนตัว เราคิดว่าไปอยู่กับกระทรวงก็ดีค่ะ เพราะดูเป็น  
มโนสาเร่มาก ที่จะต้องให้ตำรวจมาดูแลเรื่องชิงโชค ตำรวจน่าจะทำเรื่องที่ใหญ่กว่านี้ และถ้าสมมติว่ามันก้าว  
ข้ามแดนจากการส่งเสริมการตลาดมาสู่การพนัน ยกตัวอย่างเช่น สมมติว่าเป็น SMS และมีส่วนแบ่งที่  
ผู้ประกอบการได้เงิน มันจะมีค่าเท่ากับเป็นพนัน ก็จะเป็นเรื่องชิงโชคมาสู่พนันโดยอัตโนมัติ เท่ากับเขา  
ละเมิดกฎหมายพนันทันทีถ้าเขาจะเปิดให้มีการเล่นในลักษณะนี้ เขาต้องขอกลับมาหาประเทศไทยซึ่งดูแล  
พระราชบัญญัติพนัน น่าจะดีกว่าด้วยซ้ำไปว่า ชิงโชคก็จะอยู่ในลิมิต(limit)ที่ทางนั้นควบคุมไป ข้ามแดนมา  
เมื่อไร ทางนี้พันธพันคอได้เลย ไม่ต้องสนใจว่า คุณข้ามมาพนันได้อย่างไร ฎุใหม่คะ หรือบริษัทไปรษณีย์  
จำกัด เป็นกรณีที่น่าสนใจ เพราะเคยมีคดีอันเดิมที่พนันฟุตบอลขึ้นป้ายเว็บไซต์ของพนันเป็นแบนเนอร์ แล้ว  
ก็เกิดกรณี ต้องถูกปลด ต้องเอาออก เพราะว่าพระราชบัญญัติพนัน บอกแล้วว่าสิ่งนี้มันผิดกฎหมาย เมื่อสิ่ง  
นี้มันผิดกฎหมาย การโฆษณาสิ่งที่ผิดกฎหมาย จะถือว่าไม่ผิดกฎหมายหรือคะ เป็นเรื่องประหลาด  
เพราะฉะนั้น โดยอัตโนมัติมันคือสิ่งผิดกฎหมาย ถ้าสมมติว่าคุณกำลังทำธุรกรรมกับบริษัทผิดกฎหมาย  
และเปิดเผยต่อสาธารณะ มันจะต่างจากรับซื้อของโจรไหม อันนี้ไม่แน่ใจ ต้องถามทางตำรวจ ก็รู้อยู่แล้วว่า  
สิ่งเหล่านี้ผิดกฎหมาย ในทางพระราชบัญญัติการพนัน แต่กลับโฆษณาได้ เพราะฉะนั้น สิ่งสำคัญสำหรับ  
เรา คือ ธุรกิจพนันมีความซับซ้อนและมีพัฒนาการที่รวดเร็ว เราก็ไป Search หาข้อมูลของเงาเอง แต่พบว่า  
ไปปรากฏอยู่ในเว็บพนันหมดเลยคะ แต่ไม่ Reference (อ้างอิงถึง) เรา เขาละเมิดสิทธิทางปัญญาของเรา  
ใหม่ แต่โอเคเราเผยแพร่หรืออยู่แล้วเพียงแต่ที่เราที่ตกใจเหมือนกัน ข้อมูลเราอยู่ในเว็บพนันหมดเลย แถวๆ  
ชายแดนประเทศไทยเขาเอาข้อมูลเราไปใช้หมดเลย ลงชื่อโฆษณาสายด่วนกรมสุขภาพจิตให้เราด้วย เราได้

เห็นสิ่งเหล่านี้ น่าตกใจเหมือนกันว่า เกิดอะไรขึ้นในสังคมของเรา ทำไมถึงไปอยู่อย่างนั้น และเขาก็ทำเหมือนเป็น CSR เขาทำถูกกฎหมายของเขา มีเรื่องเล่าค่ะ บริษัทพนันอีเมล คงเป็นคลิก Automatic มาที่อีเมลของศูนย์ฯ เสนอเงินให้เพื่อที่จะทำแบนเนอร์ขึ้นมาในเฟซบุ๊กของศูนย์ฯ เราเข้าใจว่าเขาคงมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ากว่าและเป็นระบบรันแบบอัตโนมัติ คงวิ่งมาเองไม่ใช่เป็นเจตจำนงหรือมีคนตั้งอะไรประมาณนั้น แต่เรื่องนี้มันสะท้อนว่า เขามีทุนที่มากกว่าเรามหาศาล เมื่อเทียบกับงานของฝ่าย CGS ก็ดี ฝ่ายรณรงค์ก็ดี หรือฝ่ายมีเดียมอนิเตอร์ก็ดี เมื่อมีทุนมหาศาลก็สามารถจัดจ้างบุคลากรที่มีศักยภาพ มาสร้างความสลับซับซ้อนของการให้บริการ เหมือนกับปิดเว็บปู้ป อีก 2 นาทีเปิดใหม่ได้เลยด้วยศักยภาพแบบนี้อาจจะยากต่อการทำให้สังคมเติบโตแล้วมาช่วยกันดูแลถ้าจะมอนิเตอร์จะทำอย่างไรให้มีโปรแกรมสำเร็จที่จะมาช่วยคลิกแล้ววิ่งไปที่หน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพหลัก ซึ่งเราต้องทำให้เจออีกหลายโหมด ก็สามารถที่จะวิ่งไปเองได้ โดยที่ไม่ต้องมีกระบวนการฟ้องไต่ที่ไม่ต้องไปศาล ไม่ต้องไปหาตำรวจ แต่อาจจะมีหน่วยกำกับดูแลเฉพาะขึ้นมา และข้อมูลพวกนี้จะวิ่งเข้าไปแบบ Automatic เราอาจจะต้องลงทุนใหญ่สักครั้งแต่ว่ามันจะทำให้ระบบการติดตามกำกับดูแลของเรายกระดับได้ และแน่นอนในยุคโลกเขาเติบโต แต่สิ่งสำคัญ คือกฎหมายของเขาแข็งแรง เช่น ถ้าผิดเรื่องพนัน เขาอาจจะมีการหลายอย่างที่ถูกลงโทษ แต่ถ้าเล่นการพนันผิดกฎหมาย จะถูกปรับ 2 แสนยูโร ลองคุณเป็นเงินไทยดูค่ะ และถ้าสมมติคุณเปิดกาสีในผิดกฎหมาย คุณอาจจะเสียสิทธิบางอย่างในทางสาธารณะด้วย กฎหมายแบบนี้รุนแรง แต่ถ้าเทียบกับบ้านเรา ปรับ 1 พันบาท มันต่างกันมหาศาลมาก เพราะฉะนั้น กฎหมายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สิ่งเหล่านี้ก็เป็นสิ่งประกอบที่มีนัยสำคัญ การแก้ไขกฎหมายต้องตระหนักอีกหลายๆ อย่างว่า ถ้ายอมให้มีบางสิ่งก็แปลว่า สิ่งผิดกฎหมายต้องหารไปพร้อมๆ กันด้วย คำว่าไม่ขึ้นพื้นที่พนันไม่ได้แปลว่าระบบพนันเท่ากับศูนย์ แต่หมายความว่า ทำอย่างไรคนจะไปแค่ปอนด์เดียว ไม่ใช่ไปเสีย 2 แสน ไม่ใช่ปล่อยให้เด็กอายุ 15 เสียบอลครั้งหนึ่ง 5,000 – 10,000 บาท เพราะมันเกินจริงที่เด็กจะมีศักยภาพในการจ่าย สิ่งเหล่านี้ต่างหากที่พวกเราคิดว่าเป็นเรื่องใหญ่ เรื่องสำคัญเราปล่อยให้เยาวชนประมาณ 2 แสนคนคิดว่าตัวเองติดพนัน เขาคงมีชุดพฤติกรรมบางอย่างที่ทำให้เขารู้สึกว่าเขาติดพนัน นี่ต่างหากที่เป็นปัญหาใหญ่สำหรับเรา ที่เราไม่คิดถึงไม่ได้แล้ว

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

ขอบคุณมากนะคะ อยากจะฟังคุณหมอบระวิทย์อีกสักครั้ง คืออย่างนี้ จากที่ฟังคุณศิริพรพูดแล้ว ต้องนำเรียนที่ประชุม การมีการถ่ายทอดสดแบบเรียลไทม์ มีผลต่อการพนัน การศึกษาครั้งนี้ มีเดียมอนิเตอร์ก็ได้เรียนรู้อะไรเหมือนกัน อย่างที่เรียนตอนต้น เรามีชุดความคิดว่า คนจะเริ่มเก็บข้อมูลจากสื่อในช่วงประมาณ 5-8 ชั่วโมงก่อนที่จะมีการแข่งขัน แต่การศึกษาครั้งนี้ ทีมที่ survey หรือ สืบหาข้อมูลเว็บไซต์กับสื่อเฟซบุ๊ก โดยใส่

คำสำคัญที่สะท้อนตามเกณฑ์วัดของเรา ปรากฏว่าตอนนี้สื่อออนไลน์ทำให้ข้อมูลมันวิ่งตอนแข่งขัน เพราะฉะนั้นในระหว่างที่เขาดูการแข่งขันไป เขาก็รับสื่อ รับข้อมูล ตัดสินใจว่าจะพนันทีมใด แล้วการส่ง การรับพนันก็เกิดขึ้น คือ ทุกอย่างมันเป็นเรียลไทม์ไปหมด เพราะฉะนั้น ต้องขอบคุณคุณหมอบริการที่ สนับสนุนกลไกมีเดียมอนิเตอร์ ที่ดิฉันยืนยันว่าไม่ได้หมายถึงโครงการเรา แต่หมายถึงกลไกการตามดูสื่อ ถ้าสถานการณ์สื่อ สังคม การรับสื่อ และตัวโจทย์ในเนื้อหาสื่อเป็นแบบนี้ การมอนิเตอร์แบบเรากลายเป็น เซยไปเลย มีสิ่งหนึ่งที่คุณศิริพรพูดว่า ต้องมีเทคโนโลยี มีเครือข่ายอาสาสมัคร ไม่ว่าจะเป็นอย่างคุณพ่อ คุณแม่ คุณตา คุณยาย รวมทั้งเด็กๆ ด้วย ช่วยกันตามดูแล้วใช้เทคโนโลยีส่งผลที่พบไปยังหน่วยงานรับผิดชอบ หรือ ศูนย์รวบรวมข้อมูล ให้เห็นข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ในวันรุ่งขึ้น เพราะฉะนั้น อยากจะขออนุญาตทางคุณ หมอบริการเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการกำกับดูแล เรื่องหน่วยงานเจ้าภาพ เรื่องพฤติกรรม สังคม หรืออื่นๆ ตามที่เห็นสมควร เรียนเชิญค่ะ

นพ.ประวิทย์ ลีสถาพรวงศา

ประเด็นถ่ายทอดสดน่าสนใจ จริงๆ ต้องมานั่งคุยกัน วิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย วิเคราะห์ทางออกว่า ถ้าไม่ ถ่ายทอดสด แต่จะดีเลย์ได้แค่ไหน อย่างไร ซึ่งจะมีผลทำให้มีผู้ชมแต่การพนันจะลดลง คงต้องมีตัวเลขทาง วิชาการระดับหนึ่ง และอีกเรื่องที่ต้องคุยกันตรงไปตรงมา คือ ต้องเตรียมตัวรับมือกับการถ่ายทอดสด ออนไลน์ ในเฟซบุ๊กที่มีคนมาพูดหรือรายงานว่าตอนนี้เท่าไรแล้ว คนที่จะแทง แค่นั้นนั้นก็พอแล้วโดยไม่ต้องดู คนดูคือคนอยากดูฟุตบอล การถ่ายทอดสดออนไลน์ก็จะเป็นปัญหาระดับหนึ่ง อันนี้ยอมรับว่าเป็น เรื่องน่าสนใจที่ไม่ควรทิ้ง แต่ว่าถ้าจะทำอะไรต้องคุยกันอย่างรอบคอบและกว้างขวาง เพราะเท่ากับการ เปลี่ยนระบบการถ่ายทอดกีฬา มีคนที่ได้รับผลกระทบอยู่ เป็นคนที่ไม่เกี่ยวกับการพนัน ฉะนั้น น่าสนใจ อาจจะไม่ใช้การตัดสินว่าจะเอาหรือไม่เอา แต่ต้องคุยให้ชัดเจน ประเด็นที่น่าสนใจอีกประเด็น คือ เรื่อง งบประมาณ ถ้างบน้อยในทางธุรกิจมีคำตอบเดียว คือ ต้องโฟกัส Target ถ้าทรัพยากรจำกัดต้องหา Target ให้ได้ว่าอยู่ตรงไหน แล้วพุ่งไปที่ตรงนั้น งบน้อยแล้วจะระดมวงศิในภาพรวม มันไม่มีทางนำพริกถ้วยเดียวดู แม่ค้าไม่ได้อยู่แล้ว ปัญหา Target ที่พูดมาน่าสนใจ ที่บอกว่าไม่ว่าจะเป็นฟุตบอลยูโรหรือฟุตบอลโลกก็มีใน มหาวิทยาลัย อันนี้น่าสนใจที่เราได้ Target Group แต่มันมีคำอธิบายที่อาจจะตีความได้หลากหลาย เช่น สิ่งแวดล้อมในการเรียนที่มีผลต่อการเล่นพนัน เป็นตัวกระตุ้น ในช่วงวุฒิภาวะยังต่ำ แต่ยังไม่มียุติได้ พอ เรียนจบได้งานประจำ ถ้าไม่ใช้ผีพนัน มันก็พอมีพอกิน แต่ถ้าเป็นผีพนันก็หมดตัว หรืออาจจะเปลืองอย่างที่ บางท่านพูด คือ มันเจ๊งไปแล้ว มันต้องแปรสภาพเป็นลูกโซ่ คือ กลายเป็นเจ้ามือแทน และหาทุนน้องมาเป็น เหยื่อ ซึ่งมีมุมที่น่าสนใจว่า ตรงนี้ถ้าเอามาวิเคราะห์เป็น Target Group ได้ วิเคราะห์กิจกรรมที่จะไป ตรวจวัดนี้ได้ มันน่าจะเห็นผลมากกว่าไปทางสื่ออย่างกว้างขวาง อย่างเช่น จะทำอย่างไรร่วมกับ สถาบันการศึกษา อาจารย์ หรือเครือข่ายกิจกรรมที่ทำกับสถาบันการศึกษาทั้งหลายน่าจะมากกว่า รวมทั้งเครือข่ายเยาวชน ถ้าเกิดตรงนั้นได้จริงๆ ต้องบอกว่าในวัยเหล่านั้น เยาวชนเขาเชื่อเครือข่าย

มากกว่าพ่อแม่ ให้ตามไปด่าที่บ้านอย่างไร ถ้าทางโน้นยังทำอยู่ก็ทำอยู่ดี ตรงนี้ถ้าเราไปแตะได้ อาจจะมีประโยชน์มากกว่า แต่ไม่ได้แปลว่าต้องละเลยอย่างอื่น

ประเด็นสำคัญที่วันนี้เราคุยกันเรื่องเจ้าภาพ เป็นไปได้ไหมที่ประเทศไทยจะหาเจ้าภาพเรื่องการพนันให้เป็นตัวเป็นตน แต่ถ้าไม่มีเจ้าภาพหลัก วิธีการภาครัฐคือต้องมีการบูรณาการ ปัญหาคือจะมีนโยบายอะไรที่จะทำให้เกิดการบูรณาการจริง เพราะตอนนี้การพนันกลายเป็นปัญหาที่ทุกคนไม่รับ เป็นเผือกร้อนในมือตัวเอง และบอกว่าเป็นของหน่วยงานอื่นๆ ถ้านโยบายไม่มา มันก็เป็นการขาดการบูรณาการนโยบาย ต่อให้เป็น คสช. สั่งว่าเป็นหน่วยงานเดียว หน่วยงานอื่นก็ลอยตัวอยู่ดี เป็นเรื่องของคนโน้นคนนั้น ดังนั้น ปัญหาคือต้องมาคุยกับภาครัฐว่า ปัญหาการพนันอยู่ในเค็กของใครบ้าง แล้วบูรณาการให้ได้ มันถึงพอจะมีแนวทางหาเจ้าภาพได้ แต่พอมีเจ้าภาพ สิ่งที่ต้องการ คือ ต้องมีกติกาดูด้วย ฉะนั้น เป็นเรื่องดีที่หลายท่านพูดถึง เป็นไปได้ไหมเรื่องมูลค่าของรางวัลว่าจะเป็นที่เท่า จะจำกัดไหม และในมุมมองหนึ่งมูลค่าของรางวัลที่ชาวบ้านได้ อาจจะต้องไปเทียบกับประโยชน์ของเอกชนที่เป็นผู้จัดว่ามันสมน้ำสมเนื้อไหม ถ้ามันไม่สมน้ำสมเนื้อ เอกชนได้เยอะ อะไรเสียเขาก็ต้องหาทางทำให้คนมาเล่นของเขาอยู่ดี อีกกติกาก็ต้องดูว่าเป็นไปได้ไหมที่จะจำกัดการเล่น ข้อความอย่างหนึ่งที่ทำให้คนแม่แต่ปัจจุบันซื้อเยอะ ยิ่งสดมากยิ่งต้องการมาก เราจะรู้สึกว่ามันกลายเป็นเรื่องจริงจิงในชีวิต ฉันท้องได้เงินก้อนนี้ให้ได้ ต้องได้เงิน 20 ล้าน แล้วก็ซื้อที่เป็น 100 ใบ ต่อไป 100 ใบก็ไม่พอ ก็เป็นเรื่องที่คุยกติกากันไว้ว่า ยกตัวอย่าง ถ้าเป็นSMSในรายการโทรทัศน์ อาจจะทำง่ายกว่า คือ เป็นไปได้ไหมที่แต่ละเบอร์ส่งได้ครั้งเดียว ระบบมันตัดห้ามส่งไปครั้งที่ 2 ที่เบอร์นี้เป็นไปได้ไหม ถ้าพูดเรื่องวิธีการส่งในสมัยก่อนเราจำได้บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปการชิงโชคต้องมีกล่องรับชิ้นส่วน เป็นไปได้ไหมที่การชิงโชคต้องมีจุดรับอะไรก็ตามแต่ไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย อยากจะกรอกอะไรก็กรอก จะไม่มีนายหน้าประเภทที่มาขาย แล้วคนที่จะจับอย่างนี้ มันจะใช้ต้นทุนของมันอยู่ ดังนั้น ที่เสนอกติกาไม่ได้แปลว่าจะต้องเอาไปใช้ เพียงแต่ว่ามันมีทางออกของมันอยู่ในหลายเรื่อง ถ้าเรามีเจ้าภาพ เดี่ยวเจ้าภาพจะคุยเรื่องกติกาเอง เจ้าภาพคือคนที่จะวางระบบว่าอย่างไร ให้เรื่องเหล่านี้มันถูกจำกัดหรือประเภทแพรวะระบาด ก่อนหน้านี้ที่มีการพูดถึงก็น่าสนใจ ว่าต้องมีการวิเคราะห์ผลกระทบว่างานนี้ ถ้าพูดภาษาแบบชาวบ้านมันเสี่ยง เพราะไม่แน่ใจว่าชาเขียวมีโอกาสถูกน้อยกว่าลือตเตอร์หรือไม่ หรือแม้แต่การปฏิบัติเหล่านี้ ทุนที่เราบริจาคไปมันแพงกว่าลือตเตอร์หรือเปล่า ที่สำคัญมันสร้างค่านิยมการยอมรับการชิงโชคว่าเป็นเรื่องปกติ ยิ่งถ้าประกาศผลกันทุกวัน แล้วทุกๆ ผลิตภัณฑ์ก็แข่งกันด้วยการชิงโชคทุกวัน จนสุดท้ายไม่แปลกใจที่กลุ่มนักศึกษาหลายคนก็ยอมรับเพราะมันเกิดขึ้นทุกวัน จริงๆ เราต้องหางบประมาณหรือรางวัลให้กับคนที่ไม่จัดการเรื่องการชิงโชค เรื่องการพนัน หรือคนที่พูดว่าอย่าไปเล่นเลย พวกนี้มันเป็นภาวะที่สะท้อนว่า ตอนนี้การชิงโชค การพนันเป็นเรื่องปกติของสังคม ต้องยอมรับว่าค่านิยมมันแย่มากแล้วทำอะไรก็ต้องทำ ถ้าต้องมีกฎหมายก็ต้องมี ถ้าต้องมีเจ้าภาพก็ต้องมี ถ้ามีกติกาก็ต้องมี ถ้าจะต้องจัดสรรงบประมาณก็ต้องจัดสรร ถ้าเรายอมรับเรื่องเหล่านี้ไปเรื่อยๆ เข้าใจว่าเศรษฐกิจที่จะเติบโต มันจะไม่ใช่เศรษฐกิจที่เรามุ่งหวัง แต่จะมีการขายยา การขายยาเสพติด การขายยาเสริมอาหาร ขายบริการทางเพศ

ขายการพนัน ขายอาวุธ ขายทุกอย่างผ่าน facebook ได้หมดเลย ตอนนั้นเราอาจจะรู้สึกว่าการพนัน เสี่ยงสูงก็จริงมัน เติบโตดี แต่ว่าความมั่นคงหรือสังคมมันแย่อย่างเห็นได้ชัด ขอขอบคุณมากครับ

อ.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

ขอบคุณค่ะ มีผู้แทนจากกรมการปกครองที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับพระราชบัญญัติการพนันกับเรื่องการชิงโชค เรียงเชิญค่ะ

นายอมร พรหมสอน นิติกรชำนาญการ สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง

ผมขออนุญาตพูดถึงเรื่องพระราชบัญญัติการพนัน เนื่องจากว่าพระราชบัญญัติ

การพนัน ที่หลายท่านมองว่ามันล้ำสมัย เพราะมีมาตั้งแต่ปี 2478 ปัจจุบัน

กระทรวงมหาดไทยได้มีการแก้ไขแต่กฎหมายยังไม่ผ่านสภา เรามีการแก้ไข

ยกเลิก พระราชบัญญัติ พ.ศ.2478 ทุกฉบับแล้ว และมีการร่างขึ้นมาใหม่เป็น

กฎหมาย 2 ฉบับ ฉบับแรก คือ พระราชบัญญัติการให้รางวัลเรื่องการเสี่ยงโชค

ซึ่งหลายท่านมีข้อสงสัยหลายประการโดยเฉพาะวิธีการเล่น การให้รางวัลมีการ

จำกัดวงเงินใหม่ ในพระราชบัญญัติเรื่องการเสี่ยงโชค ไม่มีการจำกัดวงเงิน แต่

มีการถกเถียงว่าเราจะไปต่อสู้อยู่ในสภานิติบัญญัติแห่งชาติใหม่หรือไม่ ให้จำกัดวงเงินหรือแม้กระทั่งจะไปเขียนว่า

ห้ามให้ของแถมเป็นอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งตรงนี้เนื่องจากว่า ในพระราชบัญญัติแม่บทการให้รางวัลเรื่องการ

เสี่ยงโชค ได้ให้อำนาจฝ่ายบริหารไปหมด เพื่อออกกฎหมายในระดับรอง แต่บางท่านก็ตั้งข้อสังเกตว่า ถ้าไป

ออกกฎหมายรองก็จะมี การแก้ไขง่าย น่าจะเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติ ซึ่งตรงนี้ต้องไปต่อสู้อยู่ในสภานิติ

บัญญัติแห่งชาติ ซึ่งกฎหมาย 2 ฉบับนี้ ทราบว่าปัจจุบันน่าจะไปถึงสภาแล้ว เนื่องจากว่า

กระทรวงมหาดไทย ได้รับการตอบรับแจ้งมาจากสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาว่าได้ตรวจเสร็จแล้ว นี่

คือกฎหมายฉบับแรก ส่วนฉบับที่ 2 คือ พระราชบัญญัติการพนัน ซึ่งเราได้ยกร่างขึ้นมาใหม่ 40 กว่ามาตรา

โดยเฉพาะประเด็นที่เราพูดกัน เรื่องการทายผลการพนันกีฬา ไม่ว่าจะเป็นการพนันฟุตบอลหรือว่ากีฬา

ประเภทต่างๆ เราก็กำหนดเลยทำให้เป็นการพนันประเภท ก. สมัยก่อนจัดว่าเป็นการพนันประเภทอื่นๆ

ตามมาตรา 40 ทวิ ถ้ามีการเล่นในระบบออนไลน์ ก็มีการกำหนดโทษว่า ให้มีกำหนดโทษเป็น 2 เท่าของ

ความผิดของแผ่นดิน นี่คือกฎหมาย 2 ฉบับ ซึ่งอยู่ในระหว่างการพิจารณา ไม่ใช่ที่เราไม่แก้ไข แต่พยายาม

แก้ไขอยู่ แต่ก็ต้องช่วยกันโดยเฉพาะเรื่องพระราชบัญญัติการให้รางวัลเรื่องการเสี่ยงโชค ซึ่งเราให้

ความสำคัญมาก มองว่ากระทรวงมหาดไทยทำไม่ถึงไปอนุวัติเพราะเป็นการมอมเมาประชาชน ต้อง



ขออนุญาตทราบเรียนว่า การอนุญาตเป็นอำนาจของผู้ว่าราชการในการอนุมัติให้เจ้าพนักงานสอบสวน ดำเนินการ บางจังหวัดผู้ว่าราชการมีนโยบายไม่อนุญาตเลยก็มี แต่บางจังหวัดก็อนุญาต หลายท่านมองว่า ให้เป็นดุลพินิจเจ้าพนักงานในการออกอนุมัติ ทำไมไม่เขียนให้ชัดเจนไปเลยว่า อย่างไรอนุญาตได้ อย่างไร อนุญาตไม่ได้ ก็ต้องยอมรับว่า กฎหมายให้เป็นดุลพินิจของเจ้าพนักงาน ต้องหามาตรการในการตรวจสอบ ดุลพินิจของเจ้าพนักงาน เพราะเป็นปัญหาทางกฎหมาย

คุณศรีดา ตันทะอธิพานิช มูลนิธิอินเตอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย



ดิฉันมาจากภาค NGO ก็เห็นด้วย 2-3 ประเด็น ประเด็นแรกเห็นว่าภาครัฐ ควรจะออกหน้าออกตัวทำเยอะๆ หน่อย เพราะเห็นด้วยกับหลายๆ ท่าน ว่าบุหรี่ยี่ห้อ การพนัน เป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย แต่ภาครัฐหรือองค์กร หลายๆ ส่วน ส่วนใหญ่จะเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการทำตรงนี้ จึงอยากให้ออกมาแสดงในเรื่องของด้านบวกที่จะปกป้องเยาวชนให้มากกว่านี้ แต่เห็นด้วยในเรื่องที่ภาครัฐมีงบให้มีการรณรงค์หรือการให้ความรู้หรือทำ เครื่องไม้เครื่องมือที่จะปกป้องเยาวชนจากสื่อต่างๆ อีกเรื่องหนึ่ง

อยากส่งเสริม คือ เราคุยกับภาคเอกชนแค่ไหน โดยเฉพาะผู้ประกอบการ เราไม่ค่อยเห็นในเวทีพวกนี้ หรือ จะจัดเวทีให้ก็ไม่รู้จะได้ผลแค่ไหน โดยวิทยากรเองก็จบจากด้านนี้มา ซึ่งพบว่าเขาจริงๆ แล้วเขาก็ทำได้เลย แต่ถึงแม้จะปิดบล็อก เพียงแต่จะมีข้อเกี่ยเรื่องข้อกฎหมาย คือ ฉันทาแต่รายอื่นไม่ทำ ธุรกิจเสียหาย แต่ในทางเทคนิคมันทำได้เลย เพราะเรื่องพวกนี้ถ้าเรามีการพูดคุยหรือได้ทำงานร่วมกับเขา คุยในประเด็นเรื่อง จริยธรรมหรือเรื่องของลูกหลาน เพราะเราเป็นส่วนหนึ่งในสังคมเราก็อยากให้ประเทศดี เรายังจะทำให้เรื่องนี้เข้มแข็งขึ้น ตัวอย่างเช่น เรื่องของการปกป้องคุ้มครองเด็กทางออนไลน์ ในเรื่องของสื่อลามกหรือในเรื่อง การละเมิดทางเพศเด็ก เราได้คุยกับพวกเขามาพักหนึ่งแล้วอยากจะชวนภาคเอกชน Dtac, AIS, True มาร่วมมือกัน และต่อมาเราเริ่มเห็น service ที่เป็นสีขาว เช่น คลิปวิดีโอของ AIS ที่พูดเรื่อง Cyberbullying หรือคิดก่อนโพสต์ ก่อนแชร์ อันนี้คือจากการทำงานผลักดันมา 3-5 ปี ก็พูดเรื่องเหตุผล ดิฉันจึงคิดว่าเรื่อง การพนันก็ควรทำงานร่วมกับภาคเอกชนในลักษณะเดียวกัน คือ มีกลไกของกฎหมายหรือหน่วยงานภาครัฐ ชวนเขามาทำด้านบวกหรือส่งเสริมด้านจริยธรรมนี้ด้วย ขอขอบคุณค่ะ

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์



อาจจะต้องจัดเวทีโต๊ะกลมร่วมกับสื่อออนไลน์ อยากฟังทางสายล่อ ทางคุณธนาฯที่ทำ งานด้าน  
ประเด็นสังคม เชิญคุณธนาฯค่ะ

คุณธนาฯ สงวนศักดิ์

ในมุมมองของสื่อ จริงๆ การทำข่าวหรือว่าทำรายการที่เป็นผลิตผลทางสื่อออกมา ว่าแต่ละอย่าง  
มันมีชนบของมัน ข่าวกีฬาก็มีชนบของมัน ละครก็มีชนบของมัน เช่น เรื่องของการให้ข้อมูลของสถิติต่างเป็น  
ชนบของข่าวกีฬา เวลาถ่ายทอดคุณนี่เจอกันก็ครั้ง ชนะก็ครั้ง เป็นต้น มันเป็นชนบ บางคนอาจจะบอกว่ามัน  
เป็นข้อมูลที่ขาดไม่ได้ ซึ่งขอทำทนายสิ่งที่เป็นชนบ คนที่ไม่เล่นก็จะบอกว่ามันก็ดี ส่วนคนที่เล่นการพนันก็จะ  
ถือว่าเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่จะเลือกอย่างไรอย่างหนึ่ง ส่วนนี้จะเป็นข้อทนายสำหรับคนที่มา  
ทำนวนรงค์ในเรื่องของการพนัน

ชนบกีฬา คือ การลุ่มอารมณ์ความรู้สึกของเขาด้วยว่าเป็นอย่างไร เพราะฉะนั้น สิ่งที่ยากนำเสนอ  
คือ ในเรื่องของการนวนรงค์ เห็นด้วยว่าเราคงไม่ได้ทำในเชิงตั้งรับอย่างเดียว คือ พอมีเทศกาลกีฬาหรืออื่นๆ  
แล้ว ค่อยมานวนรงค์เพื่อแก้ปัญหา แต่ถ้าเราเห็นว่ามันเป็นปัญหาใหญ่ ก็น่าจะพิจารณาในส่วนของการ  
นวนรงค์ ซึ่ง มันยังมีช่องทาง แต่ว่าเราทำมาแค่นี้ เราแค่มองระบบปัญหาใหญ่ อีกเรื่องหนึ่ง คือ การชิงโชค  
เราพูดถึงกฎหมาย พูดถึงบริษัทไปรษณีย์ไทย แต่เราต่างรู้ว่าคนที่มาให้รางวัลต่าง ๆ คือ ตัวสินค้า เช่น ได้  
รางวัลที่ 1 เป็นรถ เป็นบ้าน มันก็คือสินค้า เพราะว่าเจ้าของหนังสือพิมพ์หรือสื่อต่างๆ ไม่ได้จ่ายอยู่แล้ว  
ฉะนั้น เราคงจะต้องมองไปถึงเรื่องของการมีธรรมาภิบาลด้วย ในการทำงานของสปอนเซอร์หรือบริษัท  
เหล่านั้น เพราะถ้าเกิดว่าจะนวนรงค์ให้มันหมดไป มันต้องไปทั้งแผง คือ ครอบมองไปทั้งระบบ ในทุกๆ ตัวเล่น  
แน่นอนสื่อก็เป็นส่วนหนึ่งที่เป็นตัวเล่นที่สำคัญด้วย ขอขอบคุณค่ะ

คุณธนากร คมกฤษ

ผมมีสัก 2-3 ประเด็นครับ 1) จากที่ได้ฟังคือเราจะแก้กฎหมาย เราจะแก้ตอนนี้ดีหรือรอให้  
บ้านเมืองเป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์กว่านี้ดี ดูแล้วหัวใจสำคัญ คือ อยากจะฝากไปถึงหลายๆ หน่วยงาน  
ผมว่าเรื่องของการมีหน่วยงานกำกับดูแลหรือว่าการมีเจ้าภาพหลักเรื่องการพนัน ผมว่าเป็นหัวใจสำคัญที่  
ต้องมี ตอนนี้มีเจ้าภาพที่เห็นชัดอยู่ 2 หน่วยงาน หน่วยงานที่เราชวนมาร่วมงาน คือ สำนักงานสลากกินแบ่ง  
รัฐบาล โดยสถานภาพเป็นกิจการที่รัฐตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ที่เป็นการพนัน ซึ่งทาง  
หน่วยงานก็พยายามที่จะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม จริงๆ สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจะช่วยให้

เยอะ เพราะมีสื่ออยู่ในมือไม่น้อย คือสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นสื่ออยู่แล้ว ทุกๆ 15 วัน มีสื่อที่ออกสู่ผู้คน 120 ล้านฉบับ ทางสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลสามารถใช้พื้นที่นี้เป็นสื่อในการรณรงค์หยุดพนันได้ ซึ่งเป็นการแสดงความรับผิดชอบที่เหมาะสมมาก 2) ในระหว่างการถ่ายทอดสดการออกรางวัล มีพื้นที่สื่อมาก ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ สามารถใช้ประโยชน์เพื่อสังคมได้ดียิ่ง ถ้าทำหรือรณรงค์ในเรื่องการพนันจะปรับมือให้เลย อันนี้ถือเป็นเจ้าภาพรอง เพราะเจ้าภาพหลักยังไม่เกิด เราคงต้องพยายามและต้องฝากทางกระทรวงมหาดไทยว่า ในเมื่อจะแก้ไขพระราชบัญญัติการพนัน เรื่องสำคัญคือต้องแก้ที่โครงสร้าง ถ้าแก้เพียงไม่กี่ประเด็นผมว่ามันไม่พอ ต้องแก้ให้มีโครงสร้างทางสังคมขึ้นมา เราต้องมีกรรมการกำกับดูแลการพนัน ดังนั้น ถ้าจะแก้กฎหมายทั้งที่ควรคำนึงว่า สังคมไทยถึงเวลาแล้วที่ต้องการหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพหลักในการกำกับดูแลเรื่องการพนัน และขอให้กำหนดกฎหมายโดยมีวิสัยทัศน์ให้ชัดเจนว่า กฎหมายฉบับนี้ต้องการเอาจริงเอาจังเกี่ยวกับเรื่องการพนันอย่างไร อย่าเพียงแค่ๆ อย่าดูแค่ว่าส่งเสริมหรือควบคุมกันแน่ แต่ต้องแก้ด้วยวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน เจ้าภาพหลักที่กำกับดูแลจะชี้ให้เห็นชัดว่า ตำรวจต้องทำเพราะอะไร บริษัทไปรษณีย์ไทยต้องทำเพราะอะไร เมื่อมีคนชี้ถูกชี้ผิดก็สามารถอ้างได้ว่า เป็นการชี้ถูกชี้ผิดโดยเจ้าภาพหลัก ส่วนนี้น่าจะเป็นประเด็นที่สำคัญ

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์

ดิฉันในนามขององค์กรจัดงานครั้งนี้ ขอขอบคุณวิทยากรทุกท่าน และขอบคุณทุกท่านที่มาร่วมงานเสวนาในวันนี้ สารที่ได้มีเดียมอนิเตอร์จะเผยแพร่ทางสื่อ และจะร่วมรณรงค์ขับเคลื่อนด้วย ขอขอบคุณทุกท่านคะ

.....

1.2 สรุปสาระจากการจัดกิจกรรมเวทีอภิปราย "สรุปพนันฟุตบอลยูโร 2016 เด็กไทยเสียเท่าไร?"  
เมื่อวันอังคารที่ 26 กรกฎาคม 2559 ณ ห้องบุษบา โรงแรมแมนดาริน สามย่าน กรุงเทพฯ



สรุปสาระจากการจัดกิจกรรมเวทีอภิปราย

## "สรุปพนันฟุตบอลยูโร 2016 เด็กไทยเสียเท่าไร?"

เมื่อวันอังคารที่ 26 กรกฎาคม 2559

ณ ห้องบุษบา โรงแรมแมนดาริน สามย่าน กรุงเทพฯ



ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ร่วมกับ มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ และเครือข่าย  
รณรงค์หยุดพนัน จัดเวทีอภิปรายในหัวข้อ "สรุปพนันฟุตบอลยูโร 2016 เด็กไทยเสียเท่าไร?" เมื่อวันอังคารที่  
26 กรกฎาคม 2559 ณ ห้องบุษบา โรงแรมแมนดาริน สามย่าน กรุงเทพฯ เพื่อเปิดผลสำรวจการเล่นพนัน  
ของเด็กเยาวชนไทยทั่วประเทศในฟุตบอลยูโร 2016 (สำรวจหลังฟุตบอลทันที) ผลการวิจัยเฝ้าระวังสื่อใน  
ด้านที่เกี่ยวกับการพนันฟุตบอลในช่วงยูโร 2016 และสถานการณ์ผู้รับการรักษาด้วยสายด่วน 1323 พร้อม  
วิพากษ์การทำงานของภาครัฐ ภาคประชาสังคม และหน่วยงานต่างๆ ต่อการแก้ปัญหา



รศ.ดร.นวลน้อย ตรีรัตน์ ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ผู้ดำเนินการอภิปราย

เวทีในวันนี้มาจากการปรึกษาหารือกันก็คือดูเหมือนกับว่าน่าจะมีการสรุปทเรียน เพราะการ  
ดำเนินการในเรื่องการพนันในบอลยูโร 2016 ครั้งนี้ เป็นครั้งที่ภาครัฐเองก็มีนโยบายที่ชัดเจน ทางฝ่าย  
ตำรวจก็มีการตั้งหน่วยเฉพาะกิจขึ้นมาเพื่อที่จะดำเนินการเรื่องนี้อย่างเอาจริงเอาจัง ฝ่ายกรมสุขภาพจิตที่  
เป็นภาครัฐก็มีการทำเรื่องนี้เอาจริงเอาจังเช่นเดียวกัน เช่น การสื่อสารประชาสัมพันธ์สายด่วนที่จะให้  
โทรเข้าไปเพื่อให้คำปรึกษา ทั้งมีการรณรงค์ของเครือข่ายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางเครือข่ายครอบครัว ก็มีการ  
เคลื่อนไหวหลายรูปแบบ มีการออก Sport TV ในฝ่ายวิชาการคือทางศูนย์ก็มีการทำ survey ในเยาวชนทั้ง

ก่อนและหลังบอลยูโร 2016 เพราะเป็นกลุ่มที่เราให้ความสนใจมากที่สุด และในส่วนของมีเดียมอนิเตอร์เองก็ได้เข้ามาช่วยมอนิเตอร์สื่อประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ TV สื่อวิทยุและ Internet ว่าสภาพการณ์ของสื่อเป็นอย่างไร เพราะฉะนั้น เราเห็นว่าไม่ใช่บอลจบแล้วก็เลิกกันไปแล้วพอมีใหม่ก็รวมกันใหม่ เราคิดว่าน่าจะมีการสรุปผลเพื่อแลกเปลี่ยนกันว่าอะไรที่เราได้เรียนรู้เพื่อจะเอาไปทำต่อหรือ เพราะปัญหาของเราค่อนข้างมาก เช่น ความไม่พร้อม การตามสถานการณ์ไม่ทัน ดิฉันขอเริ่มรายการตามโปรแกรมเลยนะคะ เริ่มทางฝ่ายวิชาการซึ่งทางศูนย์ศึกษาปัญหาการพนันได้ชวนศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ(SAB)มาช่วยในการทำการสำรวจ ขอเชิญ อ.ธน ผู้อำนวยการ SAB เล่าให้ฟังว่าผลการสำรวจพบอะไร ที่สำคัญ



นายธน หาพิพัฒน์ ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ(SAB)

การสำรวจพฤติกรรมกรรมการรับชมและการเล่นพนันทางผลฟุตบอลยูโร 2016 ครั้งนี้เป็นการสำรวจภายหลังจากการแข่งขันจบลง คือ ทำการสำรวจวันที่ 11 ที่ผ่านมานี้ คือ ฟุตบอลยูโร 2016 จบวันที่ 10 วันที่ 11 เราก็เริ่มสำรวจเลย กลุ่มเป้าหมายที่ทำการสำรวจเป็นกลุ่มเป้าหมายเดิมกับที่เราทำการสำรวจก่อนการแข่งขันก็คือเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ม.4-ม.6 ในกลุ่มอาชีพศึกษาคือระดับ ปวช.1-ปวช.3 ครอบคลุมพื้นที่ 10 จังหวัด คือ กรุงเทพฯ สมุทรปราการ เชียงใหม่ พิษณุโลก ชลบุรี ราชบุรี ขอนแก่น อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี และสงขลา จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 3,832 ตัวอย่าง วิธีการที่เราใช้ในการสุ่มก็เป็นการแบ่งกลุ่มชนชั้นภูมิหลายชั้น มีการกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากร ทั้งในเรื่องสายการศึกษา สายสามัญ สายอาชีพ ในเรื่องของจังหวัดและกึ่งระดับชั้น ส่วนผลของการสำรวจเริ่มต้นเราดูความสนใจและพฤติกรรมกรรมการรับชมการถ่ายทอดสด พบว่าน้อยๆ ไม่น้อยเลยคือประมาณ 51% ของครั้งหนึ่งมีการติดตามดูการถ่ายทอดสดฟุตบอลยูโรครั้งนี้ ในกลุ่มนี้ซึ่งมีประมาณ 1,900 เศษๆ มีลักษณะของการดูการถ่ายทอดที่แตกต่างกัน 32% ของกลุ่มนี้จะดูตามความสะดวกหรือเวลาที่เขาวาง 22% ดูเฉพาะคู่ที่มีทีมเขาเชียร์หรือนักเตะที่เขาชื่นชอบลงแข่ง 18.9% ดูเฉพาะรอบลึกๆ นัดชิง 17% ติดตาม

ต่อเนื่องตั้งแต่รอบแรกไปจนถึงนัดชิง 5.6% โดยเฉพาะนัดชิงอย่างเดียว 3.1% โดยเฉพาะคู่ที่เขาเล่นพนัน เมื่อสอบถามถึงกิจกรรมที่ทำไปพร้อมกับการชมการถ่ายทอดสด พบว่า 54% มีการดื่มน้ำอัดลม น้ำหวาน 32% โดยประมาณรับประทานอาหารหนักพวกข้าว ก๋วยเตี๋ยว 16% ก็พวกฟาสต์ฟู้ด 11% มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 9% ดื่มเครื่องดื่มชา กาแฟ 6% สูบบุหรี่ และอีก 6% มีการชวนเพื่อนเล่นพนัน

มาดูเรื่องของ การรับรู้ต่อการรณรงค์และการห้ามปรามไม่ให้เล่นพนัน หลังจากที่มีการแข่งขันจบลง เราสำรวจพบว่า 66% ของน้องๆ ที่สำรวจก็คือเคยได้ยิน ได้ฟังหรือว่าเคยถูกห้ามปรามไม่ให้เล่นพนันทนาย ผลฟุตบอลยูโร ใน 66% นี้ ช่องทางที่เขาได้ยินมากที่สุด คือ มาจากโรงเรียนหรือวิทยาลัย 50% ครูอาจารย์ 39% Internet 37% โฆษณาทางโทรทัศน์ 36% พ่อแม่ผู้ปกครอง 29% facebook page 29% พ่อแม่ อาจจะมึบเทาทน้อยไปนิดหนึ่ง ถ้าเทียบกับช่องทางอื่นๆ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนการแข่งขันที่เราสำรวจ พบว่ามีน้องๆ ที่รับรู้ในเรื่องของการรณรงค์การห้ามปราม 40% ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่าในช่วงที่มีการพนันมันเพิ่มขึ้นมาประมาณ 25% อย่างไรก็ตามถ้าย้อนกลับไปเปรียบเทียบกับข้อมูลในช่วงฟุตบอลโลก 2014 ที่มีการรณรงค์ห้ามปรามเหมือนกัน พบว่า ในช่วงนั้นเราพบสูงกว่านี้ คือ มีถึง 80% ที่พบเห็นการรณรงค์และการห้ามปราม เพราะฉะนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าการห้ามปรามในช่วงบอลยูโรมันน้อยกว่าในช่วงของฟุตบอลโลกที่ผ่านมา

เราลองมาดูสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการรณรงค์รวมถึงผลจากการตั้งศูนย์ป้องกันปราบปรามการลักลอบการเล่นพนัน ทายผลการแข่งขัน ซึ่งมีอยู่ 3 สื่อ คือ ทีวี สื่อมวลชนพนัน มาเฟียทวงหนี้และบอลจบหนี้ไม่จบ ซึ่งทั้ง 3 สื่อนี้พบว่าบอลจบหนี้ไม่จบเข้าถึงน้องๆ ได้มากกว่าสื่อประชาสัมพันธ์ตัวอื่นก็คือ 43% โดยประมาณ มาเฟียทวงหนี้ 37.7 และทีวีสื่อ 24% เมื่อสอบถามว่าสื่อประชาสัมพันธ์พวกนี้มีผลช่วยให้การเล่นพนันลดลงไหม มีข้อสังเกตว่าเกิน 1 ใน 3 ก็คือ 34%-39% บอกว่าน่าจะมีผลช่วยให้การเล่นพนันฟุตบอลยูโรลดลง

ในส่วนของการตั้งศูนย์การป้องกันและปราบปรามลักลอบเล่นพนันของ สตช. พบว่า มีน้องๆ ที่รับรู้ว่ามี การจัดตั้งศูนย์นี้ 36.4% และน้องๆ 45% คิดว่าการจัดตั้งศูนย์นี้จะมีผลช่วยให้การเล่นพนันบอลลดลง ด้านสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัวเด็ก สภาพแวดล้อมทางด้านบุคคล เมื่อสอบถามว่าคนที่น้องๆ รู้จักมีใครเล่นพนันฟุตบอลยูโรครั้งนี้บ้างหรือไม่ พบว่า 57% บอกว่ามีคนรู้จักเล่นพนันฟุตบอลยูโร ใน 57% ที่ว่านี้ก็คือ 35% เป็นเพื่อน หรือคนรู้จักในโรงเรียน ละแวกบ้าน เป็นเพื่อนสนิท 14% เป็นญาติ 11% พี่น้อง 9% พ่อแม่ 6% นะครับ แม้กระทั่งอาจารย์ก็ยังมีอยู่บ้างคือ 1.7% ส่วนคนที่ไม่มีคนรอบตัวเล่นพนันฟุตบอลยูโรมีน้อยกว่าก็คือ 43% แสดงว่าสภาพแวดล้อมบุคคลนั้นค่อนข้างจะชัดเจนว่ายังมีอยู่

มาถึงประสบการณ์ในการเล่นพนันทายผลฟุตบอล พบว่า ประมาณ 18% หรือ 687 ราย จาก 3,800 ราย โดยประมาณ เคยมีประสบการณ์ในการเล่นการพนันบอลมาก่อน โดยพบว่าคนที่เคยมีประสบการณ์เล่นพนันเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง คือ เป็นผู้ชาย 24.5% ผู้หญิง 7.8% ถ้าเปรียบเทียบตามลักษณะหรือสายการเขียน สายอาชีพจะมีแนวโน้มที่มีประสบการณ์ในการเล่นบอลมากกว่าคือประมาณ 20% ขณะที่สายสามัญมีประมาณ 17% เมื่อถามว่าช่วงก่อนการแข่งขันเขาตั้งใจจะเล่นพนันใหม่ ก็พบว่า มี 6% ที่บอกว่ามีความตั้งใจจะเล่นพนัน 16.7% ยังไม่แน่ว่าจะเล่นหรือไม่ และ 7.7% ตั้งใจว่าจะไม่เล่นพนัน แต่ในความเป็นจริงเมื่อการแข่งขันเริ่มต้นขึ้นผลการสำรวจพบว่า มี 16.8% ที่เล่นพนันนั้นก็หมายถึงว่ามีจำนวนที่มากกว่าที่บอกว่าตั้งใจจะเล่น นั่นหมายถึงว่าคนที่เล่นบางส่วนก็จะมาจากกลุ่มที่บอกว่าไม่แน่ว่าบางส่วนก็จะมาจากกลุ่มที่บอกว่าตั้งใจจะไม่เล่น เมื่อเปรียบเทียบกับการแข่งขันฟุตบอลโลกที่ผ่านมา ซึ่งเราทำการสำรวจกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน โดยการใช้เทคนิควิธีเดียวกัน พบว่า ฟุตบอลโลกปี 2014 ที่สำรวจจะมีจำนวนน้อยๆ ที่เล่นพนัน 11.6% เพราะฉะนั้นผลสำรวจครั้งนี้จึงพบว่าผู้ตอบครั้งนี้จำนวนน้อยๆ ที่เล่นพนันเพิ่มขึ้น 5.2% เมื่อสักครู่เราได้ให้ข้อมูลในเรื่องของความตั้งใจเล่น เราพบว่าในกลุ่มที่บอกว่าตั้งใจจะเล่นพนันตั้งแต่ก่อนแข่งส่วนใหญ่ก็คือ 79% เมื่อถึงเวลาเขาเล่นจริงนะครับ ในขณะที่กลุ่มที่บอกว่าตั้งใจจะไม่เล่นพนันมี 8.3% ของกลุ่มนี้ที่เมื่อถึงเวลาแข่งก็หันมาเล่นพนัน ขณะที่กลุ่มที่บอกว่ายังไม่แน่ใจว่าจะเล่นหรือไม่ เมื่อถึงเวลาแข่งจริงหันมาเล่นพนันค่อนข้างเยอะทีเดียว คือประมาณ 35% อันนี้เป็นแนวโน้ม

คราวนี้มาดูพฤติกรรมในการเล่นการพนัน ในการสำรวจครั้งนี้เราได้แบ่งความเข้มข้นในการเล่นพนันออกเป็น 3 ระดับ ระดับแรกคือเป็นการพนันในแบบที่ไม่ได้ใช้เงินพนัน เช่นใช้วิธีการเลี้ยงข้าว เลี้ยงหนังอะไรประมาณนี้ แบบที่ 2 คือมีการใช้เงินแต่ว่าเน้นเป็นสีส้มในการเชียร์ ซึ่งอันนี้ส่วนใหญ่จะเล่นกันเองกับเพื่อนกับอะไรต่างๆ แล้วก็สุดท้ายนี่นะครับ เป็นกลุ่มที่เล่นพนันโดยเน้นได้เสียเอาเงินเป็นหลัก จากจำนวนที่เราพบว่ามีการเล่นพนัน 16.8% หรือ 645 ราย เราพบว่ากลุ่มที่เล่นพนันได้เสียเอาเงินเป็นกลุ่มที่มีมากที่สุดก็คือ 43.7% รองลงมาคือพนันโดยไม่ใช้เงิน 30% และใช้เงินเล็กน้อยพอเป็นสีส้มในการเชียร์ ประมาณ 25% อย่างไรก็ตามเราพบว่าสีส้มของเขาก็คือเฉลี่ยต่อคู่ คือ ประมาณ 240 บาท ด้านเหตุผลที่ทำให้เล่นหรือไม่เล่นพนัน กลุ่มแรกคือกลุ่มที่ไม่เล่นพนันก็มีเหตุผลที่หลากหลายเมื่อจัดเป็น 5 อันดับๆแรกหรือกลุ่มแรก คือ ตั้งใจว่าจะไม่เล่นอยู่แล้ว 70% มองว่าเป็นเรื่องผิดกฎหมาย 44% เป็นอบายมุข 28.8% พ่อแม่ผู้ปกครองห้ามไว้ 27.9% และไม่มีเงิน 24% ส่วนกลุ่มที่ตั้งใจจะเล่น คือก่อนการแข่งขันตั้งใจจะเล่นแต่เมื่อถึงเวลาจริงไม่ได้เล่น ลองมาดูว่าทำไมเขาถึงไม่ได้เล่นนะครับ ก็ปรากฏว่า 40% ของกลุ่มนี้บอกว่าไม่มีเงิน รองลงมาคือพ่อแม่ผู้ปกครองห้ามปราม มองว่าเป็นเรื่องผิดกฎหมาย 26.7 เป็นอบายมุข 22.2 ครูบา



อาจารย์ห้ามเล่น 20% ก็แสดงให้เห็นว่าพ่อแม่ผู้ปกครองนี้แหละคือปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการยับยั้งเด็กๆ ได้ เพราะว่าเขาเกี่ยวข้องกับเรื่องเงินด้วย และการห้ามปรามนี้เป็นเงื่อนไขสำคัญทีเดียว ในกลุ่มสุดท้ายที่ก่อนจะแข่งไม่ได้มีความตั้งใจจะเล่น แต่เมื่อถึงเวลาแข่งจริงเขาเล่น ลองมาดูว่าทำไมเขาถึงเปลี่ยนมาเล่น ส่วนใหญ่คือ 72% ของกลุ่มนี้ บอกว่าเขาเล่นแค่สนุกกับเพื่อน แล้วก็มีเพื่อนพี่น้องหรือคนรู้จักชักชวนให้ลงขันหรือว่ารวมเงินกันเพื่อเล่นการพนัน เห็นคนอื่นที่เล่นแล้วได้เงินครบ 21% เป็นกลุ่มที่เคยเล่นพนันมาก่อนอดใจไม่ได้ 17% ลองทำนายผลแล้วรู้สึกว่ามันถูกเยอะหรือแม่น ก็เลยหันมาเล่นพนัน อันนี้ก็มืออยู่ใกล้เคียงกันคือ 16.6%

ในเรื่องการใช้ข้อมูลประกอบการเล่นการพนัน พบว่า 91.5% ต้องใช้ข้อมูลประกอบการเล่นพนัน มาดูว่าได้ข้อมูลผ่านสื่อใด 44% โดยประมาณมาทาง facebook 35.9 มาทาง TV ดาวเทียมหรือเคเบิลทีวี 35% มาทาง Internet และอีก 32% ทาง web site ทางกลุ่ม Line 26.7 จะเห็นได้ Internet เริ่มมีบทบาทในเรื่องของการพนันมากขึ้นชัดเจน โดยเฉพาะในเรื่องของ Social Media เช่น facebook , Line โดย facebook มาเป็นอันดับแรก

เมื่อจำแนกกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่พนันโดยไม่ใช้เงิน กลุ่มที่ใช้เงินเล็กน้อยพอเป็นสีสันและกลุ่มที่เล่นพนันแบบเน้นการได้เสีย พบว่า ทั้ง 3 กลุ่มใช้สื่อประกอบการตัดสินใจทั้งนั้น คือ พนันโดยไม่ใช้เงินก็พบว่ามี 85% ที่ใช้ข้อมูลประกอบ กลุ่มที่ใช้เงินเล็กน้อยพอเป็นสีสันในการเชียร์ 91.8% ก็ใช้ข้อมูลประกอบ ส่วนกลุ่มที่เน้นเล่นแบบได้เสียเอาเงินเลย รวมๆ แล้วประมาณ 96% ใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เพราะฉะนั้นบอกได้ว่าข้อมูลต่างๆ มีบทบาท มีส่วนในการเสริมให้เกิดการเล่นการพนันชัดเจนมาก

เมื่อโฟกัสในกลุ่มที่เน้นการเล่นพนันแบบได้เสียเป็นหลัก เพราะเกี่ยวข้องกันธุรกิจพนัน เมื่อถามว่าในกลุ่มนี้เล่นผ่านทางช่องทางใดเป็นหลัก คือ เป็นช่องทางเดียวเป็นหลัก พบว่า web site มากที่สุด คือ 36.5% ถ้าย้อนกลับไปในอดีต จะพบว่า มีแนวโน้มที่เปลี่ยนไปเรื่อยๆ จนในที่สุดปัจจุบัน web site เข้ามามีบทบาทค่อนข้างมาก อันดับรองลงมาคือเล่นกับโต๊ะบอล มี 22.7% เล่นกันเองกับเพื่อนคนรู้จัก 20% เล่นผ่านโต๊ะบอลโดยคนเดินโพย 17% เมื่อถามว่า ในกลุ่มที่เล่นผ่านทาง web site มีช่องทางกรรับจ่ายเงินแบบใด พบว่า 51% ผ่านทางธนาคาร 28% เป็น true money 10% เป็นแบบเติมเงินมือถือ ส่วนในกลุ่มที่เล่นผ่านทางโต๊ะบอลเป็นหลัก พบว่า 72% เล่นโต๊ะบอลในละแวกบ้าน 14.8% เป็นตลาดในย่านการค้า 23% เป็นโต๊ะบอลรอบโรงเรียน อันนี้ก็แสดงว่าโต๊ะบอลมีการกระจายและก็ถึงเด็กๆ อยู่พอสมควรทีเดียว ในส่วนของวงเงินในการเล่นพนัน เราพบว่า 55% โดยประมาณใช้เงินในการเล่นพนันมากเกินกว่าที่

เขาคิดหรือตั้งใจเอาไว้ คือ ก่อนที่จะแข่งขัน มีน้องๆ 40.7% ตั้งใจหรือเตรียมเงินเอาไว้เล่นประมาณไม่เกิน 500 บาท ส่วน 26% ตั้งใจหรือเตรียมเงินเอาไว้เล่นประมาณ 501-1,000 สบายๆ ว่าส่วนใหญ่ คือ 66.7% เตรียมเงินไว้เล่นพนันอยู่ในระดับไม่เกินหนึ่งพันบาท เพราะว่ายังเป็นนักเรียนกัน แต่ภายหลังจากเราคำนวณจำนวนเงินที่เล่นจริงๆ พบว่า คนที่เล่นในระดับ 500 จนถึง 1,000 บาทจริงๆ แล้วไม่ใช่ 66.7% แต่เหลือเพียง 50.8 % ส่วนที่หายไปไปเพิ่มในระดับที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มที่เล่นมากกว่า 5,000 บาท ที่ในตอนสำรวจความตั้งใจของคนที่จะเล่นในระดับนี้มีแค่ 5% แต่ว่าสุดท้ายแล้วคนที่เล่นจริง มีถึงประมาณ 16% ก็คือเพิ่มขึ้น 11% วงเงินเฉลี่ยทั้งหมดที่ตั้งใจว่าจะเล่นมีอยู่ประมาณ 1,900 บาท แต่จริงๆ ที่พบก็คือเฉลี่ย คือ 3,000 เศษๆ ส่วนวงเงินสูงสุดจาก 30,000 เล่นจริงๆ ที่พบก็คือ 50,000 นอกจากนี้ในเรื่องของวงเงินยังเกี่ยวข้องกับจำนวนที่เฉลี่ยต่อการกู้ด้วย เราทำการสำรวจเป็นรอบๆ ว่ารอบแรกน้องมีการเล่นอย่างไร รอบ 16 ทีม มีการเล่นอย่างไร แล้วก็รอบ 8 ทีมจนถึงรอบชิงชนะเลิศมีการเล่นอย่างไร พบว่า เงินพนันเฉลี่ย 2 คู่มือแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นตามรอบการแข่งขันที่ลึกขึ้น ในส่วนของรอบแรกพบว่า 66% จะใช้เงินเล่นพนันเฉลี่ยแล้วไม่เกิน 200 ต่อคู่ ส่วนกลุ่มที่ใช้เงินพนันตั้งแต่ 500 บาทจนถึง 1,000 บาทและก็มากกว่า 1,000 บาท มีอยู่ 14.3% แต่พอไปดูรอบ 8 ทีมสุดท้ายจนถึงรอบชิงชนะเลิศจะพบว่ายอดเงินสูงขึ้น กลุ่มที่เล่นเฉลี่ยไม่เกิน 200 บาทจะลดน้อยลง จาก 66% เหลือประมาณ 49% แต่ไปเพิ่มในกลุ่ม 500 บาทถึงมากกว่า 1,000 บาท จาก 14% เพิ่มเป็น 22% โดยประมาณ ส่วนเงินเฉลี่ยถ้าดูเป็นรอบๆ เฉลี่ยแล้วในรอบแรกวงเงินพนันอยู่ที่ 350 บาท แต่จะเพิ่มขึ้นเป็น 480 บาทเมื่อเข้าสู่รอบ 16 ทีมสุดท้ายและก็เพิ่มเป็น 609 บาทในรอบ 8 ทีม จนถึงรอบชิงชนะเลิศ

ในเรื่องรูปแบบการเล่นพนันมีทั้งเล่นคนเดียว และรวมเงินกับเพื่อนๆ ที่เล่นคนเดียวมี 66% ที่มีการรวมเงินกับเพื่อนและก็เล่นพนันมี 40% ส่วนแหล่งที่มาของเงินที่เอามาใช้ในการเล่นพนันก็คือเป็นเงินเก็บของตัวเองเป็นส่วนใหญ่คือ 76% เป็นเงินที่ออมเพื่อใช้ในการเรียน 25% เงินจากการทำงานพิเศษ 22% จากการขายทรัพย์สินส่วนตัว 12% โดยประมาณ เงินที่ได้จากการพนันก่อนหน้าที่เคยเล่นประมาณ 11.5%

เมื่อถามว่า นอกจากเล่นพนันทายผลฟุตบอลยูโรแล้ว ในช่วงเวลาตอนนั้นเล่นพนันทายผลกีฬาประเภทอื่นที่ไม่ใช่บอลลูโร 2016 ด้วยหรือไม่ พบว่าในกลุ่มที่เล่นพนัน ครั้งหนึ่ง คือ 49% มีการเล่นพนันทายผลกีฬาอื่นควบคู่กันไป คือเป็น ฟุตบอลโคปาอเมริกา 29% วอลเลย์บอลเวิลด์กรังด์ปรีซ์ 12.5% มวย 11.2% นอกจากนี้เรายังถามว่า หลังถ้าจบฟุตบอลยูโรแล้วยังคิดว่าจะเล่นพนันทายผลกีฬาอีกหรือไม่ ก็พบว่า 9.8% มีเจตนาธรรมณที่ชัดเจนว่าจะเล่นต่อไปหลังจากจบยูโรแล้ว เมื่อถามว่าจะเล่นพนันอะไร พบว่า

ส่วนใหญ่เป็นฟุตบอล โดย พรีเมียร์ลีกเป็นที่นิยมมากที่สุด 65% ลาลีก้าสเปนรองลงมา แล้วก็มิไทยลีกด้วย ที่ 48%

เมื่อถามว่า การเล่นพนันประสบปัญหาอะไรบ้าง แต่เนื่องจากเราทำการสำรวจทันทีหลังจากที่การแข่งขันบอลยูโร 2016 จบลง เพราะฉะนั้นตัวเลขของผลกระทบหรือว่าปัญหาที่เกิดขึ้นอาจจะน้อย แต่ก็พบแนวโน้มว่ามีถึง 40% ที่ประสบปัญหาโดยที่เห็นชัดเจนก็คือเป็นเรื่องของการเสียการเรียน มีความเครียด 11% ถูกโกง 10% แล้วก็ยังมีปัญหาอีกหลายๆ อย่าง แต่ปัญหาที่ค่อนข้างน่าเป็นห่วง แม้จะมีตัวเลขไม่มาก คือ 56% ของคนที่เล่น มีหนี้สินจากการเล่นพนันเฉลี่ยแล้วอยู่ที่ประมาณ 2,000 บาทเศษๆ มี 4.5% ที่ถูกชู้กรรโชก ถูกทำร้ายร่างกายจากเจ้าหนี้ ทั้งที่การแข่งขันเพิ่งจบลงก็เริ่มเกิดขึ้นแล้ว เมื่อเกิดปัญหาแล้ว เขาขอความช่วยเหลือหรือเขาขอคำปรึกษาจากใครหรือไม่ พบว่า 50% ขอความช่วยเหลือหรือขอคำปรึกษาจากพ่อแม่ผู้ปกครอง 46% ขอความช่วยเหลือหรือคำปรึกษาจากเพื่อน และ 23% เป็นญาติพี่น้อง อย่างไรก็ตามเมื่อเราสอบถามต่อไปว่า ใครคือคนแรกที่คุณไปขอความช่วยเหลือหรือขอคำปรึกษาก็พบว่า เป็นเพื่อนนะครับ มาเป็นอันดับ 1 รองลงมาถึงจะเป็นพ่อแม่ผู้ปกครองและก็ญาติพี่น้อง มีส่วนที่ตอบว่าสายด่วนให้คำปรึกษาด้วยแต่ตัวเลขยังไม่มากนัก คือ 2.3% และก็มี 0.6 ที่มองเห็นที่นี้เป็นจุดแรกที่จะเข้าไปปรึกษาครับ เมื่อโฟกัสไปที่กลุ่มน้องๆ ที่มีหนี้สินที่มีประมาณ 2,000 เศษๆ นะครับ เมื่อถามถึงแหล่งเงินที่จะมาใช้หนี้ 24.2% ยังไม่รู้ว่าเอาเงินที่ไหนมาใช้หนี้ 42% เป็นการขอหรือยืมจากคนในครอบครัว 36.4% ยืมคนที่สนิท อาทิ เพื่อนหรือแฟน แล้วก็ยังมีวิธีการที่ไม่ค่อยถูกต้องนัก เช่น การหยิบยืมเงินทรัพย์สินในบ้านเอาไปขาย เอาไปจำนำ หยิบยืมเงินทรัพย์สินของคนอื่น หาเงินจากการเล่นพนันอย่างอื่นมาแทน อย่างไรก็ตามในกลุ่มที่ขอหรือยืมเงิน เมื่อสอบถามต่อไปว่าแล้วคนที่ให้ยืมหรือให้เงินมาใช้หนี้เขารู้ไหมว่าคุณกำลังเอาเงินไปใช้หนี้การเล่นพนันบอล ก็ปรากฏว่าเกินครึ่งก็คือ 53% ไม่ทราบว่าเงินที่เขาให้ไปนี้ถูกนำไปใช้หนี้พนัน

นี่คือภาพรวมๆ ของผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการรับชมและการเล่นการพนันท้ายผลฟุตบอลยูโร 2016 ในกลุ่มนักเรียนมัธยมปลายหรืออาชีวะครับ

รศ.ดร.นवलน้อย ตริรัตน์

ขอบคุณมาก อ.ธน จากศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ(SAB) ภาพจากการสำรวจ เราก็คงพอประเมินได้ว่าปัญหาเรื่องของการพนันในเด็กและเยาวชนยังไม่ลดลงเลย เทียบกับรอบฟุตบอลโลก

อาจจะมากกว่าเดิมอีก ตรงนี้เป็นประเด็นที่ต้องคิดว่า จะทำการรณรงค์เข้าถึงเด็กและเยาวชนมากขึ้น เข้าใจว่า อ.เอื้อจิต พร้อมแล้วเชิญเลยค่ะ อาจารย์



ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ กรรมการและเลขาธิการมูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา

ขอบคุณท่าน อ.นวนน้อยค่ะ สวัสดิ์ทุกท่านนะคะ ก่อนอื่นขอขอบคุณศูนย์ศึกษาปัญหาการพนันที่ได้เป็นผู้ชี้แนะ เป็นผู้แนะนำ และให้โอกาส มีเดียมอนิเตอร์ได้ทำงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีเดียมอนิเตอร์ก่อตั้งตั้งแต่ปี 2548 และได้ทำการศึกษาเรื่องสื่อกับเรื่องการพนันฟุตบอลมาตั้งแต่ ฟุตบอลโลก 2006 ฟังที่ อ.ธนา นำเสนอเมื่อสักครู่ กับผลการศึกษาในสื่อ ก็มีความสัมพันธ์กันอยู่ในที่เหมือนกัน ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันและการชิงโชค อันนี้เป็นสิ่งที่เราเพิ่มมาจากการศึกษาในอดีต ในบอลยูโร 2016 ศึกษาสื่อแทบจะทุกประเภท วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์กีฬาและสื่อ Online สำหรับวัตถุประสงค์ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาการพนันในทุกสื่อที่เราศึกษา ขณะเดียวกันก็ดูเรื่องการรณรงค์ต่อต้านการพนัน รวมทั้งการชิงโชคด้วย ในส่วนของ web site และ Page facebook เป็นการสำรวจโดยใช้คำสำคัญในการสำรวจสถานะว่ามี web link หรือว่ามี page facebook ที่เข้าข่ายประเด็นพนันที่เราทำการสำรวจมาน้อยแค่ไหน ขณะเดียวกันพอเราออกแบบการศึกษาไปแล้ว เราก็พบว่าสื่อในเครือใหญ่ๆ 2 เครือ คือเครือสยามสปอร์ต กับ เครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย เราพยายามมีเกณฑ์ในการเลือกสื่อ แนนอนที่สุด 3 ช่องที่ได้รับลิขสิทธิ์คือในกลุ่มช่อง 3 นี่ก็เป็นหน่วยในการศึกษาสำหรับสื่อโทรทัศน์ส่วนอีก 2 ช่องนั้นเป็นช่องที่ได้รับความนิยมในช่วงที่มีการสำรวจ คือ ช่อง 7HD กับช่อง workpoint และมี TV ดาวเทียมด้วย

สำหรับวิทยุ 2 คลื่น เป็นคลื่นที่เน้นในเรื่องกีฬา คือ FM 96 กับ FM 99 นะคะ แล้วเราก็เพิ่มตามทีที่เครือข่าย  
รณรงค์หยุดพนันได้แนะนำ คือ NR sport radio ซึ่งก็พบปรากฏการณ์ที่น่าสนใจซึ่งจะนำเสนอต่อไป ด้าน  
สื่อหนังสือพิมพ์ ศึกษา 4 ฉบับ จาก 4 กลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์ ยังมี หนังสือพิมพ์รายวัน 6 ฉบับ ซึ่งมี 5 ฉบับเป็น  
สื่อในเครือสยามสปอร์ต คือ สยามกีฬารายวัน สปอร์ตพูล สปอร์ตแมน สตาร์ชอคเกอร์ ตลาดลูกหนัง  
ฉบับที่ 6 คือ ฮอตสกอว์ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ online ส่วนสื่อออนไลน์ คือ เว็บไซต์กับเพจเฟซบุ๊ก จะเป็นการ  
สำรวจตามคำสำคัญที่สะท้อนระดับการพนัน เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาการพนันในสื่อที่ศึกษา  
คือ IPHG ซึ่งเป็นเครื่องมือเดียวกับที่ใช้ในการศึกษาเนื้อหาการพนันในฟุตบอลโลก 2014 สำหรับช่วงเวลา  
ที่ศึกษา แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือดู week แรกเลย เปิดสนามวันที่ 10 มิถุนายน 10-16 เราศึกษาเลย  
โดยศึกษาสื่อหลัก คือ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน ศึกษาวันเว้นวัน เป็นการสุ่มเลือก เพราะว่าถ้าเรา  
ศึกษาหมดผลการศึกษาเราจะออกช้ามาก ที่นี้มาดูคะ ใน week แรก วันที่ 10 12 14 16 สื่อ  
วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ศึกษาช่วงบ่าย 3 โมงถึง 5 ทุ่ม อันนี้เป็นตามเกณฑ์เดิมที่เราเคยศึกษา โดย  
ฐานคิดว่าผู้รับสื่อจะต้องการข้อมูลในช่วง 5-6 ชั่วโมง ก่อนที่จะดูถ่ายทอดสดในช่วง 5 ทุ่มถึงเที่ยงคืนเป็น  
ต้นไป การศึกษาครั้งนี้ พบว่า สมมติฐานนี้เปลี่ยนไป เพราะสื่อ online สามารถให้ข้อมูลคู่ขนาน หรือพร้อม  
ไปกับการถ่ายทอดสดได้เลย ผลการศึกษาในภาพรวม พบว่า ในบรรดาสื่อหลักนั้น สื่อวิทยุจะเปรียบ  
มากกว่าสื่ออื่นโดยเฉพาะวิทยุออนไลน์ ที่ค่อนข้างกล้าที่จะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการพนัน สำหรับสื่อ  
โทรทัศน์ โดยทั่วไปคือให้ข้อมูลระดับ I หรือ ข้อมูลข่าวสาร มากที่สุด และสูงสุดในวันที่ 12 เนื้อหาระดับการ  
ทำนายผลนี้แม้พบในทุกช่องแต่จำนวนค่อนข้างน้อย อัตราต่อรองพบใน TV ดาวเทียมมากกว่า TV ปกติ  
ในขณะที่วิทยุนี้ 2 คลื่นที่ศึกษาก็ให้ระดับข้อมูลหรือ I มากที่สุด การทำนายผลก็น้อยเช่นเดียวกัน อัตรา  
ต่อรองก็สูงสุดวันที่ 10 ซึ่งต่างจากโทรทัศน์ ไม่พบชี้ช่องการพนันในสื่อวิทยุหลักซึ่งเราฟังทาง online แต่ตัว  
วิทยุที่พบคือ NR sport radio ที่เครือข่ายแนะนำมา สถานีนี้ไม่มีผังรายการ เป็น Auto DJ เปิดเพลงเป็น  
หลักแล้วก็จะเข้มขันตอนที่พากย์สดด้วยลีลาการพากย์แบบเกรียนสุดๆ มีคำสองแง่สองง่าม คำผวน วิทยุนี้  
เปิดฟังที่หน้าเว็บไซต์ ซึ่งมี page facebook ด้วย บนหน้าเว็บไซต์จะแสดงว่า Sponsor เป็นใครซึ่งส่วนใหญ่  
เป็นเว็บพนันเพราะฉะนั้นเขาเอาแนวเกรียน แล้วการถ่ายทอดก็ไม่แน่นอน คือ ไม่ได้ถ่ายทอดทุกคู่ สำหรับ  
หนังสือพิมพ์รายวันการทำนายผลการแข่งขันจะมีสัดส่วนค่อนข้างน้อยกว่าการบอกอัตราต่อรองซึ่งก็ไม่ได้  
มาก ที่น่าสนใจ คือ การบอกอัตราต่อรองในช่วงที่เราศึกษานั้นพบใน 2 ฉบับเท่านั้นคือเดลินิวส์กับคมชัดลึก  
แต่พอมาถึงชี้ช่องการพนันพบฉบับเดียวคือเดลินิวส์ สำหรับการศึกษาในวันที่ 10 17 24 มิ.ย. และ 1 ก.ค.  
ซึ่งก็จะเห็นว่า วันที่ 24 เป็นการพักการแข่งขันข้อมูลก็ Drop อันนี้ก็ชัดเจนว่าให้ข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการ

ตัดสินใจ การศึกษาทุกสัปดาห์ จากวันแรกคือศุกร์ 10 มิ.ย. พบว่า สื่อโทรทัศน์เหมือนเดิม คือ เน้นการให้ ข้อมูลข่าวสาร การทำนายผลมีบ้าง ส่วน H พบที่ TV ดาวเทียม แต่พอเข้าพื้นที่การพนัน สื่อโทรทัศน์ไม่มี เลย สื่อวิทยุเหมือนเดิมคือให้ข้อมูลมากที่สุด P มีบ้างแต่น้อย อัตราต่อรองพบสูงในวันที่ 10 ส่วนเนื้อหาการ พนันพบที่ NR Sports Radio ช่องเดียว หนังสือพิมพ์รายวันเหมือนเดิม คือ ให้ I มากที่สุด P ก็พบน้อย ส่วน H เดิมมีเพียงเดลินิวส์กับคมชัดลึก พอรอบการแข่งขันงวดขึ้น พบในประเทศไทยด้วย พบมากในวันที่ 10 กับ 17 พอไปถึง G เหลือเดลินิวส์ฉบับเดียวหนังสือพิมพ์กีฬา เป็นสื่อที่มาแรงแข่งโค้งนี้ คือมีทั้ง H และ G กลุ่มที่ เล่น G จะเป็น 3 ฉบับนี้ และไม่พบเนื้อหาการรณรงค์ต่อต้านการพนันในหนังสือพิมพ์กีฬาเลย แต่พบใน วิทยุเป็นสปอตของสำนักงานสลากกินแบ่งเพื่อพัฒนาสังคม และมีผู้ดำเนินรายการพูดบ้าง หนังสือพิมพ์ รายวันพบบ้างแต่น้อย คราวนี้มาดูในเรื่องของการชิงโชคในสื่อวิทยุพบมีการให้โทรศัพท์เข้ามาเล่นเกมชิง โชค สื่อโทรทัศน์พบการชิงโชคแทบทุกวันพบมากที่สุดในช่องที่ได้ลิขสิทธิ์ คือ 3HD เป็นกิจกรรมชิงโชคตอบ คำถามทายผลฟุตบอล หนังสือพิมพ์รายวันพบในเดลินิวส์ฉบับเดียวเพราะมีการจัดกิจกรรมชิงโชคด้วยการ ส่ง SMS ทายผลการแข่งขัน ส่วนไทยรัฐพบการชิงโชคของบริษัทไปรษณีย์ไทย ที่ออกหน้าแทนไทยรัฐ ด้าน หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน พบเกือบทุกฉบับยกเว้นตลาดลูกหนังเพียงฉบับเดียว สื่อออนไลน์ คือ เว็บไซต์ และ เพจเฟซบุ๊ก ที่ใส่คำสำคัญ เพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงเชิงปริมาณ พบเว็บลิงค์ของคำสำคัญที่ สะท้อนระดับ I คือให้ข้อมูลมากที่สุด P เป็นอันดับ 2 พบมากในวันที่ 17 แล้วยังสูงขึ้นในวันที่ 1 ส่วน H กับ G เกาะกลุ่มกันในวันที่ 17 แต่ปริมาณน้อยมาก อันนี้ก็สอดคล้องกับงานศึกษาของ อ.ธน คือยิ่งรอบงวดขึ้น ก็พบเว็บลิงค์เพิ่มมากขึ้น ส่วนเพจเฟซบุ๊ก พบ I มากที่สุดน่าจะ P เป็นอันดับ 2 เช่นเดียวกัน เพราะว่า โดยทั่วไปแล้วจะเชื่อมโยงกันระหว่างเว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊ก อัตราต่อรองพบน้อยที่สุดในทุกวัน ส่วน page ที่ช่องการพนันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในรอบการแข่งขันที่งวดขึ้น ผลภาพรวมของสื่อทั้งหมด โดยสรุป ปรากฏว่า ช่วงวันแรกๆ ระดับ I สูง แล้วตัว P H G จะลดลงตามลำดับ การศึกษาครั้งนี้เป็นครั้งแรกที่มีเดียมอนิเตอร์ ศึกษาเพื่อดูแนวโน้มด้วย

ส่วนผลการศึกษาสื่อในเครือข่ายสปอร์ต ที่มีหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน 5 ฉบับ มีเว็บไซต์และก็มี เพจเฟซบุ๊ก ที่น่าสนใจ คือ ไม่พบ G ในสื่อออนไลน์ทั้งเว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊ก ขณะที่หนังสือพิมพ์กีฬากลับ พบ H และ G เพราะฉะนั้นหนังสือพิมพ์กีฬาน่าจะเป็นตัวอ้างอิงสำคัญ หนังสือพิมพ์กีฬาในเครือข่าย สปอร์ต ให้ I เยอะ P รองลงมา ส่วน H พบสูงวันที่ 17 และ G พบใน 3 ฉบับ ความเชื่อมโยงระหว่างสื่อใน เครือข่ายสปอร์ต พบเนื้อหาเดียวกันในสื่อของเครือทั้งสื่อกลุ่มเดียวกันและข้ามสื่อ เช่น ข่าวสารเดียวกัน โดยคอลัมน์นิสต์คนเดียวกัน ทั้งนี้อาจเพื่อความคุ้มค่าในการลงทุน และพบการ Position หนังสือพิมพ์กีฬา



รายวัน กล่าวคือ ฉบับหนึ่งมีเนื้อหาการพ่นค้อนข้างมาก ในขณะที่อีกฉบับเน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร และอีกฉบับเน้นในเรื่องของความคิดเห็น สำหรับสื่อในเครือสยามอินเตอร์มัลติมีเดีย ที่มี FM 96 กับ SMMTV ซึ่งเป็นทีวีดาวเทียม พบว่า SMMTV จะมี H กับ G ค่อนข้างสูง แต่ G นั้นวิทยุมากกว่า เรื่องการเชื่อมโยงระหว่าง SMMTV ดาวเทียม กับ FM sport radio นั้นมีรูปแบบรายการใกล้เคียงกัน คือ เน้นรูปแบบการเล่าข่าว คุยข่าว การวิเคราะห์ เนื้อหารายการก็ให้ข้อมูลทั่วไปเป็นหลัก มีการรายงานข่าวข้างสนามจากประเทศฝรั่งเศสโดยผู้รายงานคนเดียวกัน ที่น่าสนใจคือใช้ตัวดึงดูความสนใจคนเดียวกันคือ มีสเตอร์เอ็กซ์ โดยวิเคราะห์ในลักษณะการให้อัตราต่อรองหรือโอกาสการแพ้ชนะ ซึ่งจะออกอากาศทั้งวิทยุและโทรทัศน์ สรุปในภาพรวม อาจกล่าวได้ว่า ปริมาณเนื้อหาการพ่นในสื่อสิ่งพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน และสื่อออนไลน์ คือ เว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊ก จะเพิ่มขึ้นตามจำนวนคู่แข่ง วันที่พักการแข่งขันปริมาณก็จะน้อยทันที แต่ปริมาณเนื้อหาในสื่อวิทยุโทรทัศน์ไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนคู่แข่ง ที่น่าแปลกคือในสื่อวิทยุโทรทัศน์นั้นช่วงแรกปริมาณมากอาจจะเป็นเพราะว่าเน้นการให้ข้อมูล พอการแข่งขันเริ่มเดินไปพบว่าปริมาณเนื้อหาลดลงเหลือเพียงข่าวสารอาจเพื่อการวิเคราะห์ ช่อง 7HD กับช่อง workpoint นั้นให้เนื้อหาบอลยูโรน้อยมากๆ อาจเพราะไม่ต้องการ promote คู่แข่งขันทางธุรกิจที่วิตจริตอล นอกจากจะไม่เสนอแล้วยังเสนอเนื้อหาในเชิงแย้งซึ่งผู้ชมด้วย คือ ถ่ายทอดสดบอลเลย์บอล ส่วนสื่อในเครือสยามสปอร์ต วาง position เป็น 3 กลุ่ม ส่วนสื่อออนไลน์ พบเนื้อหา G ในพื้นที่โฆษณา สัดส่วน H และ G พบน้อยหรือไม่มีในสื่อหลัก อาจเพราะมีกลไกการกำกับดูแลชัดเจน คือ กสทช. ที่มีอำนาจปรับทางปกครอง จึงคิดว่าสื่อหลักคงไม่อยากเสี่ยง ในเรื่องของหนังสือพิมพ์รายวันที่จัดกิจกรรมชิงโชคจะมีเนื้อหาเรื่องการพ่นและการชิงโชคอาจจะเป็นว่าเดลินิวส์ต้องการแข่งขันกับคู่แข่งที่เลี้ยงไปใช้บริษัทไปรษณีย์ไทยทำหน้าที่ promote การชิงโชคแทน เดลินิวส์จึงจัดชิงโชคของตัวเองเลย การศึกษาไม่พบเนื้อหาต่อต้านพ่นบอลในสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์กีฬาในช่วงเวลาที่ศึกษา ส่วนสื่อในเครือเดียวกัน พบว่า เป็นการเพิ่มพื้นที่ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นความคุ้มค่าในการลงทุนเนื้อหาและตัวบุคคล ข้อเสนอแนะจากการศึกษาและการจัดกิจกรรมนำเสนอผลการศึกษาบางส่วนไปเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม ที่ผ่านมา อันดับแรก สื่อออนไลน์มีบทบาทมากในการให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจการพ่น การเร่งเร้าให้สนใจในเรื่องของการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นเรื่องชิงโชคหรืออะไรก็ตาม เพราะฉะนั้นต้องมีหน่วยงานภาครัฐที่เป็นเจ้าภาพหลัก ต้องมีหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบหลักในงานสร้างภูมิคุ้มกัน เช่น กระทรวง พม. กระทรวงศึกษาธิการ หรือแม้กระทั่ง กสทช. ซึ่งต้องเข้มงวดมากขึ้นกับสื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ที่ไม่ใช่สื่อหลัก นั่นก็คือ TVดาวเทียม วิทยุonline กสทช.ควรเป็นเจ้าภาพในการรณรงค์ต่อต้านการพ่นทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ ด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์ที่

เป็นระบบและดำเนินยุทธวิธีอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่พอถึงเทศกาลยูโรที่หรือบอลโลกที่จึงจะขยับตัว กสทช. ควรร่วมกับกระทรวง ICT หรือในอนาคต คือ กระทรวง DE สนับสนุนกิจกรรมเฝ้าระวังการพนัน ซึ่งไม่ได้หมายความว่าสนับสนุนมีเดียมอนิเตอร์ ถ้าเกณฑ์ IPHG มัน woke ต่อไป กสทช. ควรสนับสนุนการมอนิเตอร์โดยกลุ่มหลากหลาย อาจพัฒนา Application ที่สามารถ report วันต่อวันเลย ไม่ต้องทำเหมือนงานวิจัยของมีเดียมอนิเตอร์ที่ต้องใช้เวลา สื่อที่ดูจะมีประเด็นปัญหาก็คือสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ทุกวันนี้กำกับดูแลกันเองโดยสมาคมวิชาชีพ แต่การกำกับดูแลกันเองก็มีปัญหา สื่อสิ่งพิมพ์อาจจะต้องเสนอไปเลยว่าถ้ากำกับดูแลกันเองไม่ได้ ต้องใช้ระบบ Co Regulation อีก 2 ข้อสุดท้าย คือ สนช.ต้องเร่งปรับปรุงกฎหมายการพนันและการชิงโชค และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ต้องทบทวนบทบาทหน้าที่ ควรลดเรื่องการเพิ่มยอดขาย และเพิ่มความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ควรมีส่วนในกิจกรรมที่อาจสร้างนิสัยการพนันบอลได้



รศ.ดร.นวลน้อย ตริรัตน์

ขอบคุณคะ ก็มีเนื้อหาที่เข้มข้น ได้เห็นภาพของทุกสื่อ ต่อบทบาทต่อเนื่องของเรื่องการพนันในฟุตบอลยูโร คือเวลาของเราเหลือไม่มาก ดิฉันขอพูดสรุปที่ อ.เอื้อจิต พูดถึงเรื่องกฎหมายการพนันและชิงโชค ดิฉันอยากจะเรียนด้วยความเสียใจว่า มีร่างออกมาแล้ว แต่ร่างนี้มันยังมาจากด้านในความคิดแบบเดิมๆ ตั้งแต่อดีตไม่ได้เป็นร่างที่ทำให้เกิดการกำกับดูแลหรือควบคุมให้ดีขึ้น เพราะฉะนั้นร่างที่ออกมาถ้าผลักดันต่อไปดิฉันคิดว่าทุกคนคงอยากจะร้องไห้มากกว่า ดิฉันภาวนาว่าถ้าร่างเป็นอย่างนั้นก็อย่ากฎหมายนี้เลย ไม่มีประโยชน์ เพราะว่าร่างใหม่กลับให้ความสนใจกับการคิดค่าธรรมเนียมการอนุญาตให้มีพนัน แต่ว่าไม่มี concept ว่าจะทำอย่างไรที่จะทำให้เกิดการกำกับดูแลทำให้มันดีขึ้น ไม่ได้มีความคิดแบบนั้น เพราะฉะนั้นถึงไปที่ สนช. ก็คงไม่มีประโยชน์นะค่ะ เพราะว่า สนช. ก็คง ไม่รู้จะทำอย่างไร ถ้าจะรื้อกันทั้งร่าง ก็อย่าเข้าเสียเลยถ้าร่างมันเป็นแบบนี้ นั่นคือความเห็นส่วนตัวนะค่ะ ที่นี้ก็มาถึง คุณหมอม มธุรดา สุวรรณโพธิ์ ผู้อำนวยการสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ มานำเสนอสถานการณ์ผู้รับการรักษา ทางโทรศัพท์ สายด่วน 1323 ในช่วงฟุตบอลยูโร 2016



แพทย์หญิง มธุรดา สุวรรณโพธิ์ ผู้อำนวยการสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์

ในปี 2557 สายที่เข้ามารับคำปรึกษาปัญหาพหุนัยบอดในสายด่วน World Cup มีอยู่ประมาณ 184 สาย ส่วนที่โทรเข้ามาในช่วงไม่มีบอลลีอะไรสำคัญก็ ประมาณ 100 กว่าสาย ส่วนในปีนี้อยู่ถึงในบอลลีเรามีประมาณ 55 สาย แล้วก็สมทบมาเรื่อย ๆ ประมาณ 90 กว่าสายแล้วตอนนี้ เราพบว่าช่วง After Match คือหลังจากที่บอลลีจบแล้วหนึ่งยังไม่จบก็จะมีสายด่วนมาเรื่อย ๆ ช่วงที่ Peak ที่สุดคือช่วงที่ Match ตอนบอลลีโลก ปี 2014 ช่วง After Match จะขึ้นเป็น 3 เท่า ลักษณะของคนที่โทรศัพท์เข้ามาปรึกษา ถ้าเป็นพหุนัยอื่น ๆ ก็จะมีผลกระทบกับคนข้างเคียงค่อนข้างเยอะ คนที่เล่นเองต้องทรมานเองส่วนมากก็จะโทรศัพท์มาปรึกษาเอง แต่มีคนที่เป็นเพื่อนแนะนำมาบ้าง หรือได้รับสื่อจากอื่น ๆ ก็โทรศัพท์เข้ามา Case ส่วนมากจะเป็น Case ผู้ใหญ่ และเยาวชนที่เจอ 24 ปีตามสูตร ส่วนมากจะโทรศัพท์เข้ามาเอง พหุนัยบอลลีมีผลกระทบเยอะมีความทุกข์แล้วก็โทรศัพท์เข้ามา ไม่ใช่พหุนัยบอลลีอย่างเดียวมันจะมีพหุนัยอื่นร่วมด้วยเกินกว่า 70% จะเป็นพหุนัยที่หลากหลาย ๆ อย่างรวมกัน ไม่ว่าจะพหุนัยไหน ๆ ทั้งออนไลน์ต่าง ๆ รวมถึงห่วยล่อตเตอร์อะไรต่าง ๆ ด้วย เพราะฉะนั้นในช่วงที่มีกิจกรรมหรือช่วงที่มีสิ่งต่าง ๆ กระตุ้นทำให้ Peak มันขึ้นด้วย

เราพยายามที่จะรณรงค์ประชาสัมพันธ์เรื่องของเด็กและเยาวชน เด็กไม่โทรมาเลย ผู้ใหญ่ยังเริ่มจะขึ้น นี่ก็ After Match มาครึ่งเดือนก็คิดว่ามันเริ่มน่าจะขึ้น ทีนี้มาดูเด็กและเยาวชน พบว่าในช่วงที่มีเกมกีฬาบอลลีเกือบ 100% คือ ตั้งแต่ก่อนที่มีการ Warm เครื่องมาตั้งแต่แรก ๆ ช่วง 2 เดือนก่อนที่จะมีบอลลีโรขณะที่ผู้ใหญ่ก็ยังติดกันอยู่บอลลีน้อยมาก 1 ใน 4 แคนั้นเองผู้ใหญ่ก็จะรอลุ้นช่วง Match แต่เด็กมีอะไรก็เล่นหมด และ 100% จะโทรศัพท์เข้ามาปรึกษา ในช่วงที่มี Match จะต่ำลงมานิดหนึ่งอาจเพราะรอเก็บตั้พอถึง Match ก็จะมีปัญหา เพราะฉะนั้นในช่วงที่สื่ออะไรต่าง ๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะ

จะเป็นระดับทางด้านการเขียนกีฬาต่าง ๆ กับส่วนหนึ่งเพื่อนชวนหรือสิ่งแวดล้อมเอื้อก็ทำให้เด็ก ๆ มีปัญหาได้ค่อนข้างเยอะ เมื่อเปรียบเทียบกับพี่น้องอื่น ๆ แล้วพี่น้องอื่น ๆ น้อยมากเลย เพราะฉะนั้นเราน่าจะมาดูทางรณรงค์ในกลุ่มที่เป็นเยาวชน สูดทำทดลองเปรียบเทียบว่าใน Case ที่เข้ามารับการปรึกษาว่าลักษณะของเป็นอย่างไรบ้าง มันมีทฤษฎีว่าเด็กเองค้นเบรกกับคันเร่งสมองมันห้ามตัวเองไม่อยู่ ใครชวนไปหมดนะ Confirm ทฤษฎีนะคะ ตัวเลขอาจจะไม่ค่อยต่างกันมาก ในผู้ใหญ่ 35% ในเด็ก 36% ก็ต่างแค่ 1% นี่หมอกก็ว่ามันก็มีผลแล้ว แสดงว่าเด็กเวลาโทรศัพท์มาก็ถึงเลยอยู่พอสมควรอาจจะโดนบังคับมาหรือเปล่าโปรแกรมที่เราไปลงกับพ่อแม่ก็อาจจะมีส่วนทำให้เขาดึงเขากลับมาได้ คนที่ลังเลนะ ที่นี้มาดูกลุ่มที่ไม่สนใจอันนี้โดนบังคับมาแน่ ๆ เลย โทรมาก็ไม่ค่อยได้เรื่องอะไรหรอก เป็นผู้ใหญ่ 16% เด็ก 18% แสดงว่าค้นเบรกแกไม่มีเลยแกก็อยากเล่นอยู่เหมือนที่อาจารย์สอน บอกว่า ตอนแรกก็เล่น ๆ แต่พอ Match มากก็เล่น แล้วพอบอกโดนห้ามโทรมาก็ยังบอกว่ายังไม่ค่อยอยากเลิก ที่น่าห่วงคือผีพนันทั้งหลาย ผีไปอยู่ที่เด็กค่อนข้างเยอะ 9% ผู้ใหญ่ครึ่งผีครึ่ง ประมาณ 5% ตัวเลขเริ่มเห็นว่าถ้าเมื่อไรเริ่มติดตั้งแต่อายุน้อย ๆ เป็นผีตลอดชีวิตนะคะ แล้วก็คงจะต้องไปพบหมอในที่สุด เพราะมีผลกระทบมาก ๆ นะคะ คนที่เลิกได้ คือ ตัดสินใจแล้วว่าหาทางออกได้ด้วยตัวของเขาเอง เพราะเราไม่ได้บอกว่าเขาต้องทำอะไร แต่เขาเองแหละที่อยากจะเลิก ผู้ใหญ่มีโอกาสที่จะนำไปปฏิบัติมากกว่าในเด็ก ผู้ใหญ่ 14% เด็ก 9% เพราะฉะนั้นในยอดภูเขาน้ำแข็งก็พอจะทำให้เราเห็นว่าในส่วนของเด็กยังมีตัวที่เราต้องไปติดค้นเบรกให้เขา ส่วนผู้ใหญ่จะมีค้นเบรกรอบข้างไม่ว่าจะเป็นภรรยา ลูก ในการห้ามต่าง ๆ นา ๆ แต่เยาวชน ค้นเบรกต้องเยอะชนิดหนึ่ง ต้องติด Disk Brake เต็มน้ำมันเบรกดี ๆ ให้เขาเป็นกำลังใจให้พวกเราที่ดูแล

ในส่วนท้าย เราได้ทำเรื่องที่บอกว่าสื่อที่วัยรุ่นเข้าถึง เราก็ตั้งใจเข้าสู่วัยรุ่น หนังสือพิมพ์เราก็ไป สื่อวิทยุไม่เจอ มันมีชนิดหนึ่งคะอาจารย์อาจจะไม่ช่วงเวลา อาจารย์อาจจะไม่เจอนะคะในเรื่องของสายด่วนเรื่องพนันก็จะไปปรากฏใน FM 96 ในช่วงเวลาในบางรายการเท่านั้นเอง และก็เรื่องของ Net Idol ในการที่จะเข้าถึงเขานะคะ ก็ใช้คนเป็น ๆ ไม่ใช่ผีให้เห็นนะคะเพราะเรารู้แล้วว่าตัวเขานั้นแหละเป็นผี เราก้ใช้ตัวที่เป็น The Voice บ้างหรือว่าตัวที่เป็นเด็ก ๆ ของเขาในการที่จะทำหรือว่า To be number 1 Net Idol แล้วก็ในเรื่องของออนไลน์เข้าไป ก็สอดคล้องกันคะ ก็ขอนำเสนอประมาณแค่นี้คะ ขอขอบคุณคะ

รศ.ดร. นवलน้อย ตรีรัตน์

เราก้ได้เห็นภาพทางด้านบวกว่าถ้าจะเอาสื่อเข้าถึงเด็กและเยาวชนได้ก็คิดถึงสื่ออะไรที่เขามักจะรับชมรับฟังอยู่เสมอ เราฟังจากทางกรมสุขภาพจิตแล้ว มาฟังนักรณรงค์อีกคนหนึ่งซึ่งทำเยอะมากในรอบนี้กับทางเครือข่ายครอบครัว คุณธนากรคะ



นายธนากร คมกฤต ผู้อำนวยการเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน

ทำเยอะแต่ได้ผลน้อยกว่าคุณหมอ นะครับ ผมสรุปภาพประมาณนี้ การพนันฟุตบอลในภาพรวม เด็กไทยในยุคที่เราก้าวเข้าสู่ยุค 4.0 เรายัง 4.0 ไม่เต็มตัว 3 กว่า ๆ นะครับ มันต้องพบสถานการณ์ที่น่าสนใจของเด็กเยาวชนกับพนันฟุตบอลหลายเรื่อง ลองดูนะครับ

1 ตัวผลโหวตของทุกสำนักชี้ชัดกันว่าพนันเข้าถึงเด็กง่ายมาก คือ ไม่รู้ใครเป็นฝ่ายเดินหาใคร พนันเป็นฝ่ายเข้าหาเด็ก เด็กเป็นฝ่ายเข้าหาพนันเข้าถึงได้มากเข้าถึงได้ทั้งหมด ไม่ว่าจะปิดกั้นอย่างไรก็ตาม ก็หากันจนเจอ

2 เด็กไทยมีค่านิยมพนันสูงแต่มีภูมิคุ้มกันต่ำ ผลสำรวจของอาจารย์ธน ออกมาชัดเจนมากว่า เด็กของเราเห็นเรื่องพนันเป็นเรื่องปกติ การพนันฟุตบอลไม่ใช่เรื่องเสียหาย และก็ไม่ใช่การเล่นพนันกับเพื่อน แต่เล่นพนันแบบเล่นกับเจ้ามือกับโต๊ะพนัน เห็นว่าไม่ใช่เรื่องเสียหาย แล้วก็เล่นกันแบบเอาจริงเอาจังหวังได้หวังเสียชัดเจน ไม่ได้เล่นแบบเพื่อให้ลุ้นสนุก เล่นเพื่อหวังได้หวังเสียหวังเอาเงินชัดเจน แล้วก็เป็นเรื่องปกติ เล่นแบบไม่รู้สึกเกรงกลัวอะไรเท่าไรนัก กฎหมายกับเด็กเป็นเรื่องไกลตัวมาก เขาไม่ได้เกรงกลัวกฎหมาย เขากลับพ่อแม่มากกว่า กลับโรงเรียนมากกว่า และภูมิคุ้มกันต่ำ คือ เด็กของเราคิดแต่ในเรื่องได้ มีความเชื่อว่าเล่นพนันได้ง่าย ไม่ค่อยเห็นผลในด้านลบ ไม่เห็นผลในด้านของการเสียเท่าไรนัก เพราะฉะนั้น อันนี้เป็นประเด็นที่น่ากังวล เราพบว่าอันนี้เป็นสิ่งยืนยันว่ามีส่วนสนับสนุนอย่างยิ่งในเรื่องของการพนันกีฬาหรือพนันฟุตบอล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการชี้ช่องการโฆษณาช่องการพนันให้ ถึงแม้จะยังไม่ใช่เป็นคนบอกให้มันแต่ใช้พื้นที่ของคนอื่นในการโฆษณาช่องทางการพนัน ก็ถือเป็นการล่อให้พนันเช่นเดียวกัน Social Media น่าจะเป็นตัวที่มีผลมากขึ้น มีแนวโน้มอย่างชัดเจนที่จะมีส่วนในเรื่องของการสนับสนุนการพนันบอล เราพบว่าพนันบอลมีคุณสมบัติครบ 3 ประการที่เข้าข่ายเป็นการพนันที่อันตราย ผมใช้คำว่า ง่าย กระตุ้น และลุ้นทุกที พนันอะไรก็ตามที่มีคุณสมบัติครบ 3 ประการนี้ ถือเป็นการพนันที่เข้าข่ายการพนันที่อันตราย คือ เข้าถึงง่าย ผลสำรวจชี้ชัดว่าเด็กของเราเข้าถึงพนันง่ายมาก มีสิ่งแวดล้อมรอบตัวที่กระตุ้นเรื่อง

ของการพนัน เรื่องของสื่อก็ตามเรื่องของเพื่อนก็ตาม เรื่องของคนใกล้ชิดเป็นแบบอย่างเป็นตัวเราให้เด็ก เรื่องของการอยากเล่นพนัน และพนันฟุตบอลมีลักษณะของการลุ้นทุกที แข่งเยอะ แข่งบ่อย ยิ่งถ้าเป็นการ เล่นพนันทาง Real Time ยิ่งมีการลุ้นมากมาย เปิดหัวข้อของการพนันอยู่เรื่อย ๆ ไม่ได้เป็นแค่การทายผล การแข่งขันเพียงแค่นั้น

3. ข้อสุดท้าย วงการการพนันเทียบกับวงการพนันหรือห้ามปรามอย่างพวกเราเทียบกันไม่ได้เลย เขาเหมือนเป็นระดับมืออาชีพ ถ้าเทียบจริง ๆ เขาอยู่ระดับหัวแถวคือระดับแนวหน้า แต่พวกเราที่เป็น การพนันเป็นวงการห้ามปราม เหมือนกับระดับสมัครเล่น กลายเป็นที่มอดก๊าก ด้วยเข้าไป เทียบไม่ได้ทั้งการทำงาน การลงทุน การมีทรัพยากร ถ้าเทียบตามความเป็นจริง วงการการพนันเทียบเป็นที่ระดับบุญทุ่มมี เงินซื้อทุกอย่างได้อย่างมากมาย ในขณะที่วงการพนันอย่างพวกเราเรา แทบจะไม่มีเงินไปซื้อตัวนักเตะ เก่ง ๆ ซื้อพื้นที่ซื้อสนาม ซื้อเวลาในการพนัน แต่ใช้หัวใจ ใช้จิตอาสา ใช้นักฟุตบอลอาสาสมัคร ถ้า เปรียบเทียบแล้วการทำงานของฝ่ายพนันกับฝ่ายพนันไม่ให้เล่นพนันมันยังมีความแข็งแกร่งที่ต่างกัน เยอะมาก

นี่เป็นข้อเสนอของผม ประมาณนี้ เป็นข้อสรุปจากหลาย ๆ วงหลาย ๆ เวที เป็นข้อเสนอที่มองว่าถ้า เราจะขับเคลื่อนต่อเราต้องทำอะไร เราพบว่าถ้าจุดพนันฟุตบอล

1 คือการพนันต้องไม่หยุดเพราะที่ผ่านมามีการพนันคือว่าเบาบางเกินไปและยังมีเพียงแค่พวก เราเท่านั้นที่เป็นฝ่ายที่ทำหน้าที่ในการพนัน ฝ่ายอื่นยังมีส่วนร่วมในการพนัน สร้างความตื่นตัวในการ ต้านการพนัน ถือว่าน้อยมาก เราก็อยากให้มีการพนันที่ต่อเนื่องเพื่อไม่ให้สังคมตก มีใครบ้าง ผมจะ ชวนใครบ้าง

2 เราต้องสร้าง ความรู้เท่าทันการพนัน หรือ Gambling Literacy ที่ไม่ใช่เพียงแค่การพนันที่สร้าง เฉพาะในหมู่คนทำงาน เราต้องพยายามให้เรื่องของ Gambling Literacy เข้าสู่ระบบหลักให้ได้ เข้าสู่ระบบ ครอบครัวยุค เข้าสู่ระบบโรงเรียน หรือเข้าสู่ระบบชุมชน ผู้นำชุมชนทั้งหลายต้องมีกระบวนการส่งต่อความรู้ที่ รู้ทันพนันให้แก่ผู้นำชุมชนให้แก่ศูนย์พัฒนาการเรียนรู้อาเซียน ฯลฯ ให้มากขึ้นมากขึ้น อันนี้เป็นเรื่องที่ต้องมี 4 กระทรวงหลักที่เราต้องชวนมาเป็นเจ้าภาพรับผิดชอบร่วมกัน คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องของการพนัน เรื่องของการสร้าง Gambling Literacy ต้องเชิญกระทรวงศึกษาธิการเข้ามาดู เรื่องของระบบการเรียนรู้อาเซียนและระบบกิจกรรมในโรงเรียน เชิญกระทรวง พม. ที่ทำเรื่องครอบครัว เรื่องความ มั่นคงของมนุษย์ เราพูดกันมาหลายปีนะครับว่าเรื่องของความมั่นคงของมนุษย์นี่การพนันเป็นเรื่องหนึ่งของการ บั่นทอนความมั่นคง กระทรวง พม. จึงต้องมาเป็นเจ้าภาพ แล้วก็กระทรวงสาธารณสุขที่ทำอยู่แล้ว กรม สุขภาพจิตทำเรื่องนี้อยู่แล้ว ก็ต้องขอให้กระทรวงสาธารณสุขทำงานต่อเนื่อง ต้องได้รับการสนับสนุนมาก ขึ้น ต้องได้รับความสำคัญมากขึ้นจากรัฐบาล กสทช. ต้องมีบทบาทมากกว่านี้ ไม่ใช่มาเฉพาะช่วงที่ถึง ฤดูกาลแล้วค่อยออกมาบังคับ กสทช. อาจต้องออกระเบียบในเรื่องของการพนัน ต้องมีข้อมูลผูกพันว่าถ้าสื่อ ที่ได้สิทธิ์ในการถ่ายทอดสด สื่อที่ได้สิทธิ์พิเศษทั้งหลายทั้งปวง ต้องมีภาระผูกพันว่าต้องพนันหยุดพนัน



ด้วย สื่อต้องร่วมรับผิดชอบด้วย ส่วน สสส. กับ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ต้องมาเป็นฝ่ายสนับสนุน เสิร์มให้กระบวนการทำงานของทุกภาคส่วนมีทรัพยากรในการทำงานมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นกระทรวงกีฬา กระทรวงศึกษา กระทรวง พม. กระทรวงสาธารณสุข อาจต้องมีบางอย่างที่ใช้งบประมาณที่อยู่นอกงบประมาณราชการ กองทุนสลากกินแบ่งรัฐบาลก็ควรมีส่วนร่วม ส่วนในระยะยาว ถ้าจะแก้ปัญหาเรื่องอบายมุข ต้องหวังให้ตำรวจแข็งแกร่งขึ้น หวังให้การปฏิบัติงานของค่าปรับมีความผิดมากขึ้น เพราะอันนี้เป็นสิ่งที่ภาคเอกชนหรือภาครัฐส่วนหนึ่งทำไม่ได้ หวังในเรื่องการปฏิรูปตำรวจ เพื่อมีผลต่อการปราบปรามการพนัน และต้องแก้ พ.ร.บ.การพนันให้ไม่มองพนันเป็นประโยชน์ แต่ต้องมองพนันเป็นปัญหา คือ วิธีคิดของนักพนันมองว่าการพนันเป็นประโยชน์ การคิดเอาประโยชน์จากการพนัน คือ วิธีคิดแบบพวกเอาเงินใช้ใหม่ เราวิจารณ์ว่าสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นลักษณะของการติดการพนันของรัฐ รัฐพิมพ์สลากยัดเยื่อเพื่อให้ได้เงินการพนัน ถ้าเราแก้ พ.ร.บ. พนันบนฐานคิดว่าเอาการพนันไปเป็นประโยชน์ที่จะแสวงหา เอาการพนันที่อยู่ใต้ดินขึ้นมาบนดินเพื่อให้เก็บภาษีได้ เพื่อให้เกิดการเก็บค่าธรรมเนียมได้ วิธีคิดของการเห็นพนันเป็นประโยชน์แต่ว่าจริงๆแล้วสิ่งที่เราต้องการ คือ ให้นักพนันเป็นปัญหา และต้องการการควบคุม ต้องการการจำกัดความคิด มันต่างกัน มันต้องแก้เพื่อให้สังคมเห็นความชัดเจนว่า พนันเป็นปัญหาไม่ใช่พนันเป็นประโยชน์

สุดท้ายครับ ทางฝ่ายขับเคลื่อนมีแผนว่าเราจะเดินทางไปหา สปท. ฝากให้กรรมาธิการการกีฬาของ สปท. รับภารกิจขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม ไม่ว่าจะรัฐธรรมนูญจะผ่านหรือไม่ผ่านก็ตาม เราก็จะไปที่ สปท. ไว้ก่อน

ความเห็นจากผู้เข้าฟังการอภิปราย



ความเห็นที่ 1

เรื่องการพนันเป็นเรื่องที่ทำให้สุขภาพจิตของคนเสีย เรื่องนี้ผมว่าน่าจะเป็น กทม.

ความเห็นที่ 2

วันนี้มาในนามลูกเลี้ยง ICT เพราะดูแล้วมีแต่เครือข่ายชุมชน ปรากฏว่ามีภาครัฐมาคนเดียวก็คือ ตำรวจก็ไม่แน่ใจว่าไปอยู่ สปท. หรือ ICT เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ Operator กวาดล้างเว็บไซต์พนันบอลที่ สระแก้ว ด้วยการบูรณาการกันของ กสทช. CAT TT&T TOT ปรากฏว่าไปถึงสระแก้ว เสาดันสุดท้ายของ ประเทศไทย มีสายลากไปฝั่งโน้น กสทช. งงเลย กสทช. บอกว่าเป็นอินเทอร์เน็ตไม่ได้อยู่ในความรับผิดชอบ ของ กสทช. อ้าวแล้วสายใคร CAT ก็ตอบไม่ได้ True ก็ตอบไม่ได้แต่จริง ๆ เป็นของ TT&T แต่ True เป็นผู้ ให้บริการอินเทอร์เน็ตตามว่าสายที่ลากข้ามแดนไปใครเป็นคนรับผิดชอบ ปรากฏว่าวันนั้นข้ามไปจนจะถึง ปลายสายได้ เพราะทหารกองกำลังบูรพาเขาประสานให้ ณ ปัจจุบัน ปัญหาของเว็บพนัน คือ 1 บัญชีที่ได้ เป็นบัญชีม้า 2 บัญชีที่ได้เป็นทางฝั่งโน้นหมด เมื่อก่อนมีแค่มาเลเซียกับกัมพูชา ปัจจุบันมีสิงคโปร์ มี ฟิลิปปินส์ด้วย และที่เป็นปัญหามากที่สุด คือ เรื่องของข้อมูล พอเราได้ IT มาเป็นของเมืองไทยหรือได้เบอร์ โทรศัพท์ Call Center มาปรากฏว่า พอขอข้อมูลไปเพื่อที่จะดูว่าพื้นที่หรือ Area การใช้ภาษาดำรงเขา เรียก Check Bill คือ Area ที่ใช้โทรศัพท์หมายเลขนั้นอยู่ประจำ ปรากฏมันเกินกว่า 90 วันที่เขาเก็บไว้ตาม พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ มันก็เลยทำให้ทางเราทำงานไม่ได้ การที่จะได้ข้อมูล เพื่อการตรวจเช็ค ตำรวจต้องฆ่า กันเองหมดแล้ว ถ้ามองถ้าเผื่อท่านเป็นเจ้าหน้าที่ DTAC , AIS ท่านจะต้องรับเท่าไรจากผมเพื่อที่จะเอา ข้อมูลลูกค้าให้ผมแลกกับความมั่นคงในการทำงานของท่าน ช่วยหน่อยเถอะทางราชการทั้ง ๆ ที่ข้อมูลที่ได้มาไม่สามารถใช้เป็นพยานหลักฐานในการนำสู่ขึ้นศาลได้ เป็นเพียงแค่ข้อมูลการสืบสวน แต่สมมุติว่า เป็นเจ้าหน้าที่ของผู้ให้บริการเครือข่าย พี่เดี่ยวผมดูเลยอย่างนั้นอย่างนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูล เท่าไรถึงจะคุ้มกับ ตำแหน่งหน้าที่การงาน ถ้าออกมาเนี่ยจบเห่เลยทั้ง ๆ ที่เขาก็ยังช่วยงานของราชการแต่เรื่องข้อมูลนี้เป็น อะไรที่ยากมากเพราะว่ามันไม่มีบทลงโทษ มีแต่ว่าไม่จัดเก็บข้อมูล 5 แสน แต่ไม่ส่งข้อมูลให้ตำรวจหรือ พนักงานเจ้าหน้าที่ตาม พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์น่าจะปรับสักล้านหนึ่ง ถ้ามองว่าให้ใครปรับให้หน่วยผมนี้ครับ คือ ที่เล่าไปเป็นประสบการณ์ที่เกิดปัญหาในการทำงานเท่านั้น ไม่ใช่เราไม่ทำ เราทำครับ แต่ด้วยความที่เรา ไม่มีพื้นที่รับผิดชอบ และอีกปัญหาหนึ่งที่เกิด คือ ตอนฟุตบอลยูโรผมลงพื้นที่ไปจับโต๊ะบอลที่จังหวัด อำนาจเจริญ ผมไปตั้งแต่ศรีสะเกษ ซึ่งก่อนหน้ามี คสช. ศรีสะเกษมีเยอะมาก อุบลเยอะมาก แต่ผมหาไม่ เจอ ผมไปเจอที่อำนาจเจริญ ไม่ได้เจอโต๊ะพนันบอลครับ ไปในร้านเกมไปเจอเด็ก ม. 5 อายุ 17 เปิดดูราคา ต่อรอง แต่ผมจับเขาไม่ได้ เพราะมีอาญาเรื่องของการจับเด็ก ปัญหามันเยอะมาก ผมจะต้องเรียกคนโน้น คนนี้มาช่วยสอบ ผมจะต้องส่งศาลไปตรวจสอบการจับว่าถูกต้องไหม ซึ่งผมก็จุกเหมือนกัน ผมก็เลยเอา ใหม่อื่นๆเอามาจากไหน คือไม่จับเขา แต่ถามข้อมูลจากเขา พอเราไม่จับเขาปั๊บ เราก็ควบคุมตัว เขาไม่ได้ เราก็ได้แค่ถาม ถ้าเด็กไม่ตอบ ทำอะไรไม่ได้ครับ ถ้ามองว่าผมจับแล้วจะให้ห้องที่ ห้องที่ก็ตาเหยียดจับ

เด็กมาทำไม่ห้องซังจะปิดแล้ว แล้วคืนนี้ทั้งคืนใครจะเฝ้า เพราะเด็กเข้าห้องซังไม่ได้ พงุ่นนี้เช้าจะต้องไปที่ ศาลไปตรวจสอบการจับของผมว่าถูกต้องไหม เพราะฉะนั้นก็เลยก็ปล่อยเด็กไป แต่ก่อนปล่อยก็อบรมเขากะโหลกอะไรไปต่อมิอะไร พอปล่อยเด็กไป ที่เหลือก็เป็นเรื่องของครอบครัวที่จะล้อมรั้วให้เขา เพราะว่าผมทำได้แค่นั้นจริง ๆ ผมก็อยากจับนะเด็ก เพราะผมได้ผลงาน แต่จับไปขึ้นศาลถูกปรับพันเดียว เป็นผู้เล่นถูกปรับพันเดียว แต่ความรู้สึกของเด็ก อันนี้ผมใช้หลักนิติศาสตร์อย่างเดียว พอตีผมจบรัฐศาสตร์มา ก็มีประสบการณ์ในการทำงานที่เป็นปัญหามาแล้วให้บรรดาพี่ ๆ และก็อาจารย์ผู้ดำเนินรายการได้ฟังครับผม สำหรับผมก็มีเพียงเท่านี้ถ้ามีอะไรเพิ่มเติมก็ค่อยว่ากัน อย่างไรก็ตามผมรบกวนฝากเตือนน้อง ๆ เด็ก ๆ ด้วยนะครับว่าบัญชีธนาคารหรือบัตรเครดิตประชาชน เวลาจะส่งทางออนไลน์ อย่าโชว์ให้ใครดูเลขบัตรประชาชน ลบวันเดือนปีเกิด อันตรายที่สุด อีกอัน คือบัตร True Money ขอขอบคุณครับ

### ความเห็นที่ 3

เสริมคุณธนากร เรื่องของกระทรวง พม. เราจะต้องเข้าช่องทางกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว และส่วนของบริบทของที่คนเล่นฟุตบอลตอนนี้พื้นที่ของแต่ละชุมชนก็มีหมอมานี่มันก็แก้ปัญหาไม่ได้ถึง 50% ด้วยซ้ำมันอยู่ที่คนจะอยู่ที่คนเล่นมันแก้ไม่ได้เพราะว่าเขาไปสร้างหนี้ไว้เอง เสริมเท่านี้ค่ะขอบคุณ

### ความเห็นที่ 4

สรุปแล้วนะคะพื้นฐานครอบครัวสำคัญที่สุดที่จะช่วยดูแลสร้างภูมิคุ้มกันด้านทานให้ลูกหลาน จะทำอย่างไรให้ 4 กระทรวงเห็นความสำคัญโทษพิษภัยของการพนันที่มันจะทำให้ประเทศชาติให้ประชาชนลำบากขึ้น ให้เขามาเป็นเจ้าภาพ ให้เขาเห็นความสำคัญของเรื่องการพนันและเอาหลักสูตรเอาข้อมูลต่าง ๆ ลงไป อย่างทุกวันนี้มีการให้เข้า Course เตรียมตัวเป็นพ่อแม่ เมื่อก่อนคิดว่าพื้นฐานการปลูกฝังเด็กน่าจะเริ่มตั้งแต่อนุบาลให้ความรู้ถึงโทษพิษภัยของการพนัน แต่คราวนี้คิดว่าต้องถึงพ่อแม่เข้า Course อบรมการเป็นพ่อแม่กลมเกลียวปลูกฝังลูกให้รู้ถึงโทษพิษภัยของการพนัน สรุปแล้วพื้นฐานครอบครัวพ่อแม่นี้แหละสำคัญที่สุดที่จะเป็นภูมิคุ้มกันที่สร้างให้ลูกของตัวเอง เราจะหวังภาครัฐนี่คงลำบากแล้วเราจะทำอย่างไรให้ 4 กระทรวงหลักเขาเห็นความสำคัญแล้วก็มาช่วยที่เราธรณรงค์

รศ.ดร.นวลน้อย ตีรวิรัตน์

ไม่มีใครเพิ่มเติมแล้วนะคะ เรื่องนี้เป็นเรื่องระยะยาว เพราะเดี๋ยวนี้ มีการแข่งฟุตบอลตลอด จบบอลยูโร ก็จะมีพรีเมียร์ลีก ไทยลีกซึ่งเพิ่มมากขึ้น การมีกระทรวงเจ้าภาพด้านกีฬาทำเรื่องนี้ คงเป็นเรื่อง

ที่มีความสำคัญ ดิฉันคงไม่สรุปอะไรมากเพราะว่าคุณธนาคารช่วยสรุปให้แล้วว่าตั้งแต่ต้นว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องที่ต้องทำต่อไป เรื่องสื่อซึ่งมีบทบาทสำคัญเช่นเดียวกัน ต้องให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ เช่น สื่อออนไลน์ทั้งหลาย เรื่องการเงินนี้อาจต้องจัดเวทีทางการศึกษาให้มากขึ้นว่า การออกบัตรอะไรทั้งหลาย ต้องมีความรับผิดชอบหรือต้องมีการกำกับดูแลอย่างไร เพื่อไม่ให้เอาไปใช้ในเรื่องที่เกิดกลายเป็นสื่อการเล่นพนันได้ กระทรวงสาธารณสุข ก็เป็นความหวังมากเลย ต้องทำต่ออย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่ทำแค่ในกระแส ประเด็นหนึ่งดิฉันคิดว่า เรื่องพนัน เป็นเรื่องที่บางคนไม่ค่อยอยากศึกษา สสส. ที่ปัจจุบันดูเรื่องของสุขภาวะ ก็ให้เรื่องการเล่นพนันไปพ่วงกับสุขภาวะอื่น ๆ ที่ไม่ดี ที่เป็นปัญหาด้านสุขภาพ ดิฉันคิดว่า ไม่ว่าเราจะขอให้มีการปราบปรามอย่างไรก็ตาม งานหลักที่จะต้องทำให้เราสามารถที่จะควบคุมเรื่องพนันได้คือเรื่องของการสร้างภูมิคุ้มกัน ที่มีเรื่องการรณรงค์เป็นหัวใจ ที่สำคัญมาก ๆ ต้องทำอย่างต่อเนื่อง เราก็เป็นคนในกลุ่มที่น้อยมาก ๆ เราก็ต้องช่วยเหลือกัน สนับสนุนกำลังใจซึ่งกันและกัน

ขอขอบคุณทุกท่านที่มาร่วมกันแลกเปลี่ยนในวันนี้ ขอขอบคุณวิทยากรทุกท่าน



.....

## 2. Press Release

### 2.1 เอกสารเผยแพร่ส่งสื่อมวลชน เมื่อวันที่ 1 ก.ค.59

<p>โครงการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์ Media Monitor มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา (Foundation for Media Studies )</p>	<p>เลขที่ 10 ห้องที่ 10 ถนนพหลโยธิน ซอย 3 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์/โทรสาร 02-279-9173 Email: mediamonitorth@gmail.com www.mediamonitor.in.th</p>
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"><div data-bbox="284 707 450 869"><p>Media Monitor</p></div><div data-bbox="593 730 759 869"><p>สสส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ</p></div><div data-bbox="801 779 1375 842"><p>โครงการสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)</p></div></div>	

มีเดียมอนิเตอร์เสนอผลการวิเคราะห์เนื้อหาการพนันบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน



ในช่วงเทศกาล บอลยูโร 2016 ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่วันที่ 10 มิถุนายน ที่ผ่านมา กล่าวได้ว่า หนังสือพิมพ์กีฬา เป็นสื่อหนึ่งที่ผู้สนใจในการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 ใช้เป็นช่องทางในการติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน จากการศึกษาในเบื้องต้น หรือ ช่วงครึ่งทางของการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 มีเดียมอนิเตอร์ พบว่า โดยภาพรวม หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน 6 ฉบับที่ศึกษา มีเนื้อหาที่ชี้ช่องการพนันในจำนวนที่น้อยกว่า เนื้อหาที่ให้ข้อมูลเพื่อการพนัน ทั้งพบว่า จำนวนคู่การแข่งขันต่อวัน กับ

ความมวดของรอบการแข่งขัน มีผลต่อความเข้มข้นของเนื้อหาเกี่ยวกับการพนัน ที่น่าสนใจคือ ไม่มีหนังสือพิมพ์กีฬารายวันฉบับใด นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการต่อต้านการพนัน แต่พบข้อมูลการชิงโชคที่เกี่ยวข้องกับบอลยูโร 2016 ในบางฉบับ

หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน 6 ฉบับ ที่เป็นหน่วยการศึกษา คือ สยามกีฬารายวัน สปอร์ตพูล สปอร์ตแมน สตาร์ชอคเกอร์ ตลาดลูกหนัง และ ฮอตสกออร์ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์กีฬาออนไลน์ โดยสุ่มทำการศึกษาระดับวันที่ 10 , 17, 24 มิถุนายน และ 1 กรกฎาคม 59 (ยึดวันที่บนหัวหนังสือพิมพ์) ส่วนเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหา เป็นเกณฑ์เดียวกับที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันในฟุตบอลโลก 2014 คือ เกณฑ์ I P H G ที่

I = Information หรือ ข้อมูลทั่วไป เช่น ตารางการแข่งขัน ข่าว/ข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขัน

P = Prediction เป็นการคาดการณ์ หรือ การทำนายผลการแข่งขัน อย่างไม่ระบุเหตุการณ์แพ้ชนะ

H = Handicap เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ แนวโน้มการแพ้ชนะ อัตราต่อรอง สัดส่วนความได้เปรียบเสียเปรียบ

G = Gambling เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพนันบอล เช่น แหล่งรับพนัน หมายเลขบัญชี วิธีการพนัน

ผลการศึกษาหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน 6 ฉบับ ในวันศุกร์ที่ 10 และ วันศุกร์ที่ 17 มิถุนายน 59 (วันที่ตามระบุในหัวหนังสือพิมพ์) โดยจำแนกนับเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบอลยูโร 2016 เพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนกับเนื้อหาอื่นในฉบับเดียวกัน พบว่า ในช่วงเพียง 1 สัปดาห์หลังเปิดการแข่งขัน เนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 กลายเป็นเนื้อหาหลักของหนังสือพิมพ์กีฬารายวันทุกฉบับที่ศึกษา โดยในวันที่ 10 มิ.ย.59 ฮอตสกออร์เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีสัดส่วนเนื้อหามากที่สุด แต่พอวันที่ 17 มิ.ย. 59 สปอร์ตพูลมีเนื้อหาบอลยูโรเมื่อเทียบกับเนื้อหาอื่นในฉบับเดียวกันเป็นสัดส่วนมากที่สุด อย่างใกล้เคียงกับฮอตสกออร์

เมื่อนำเกณฑ์ IPHG มาวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของเนื้อหาในวันที่ 10 และ วันที่ 17 มิ.ย. 59 สรุปได้ว่า สัดส่วนเนื้อหาทั่วไป หรือ I นั้นฮอตสกออร์มีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด ทั้งเพิ่มขึ้นตามเวลาด้วย คือ วันที่ 10 พบร้อยละ 33 วันที่ 17 พบร้อยละ 46

เนื้อหาเชิงคาดการณ์การแพ้ชนะ อย่างไม่ระบุอัตราหรือจำนวนประตู หรือ P นั้น ในวันที่ 10 มิ.ย. 59 พบ ฮอตสกออร์มีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด เมื่อเทียบกับเนื้อหาอื่นของฉบับ แต่พอวันที่ 17 มิ.ย. 59 พบว่า สตาร์ชอคเกอร์มีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุดเมื่อเทียบกับเนื้อหาอื่นในเล่มเดียวกัน ทั้งนี้ จากผลการวิเคราะห์ในรายคอลัมน์ พบว่า เหตุที่สัดส่วน P ลดลง เพราะเปลี่ยนไปเป็นเนื้อหาประเภท H แทน

H คือ เนื้อหาที่คาดการณ์อย่างบอกอัตราต่อรอง หรือประตูการแพ้ชนะ ในวันที่ 10 มิ.ย. 59 สปอร์ตแมนมีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุด เมื่อเทียบกับเนื้อหาอื่นในเล่มเดียวกัน ขณะที่สตาร์ชอคเกอร์ไม่พบเนื้อหาส่วนนี้ แต่ใน



วันที่ 17 มิ.ย. 59 ตลาดลูกหนัง กลับมีเนื้อหาส่วนนี้มากที่สุดเมื่อเทียบกับเนื้อหาอื่นในเล่มเดียวกัน ทั้งยังพบว่า ตลาดลูกหนัง สปอร์ตพูล และสปอร์ตแมน มีเนื้อหาของอัตราต่อรอง และแนะนำการลงข้างพันฟุตบอล เช่น แนะนำให้รอง ให้ต่อทีมใดทีมหนึ่ง ในสัดส่วนที่มากกว่าฉบับอื่นๆ

สำหรับ G หรือข้อมูลที่แจ้งแหล่งรับพัน วิธีการพัน ถ้อยคำ/ภาษาในการพัน พบไม่มากนัก ทั้งในวันที่ 10 และ 17 มิ.ย.59 กล่าวคือ พบใน สปอร์ตพูล แนะนำ 1 เว็บไซต์ กับอีก 1 เว็บไซต์ ที่แนะนำใน ตลาดลูกหนัง โดยทั้ง 2 เว็บใน 2 หัวหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน นำเสนอในลักษณะแบนเนอร์โฆษณา ไม่มีการระบุว่าเป็น เว็บไซต์การพัน แต่ใช้ข้อความ “เฉพาะผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไป” หรือ “ติดต่อเราได้ตลอด 24 ชั่วโมง” แทน

ทั้งนี้ ในช่วง 2 วันที่ศึกษา คือ วันที่ 10 และ 17 มิถุนายน 59 หนังสือพิมพ์กีฬารายวันทั้ง 6 ฉบับ ไม่มีการให้พื้นที่เพื่อนำเสนอเนื้อหาที่รณรงค์ต่อต้านการพนันบอลยูโร 2016 ในขณะที่ ฉบับวันที่ 10 มิ.ย. 59 พบเนื้อหาการชิงโชคเกี่ยวกับบอลยูโร 2016 ในหนังสือพิมพ์กีฬาทั้ง 6 ฉบับ ยกเว้น ตลาดลูกหนัง ส่วนในวันที่ 17 มิ.ย. 59 พบเนื้อหาการชิงโชคใน สยามกีฬา สปอร์ตแมน และ สตาร์ชอคเกอร์



การดำเนินงานการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันและการชิงโชค ฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์ครั้งนี้ มีเดียมอนิเตอร์ ได้รับการสนับสนุนจาก สสส. สำหรับผลการศึกษาสื่อหลัก คือ วิद्यุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน ที่ดำเนินการในช่วงวันที่ 10-16 มิถุนายน 2559 มีเดียมอนิเตอร์ ร่วมกับ ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะจัดกิจกรรมนำเสนอผลการศึกษา และการเสวนา เรื่อง "ผลการศึกษาสื่อ กับ บรรยากาศการพนัน และการชิงโชคในสังคม" ในวันจันทร์ที่ 4 กรกฎาคมนี้ ที่ Victory Room โรงแรม Vic3 ถนนพหลโยธิน ซอย 3 ใกล้บีทีเอสสนามเป้า โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมคือ สื่อมวลชน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ภาคประชาสังคม และ ภาควิชาการ ที่ขับเคลื่อนในเรื่องการแก้ปัญหาการพนันฟุตบอล สำหรับผลการศึกษาทุกสื่อของมีเดียมอนิเตอร์ ในตลอดช่วงการแข่งขันฟุตบอลยูโร 2016 จะนำเสนอในวันที่ 26 กรกฎาคม 2559 พร้อมกับการนำเสนอผลสำรวจการพนันในนักเรียนมัธยมปลายและอาชีวศึกษา ที่จัดโดย ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

.....

## 2.2 เอกสารเผยแพร่ในวันที่จัดกิจกรรมเมื่อวันที่ 4 ก.ค.59 และส่งสื่อมวลชน

เอกสารเผยแพร่ Press Release

4 กรกฎาคม 2559

<b>โครงการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016</b> <b>ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์</b> Media Monitor มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา (Foundation for Media Studies)	เลขที่ 10 ห้องที่ 10 ถ.พหลโยธิน ซอย 3 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กทม. 10400 โทร : 02-279-9173 Email: mediamonitorth@gmail.com Website : www.mediamonitor.in.th	
 Media Monitor	<b>เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016</b> <b>ในสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์</b> <b>และหนังสือพิมพ์รายวัน</b>	 CGS มูลนิธิศูนย์ข้อมูล Media for Sustainable Society

พบเนื้อหาในระดับชี้ช่องการพนันบอลยูโร ในสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ไม่พบในสื่อวิทยุ และโทรทัศน์

บอลยูโร 2016 เริ่มมาตั้งแต่วันที่ 10 มิถุนายน ที่ผ่านมา ในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขัน หรือ ในช่วง 24 ทีม มีเดียมอนิเตอร์ ได้ทำการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ระดับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ บอลยูโร 2016 และการพนัน ในสื่อหลัก คือ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และ หนังสือพิมพ์รายวัน ทั้งนี้หน่วยการศึกษา คือ 1) สื่อโทรทัศน์ 6 ช่อง ได้แก่ 3 ช่องที่ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด (3 Family ,3 SD , 3 HD) 2 ช่องที่ได้รับความนิยมใน 3 อันดับแรกในช่วงเวลาที่ศึกษา ได้แก่ 7 HD และ Workpoint กับ SMM TV โทรทัศน์ดาวเทียม ในเครือบริษัท สยามสปอร์ต เจ้าของสื่อและคอนเทนต์กีฬาอันดับ 1 ของประเทศ 2) สื่อวิทยุกระจายเสียง คือ 2 คลื่นกีฬาทางออนไลน์ ได้แก่ FM 96 สปอร์ตเรดิโอ และ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ กับ 1 วิทยุออนไลน์ คือ NR Sports Radio บนหน้าเว็บไซต์ [www.nrsportsradio.com](http://www.nrsportsradio.com) ซึ่งมี Facebook Page ด้วย 3) หนังสือพิมพ์รายวัน 4 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ คมชัดลึก ข่าวสด โดยทำการศึกษา ในวันที่ 10,12,14,16 มิถุนายน 59 สำหรับ สื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ศึกษาระหว่างเวลา 15.00-23.00 น.

ทั้งนี้ มีเดียมอนิเตอร์ ใช้เกณฑ์การศึกษาระดับเนื้อหาการพนัน เช่นเดียวกับการศึกษาฟุตบอลโลก 2014 คือ เกณฑ์ IPHG โดย Information เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการแข่งขันบอลยูโร 2016 Prediction เป็นข้อมูลที่คาดการณ์ หรือ ทำนายผลการแข่งขัน อย่างไม่ระบุสัดส่วนต่อรอง หรือจำนวนประตูการแพ้ชนะ Handicap เป็นข้อมูลที่ระบุอัตราต่อรอง เปอร์เซ็นต์ความได้เปรียบเสียเปรียบ โอกาสยิงประตู Gambling เป็นข้อมูลที่ชี้ช่องทาง หรือ แนะนำวิธีการพนันบอลยูโร 2016 ทั้งนี้ มีการสำรวจเนื้อหาการรณรงค์ต่อต้านการพนันบอล และ การชิงโชคในบอลยูโร 2016 ในสื่อที่เป็นหน่วยการศึกษาด้วย

ในภาพรวม กล่าวได้ว่า สื่อโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินที่ศึกษา รวมทั้ง สื่อวิทยุกระจายเสียงคลื่น กีฟ้าที่ศึกษาทางออนไลน์ มีความระมัดระวังการนำเสนอเนื้อหาบอลยูโร อย่างไม่ให้เกี่ยวข้องกับ การซื้อขายหรือวิธีการพนัน แต่มีการให้ข้อมูลระดับ Handicap ในวิทยุคลื่นกีฟ้า ในขณะที่ โทรทัศน์ดาวเทียม วิทยุออนไลน์บนหน้าเว็บไซต์ที่เป็นหน่วยการศึกษา รวมทั้งหนังสือพิมพ์ รายวันบางฉบับ มีการให้ข้อมูลถึงระดับ G คือซื้อขายหรือวิธีการพนันบอลยูโร 2016

ผลการศึกษาสื่อโทรทัศน์ พบว่า ช่อง SMM TV เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด จำนวน 7 รายการ รองลงมาคือ ช่อง 3 SD (6 รายการ) ช่อง 3 HD ( 5 รายการ) ช่อง 3 Family ( 3 รายการ) ส่วนช่อง 7 HD และช่อง Workpoint พบน้อยที่สุด จำนวน 1 รายการเท่ากัน

เมื่อใช้เกณฑ์ IPHG โดยประเมินวัดที่ระดับสูงสุดในแต่ละรายการที่ศึกษา พบว่า ระดับ I (Information) ช่อง 3 SD พบมากที่สุด (5 รายการ) รองลงมา คือ ช่อง 3 HD และ ช่อง SMM TV ( ช่องละ 3 รายการ) ส่วน ช่อง 3 Family (2 รายการ) และช่อง 7 HD (1 รายการ) ไม่พบ ในช่อง Workpoint ระดับ P (Prediction) พบเท่ากัน (2 รายการ)ใน ช่อง 3 HD และช่อง SMM TV ส่วนช่อง 3 Family และ ช่อง 3 SD พบ 1 รายการ เท่ากัน ไม่พบ IPHG ในช่อง 7 HD และช่อง Workpoint ระดับ H (Handicap) พบในช่อง SMM TV เพียง ช่องเดียว (2 รายการ) ระดับ G (Gambling) ไม่พบ ในทุกช่อง

ผลการศึกษาสื่อวิทยุกระจายเสียง พบว่า วิทยุออนไลน์ FM 96 สปอร์ตเรดิโอ และ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ มี เนื้อหารายการเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 10 รายการ (FM 96) และ 9 รายการ (FM 99)

เมื่อใช้เกณฑ์ IPHG โดยประเมินวัดที่ระดับสูงสุดในแต่ละรายการที่ศึกษา พบว่า ระดับ I (Information) มี การนำเสนอมากที่สุดในทั้ง 2 สถานี คือ FM 96 สปอร์ตเรดิโอ (5 รายการ) และ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ (4 รายการ) ระดับ P (Prediction) พบค่อนข้างน้อย คือ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ( 2 รายการ) FM 96 สปอร์ต เรดิโอ (1 รายการ) ระดับ H (Handicap) FM 96 สปอร์ตเรดิโอ พบ 4 รายการ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ พบ 3 รายการ ระดับ G (Gambling) ไม่พบในทั้ง 2 สถานี

ในส่วนวิทยุออนไลน์ NR Sports Radioซึ่งไม่มีผังรายการแน่นอน ส่วนใหญ่เสนอเพลง โดย Auto DJ พบ เนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ในวันที่ 14 และ 16 มิ.ย. 59 โดยวันที่ 14 ระดับสูงสุดที่พบ คือ G - Gambling ที่ผู้ดำเนินรายการกล่าวขอบคุณผู้สนับสนุนรายการหลักซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการพนัน ฟุตบอล พร้อมข้อความเชิญชวนให้สมัครสมาชิกเว็บไซต์นั้นๆในวันที่ 16 มิ.ย. ระดับสูงสุดที่พบ คือ P- Prediction พบในช่วงพากย์สดถ่ายทอดการแข่งขัน ทั้งนี้ สื่อกาพย์สดการแข่งขัน จะ “เกรียนสุดๆ” แทรกการใช้ภาษาเชิงหยาบคาย เช่น คำสบถ คำด่า และในบางครั้งมีการใช้ภาษาส่อทางเพศด้วย

เว็บไซต์ [www.nrsportsradio.com](http://www.nrsportsradio.com) พบว่า มีความเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลต่างๆ เป็นจำนวนมาก ในรูปแบบของแบนเนอร์ที่เป็นสปอนเซอร์ของรายการในคลื่นวิทยุออนไลน์ ขณะที่พบ เฟซบุ๊กเพจ facebooknrsportradio มีการโฆษณาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล และพบข้อความส่งเสริมการพนันฟุตบอลในช่วงนำเสนอข้อเด็ดของการแข่งขัน

สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน เมื่อวิเคราะห์สัดส่วนที่เกี่ยวข้องกับบอลยูโร 2016 ในหน้ากีฬาของหนังสือพิมพ์รายวันที่ศึกษา พบว่า เดลินิวส์ เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด คือร้อยละ 70.4 รองลงมาคือ ข่าวสด (ร้อยละ 50.5) คมชัดลึก (ร้อยละ 47.4) ไทยรัฐ (ร้อยละ 45.2)

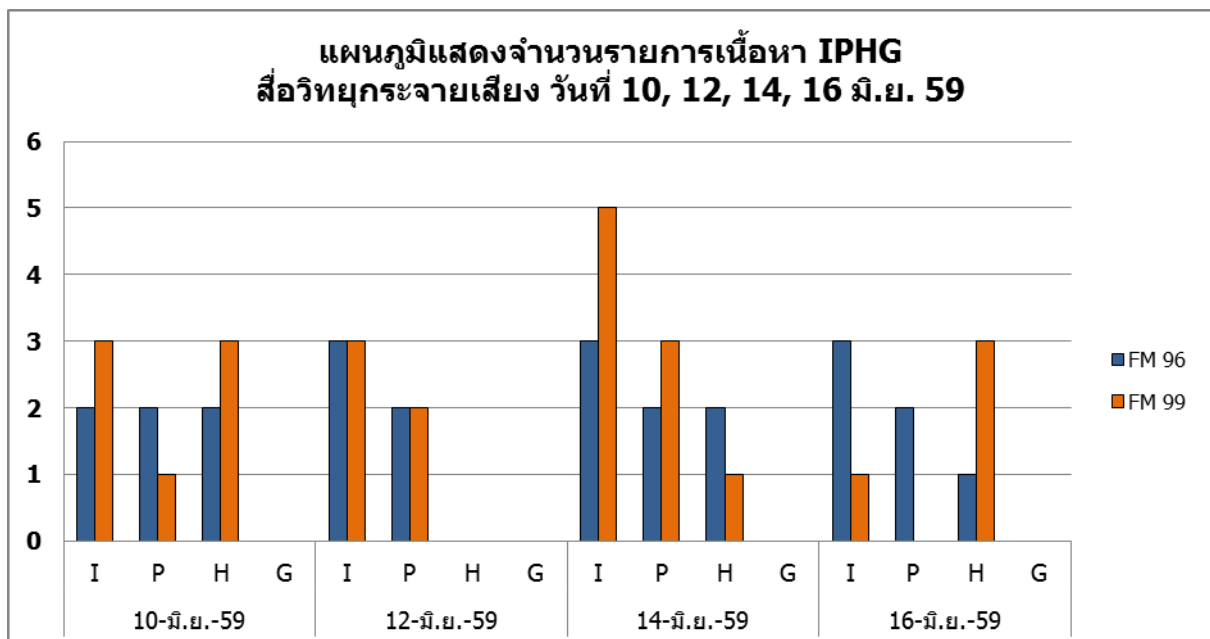
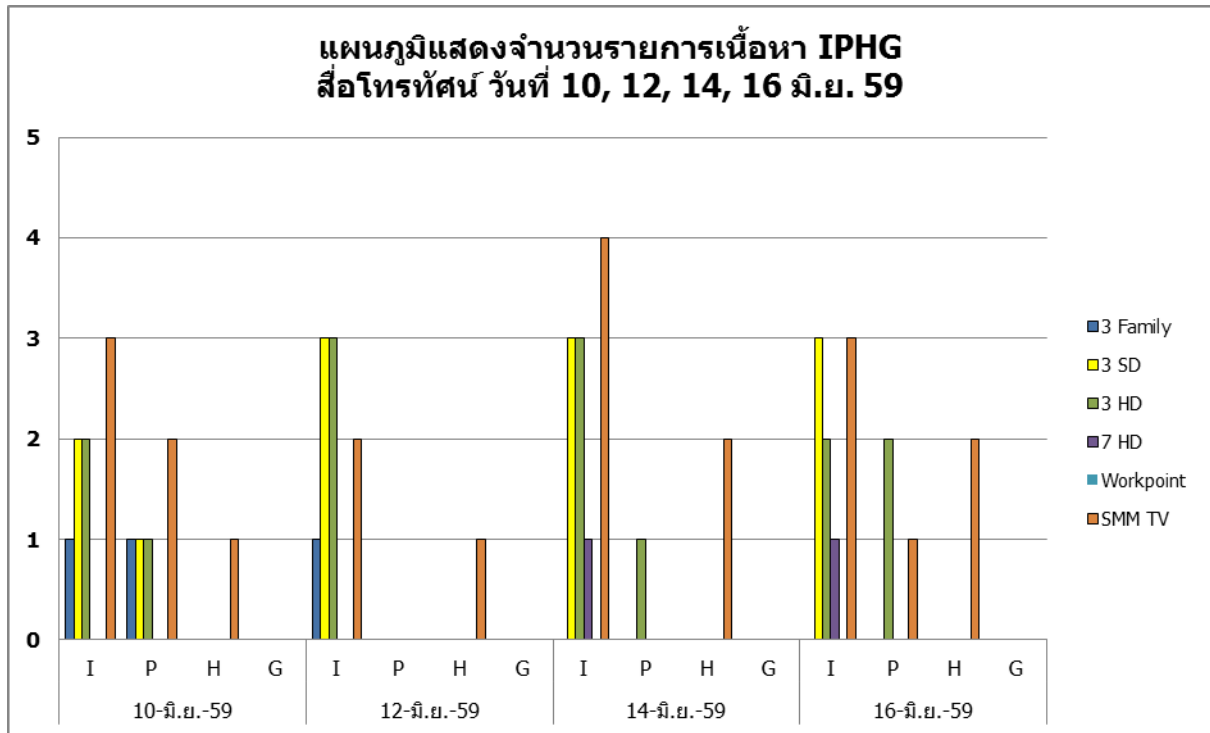
เมื่อใช้เกณฑ์ IPHG โดยประเมินวัดที่ระดับสูงสุดในแต่ละเนื้อหาที่ศึกษา พบว่า ระดับ I (Information) พบในหนังสือพิมพ์ทุกฉบับที่ศึกษา โดยข่าวสดมีมากที่สุด (ร้อยละ 48) รองลงมาคือ ไทยรัฐ (ร้อยละ 42.7) เดลินิวส์ (ร้อยละ 32.4) และคมชัดลึก (ร้อยละ 26.4) ระดับ P (Prediction) พบใน เดลินิวส์ (ร้อยละ 8) และ ไทยรัฐ (ร้อยละ 1.5) ระดับ H (Handicap) พบใน เดลินิวส์และคมชัดลึก ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 21.5 และ ร้อยละ 21 ตามลำดับ ระดับ G (Gambling) พบเพียง ในเดลินิวส์ (ร้อยละ 2.1)

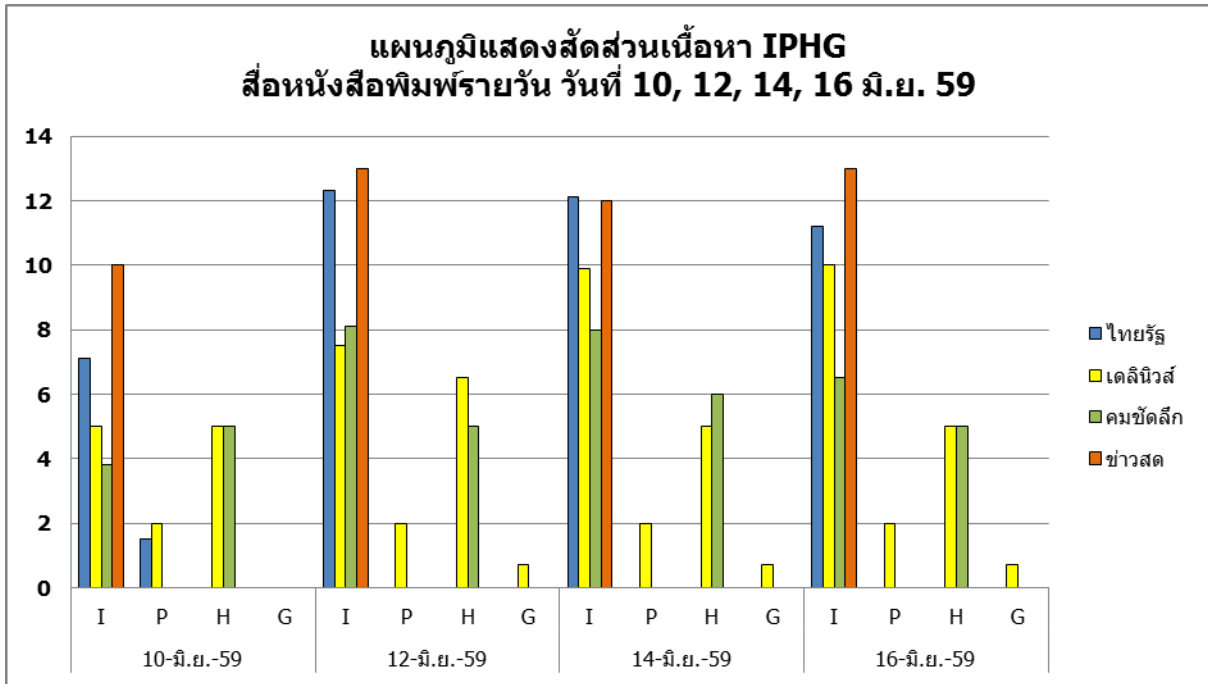
การรณรงค์ต่อต้านการพนันบอล ในสื่อที่เป็นหน่วยการศึกษา สื่อโทรทัศน์ ไม่พบเนื้อหาณรงค์ต่อต้านการพนันในทุกช่องที่ศึกษา สื่อวิทยุ พบในคลื่น FM 99 Sport Radio จำนวน 11 ครั้ง จาก 2 รูปแบบ คือ เนื้อหา รณรงค์ต่อต้านการพนันโดยกองทุนสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อพัฒนาสังคม (6 ครั้ง) และ ในรายการที่ผู้ดำเนินรายการพูดรณรงค์ต่อต้านการพนันบอล (5 ครั้ง) โดยพบในทุกวันที่ทำการศึกษา และมีจำนวนครั้งที่พบเพิ่มขึ้นในทุกวัน คือ 10 มิ.ย.พบ 1 ครั้ง 12 มิ.ย.พบ 2 ครั้ง 14 และ 16 มิ.ย. พบ 4 ครั้งเท่ากัน สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน พบในข่าวสด (ร้อยละ 2.5) วันที่ 10 มิ.ย. และ ไทยรัฐ (ร้อยละ 1) พบในวันที่ 12 มิ.ย.

การชิงโชคในบอลยูโร 2016 สื่อโทรทัศน์ พบใน ช่อง 3 HD ( 2 ครั้ง) ในรายการ “เรื่องเด่นยูโร” วันที่ 14 และ 16 มิ.ย ในกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัล ช่อง Workpoint และช่อง SMM TV พบช่องละ 1 ครั้ง ในข่าวการจัดกิจกรรมทายผลผู้ชนะของไปรษณีย์ไทย สื่อวิทยุ พบใน FM 99 Active Radio (9 ครั้ง) ในกิจกรรมเล่นเกมตอบคำถามผ่าน SMS (8 ครั้ง) และส่งไปรษณีย์ชิงโชคลุ้นแชมป์กับไปรษณีย์ไทย (1 ครั้ง) FM 96 Sport Radio (6 ครั้ง) ในกิจกรรมตอบคำถามทางโทรศัพท์เพื่อชิงรางวัล เช่นเดียวกับ FM 96 Sport Radio สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน พบในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ฉบับเดียว มีการนำเสนอเนื้อหาการชิงโชคทั้ง 4 วันที่ศึกษา 10 มิ.ย.(ร้อยละ 2) วันที่ 12 และ 14 มิ.ย. (ร้อยละ 1.8 เท่ากัน) 14 มิ.ย.(ร้อยละ 0.8) โดย

นำเสนอในรูปแบบภาพข่าว และการชวนร่วมกิจกรรมชิงรางวัล ซึ่งเป็นกิจกรรมของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์เอง ในชื่อ “ลุ้นแชมป์ยูโร 2016 ลุ้นโชคกับเดลินิวส์”

ภาพแผนภูมิแสดง IPHG ที่พบในแต่ละกลุ่มสื่อ





การวิเคราะห์เปรียบเทียบในแต่ละวันที่ศึกษา

วันที่ 10 มิ.ย.59 ซึ่งเป็นวันแรกของการแข่งขัน พบว่าเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละสื่อยังพบค่อนข้างน้อย เนื้อหาส่วนใหญ่คือการให้ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เป็นหลัก ขณะที่ข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ทั้งที่ระบุและไม่ระบุอัตราแพ้-ชนะ จะพบจากสื่อวิทยุมากกว่าสื่ออื่น ๆ

วันที่ 12 มิ.ย.59 สื่อที่เห็นได้ชัดว่ามีการนำเสนอเนื้อหาเพิ่มมากขึ้นจากวันที่ 10 มิ.ย. คือ สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน แม้เนื้อหาที่พบยังเน้นที่การให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไปเป็นหลัก ขณะเดียวกันพบเนื้อหาที่แจ้งแหล่งรับพนันในสื่อหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นสื่อเดียวที่ไปถึงเนื้อหาในลักษณะดังกล่าว ส่วนสื่อโทรทัศน์และวิทยุ พบจำนวนรายการเพิ่มมากขึ้นกว่าวันแรก แต่ในจำนวนเพียงเล็กน้อย

วันที่ 14 มิ.ย.59 สื่อหนังสือพิมพ์มีสัดส่วนที่พบใกล้เคียงกับวันที่ 12 มิ.ย. แต่ยังพบเนื้อหาที่ไปถึงการแจ้งแหล่งพนันเช่นเดียวกับวันที่ 12 มิ.ย. ขณะที่สื่อโทรทัศน์และวิทยุ วันนี้ (14 มิ.ย.) เป็นวันที่พบจำนวนรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรมากที่สุด โดยเฉพาะในสื่อวิทยุที่พบทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร การคาดการณ์/ทำนายผล ทั้งที่บอกและไม่บอกอัตราแพ้-ชนะ ในระดับที่ชัดเจนที่สุด ขณะที่ในสื่อโทรทัศน์ยังเน้นที่การให้ข้อมูลทั่วไปเป็นหลัก

วันที่ 16 มิ.ย.59 ทุกสื่อมีการนำเสนอเนื้อหาบอลยุโร่น้อยลง เมื่อเทียบกับวันที่ 14 มิ.ย. โดยสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์มีจำนวนลดลงเพียงเล็กน้อย แต่สื่อวิทยุกลับมีจำนวนรายการลดลงอย่าง



เห็นชัด แต่ลดในส่วนของเนื้อหาที่ให้ข้อมูลทั่วไป แต่ส่วนของการคาดการณ์ที่บอกอัตราต่อรองกลับเพิ่มสูงขึ้น

กล่าวโดยสรุป สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน มีความคงตัวในการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด ทั้งสัดส่วนในภาพรวม และสัดส่วนเนื้อหาแต่ละระดับ (IPHG) ขณะที่ สื่อโทรทัศน์ มีจำนวนรายการที่เปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผังรายการของช่องโทรทัศน์ค่อนข้างตายตัว รายการที่พบมักจะเป็นรายการเดิม ๆ ที่ออกอากาศในทุกวัน และเนื้อหาที่พบในแต่ละรายการก็มักจะเป็นในระดับเดิม เช่น รายการใดที่ให้ข้อมูลถึงการบออัตราต่อรอง ก็จะมีพบในลักษณะนั้นทุกวัน ขณะที่ สื่อวิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่มีความเปลี่ยนแปลงในแต่ละวันที่เห็นชัดที่สุด เนื่องจากผังรายการของวิทยุมีการเปลี่ยนแปลงและรายการที่นำเสนอก็จะแตกต่างกันไปแต่ละวัน ทำให้บางวันตัวเลขของรายการที่พบเนื้อหาที่บอกอัตราต่อรองค่อนข้างสูง แต่บางวันกลับไม่พบเลย



มีเดียมอนิเตอร์ จะนำเสนอ ภาพรวมของผลการศึกษาระดับเนื้อหาการพนันบอลยูโร 2016 ในช่วงวันที่ 10 มิถุนายน - 1 กรกฎาคม 2559 ทั้งในสื่อหลัก และสื่อออนไลน์ ในช่วงเช้าวันที่ 26 กรกฎาคม นี้ในงานการแถลงผลการสำรวจการพนันของนักเรียนระดับมัธยมและอาชีวศึกษาของศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาฯ ส่วนรายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์จะนำเสนอทาง [www.mediamonitor.in.th](http://www.mediamonitor.in.th) ภายในเดือนสิงหาคมนี้

.....

2.3 เอกสารเผยแพร่ส่งสื่อมวลชนเมื่อวันที่ 11 ก.ค.59 หลังการจัด “เสวนาผลการศึกษาของมีเดีย มอนิเตอร์ กับการพนันและการชิงโชคบอลยูโร 2016ในสังคม ” เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2559

เอกสารเผยแพร่ Press Release

11 กรกฎาคม 2559

<p><b>โครงการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์</b>  <b>Media Monitor มูนิธิสื่อมวลชนศึกษา</b>  <b>(Foundation for Media Studies)</b></p>	<p>เลขที่ 10 ห้องที่ 10 ถ.พหลโยธิน ซอย 3          แขวงสามเสนใน เขตพญาไท          กทม. 10400          โทร : 02-279-9173          Email: mediamonitorth@gmail.com          Website : www.mediamonitor.in.th</p>	
	<p><b>เสวนา” ผลการศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์ กับการพนันและการชิงโชคบอลยูโร 2016ในสังคม”</b>  <b>ผู้ร่วมเสวนา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>.ศิริพร ยอดกมลศาสตร์      ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน</li> <li>.ธนากร คมกฤส              เครือข่ายรถเร่ค้หยุดพนัน</li> <li>.ธนาเดช สงวนศักดิ์      ผู้ผลิตสารคดีเชิงข่าวในประเด็นทางสังคม เนชั่นทีวี</li> <li>.วีระพงษ์ บริสุทธิ์สุขกมล      หัวหน้าข่าวกีฬา หนังสือพิมพ์บ้านเมือง</li> </ul>	

ภาครัฐต้องมีหน่วยงานเจ้าภาพเพื่อแก้ปัญหาพนันบอล ดึงบทบาทไปรษณีย์ไทยกับการชิงโชค

ทีวีดิจิตอลช่องอื่นไม่ให้ความสำคัญกับบอลยูโร 2016 ไม่พบเนื้อหาชี้ช่องพนันในสื่อวิทยุ โทรทัศน์แต่ไปปรากฏในสื่อออนไลน์ สื่อส่วนใหญ่เสนอเนื้อหาต่อต้านการพนันในจำนวนน้อยมากถึงไม่มี ถ้าหน่วยงานภาครัฐพากัน “ลอยตัว” ต่อไปเศรษฐกิจดิจิตอลจะกลายเป็น เศรษฐกิจใต้ดิน ที่ทำลายกฎหมาย ดึงเงินจากคนรายเล็กรายน้อยสู่มือทุนใหญ่ ที่เป็นเจ้ามือ หรือ ที่ทำการตลาดชิงโชค

จากผลการศึกษาเรื่อง “สื่อกับเนื้อหาการพนันและการชิงโชคบอลยูโร 2016” ของมีเดียมอนิเตอร์ ที่ศึกษาในช่วง 1 สัปดาห์แรกของการแข่งขัน (วันที่ 10-16 มิ.ย 59) พบว่า ในภาพรวมสื่อโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล พบเนื้อหาบอลยูโรมากในกลุ่มธุรกิจทีวีที่ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอด คือ ช่อง 3 SD ช่อง 3 HD ช่อง 3 Family ในขณะที่ 2 ใน 3 อันดับแรกของโทรทัศน์ดิจิตอลที่มีคนชมมาก คือ ช่อง 7 HD พบน้อยมาก ขณะที่ ช่อง Workpoint ไม่มีเลย เนื้อหาส่วนใหญ่ที่พบ คือ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขัน (I) มีบ้างที่เป็นการทำนายผลการแข่งขัน(P) แต่ไม่พบการให้อัตราต่อรอง(H) ซึ่งพบในทีวีดาวเทียม SMM TV สำหรับสื่อวิทยุกระจายเสียง พบเนื้อหาระดับให้ข้อมูล(I) ทำนายผลการแข่งขัน (P) ให้อัตราต่อรอง(H) ในคลื่น FM 96 Sport Radio และ FM 99 Active Radio ในระดับใกล้เคียงกัน แต่ไม่พบเนื้อหาระดับชี้ช่องทางหรือวิธีการพนัน (G) ในทั้ง 2 คลื่น แต่พบในวิทยุออนไลน์ NR Sports Radio ซึ่งไม่มีผังรายการแน่นอน ส่วนใหญ่เสนอเพลงโดย Auto DJ ในขณะที่หน้าเว็บ [www.nrsportsradio.com](http://www.nrsportsradio.com) มีการนำเสนอ

แบนเนอร์เว็บไซต์เกี่ยวกับการพนันบอลยูโรที่เป็นสปอนเซอร์วิทยุออนไลน์ เช่นเดียวกับ Facebook Page nrsportradio มีการโฆษณาเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการพนันฟุตบอลและพบข้อความส่งเสริมการพนันฟุตบอลในช่วงนำเสนอข้อดีของการแข่งขัน ด้านสื่อหนังสือพิมพ์รายวันที่ศึกษา คือ 'ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด คมชัดลึก' แม้เนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นระดับการให้ข้อมูล (I) ส่วนการทำนายผลการแข่งขัน (P) พบใน เดลินิวส์ และ ไทยรัฐในสัดส่วนที่น้อยกว่าเดลินิวส์มาก ส่วนการให้อัตราต่อรอง(H) พบใน เดลินิวส์และ คมชัดลึก ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน แต่เนื้อหาซึ่งของการพนัน (G) พบเพียงในเดลินิวส์ ด้านการรณรงค์ต่อต้านการพนันบอล ไม่พบในโทรทัศน์ทุกช่องที่ศึกษา แต่พบบ้างในคลื่น FM 99 Sport Radio ที่เป็นการรณรงค์ต่อต้านการพนันโดยกองทุนสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อพัฒนาสังคมและการพูดของผู้ดำเนินรายการ หนังสือพิมพ์รายวันพบในข่าวสด ในปริมาณที่มากกว่าไทยรัฐ ด้านการชิงโชคพบในในกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัลในรายการเรื่องเด่นยูโร ของช่อง 3 HD และพบเนื้อหาทายผลบอลยูโรของไปรษณีย์ไทยในข่าวต้นชั่วโมงของช่อง Workpoint และในรายการคุยข่าวกีฬาไทยของช่อง SMM TV ซึ่งพบในวิทยุ FM 99 Active Radio เช่นกัน แม้จะพบน้อยครั้งกว่ากิจกรรมเล่นเกมตอบคำถามผ่าน SMS ส่วน FM 96 Sport Radio พบกิจกรรมตอบคำถามทางโทรศัพท์เพื่อชิงรางวัล ด้านหนังสือพิมพ์พบเพียงในเดลินิวส์ฉบับเดียวที่มีการนำเสนอเนื้อหาการชิงโชคในรูปแบบภาพข่าว และ การชวนร่วมกิจกรรมชิงรางวัล "ลุ้นแชมป์ยูโร 2016 ลุ้นโชคกับเดลินิวส์"



การเสวนาเรื่อง “ผลการศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์ กับ การพนันและการชิงโชคบอลยูโร 2016 ในสังคม” จัดโดย มีเดียมอนิเตอร์ และ ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน เมื่อต้นเดือนกรกฎาคม ที่ผ่านมา เป็นความคิดเห็นของวงเสวนาและผู้เข้าฟัง หลังจากฟังการนำเสนอผลการศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์



นายธนกร คมกฤส ผู้อำนวยการเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน

เห็นด้วยกับเกณฑ์ IPHG ที่มีเดียมอเนเตอร์ใช้ในการศึกษา เพราะสื่อทำได้หลายบทบาท ที่พอรับได้คือ ให้ข้อมูล วิเคราะห์ วิจรรณ พินิจ ซึ่งเป็นสีสัน ไร้ความสนใจ พอมาถึง “ลงแต่มีต่อ” นี้เริ่มแหงเข้ามาในพื้นที่ การพนัน ที่รับไม่ได้คือ “ล่อให้พนัน” ซึ่งช่อง บอกวิธี เท่ากับสื่อแสดงบทบาท สนับสนุนการพนัน พนันบอลต่างจากเล่นหอยที่ผู้เล่นหาข้อมูลเองได้ แต่พนันบอลต้องอาศัยข้อมูลจากสื่อเพื่อความมั่นใจ แม้ไม่มีบอลหลักเช่นบอลยูโร บอลโลก แต่ก็มีบอลลีกให้พนันกันได้ตลอด การแก้ปัญหาพนันบอล ภาครัฐต้องจริงจัง ตอนนี้อุรกิจพนันมีข้ออ้าง เพราะกฎหมายไม่ชัดเจนทั้งที่เกี่ยวกับการพนัน และการชิงโชค การจัดกิจกรรมชิงโชคทายผลการแข่งขัน ถ้าทำเพื่อสนุก รางวัลไม่ควรใหญ่เกินไปเป็นระดับสิบล้าน ทั้งกระตุ้นด้วยการโฆษณา “ยิ่งส่งมาก ยิ่งมีโอกาสมาก” ควรจำกัดจำนวนส่ง หนึ่งคนต่อหนึ่งขึ้น ทั้งจำกัดอายุโดยห้ามผู้อายุต่ำกว่า 18 ปี ส่งไปรษณียบัตรหรือข้อมูล เข้าร่วมการชิงโชคซึ่งเป็นการเข้าใกล้การพนัน สำหรับ บอลยูโร 2016 ครั้งนี้ บริษัทไปรษณีย์ไทย ที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ “ทำล้ำเส้น” เร่ขายไปรษณียบัตรตามสี่แยก ตามตลาด แม้ในสถานศึกษา ภาครัฐที่มีอำนาจหน้าที่ ควรเข้ามากำกับดูแล

นพ.ประวิทย์ ลีสถาพรวงศา กสทช.ด้านคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

วันนี้ตั้งใจมาฟัง เพราะสนใจในการที่มีสื่อใช้ sms เป็นช่องทางในการชิงรางวัลทายผลการแข่งขัน ถ้าค่าใช้ต่อครั้งสูงกว่าปกติ เช่น 3 บาทต่อ 1 การส่ง sms โดยสื่อมีส่วนแบ่ง จะผิดกฎหมายพนัน ถ้าระบุค่ายมือถือที่จะใช้ส่ง sms ก็เข้าข่ายเอื้อบางธุรกิจ กรณี ไปรษณีย์ไทยร่วมมือกับไทยรัฐ ยอดขายไปรษณียบัตรเป็น 100 ล้าน รางวัลมูลค่าแค่หลักสิบล้าน ไม่ผิดกฎหมายพนัน เพราะไม่ได้เป็นเจ้าของ แต่เป็นการเสี่ยงโชคให้ได้ลาภ ขณะที่ไปรษณีย์ไทยเป็นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานรับผิดชอบต้องคุยกับไปรษณีย์ไทยอย่างจริงจังก่อนที่จะมีการทำตามแบบกันในการแข่งขันกีฬาใหญ่ๆต่อไป ประเด็นคือ ปัญหาการพนันบอล ต้องการหน่วยงานภาครัฐใดที่เป็นเจ้าภาพ เพราะถ้ากฎหมายไม่ชัด หน่วยงานภาครัฐจะบอกไม่ใช่ภารกิจ เช่น การที่หน่วยงานใช้อำนาจตาม พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ ที่ไม่ระบุความผิดในการพนันบอลออนไลน์ จึงเกิดปัญหาที่ภาคสังคมต้องลุกขึ้นมาจัดการ แม้แต่การชิงโชค ถ้าปล่อยไปเรื่อยๆ จนเกิดค่านิยมที่ยอมรับการชิงโชค คนชอบชิงโชคเป็นคนปกติ คนที่ไม่ชิงโชคกลายเป็นคนดี ทั้งที่จริงคือคนปกติ ภาครัฐจึงต้องมีนโยบายในเรื่องการพนัน การชิงโชค โดยบูรณาการภาครัฐทุกหน่วยที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมกันรับผิดชอบ ต้องไม่ “ลอยตัว” ต้องขจัดการเติบโตของค่านิยมเหล่านี้ด้วยการกำหนดกลไกการกำกับดูแล



เช่น กำหนดให้ระบบตัดการส่งข้อความการโทรศัพท์เพื่อชิงโชค ให้ 1 เบอร์ทำได้ 1 ครั้ง ต้องดูแลให้เอกชนได้รับประโยชน์พอสมควร ไม่ใช่เปิดช่องทางเสรี มิเช่นนั้น ต่อไปเศรษฐกิจดิจิทัลที่คาดหวัง อาจกลายเป็นดิจิทัลเพื่อการพนัน เพื่อการกระทำที่ผิดกฎหมาย จนกลายเป็นเศรษฐกิจแบบ underground สูบเงินจากคนรายเล็กรายน้อย ให้เข้ามือเอกชนที่เป็นเจ้ามือ หรือ ที่ใช้การตลาดแบบชิงโชค

นายอมร พรหมสอน นิติกรชำนาญการ สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง



กระทรวงมหาดไทยได้ดำเนินการยกเลิก พ.ร.บ.การพนัน พ.ศ.2478 ทั้งฉบับ แล้วร่างใหม่เป็น 2 ฉบับ ตอนนี้จะเข้าสภานิติบัญญัติแห่งชาติ หรือ สนช. แล้ว ฉบับแรกคือ พ.ร.บ.การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ที่ในร่าง ไม่มีการจำกัดวงเงินของตัวรางวัล ตามที่เมื่อครู่มีผู้เสนอว่าควรจำกัดวงเงินรางวัล แต่ให้เจ้าพนักงานมีดุลยพินิจในการออกกฎหมายเอง ซึ่งหากใครไม่เห็นด้วย ก็ไปเสนอในช่วงการพิจารณาของ สนช.ได้ อีกฉบับคือ พ.ร.บ.การพนัน ที่ยกร่างใหม่ประมาณ 40 กว่ามาตรา โดยเฉพาะการทายผลการแข่งขันกีฬา ได้กำหนดให้เป็นการพนันประเภท ก ขณะที่ของเดิมเป็นการพนันทั่วไป นอกจากนั้นยังมีมาตราที่กำหนดให้การเล่นพนันในระบบออนไลน์ มีโทษเป็น 2 เท่าของโทษปกติ ดังนั้น หากมีความเห็นหรือข้อเสนอใด สามารถเสนอไปที่ สนช.ได้



พ.ต.อ.ดร.ก้องกฤดาคม กิตติดิระพงษ์ ผู้กำกับการกลุ่มงานตรวจสอบและวิเคราะห์การกระทำผิดทางเทคโนโลยี สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ข้อเสนอที่ต้องการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการพนัน เช่น ให้ครอบคลุม การพนันออนไลน์ การชิงโชคทาง sms ทางโทรศัพท์ และอื่นๆ ขอให้เสนอมาได้เลย เพราะ สนช.ในยุคนี้นี้ ผ่านกฎหมายไปเป็นร้อยกว่าฉบับแล้ว ซึ่งรวดเร็วกว่ารัฐบาลปกติที่ต้องมีการรับฟังกัน แต่มีมติสำคัญ คือ ในยุคนี้นี้เป็นการออกกฎหมายโดยข้าราชการที่ คสช.แต่งตั้ง จึงมักคำนึงถึงประโยชน์รัฐเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอต่างๆ สามารถทำได้ หรือ จะเสนอผ่านมาทางผมก็ได้ ผมยินดีไปดำเนินการต่อให้ ในส่วนการแก้ไข พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำผิดทางคอมพิวเตอร์ ตอนนี้ถึงขั้นตั้งคณะกรรมการแล้ว เนื้อหาที่เปลี่ยนแปลงครอบคลุมไปถึงการกระทำผิดเพื่อให้ได้ทรัพย์สินในระบบคอมพิวเตอร์ด้วย จึงน่าจะช่วยแก้ปัญหาการพนันบอลออนไลน์ได้

.....



### 3. News Clipping

3.1 การนำเสนอ กิจกรรมนำเสนอผลการศึกษและการเสวนา “สื่อกับการนำเสนอเนื้อหาการพนันและการชิงโชคในบอลลูโร 2016” เมื่อวันจันทร์ที่ 4 กรกฎาคม 2559 ทางสื่อมวลชน

## 1. สื่อกับเนื้อหาการพนันและการชิงโชคบอลลูโร 2016

สำนักข่าวอิศรา วันพุธ ที่ 13 กรกฎาคม 2559 เวลา 10:51 น.

<http://www.isranews.org/isranews-article/item/48420-media-studies.html>

**บอลลูโร 2016 ครั้งนี้ บริษัทไปรษณีย์ไทย ที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ “ทำลำเส้น” เรขายไปรษณียบัตรตามสี่แยก ตามตลาด แม้ในสถานศึกษา**



เมื่อเร็วๆ นี้ โครงการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์ Media Monitor มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา (Foundation for Media Studies) เปิดผลการศึกษาเรื่อง “สื่อกับเนื้อหาการพนันและการชิงโชคบอลลูโร 2016” ที่ศึกษาในช่วง 1 สัปดาห์แรกของการแข่งขัน (วันที่ 10-16 มิ.ย. 59) พบว่า ในภาพรวมสื่อโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล พบเนื้อหาบอลลูโรมากในกลุ่มธุรกิจทีวีที่ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอด คือ ช่อง 3 SD ช่อง 3 HD ช่อง 3 Family ในขณะที่ 2 ใน 3 อันดับแรกของโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีคนชมมาก คือ ช่อง 7 HD พบน้อยมาก ขณะที่ ช่อง Workpoint ไม่มีเลย

เนื้อหาส่วนใหญ่ที่พบ คือ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขัน (I) มีบ้างที่เป็นการทำนายผลการแข่งขัน (P) แต่ไม่พบการให้อัตราต่อรอง (H) ซึ่งพบในทีวีดาวเทียม SMM TV



สำหรับสื่อวิทยุกระจายเสียง พบเนื้อหาระดับให้ข้อมูล(I) ทำนายผลการแข่งขัน (P) ให้อัตราต่อรอง(H) ในคลื่น FM 96 Sport Radio และ FM 99 Active Radio ในระดับใกล้เคียงกัน แต่ไม่พบเนื้อหาระดับชี้ช่องทางหรือวิธีการพนัน (G) ใน ทั้ง 2 คลื่น แต่พบในวิทยุออนไลน์ NR Sports Radio ซึ่งไม่มีผังรายการแน่นอน ส่วนใหญ่เสนอเพลงโดย Auto DJ

ในขณะที่หน้าเว็บ www.nrsportsradio.com มีการนำเสนอแบนเนอร์เว็บไซต์เกี่ยวกับการพนันบอลยูโรที่เป็นสปอนเซอร์ วิทยุออนไลน์ เช่นเดียวกับ Facebook Page nrsportradio มีการโฆษณาเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการพนันฟุตบอลและพบ ข้อความส่งเสริมการพนันฟุตบอลในช่วงนำเสนอชื่อดังของการแข่งขัน

ด้านสื่อหนังสือพิมพ์รายวันที่ศึกษา คือ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด คมชัดลึก แม้เนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นระดับการให้ ข้อมูล (I) ขณะที่การทำนายผลการแข่งขัน (P) พบใน เดลินิวส์ และ ไทยรัฐในสัดส่วนที่น้อยกว่าเดลินิวส์มาก

ส่วนการให้อัตราต่อรอง(H) พบใน เดลินิวส์และคมชัดลึก ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน แต่เนื้อหาชี้ช่องทางพนัน (G) พบเพียง ในเดลินิวส์

การรณรงค์ต่อต้านการพนันบอล ไม่พบในโทรทัศน์ทุกช่องที่ศึกษา แต่พบบ้างในคลื่น FM 99 Sport Radio ที่เป็นการ รณรงค์ต่อต้านการพนันโดยกองทุนสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อพัฒนาสังคมและการพูดของผู้ดำเนินรายการ สื่อหนังสือพิมพ์ รายวันพบในข่าวสด ในปริมาณที่มากกว่าไทยรัฐ

ด้านการชิงโชคพบในกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัลในรายการเรื่องเด่นยูโร ของช่อง 3 HD และพบเนื้อหาทายผลบอลยูโร ของไปรษณีย์ไทยในช่วงต้นชั่วโมงของช่อง Workpoint และในรายการคุยข่าวกีฬาไทยของช่อง SMM TV ซึ่งพบในวิทยุ FM 99 Active Radio เช่นกัน แม้จะพบน้อยครั้งกว่ากิจกรรมเล่นเกมตอบคำถามผ่าน SMS

ส่วน FM 96 Sport Radio พบกิจกรรมตอบคำถามทางโทรศัพท์เพื่อชิงรางวัล ด้านหนังสือพิมพ์พบเพียงในเดลินิวส์ฉบับ เดียวที่มีการนำเสนอเนื้อหาการชิงโชคในรูปแบบภาพข่าว และ การชวนร่วมกิจกรรมชิงรางวัล “ลุ้นแชมป์ยูโร 2016 ลุ้นโชค กับเดลินิวส์”

นายธนกร คมกฤต ผู้อำนวยการเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน กล่าวถึง ผลการศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์ กับ การพนันและการชิงโชคบอลยูโร 2016 ในสังคม” โดยเห็นด้วยกับเกณฑ์ IPHG ที่มีเดียมอนิเตอร์ใช้ในการ ศึกษา เพราะสื่อทำได้หลายบทบาท ที่พอรับได้คือ ให้ข้อมูล วิเคราะห์ วิจารณ์ ฟันธง ซึ่งเป็นสีสัน ไร้ความสนใจ พอ มาถึง “ลงแต่มีต่อ” นี้เริ่มแหยเข้ามาในพื้นที่การพนัน ที่รับไม่ได้คือ “ล่อให้พนัน” ชี้ช่อง บอกวิธี เทากับสื่อแสดงบทบาท สันับสนุนการพนัน

"พนันบอลต่างจากเล่นหอยที่ผู้เล่นหาข้อมูลเองได้ แต่พนันบอลต้องอาศัยข้อมูลจากสื่อเพื่อความมั่นใจ แม้ไม่มีบอลหลัก เช่นบอลยูโร บอลโลก แต่ก็มีบอลลึกลับให้พนันกันได้ตลอด การแก้ปัญหาพนันบอล ภาครัฐต้องจริงจัง ตอนนี้ธุรกิจพนันมี ข้ออ้าง เพราะกฎหมายไม่ชัดเจนทั้งที่เกี่ยวกับการพนัน และการชิงโชค"

สำหรับการจัดกิจกรรมชิงโชคทายผลการแข่งขัน นายธนกร กล่าวว่า ถ้าทำเพื่อสนุกรางวัลไม่ควรใหญ่เกินไปเป็นระดับ สิบล้านบาท ทั้งกระตุ้นด้วยการโฆษณา “ยิ่งส่งมาก ยิ่งมีโอกาสมาก” ควรจำกัดจำนวนส่ง หนึ่งคนต่อหนึ่งขึ้น ทั้งจำกัด

อายุโดยห้ามผู้อายุต่ำกว่า 18 ปี ส่งไปรษณียบัตรหรือข้อมูลเข้าร่วมการแข่งขัน ซึ่งเป็นการเข้าใกล้การพนัน สำหรับ บอลยูโร 2016 ครั้งนี้ บริษัทไปรษณีย์ไทย ที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ "ทำแล้วเดิน" เร่ขายไปรษณียบัตรตามสี่แยก ตามตลาด แม่นในสถานศึกษา ภาครัฐที่มีอำนาจหน้าที่ ควรเข้ามากำกับดูแล

ด้านนพ.ประวิทย์ ลี่สถาพรวงศา กสทช.ด้านคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม กล่าวถึงการที่มีสื่อใช้ sms เป็นช่องทางในการชิงรางวัลผลการแข่งขัน ถ้าค่าใช้จ่ายต่อครั้งสูงกว่าปกติ เช่น 3 บาทต่อ 1 การส่ง sms โดยสื่อมีส่วนแบ่ง จะผิดกฎหมายพนัน ถ้าระบุค่ามือถือที่จะใช้ส่ง sms ก็เข้าข่ายเอื้อบางธุรกิจ

"กรณี ไปรษณีย์ไทยร่วมมือกับไทยรัฐ ยอดขายไปรษณียบัตรเป็น 100 ล้านบาท รางวัลมูลค่าแค่หลักสิบล้านบาท ไม่ผิดกฎหมายพนัน เพราะไม่ได้เป็นเจ้าของ แต่เป็นการเสี่ยงโชคให้ได้ลาก ขณะที่ไปรษณีย์ไทยเป็นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานรับผิดชอบต้องคุยกับไปรษณีย์ไทยอย่างจริงจังก่อนที่จะมีการทำตามแบบกันในการแข่งขันกีฬาใหญ่ๆต่อไป"

นพ.ประวิทย์ ชี้อประเด็นปัญหาการพนันบอล ต้องหาหน่วยงานภาครัฐใดที่เป็นเจ้าภาพ เพราะถ้ากฎหมายไม่ชัด หน่วยงานภาครัฐจะบอกไม่ใช่ภารกิจ เช่น การที่หน่วยงานใช้อำนาจตาม พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ ที่ไม่ระบุความผิดในการพนันบอลออนไลน์ จึงเกิดปัญหาที่ภาคสังคมต้องลุกขึ้นมาจัดการ แม้แต่การชิงโชค ถ้าปล่อยให้เรื่อยๆ จนเกิดค่านิยมที่ยอมรับการชิงโชค คนชอบชิงโชคเป็นคนปกติ คนที่ไม่ชิงโชคกลายเป็นคนดี ทั้งที่จริงคือคนปกติ ภาครัฐจึงต้องมีนโยบายในเรื่องการพนัน การชิงโชค โดยบูรณาการภาครัฐทุกหน่วยที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยกันรับผิดชอบ ต้องไม่ "ลอยตัว" ต้องจัดการเติบโตของค่านิยมเหล่านี้ด้วยการกำหนดกลไกการกำกับดูแล เช่น กำหนดให้ระบบตัดการส่งข้อความการโทรศัพท์เพื่อชิงโชค ให้ 1 เบอร์ทำได้ 1 ครั้ง ต้องดูแลให้เอกชนได้รับประโยชน์พอสมควร ไม่ใช่เปิดช่องทางเสรี มีเช่นนั้น ต่อไปเศรษฐกิจดิจิทัลที่คาดหวัง อาจกลายเป็นดิจิทัลเพื่อการพนัน เพื่อการกระทำที่ผิดกฎหมาย จนกลายเป็นเศรษฐกิจแบบ underground สูบเงินจากคนรายเล็กรายน้อย ให้เข้ามือเอกชนที่เป็นเจ้ามือ หรือ ที่ใช้การตลาดแบบชิงโชค

นายอมร พรหมสอน นิติกรชำนาญการ สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง กล่าวว่า กระทรวงมหาดไทยได้ดำเนินการยกเลิก พ.ร.บ.การพนัน พ.ศ.2478 ทั้งฉบับ แล้วร่างใหม่เป็น 2 ฉบับ ตอนนี้จะเข้าสภานิติบัญญัติแห่งชาติ หรือ สนช.แล้ว ฉบับแรกคือ พ.ร.บ.การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ที่ในร่าง ไม่มีการจำกัดวงเงินของตัวรางวัล ตามที่มีผู้เสนอว่า ระวังจำกัดวงเงินรางวัล แต่ให้เจ้าพนักงานมีดุลยพินิจในการออกกฎหมายเอง ซึ่งหากใครไม่เห็นด้วย ก็ไปเสนอในช่วงการพิจารณาของ สนช.ได้ อีกฉบับคือ พ.ร.บ.การพนัน ที่ยกร่างใหม่ประมาณ 40 กว่ามาตรา โดยเฉพาะการทยอยผลการแข่งขันกีฬา ได้กำหนดให้เป็นการพนันประเภท ก ขณะที่ของเดิมเป็นการพนันทั่วไป นอกจากนี้ยังมีมาตราที่กำหนดให้การเล่นพนันในระบบออนไลน์ มีโทษเป็น 2 เท่าของโทษปกติ ดังนั้น หากมีความเห็น หรือข้อเสนอใด สามารถเสนอไปที่ สนช.ได้

สุดท้าย พ.ต.อ.ดร.ก้องกฤตาคม กิตติธิระพงษ์ ผู้กำกับกรกลุ่มงานตรวจสอบสวนและวิเคราะห์การกระทำผิดทางเทคโนโลยี สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กล่าวถึงข้อเสนอที่ต้องการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการพนัน เช่น ให้ครอบคลุม การพนันออนไลน์ การชิงโชคทาง sms ทางโทรศัพท์ และอื่นๆ ขอให้เสนอมาได้เลย เพราะ สนช.ในยุคนี้ออกกฎหมายไปเป็นร้อยกว่าฉบับแล้ว รวดเร็วกว่ารัฐบาลปกติที่ต้องมีการรับฟังกัน แต่มีมติสำคัญ คือ ในยุคนี้ออกกฎหมายโดยข้าราชการที่ คสช.แต่งตั้ง จึงมักคำนึงถึงประโยชน์รัฐเป็นหลัก

"ข้อเสนอต่างๆ สามารถทำได้ หรือ จะเสนอผ่านมาทางผมก็ได้ ผมยินดีไปดำเนินการต่อให้ ในส่วนการแก้ไข พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำผิดทางคอมพิวเตอร์ ตอนนี้อยู่ขั้นตั้งคณะกรรมการแล้ว เนื้อหาที่เปลี่ยนแปลง ครอบคลุมไปถึงการกระทำผิด เพื่อให้ได้ทรัพย์สินในระบบคอมพิวเตอร์ด้วย จึงน่าจะช่วยแก้ปัญหาการพนันบอลออนไลน์ได้"

.....

## 2.มีเดียมอนิเตอร์เผย นสพ.บางฉบับ ชี้ช่องทางพนันฟุตบอลยูโร-สี่อื่น ให้ข้อมูลแข่งขัน

ไทยพีบีเอส วันที่ 4 กรกฎาคม 2559 เวลา 11:55 น.

<http://news.thaipbs.or.th/content/253704>

<https://www.youtube.com/watch?v=yEGH1kJqxZQ&feature=youtu.be> (คลิปข่าว)



มีเดียมอนิเตอร์เผยผลการศึกษารื่องเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาการพนันและการชิงโชคในฟุตบอลยูโร 2016 พบหนังสือพิมพ์บางฉบับนำเสนอเนื้อหาชี้ช่องทางเข้าสู่การพนันมากที่สุด ขณะที่สื่ออื่นๆ เป็นเพียงการให้ข้อมูลการแข่งขัน

วันนี้ (4 ก.ค.2559) นางเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ ผู้อำนวยการโครงการศึกษาสื่อกับการนำเสนอเนื้อหาการพนันและการชิงโชคในฟุตบอลยูโร 2016 เปิดเผยว่า ทีมงานมีเดียมอนิเตอร์ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 กับการพนันในสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์รายวัน พบว่าในสื่อหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์เป็นสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรมากที่สุด คือร้อยละ 70.4 รองลงมา คือข่าวสด ร้อยละ 50.5 คมชัดลึก ร้อยละ 47.4 และไทยรัฐ ร้อยละ 45.2 เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอพบอีกว่าในร้อยละ 70.4 ของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีเนื้อหาชี้ช่องทาง การเข้าถึงการพนันมากถึงร้อยละ 2.1 ขณะที่หนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ เป็นเพียงการเสนอผลการแข่งขันเท่านั้น

ด้านสื่อโทรทัศน์พบว่าช่อง smm tv มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรมากที่สุด คือ 7 รายการ รองลงมา คือช่อง 3SD จำนวน 6 รายการ ช่อง 3 HD จำนวน 5 รายการ ส่วนช่อง 7 และช่อง Workpoint พบน้อยที่สุด คือ 1 รายการ และที่สำคัญคือไม่พบว่ามีรายการที่ชี้ช่องทางพนัน

ส่วนในสื่อวิทยุกระจายเสียง พบว่าวิทยุออนไลน์ FM 96 สปอร์ตเรดิโอ และ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ มีเนื้อหารายการเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ใกล้เคียงกัน คือ 10 รายการ และไม่พบว่ามีรายการที่ชี้ช่องทางการพนัน แต่กลับพบว่าวิทยุออนไลน์ NR sport Radio ซึ่งไม่มีผังรายการแน่นอน พบว่าผู้ดำเนินรายการกล่าวขอบคุณเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล เนื่องจากเป็นผู้สนับสนุนรายการหลัก และยังเชิญชวนให้ผู้ฟังสมัครสมาชิกเว็บไซต์ดังกล่าวด้วย



### 3.มีเดียมอนิเตอร์เผย นสพ.บางฉบับ ชี้ช่องทางการพนันฟุตบอลยูโร-สื่ออื่นให้ข้อมูลแข่งขัน

by Modern Radio - FM 100.5 4 ก.ค. 2559, 15:41 น. view 11

<http://mcot-web.mcot.net/fm1005/content.php?id=577a0fe39381631a1a8b4674#.WBNYPxKdB1g>

นางเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ ผู้อำนวยการ โครงการศึกษาสื่อกับการนำเสนอเนื้อหาการพนันและการชิงโชคใน ฟุตบอลยูโร 2016 เผยมีเดียมอนิเตอร์ศึกษาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 กับการพนันในสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์รายวัน พบว่าในสื่อหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์เคลลินิวส์เป็นสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรมากที่สุด คือร้อยละ 70.4 รองลงมา คือข่าวสด ร้อยละ 50.5 คมชัดลึก ร้อยละ 47.4 และไทยรัฐ ร้อยละ 45.2 หากวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอพบว่าในร้อยละ 70.4 ของหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งมีเนื้อหาชี้ช่องทางการเข้าถึงการพนันมากถึงร้อยละ 2.1 ขณะที่หนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ เป็นเพียงการเสนอผลการแข่งขันเท่านั้น

ด้านสื่อโทรทัศน์พบว่าช่อง smm tv มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรมากที่สุด คือ 7 รายการ รองลงมา คือช่อง 3SD จำนวน 6 รายการ ช่อง 3 HD จำนวน 5 รายการ และไม่พบว่ามีรายการที่ชี้ช่องทางการพนัน

ส่วนในสื่อวิทยุกระจายเสียง พบว่าวิทยุออนไลน์ FM 96 สปอร์ตเรดิโอ และ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ มีเนื้อหารายการเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ใกล้เคียงกัน 10 รายการ และไม่พบว่ามีรายการที่ชี้ช่องทางการพนัน

## 4.ผลศึกษา:พบเนื้อหาระดับชี้ช่องการพนันบอลยูโร ในสื่อหนังสือพิมพ์ รายวัน ไม่พบในสื่อวิทยุ และ โทรทัศน์

04/07/2016



เลขที่ 10 ห้องที่ 10 ถ.พหลโยธิน ซอย 3

โครงการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์

แขวงสามเสนใน เขตพญาไท

กทม. 10400

Media Monitor มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา

โทร : 02-279-9173

(Foundation for Media Studies)

Email: [mediamonitorth@gmail.com](mailto:mediamonitorth@gmail.com)

Website : [www.mediamonitor.in.th](http://www.mediamonitor.in.th)

เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016

ในสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

และหนังสือพิมพ์รายวัน

เอกสารเผยแพร่ Press Release

4 กรกฎาคม 2559

พบเนื้อหาระดับชี้ช่องการพนันบอลยูโร ในสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ไม่พบในสื่อวิทยุ และ โทรทัศน์

บอลลูโร 2016 เริ่มมาตั้งแต่วันที่ 10 มิถุนายน ที่ผ่านมา ในช่วงสัปดาห์แรกของการแข่งขัน หรือ ในช่วง 24 ทีม มีเดียมอนิเตอร์ ได้ทำการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ระดับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ บอลลูโร 2016 และการพนัน ในสื่อหลัก คือวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และ หนังสือพิมพ์รายวัน ทั้งนี้หน่วยการศึกษา คือ 1) สื่อโทรทัศน์ 6 ช่อง ได้แก่ 3 ช่องที่ได้รับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด (3 Family, 3 SD, 3 HD) 2 ช่องที่ได้รับความนิยมใน 3 อันดับแรกในช่วงเวลาที่ศึกษา ได้แก่ 7 HD และ Workpoint กับ SMM TV โทรทัศน์ดาวเทียม ในเครือข่าย สยามสปอร์ต เจ้าของสื่อและคอนเทนต์กีฬาอันดับ 1 ของประเทศ 2) สื่อวิทยุกระจายเสียง คือ 2 คลื่นกีฬาทางออนไลน์ ได้แก่ FM 96 สปอร์ตเรดิโอ และ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ กับ 1 วิทยุออนไลน์ คือ NR Sports Radio บนหน้าเว็บไซต์ [www.nrsportsradio.com](http://www.nrsportsradio.com) ซึ่งมี Facebook Page คิว 3) หนังสือพิมพ์รายวัน 4 ฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ สมชดลิก ข่าวสด โดยทำการศึกษา ในวันที่ 10,12,14,16 มิถุนายน 59 สำหรับ สื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ศึกษาช่วงเวลา 15.00-23.00 น.

ทั้งนี้ มีเดียมอนิเตอร์ ใช้เกณฑ์การศึกษาระดับเนื้อหาการพนัน เช่นเดียวกับการศึกษาฟุตบอลโลก 2014 คือ เกณฑ์ IPHG โดย Information เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการแข่งขันบอลลูโร 2016 Prediction เป็นข้อมูลที่คาดการณ์ หรือ ทำนายผลการแข่งขัน อย่างไม่ระบุสัดส่วนต่อรอง หรือจำนวนประตูการแพ้ชนะ Handicap เป็นข้อมูลที่ระบุอัตราต่อรอง เปอร์เซ็นต์ความได้เปรียบเสียเปรียบ โอกาสยิงประตู Gambling เป็นข้อมูลที่ชี้ช่องทาง หรือ แนะนำวิธีการพนันบอลลูโร 2016 ทั้งนี้ มีการสำรวจเนื้อหาการรณรงค์ต่อต้านการพนันบอล และการชิงโชคในบอลลูโร 2016 ในสื่อที่เป็นหน่วยการศึกษาด้วย

ในภาพรวม กล่าวได้ว่า สื่อโทรทัศน์ดิจิทัลจอภาพพื้นดินที่ศึกษา รวมทั้ง สื่อวิทยุกระจายเสียงคลื่นกีฬาที่ศึกษาทางออนไลน์ มีความระมัดระวังการนำเสนอเนื้อหาบอลลูโร อย่างไม่เกี่ยวข้องกับชี้ช่องทางหรือวิธีการพนัน แต่มีการให้ข้อมูลระดับ Handicap ในวิทยุคลื่นกีฬา ในขณะที่โทรทัศน์ดาวเทียม วิทยุออนไลน์บนหน้าเว็บไซต์ที่เป็นหน่วยการศึกษา รวมทั้ง หนังสือพิมพ์รายวันบางฉบับ มีการให้ข้อมูลถึงระดับ G คือชี้ช่องทางหรือวิธีการพนันบอลลูโร 2016

ผลการศึกษาสื่อโทรทัศน์ พบว่า ช่อง SMM TV เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด จำนวน 7 รายการ รองลงมาคือ ช่อง 3 SD (6 รายการ) ช่อง 3 HD ( 5 รายการ) ช่อง 3 Family ( 3 รายการ) ส่วนช่อง 7 HD และช่อง Workpoint พบน้อยที่สุด จำนวน 1 รายการเท่านั้น

เมื่อใช้เกณฑ์ IPHG โดยประเมินวัดที่ระดับสูงสุดในแต่ละรายการที่ศึกษา พบว่า ระดับ I (Information) ช่อง 3 SD พบมากที่สุด (5 รายการ) รองลงมา คือ ช่อง 3 HD และ ช่อง SMM TV ( ช่องละ 3 รายการ) ส่วน ช่อง 3 Family (2 รายการ) และช่อง 7 HD (1 รายการ) ไม่พบ ในช่อง Workpoint ระดับ P (Prediction) พบเท่านั้น (2 รายการ)ใน ช่อง 3 HD และช่อง SMM TV ส่วนช่อง 3 Family และ ช่อง 3 SD พบ 1 รายการเท่านั้น ไม่พบ IPHG ในช่อง 7 HD และช่อง Workpoint ระดับ H (Handicap) พบในช่อง SMM TV เพียงช่องเดียว (2 รายการ) ระดับ G (Gambling) ไม่พบ ในทุกช่อง

ผลการศึกษาสื่อวิทยุกระจายเสียง พบว่า วิทยุออนไลน์ FM 96 สปอร์ตเรดิโอ และ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ มีเนื้อหารายการเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 10 รายการ (FM 96) และ 9 รายการ (FM 99)

เมื่อใช้เกณฑ์ IPHG โดยประเมินวัดที่ระดับสูงสุดในแต่ละรายการที่ศึกษา พบว่า ระดับ I (Information) มีการนำเสนอมากที่สุดในทุกที่ศึกษา คือ FM 96 สปอร์ตเรดิโอ (5 รายการ) และ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ (4 รายการ) ระดับ P (Prediction) พบค่อนข้างน้อย คือ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ (2 รายการ) FM 96 สปอร์ตเรดิโอ (1 รายการ) ระดับ H (Handicap) FM 96 สปอร์ตเรดิโอ พบ 4 รายการ FM 99 แอคทีฟเรดิโอ พบ 3 รายการ ระดับ G (Gambling) ไม่พบในทุกที่ศึกษา

ในส่วนวิทยุออนไลน์ NR Sports Radio ซึ่งไม่มีผังรายการแน่นอน ส่วนใหญ่เสนอเพลง โดย Auto DJ พบเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 ในวันที่ 14 และ 16 มิ.ย. 59 โดยวันที่ 14 ระดับสูงสุดที่พบ คือ G -Gambling ที่ผู้ดำเนินรายการกล่าวขอบคุณผู้สนับสนุนรายการหลักซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล พร้อมข้อความเชิญชวนให้สมัครสมาชิกเว็บไซต์นั้นๆ ในวันที่ 16 มิ.ย. ระดับสูงสุดที่พบ คือ P-Prediction พบในช่วงพากษ์สดถ่ายทอดการแข่งขัน ทั้งนี้ ลีลาการพากษ์สดการแข่งขัน จะ “เกรียนสุดๆ” แทรกการใช้ภาษาเชิงหยาบคาย เช่น คำสบถ คำด่า และในบางครั้งมีการใช้ภาษาส่อทางเพศด้วย

เว็บไซต์ [www.nrsportsradio.com](http://www.nrsportsradio.com) พบว่า มีความเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์การพนันฟุตบอลต่างๆ เป็นจำนวนมาก ในรูปแบบของแบนเนอร์ที่เป็นสปอนเซอร์ของรายการในคลื่นวิทยุออนไลน์ ขณะที่พบ เฟซบุ๊กเพจfacebooknrsportradio มีการโฆษณาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการพนันฟุตบอล และพบข้อความส่งเสริมการพนันฟุตบอลในช่วงนำเสนอข้อดีของการแข่งขัน

สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน เมื่อ วิเคราะห์สัดส่วนที่เกี่ยวกับบอลยูโร 2016 ในหน้ากีฬาของหนังสือพิมพ์รายวันที่ศึกษา พบว่า เดลินิวส์ เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด คือร้อยละ 70.4 รองลงมาคือ ข่าวสด (ร้อยละ 50.5) คมชัดลึก (ร้อยละ 47.4) ไทยรัฐ (ร้อยละ 45.2)

เมื่อใช้เกณฑ์ IPHG โดยประเมินวัดที่ระดับสูงสุดในแต่ละเนื้อหาที่ศึกษา พบว่า ระดับ I (Information) พบในหนังสือพิมพ์ทุกฉบับที่ศึกษา โดยข่าวสดมีมากที่สุด (ร้อยละ 48) รองลงมาคือ ไทยรัฐ (ร้อยละ 42.7) เดลินิวส์ (ร้อยละ 32.4) และคมชัดลึก (ร้อยละ 26.4) ระดับ P (Prediction) พบใน เดลินิวส์ (ร้อยละ 8) และ ไทยรัฐ (ร้อยละ 1.5) ระดับ H (Handicap) พบใน เดลินิวส์และคมชัดลึก ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 21.5 และ ร้อยละ 21 ตามลำดับ ระดับ G (Gambling) พบเพียงในเดลินิวส์ (ร้อยละ 2.1)

การรณรงค์ต่อต้านการพนันบอล ในสื่อที่เป็นหน่วยการศึกษา สื่อโทรทัศน์ ไม่พบเนื้อหาการรณรงค์ต่อต้านการพนันในทุกช่องที่ศึกษา สื่อวิทยุ พบ ในคลื่น FM 99 Sport Radio จำนวน 11 ครั้ง จาก 2 รูปแบบ คือ เนื้อหา รณรงค์ต่อต้านการพนันโดยกองทุนสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อพัฒนาสังคม (6 ครั้ง) และ ในรายการที่ผู้ดำเนินรายการพูดรณรงค์ต่อต้านการพนันบอล (5 ครั้ง) โดยพบในทุกวันที่ทำการศึกษา และมีจำนวนครั้งที่พบเพิ่มขึ้นในทุกวัน คือ 10 มิ.ย.พบ 1 ครั้ง 12 มิ.ย.พบ 2 ครั้ง 14



และ 16 มิ.ย. พบ 4 ครั้งเท่ากัน สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน พบในข่าวสด (ร้อยละ 2.5) วันที่ 10 มิ.ย. และ ไทยรัฐ (ร้อยละ 1) พบในวันที่ 12 มิ.ย.

การชิงโชคในบอลยูโร 2016 สื่อโทรทัศน์ พบใน ช่อง 3 HD ( 2 ครั้ง) ในรายการ “เรื่องเด่นยูโร” วันที่ 14 และ 16 มิ.ย. ในกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัล ช่อง Workpoint และช่อง SMM TV พบช่องละ 1 ครั้ง ในข่าวการจัดกิจกรรมทายผลผู้ชนะของไปรษณีย์ไทย สื่อวิทยุ พบ ใน FM 99 Active Radio (9 ครั้ง) ในกิจกรรมเล่นเกมตอบคำถามผ่าน SMS (8 ครั้ง) และส่งไปรษณีย์ชิงโชคลุ้นแชมป์กับไปรษณีย์ไทย (1 ครั้ง) FM 96 Sport Radio (6 ครั้ง) ในกิจกรรมตอบคำถามทางโทรศัพท์เพื่อชิงรางวัล เช่นเดียวกับ FM 96 Sport Radio สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน พบ ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ฉบับเดียว มีการนำเสนอเนื้อหาการชิงโชคทั้ง 4 วันที่ศึกษา 10 มิ.ย.(ร้อยละ 2) วันที่ 12 และ 14 มิ.ย. (ร้อยละ 1.8 เท่ากัน) 14 มิ.ย.(ร้อยละ 0.8) โดยนำเสนอในรูปแบบภาพข่าว และการชวนร่วมกิจกรรมชิงรางวัล ซึ่งเป็นกิจกรรมของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์เอง ในชื่อ “ลุ้นแชมป์ยูโร 2016 ลุ้น โชคกับเดลินิวส์”

ภาพแผนภูมิแสดง IPHG ที่พบในแต่ละกลุ่มสื่อ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบในแต่ละวันที่ศึกษา

วันที่ 10 มิ.ย.59 ซึ่งเป็นวันแรกของการแข่งขัน พบว่าเนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละสื่อยังพบค่อนข้างน้อย เนื้อหาส่วนใหญ่คือการให้ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับฟุตบอลยูโร 2016 เป็นหลัก ขณะที่ข้อมูลการคาดการณ์/ทำนายผล ทั้งที่ระบุและไม่ระบุอัตราแพ้-ชนะ จะพบจากสื่อวิทยุมากกว่าสื่ออื่น ๆ

วันที่ 12 มิ.ย.59 สื่อที่เห็นได้ชัดว่ามีการนำเสนอเนื้อหาเพิ่มมากขึ้นจากวันที่ 10 มิ.ย. คือ สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน แม้เนื้อหาที่พบยังเน้นที่การให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไปเป็นหลัก ขณะเดียวกันพบเนื้อหาที่แจ้งแหล่งรับพนันในสื่อหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นสื่อเดียวที่ไปถึงเนื้อหาในลักษณะดังกล่าว ส่วนสื่อโทรทัศน์และวิทยุ พบจำนวนรายการเพิ่มมากขึ้นกว่าวันแรก แต่ในจำนวนเพียงเล็กน้อย

วันที่ 14 มิ.ย.59 สื่อ หนังสือพิมพ์มีสัดส่วนที่พบใกล้เคียงกับวันที่ 12 มิ.ย. แต่ยังพบเนื้อหาที่ไปถึงการแจ้งแหล่งพนันเช่นเดียวกับวันที่ 12 มิ.ย. ขณะที่สื่อโทรทัศน์และวิทยุ วันที่ (14 มิ.ย.) เป็นวันที่พบจำนวนรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับฟุตบอลยูโรมากที่สุด โดยเฉพาะในสื่อวิทยุที่พบทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร การคาดการณ์/ทำนายผล ทั้งที่บอกและไม่บอกอัตราแพ้-ชนะ ในระดับที่ชัดเจนที่สุด ขณะที่ในสื่อโทรทัศน์ยังเน้นที่การให้ข้อมูลทั่วไปเป็นหลัก

วันที่ 16 มิ.ย.59 ทุก สื่อมีการนำเสนอเนื้อหาบอลยุโรน้อยลง เมื่อเทียบกับวันที่ 14 มิ.ย. โดยสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์มีจำนวนลดลงเพียงเล็กน้อย แต่สื่อวิทยุกลับมีจำนวนรายการลดลงอย่างเห็นชัด แต่ลดในส่วนของเนื้อหาที่ให้ข้อมูลทั่วไป แต่ส่วนของการคาดการณ์ที่บอกอัตราต่อรองกลับเพิ่มสูงขึ้น

กล่าวโดยสรุป สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน มีความคงตัวในการนำเสนอเนื้อหาฟุตบอลยูโร 2016 มากที่สุด ทั้งสัดส่วนในภาพรวม และสัดส่วนเนื้อหาแต่ละระดับ (IPHG) ขณะที่ สื่อโทรทัศน์ มีจำนวนรายการที่เปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ส่วน

หนึ่งเป็นเพราะผังรายการของช่องโทรทัศน์ค่อนข้างตายตัว รายการที่พบมักจะเป็นรายการเดิม ๆ ที่ออกอากาศในทุกวัน และเนื้อหาที่พบในแต่ละรายการก็มักจะเป็นในระดับเดิม เช่น รายการใดที่ให้ข้อมูลถึงการบอควัดราตอรอง ก็จะพบในลักษณะนั้นทุกวัน ขณะที่ สื่อวิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่มีความเปลี่ยนแปลงในแต่ละวันที่เห็นชัดที่สุด เนื่องจากผังรายการของวิทยุมีการเปลี่ยนแปลงและรายการที่นำเสนอก็จะแตกต่างกันไปแต่ละวัน ทำให้บางวันตัวเลขของรายการที่พบเนื้อหาที่บอควัดราตอรองค่อนข้างสูง แต่บางวันกลับไม่พบเลย

มีเดียมอนิเตอร์ จะนำเสนอ ภาพรวมของผลการศึกษาระดับเนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 ในช่วงวันที่ 10 มิถุนายน – 1 กรกฎาคม 2559 ทั้งในสื่อหลัก และสื่อออนไลน์ ในช่วงเช้าวันที่ 26 กรกฎาคม นี้ในงานการแถลงผลการสำรวจการพนันของนักเรียนระดับมัธยมและอาชีวศึกษาของ ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาฯ ส่วนรายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์จะนำเสนอทาง [www.mediamonitor.in.th](http://www.mediamonitor.in.th) ภายในเดือนสิงหาคมนี้

.....

## 5. มีเดียมอนิเตอร์เสนอผลศึกษา”สื่อกับการนำเสนอเนื้อหาการพนันและการชิงโชคในฟุตบอลยูโร 2016”

กรกฎาคม 4 @ 9:00 am - 12:00 pm

<http://nbtcrights.com/event/9875>



Media Monitor มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษาจัดกิจกรรมนำเสนอผลการศึกษาเนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลัก คือ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน ที่เป็นหน่วยการศึกษา ในวันจันทร์ที่ 4 กรกฎาคมนี้ ระหว่างเวลา 9.00-12.00 น. ที่ Victory Room โรงแรม VIC3 ถนนพหลโยธิน ซอย 3 (ใกล้บีทีเอสสนามเป้า)

\*\*\* งานนี้ Media Monitor และ ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ดำเนินโครงการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์ เพื่อรายงานผลการศึกษาผ่านสื่อผู้สังคม และเพื่อให้หน่วยงานรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาการพนันฟุตบอล ทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม รวมทั้งองค์กรสื่อ และ หน่วยงานกำกับดูแลสื่อ ได้ใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานตามภาระหน้าที่ หรือ จุดมุ่งหมายเพื่อลดปัญหาการพนันฟุตบอล ในระยะยาวและต่อเนื่อง(ได้รับการสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.)

.....

3.2 การนำเสนอกิจกรรม เวทีอภิปราย “สรุปพนันบอลยูโร 2016 เด็กไทยเสียเท่าไร” ที่โรงแรมแมนดาริน วันที่ 26 กรกฎาคม 2559 ทางสื่อมวลชน

## 1. โจ้ไทยเล่นพนันบอลยูโรหนักกว่าบอลโลก ชัดสื่อชี้นำกระตุ้นอยากเล่น

โดย Manager Online

วันที่ 26 กรกฎาคม 2559 14:51 น. (แก้ไขล่าสุด 26 กรกฎาคม 2559 15:00 น.)

<http://www.manager.co.th/qol/viewnews.aspx?NewsID=959000074090>



นักวิชาการ ชี ภาควัสดุ - สังคม แก้ปัญหาพนันบอลยูโรยังไม่สำเร็จ วัยโจ้ยังนิยมเล่นหนักกว่าบอลโลก ยอมควักกระเป๋าจ่าย จากที่ไม่เล่นยังเปลี่ยนใจ ระบุ สื่อมีอิทธิพลชี้นำ กระตุ้นให้อยากเล่นสูง

วันนี้ (26 ก.ค.) เมื่อเวลา 10.00 น. ที่โรงแรมแมนดาริน ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ร่วมกับ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ และเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน จัดเวทีอภิปราย “สรุปพนันบอลยูโร 2016 เด็กไทยเสียเท่าไร”

นายธน หาพิพัฒน์ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) เปิดเผยผลสำรวจพฤติกรรมกรรมการรับชมและการเล่นพนันทายผลฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังการแข่งขันฟุตบอลยูโร ระหว่างวันที่ 11 - 22 ก.ค. 59 ในกลุ่มนักพนันมัธยมปลาย และอาชีวศึกษา 3,832 ตัวอย่าง ใน 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ สมุทรปราการ เชียงใหม่ พิษณุโลก ชลบุรี ราชบุรี ขอนแก่น อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี และสงขลา พบว่า ฟุตบอลยูโรยังเป็นทีนิยมของวัยรุ่น เกิดครั้งติดตามรับชมการถ่ายทอดสด พบพฤติกรรมเสี่ยงขณะรับชม เช่น ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สูบบุหรี่ ทานอาหารฟาสต์ฟูด ดื่มน้ำหวาน น้ำอัดลม และชวนเพื่อนเล่นการพนัน ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง 66% รับรู้การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ห้ามเล่นการพนัน จากโรงเรียน ครู ผู้ปกครอง และสภาพแวดล้อมคนรอบข้าง ยังคงเล่นการพนันสูงถึง 57% ขณะที่ก่อนดูผลสำรวจก่อนแข่งขันกลุ่มตัวอย่างตั้งใจไว้ว่าจะเล่น และเมื่อเริ่มแข่งขัน 80% ก็เล่นพนันจริง ๆ ที่น่าห่วงคือ กลุ่มตัวอย่างจากทีจะไม่เล่นแต่กลับหันมาเล่น 8% เนื่องจากสื่อยังมีอิทธิพลต่อการกระตุ้นและจูงใจให้เล่น โดยใช้เป็นข้อมูลประกอบในการเล่น 91.5% ตามช่องทาง เฟซบุ๊ก เคเบิลทีวี เว็บพนันต่าง ๆ

“กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่ง 43.7% เน้นเล่นพนันแบบได้เสีย เงินพนันเฉลี่ยต่อคู่ จากเดิม 1,879 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 3,123 บาท ส่วนปัญหาที่ตามมา คือ หนี้สิน เสียการเรียน เกิดความเครียด อย่างไรก็ตาม พนันบอลยูโรยังเป็นที่นิยมเล่นหนักกว่าฟุตบอลโลก สะท้อนได้ว่า ภาคการทำงาน การห้ามปราม ประชาสัมพันธ์ ไม่สำเร็จเท่าที่ควร ทำให้เบรกการเล่นพนันบอลในกลุ่มเยาวชนไม่ได้ เพราะช่องทางยังเข้าถึงง่าย สถิติเล่นพนันเพิ่มขึ้น การควบคุมไม่ต่อเนื่องจริงจัง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังทำอะไรไม่ได้ เว็บไซต์พนันเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้น ต้องเร่งตัดช่องทางการพนัน” นายธน กล่าว

ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ มุขนิธิสื่อมวลชนศึกษา (Media Monitor) กล่าวว่า จากการมอเนิเตอร์ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ ช่วงที่มีการแข่งขันบอลยูโร พบว่า หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ยังครองแชมป์การให้ข้อมูล ซึ่งช่องทางเล่นพนันทายผล หรือเรียกว่าเป็นเหมือนคู่มือสำหรับนักพนัน ทั้งบอกวิธีการเล่น บอกแต้มต่อ บอกความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ส่วนสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ยังมีการเสนอเนื้อหาที่ลึกลงเข้าไปในระดับการพนัน และมีการให้เสียงโชคพนัน เช่น ส่ง SMS ขณะทีหนังสือพิมพ์รายวันบางส่วน เสนออัตราต่อรอง ที่น่าห่วงคือ เว็บไซต์ซึ่งเป็นที่นิยมของนักพนันมีให้เห็นเป็นจำนวนมาก เพียงแค่ใส่คำค้นเข้าไปก็จะปรากฏเนื้อหาการรับแทง ช่องทาง ราคา ในขณะที่การนำเสนอกิจกรรมรณรงค์การต่อต้านการเล่นพนันบอลตามสื่อต่าง ๆ พบว่า มีน้อยมาก โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์กีฬา ไม่มีการนำเสนอเนื้อหา รณรงค์ปรากฏให้เห็นเลย จึงขอฝากไปยังเจ้าภาพหลักเข้าแก้ไขปัญหานี้อย่างจริงจัง

พญ.มธุรดา สุวรรณโพธิ์ ผู้อำนวยการสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กล่าวว่า การขอรับคำปรึกษาสายด่วนเลิกพนัน 1323 ช่วงฟุตบอลยูโร 2016 มีเพิ่มขึ้นถึง 8 เท่า หากเทียบกับฟุตบอลโลก 2014 ซึ่งคนที่เป็นนักพนันอยู่แล้วมักใช้วิธีปรับเปลี่ยนหันมาเล่นพนันบอล พบในกลุ่มผู้ใหญ่มากกว่าเยาวชน ทั้งนี้ ลักษณะการบำบัดผู้มีปัญหา พบว่า ผู้ใหญ่ 30% สามารถเลิกได้ มี 5% ที่กลับไปติดซ้ำ ส่วนกลุ่มเยาวชนพบ 9% เลิกได้ มี 5% ที่ติดซ้ำ อย่างไรก็ตาม ผู้ต้องการเลิกพนัน 80% รักษาให้หายได้ ส่วนอาการเสพติดการพนัน ถ้าไม่ได้เล่นจะรู้สึกหงุดหงิด กระวนกระวาย ร่างกายอ่อนแอ มีโอกาสป่วยง่าย พฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรง มีภาวะซึมเศร้าเจ็บป่วยทางจิตร่วมด้วย ซึ่งปัญหาการพนันส่งผลให้เกิดปัญหาทางสุขภาพกาย หรือปัญหาสุขภาพจิต เสี่ยงต่อการติดยาเสพติด 6 เท่า ติดเหล้า 5 เท่า มีความรุนแรงและการใช้อาวุธ 6 เท่า เสี่ยงต่อการสูบบุหรี่ 3 - 10 เท่า มีภาวะซึมเศร้าและโอกาสฆ่าตัวตายสูงขึ้น 4 เท่า ดังนั้น ควรปลูกฝังเพื่อเป็นแนวทางป้องกันการเข้าถึงพนัน ที่สำคัญ สื่อควรเสนออย่างถูกต้องเหมาะสม และมีกฎหมายบทลงโทษที่ชัดเจน

ขณะที่ นายธนากร คมกฤส ผู้ประสานงานเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน กล่าวว่า ภาพรวมของการเล่นพนันฟุตบอลในเด็กและเยาวชน มีส่วนประกอบ คือ 1. พนันเข้าถึงเด็ก - เด็กเข้าถึงพนัน 2. เด็กไทยมีค่านิยมพนันสูง แต่มีภูมิคุ้มกันต่ำ มองเป็นเรื่องปกติและหวังได้เงิน ไม่สนใจกฎหมาย 3. สื่อมีส่วนสนับสนุนการพนัน แม้บางสื่ออาจไม่ได้ตั้งใจ แต่ก็มีบางสื่อที่ตั้งใจชวนพนันแบบพันธุ์ ลงแต้มต่อ ล่อให้พนัน 4. พนันฟุตบอลมีคุณสมบัติของการพนันที่อันตราย ได้แก่ เข้าถึงง่าย สิ่งแวดล้อมกระตุ้น และมีความถี่ในการแทงพนัน หรือแข่งขัน ฉะนั้น บอลลีกต่างประเทศกำลังจะมา ขณะที่ลีกไทยกำลังเตะอยู่ ต้องรณรงค์สร้างความตระหนักไม่ให้เกิดในสังคมแล้วลง สร้างการเรียนรู้เพื่อรู้ทันพนันให้เข้าสู่ระบบโรงเรียน ครอบครัว และทุกฝ่ายเร่งรับมือ ทั้งกระทรวงกีฬา กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมฯ กสทช. สมาคมวิชาชีพ สื่อด้านกีฬา และกองทุนสลากกินแบ่งเพื่อพัฒนาสังคม ทั้งนี้ อาจต้องเป็นสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ โดยคณะกรรมการกีฬาทำหน้าที่เป็นผู้ผลักดันให้การทำงานนี้เกิดขึ้น



.....

## 2.สำรวจพบค่าเฉลี่ยแทงบอลฟุตทะเลาะ 3 พันบาท

พีพีทีวี 15:29น. 26 ก.ค. 2559

<https://www.pptvthailand.com/sport/event/31407>

ชี้การนำเสนอข้อมูลการแข่งขันของสื่อหลายสำนัก เปรียบเสมือนเป็นคู่มือสำหรับนักพนันแบบเจาะลึก

จากผลสำรวจพฤติกรรมกรับชม และการเล่นพนันทายผลฟุตบอลยูโร2016 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังการแข่งขันฟุตบอลยูโร ระหว่างวันที่11- 22ก.ค.59 ในกลุ่มนักพนันมัธยมปลายและอาชีวศึกษา 3,832 ตัวอย่าง ใน 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ สมุทรปราการ เชียงใหม่ พิษณุโลก ชลบุรี ราชบุรี ขอนแก่น อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี และสงขลา พบว่า ฟุตบอลยูโรยังเป็นที่ยอดนิยมของวัยรุ่น เกินครึ่งติดตามรับชมการถ่ายทอดสด พบพฤติกรรมเสี่ยงขณะรับชม เช่น ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สูบบุหรี่ ทานอาหารฟาสต์ฟู้ด ดื่มน้ำหวานน้ำอัดลม และชวนเพื่อนเล่นการพนัน

นายชน หาพิพัฒน์ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) ระบุว่า แม้กลุ่มตัวอย่าง 66% จะรับรู้การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ห้ามเล่นการพนัน จากโรงเรียน ครู ผู้ปกครอง แต่ยังคงเล่นการพนันสูงถึง 57% ที่น่าห่วงคือกลุ่มตัวอย่างถึง 8% ที่เคยคิดว่าจะไม่เล่นกลับหันมาเล่นพนัน เนื่องจากสื่อตามช่องทางเฟซบุ๊ก เคมเบิลทีวี และเว็บพนันต่างๆ มีอิทธิพลต่อการกระตุ้นและจูงใจ ที่สำคัญเงินพนันเฉลี่ยต่อคู่จากเดิม 1,879 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 3,123 บาท ทำให้เกิดปัญหาหนี้สิน เสียการเรียน และเกิดความเครียดตามมา

สอดคล้องกับ ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา (Media Monitor) ที่กล่าวว่า จากการมอนิเตอร์ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ ช่วงที่มีการแข่งขันบอลยูโร พบว่า หนังสือพิมพ์กีฬารายวันยังคงคุมเข้มปีการให้ข้อมูล ซึ่งช่องทางเล่นพนันทายผล หรือเรียกว่าเป็นเหมือนคู่มือสำหรับนักพนัน ทั้งบอกวิธีการเล่น บอกแต้มต่อ บอกความเคลื่อนไหวต่างๆ ส่วนสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ยังมีการเสนอเนื้อหาที่ลึกลงไปในระดับการพนัน และมีการให้เสียงโศกพินัน เช่น ส่งSMS ขณะที่หนังสือพิมพ์รายวันบางส่วน เสนออัตราต่อรอง ที่น่าห่วงคือเว็บไซต์ซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักพนันมีให้เห็นเป็นจำนวนมาก เพียงแค่ใส่คำค้นเข้าไปก็จะปรากฏเนื้อหาการรับแทง ช่องทาง ราคา ในขณะที่การนำเสนอกิจกรรมรณรงค์การต่อต้านการเล่นพนันบอลตามสื่อต่างๆ พบว่ามีน้อยมาก

ด้าน พญ.มธุรดา สุวรรณโพธิ์ ผู้อำนวยการสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กล่าวว่า การขอรับคำปรึกษาสายด่วนเด็กพนัน1323 ช่วงฟุตบอลยูโร2016 มีเพิ่มขึ้นถึง 8 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงฟุตบอลโลก2014 พบในกลุ่มผู้ใหญ่มากกว่าเยาวชน โดยลักษณะการบำบัดผู้มีปัญหา พบว่าผู้ใหญ่ 30% สามารถเลิกได้ มี 5% ที่กลับไปติดซ้ำ ส่วนกลุ่มเยาวชนพบ 9% เลิกได้ มี 5% ที่ติดซ้ำ สำหรับอาการเสพติดการพนันถ้าไม่ได้เล่น จะรู้สึกหงุดหงิด กระวนกระวาย ร่างกายอ่อนแอ มีโอกาสป่วยง่าย พฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรง มีภาวะซึมเศร้าเจ็บป่วยทางจิตร่วมด้วย โดยมีภาวะซึมเศร้าและโอกาสฆ่าตัวตายสูงขึ้น 4 เท่า

.....

### 3.เวทีอภิปราย สรุปพนันบอลยูโร 2016 เด็กไทยเสียเท่าไร ?

ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน วันที่ 26 กรกฎาคม 2559

[http://www.gamblingstudy-th.org/news\\_act/63/2/%E0%B8%A2%E0%B8%B9%E0%B9%82%E0%B8%A32016/](http://www.gamblingstudy-th.org/news_act/63/2/%E0%B8%A2%E0%B8%B9%E0%B9%82%E0%B8%A32016/)



ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ร่วมกับ มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ และเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน จัดเวทีอภิปรายในหัวข้อ "สรุปพนันฟุตบอลยูโร 2016 เด็กไทยเสียเท่าไร?" เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2559 ณ ห้องบุษบา โรงแรมแมนดาริน สามย่าน กรุงเทพฯ เพื่อเปิดผลสำรวจการพนันของเด็กเยาวชนไทย

ทั่วประเทศในฟุตบอลยูโร 2016 (สำรวจหลังฟุตบอลทันที) ผลการวิจัยเฝ้าระวังสื่อในด้านที่เกี่ยวกับการพนันฟุตบอลในช่วงยูโร 2016 และสถานการณ์ผู้รับการปรึกษากับสายด่วน 1323 พร้อมวิพากษ์การทำงานของภาครัฐ ภาคประชาสังคม และหน่วยงานต่างๆ ต่อการแก้ปัญหา

วิทยากร	หัวข้ออภิปราย	
นายธน หาพิพัฒน์ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB)	โครงการสำรวจพฤติกรรมรับชมและการเล่นพนันทายผลฟุตบอลยูโร 2016 : กลุ่มนักพนันมัธยมศึกษาตอนปลายและอาชีวศึกษา	<a href="#">PDF</a>
ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไครรัตน์ มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา (Media Monitor)	ผลการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันและการชิงโชคฟุตบอลยูโร 2016 ในสื่อหลักและสื่อออนไลน์	<a href="#">PDF</a>
พญ.มธุรดา สุวรรณโพธิ์ ผอ.สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์	สถานการณ์ผู้รับการปรึกษาทางโทรศัพท์ สายด่วน 1323 ในช่วงฟุตบอลยูโร 2016	<a href="#">PDF</a>
นายธนากร คมกฤต ผู้อำนวยการเครือข่ายธรรมรงค์หฤคพนัน	สรุปพนันฟุตบอลกับเด็กไทยในยุค 4.0	<a href="#">PDF</a>
รศ.ดร. นวลน้อย ศรีรัตน์ ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน	ดำเนินรายการ	

.....

4.อึ้ง!! ผลสำรวจระบุ เด็กไทยมีค่านิยมพนันสูง แต่มีภูมิต้านทานต่ำ ชี ‘เฟซบุ๊ก’ ตัวกระตุ้นเล่นพนันทายผลบอลมากขึ้น



มติชนออนไลน์ วันที่: 27 ก.ค. 59 เวลา: 10:46 น.

<http://www.matichon.co.th/news/225291>



ศูนย์ ศึกษาปัญหาการพนัน ร่วมกับศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ(SAB) มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา มูลนิธิ สาธารณสุขแห่งชาติ และเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน จัดเวทีอภิปราย “สรุปพนันบอลยูโร2016 เด็กไทยเสียเท่าไร” ซึ่ง มีการเปิดผลสำรวจพฤติกรรมกรรมการรับชมและการเล่นพนันท้ายผลฟุตบอลยูโร2016 ณ โรงแรมแมนดาริน

ผลสำรวจชี้การพนันในเยาวชนเติบโตอย่างมีพัฒนาการ

โดย นายธน หาพิพัฒน์ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) กล่าวถึงผลสำรวจว่า หลังจบการแข่งขันฟุตบอล ยูโร 2016 ศูนย์ได้สำรวจแบบแบ่งกลุ่มตัวอย่างกับเยาวชนช่วงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและ อาชีวศึกษา 3,832 ราย ใน 10 จังหวัด เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ พิษณุโลก ชลบุรี ขอนแก่น อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี สงขลา ระหว่างวันที่ 11- 22 กรกฎาคมที่ผ่านมา พบผลสำรวจดังนี้ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 66 รับรู้การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ห้ามเล่นการพนันจาก โรงเรียน ครู ผู้ปกครอง แต่ก็เล่นการพนันมากขึ้นเมื่อเทียบกับฟุตบอลโลกปี 2014 จากร้อยละ 11.6 เพิ่มเป็นร้อยละ 16.8 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 ทั้งนี้ งานศึกษาได้แบ่งกลุ่มเยาวชนเล่นการพนันเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ เล่นการพนันแบบไม่ใช้เงิน เช่น เสี่ยงข้าว พบมีร้อยละ 31, เล่นการพนันแบบใช้เงินแต่เพื่อเป็นสีสันในการเชียร์ เช่น เล่นกับเพื่อน มีร้อยละ 25

และเล่นการพนันแบบใช้เงินและหวังได้เสีย มีร้อยละ 43.7 ซึ่งเมื่อลงลึกในกลุ่มเล่นการพนันใช้เงินแบบหวังได้เสีย พบว่า เล่นพนันผ่านเว็บไซต์ร้อยละ 36.5 ติ้ะบอลร้อยละ 22.2 ตลอดจนเล่นกับเพื่อน และเล่นกับเด็กเดินโพย ขณะที่รูปแบบการ จ่ายเงินพบจ่ายผ่านบัญชีธนาคารมากถึงร้อยละ 51 และร้อยละ 55 ใช้เงินเล่นการพนันเกินกว่าที่ตั้งใจ โดยพบเฉลี่ยต่อคู่ จากที่ตั้งใจเล่น 1,879 บาท แต่เล่นจริง 3,123 บาท และเล่นพนันวงเงินสูงสุด 3-5 หมื่นบาท

นายธนกล่าวอีกว่า ส่วนสิ่งกระตุ้นและจูงใจให้เล่นการพนัน พบร้อยละ91.5ใช้ข้อมูลประกอบการเล่นพนันตาม ช่องทางจากเฟสบุ๊ก รองลงมาเป็นเคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ตทีวี เว็บไซต์และไลน์ตามลำดับ ทั้งนี้ ปัญหาที่ตามมาหลังเล่น การพนันมากที่สุดคือ เสียการเรียน เกิดความเครียด และถูกโกง โดยหลังจากฟุตบอลยูโร 2016 จบพบกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5.6 มีหนี้สินเฉลี่ย 2,000 บาท ร้อยละ 4.5 ถูกเจ้าหน้าที่ตรวจโชคตามทวงหนี้ แต่ร้อยละ 9.8 มีเจตนาที่จะเล่นพนันต่อ โดยเฉพาะการพนันบอลลีดที่กำลังเปิดฤดูกาลในเดือน สิงหาคมนี้หรือฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกที่แข่งขันอยู่ อย่างไรก็ตาม พนัน บอลยูโรยังเป็นที่ยอดนิยมเล่นหนักกว่าฟุตบอลโลก สะท้อนได้ว่า ภาคการทำงาน การห้ามปราม ประชาสัมพันธ์ไม่สำเร็จเท่าที่ควร ทำให้เบรคการเล่นพนันบอลในกลุ่มเยาวชนไม่ได้ เพราะช่องทางยังเข้าถึง ง่าย สถิติเล่นพนันเพิ่มขึ้น การควบคุมไม่ต่อเนื่องจริงจัง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังทำอะไรไม่ได้ เว็บไซต์พนัน เติบโตขึ้นเรื่อยๆ

การพนันสารตั้งต้นหายนะชีวิต

พญ.มธุร ดา สุวรรณโพธิ์ ผู้อำนวยการสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กล่าวว่า การขอรับ คำปรึกษาสายด่วนเลิกพนัน1323 ช่วงฟุตบอลยูโร2016 มีเพิ่มขึ้นถึง 8 เท่า หากเทียบกับฟุตบอลโลก2014 ซึ่งคนที่เป็นนัก พนันอยู่แล้วมักใช้วิธีปรับเปลี่ยนหันมาเล่นพนันบอล พบในกลุ่มผู้ใหญ่มากกว่าเยาวชน ทั้งนี้ สามารถสังเกตอาการเสพติด การพนันคือ ถ้าไม่ได้เล่นจะรู้สึกหงุดหงิด กระวนกระวาย ร่างกายอ่อนแอ มีโอกาสป่วยง่าย พฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรง มี ภาวะซึมเศร้าเจ็บป่วยทางจิตร่วมด้วย ซึ่งปัญหาการพนันส่งผลให้เกิดปัญหาทางสุขภาพกายหรือปัญหาสุขภาพจิต เสียยง

ต่อการติดยาเสพติด6เท่า ติดเหล้า5เท่า มีความรุนแรงและการใช้อาวุธ6เท่า เสี่ยงต่อการสูบบุหรี่3-10เท่า มีภาวะซึมเศร้า และโอกาสฆ่าตัวตายสูงขึ้น4 เท่า ดังนั้นควรปลูกฝังเพื่อเป็นแนวทางป้องกันการเข้าถึงพนันที่สำคัญ สื่อควรเสนออย่าง ถูกต้องเหมาะสม และมีกฎหมายบทลงโทษที่ชัดเจน



พญ.มรุตตา-เอื้อจิต-ธน

### เด็กไทยภูมิต้านทานต่ำ

นาย ธนากร คมกฤส ผู้ประสานงานเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน กล่าวว่า จากการสังเคราะห์ผลสำรวจเกี่ยวกับการพนันในกลุ่มเยาวชนไทย พบว่าการพนันเข้าถึงเด็ก-เด็กเข้าถึงพนันได้ง่ายมาก ขณะที่เด็กไทยมีค่านิยมพนันสูง แต่มีภูมิต้านทานต่ำ โดยมองการพนันเป็นเรื่องปกติและหวังได้เงิน ไม่คิดถึงการเสีย และไม่สนกฎหมาย ที่สำคัญพบว่าสื่อมีส่วนสนับสนุนการพนัน แม้บางสื่ออาจไม่ได้ตั้งใจ แต่ก็มีบางสื่อที่ตั้งใจชวนพนันแบบพนันจริง ลงแถมต่อ ล่อให้พนัน อย่างไรก็ตาม คิดว่าต้องรณรงค์สร้างความตระหนักไม่ให้กระแสในสังคมแผ้วถาง สร้างการเรียนรู้เพื่อรู้ทันพนันให้เข้าสู่ระบบโรงเรียน ครอบครัว และทุกฝ่ายเร่งรับมือ ทั้งกระทรวงกีฬา กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กสทช. สมาคมวิชาชีพสื่อด้านกีฬา และกองทุนสลากกินแบ่งเพื่อพัฒนาสังคม ทั้งนี้ อาจต้องเป็นสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ โดยคณะกรรมการกฤษฎีกาที่พหรับหน้าที่เป็นผู้ผลักดันให้การทำงานนี้เกิดขึ้น และการแก้ไข พ.ร.บ.การพนัน พ.ศ. 2478ให้ทันสมัย และมองการพนันเป็นปัญหาไม่ใช่ประโยชน์



ธนากร-นวลน้อย

ปอท.ปราบเว็บพนันฟุตบอลไม่ง่าย

ร.ต.ท. วีระพงษ์ แนวคำดี รองสว.กก.2. บก.กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) ตัวแทนบก.ปอท. กล่าวว่า หนึ่งในภารกิจ ปอท.ที่ทำอยู่คือการตามจับเว็บเปิดพนันทายผลฟุตบอลที่เข้าข่ายผิดกฎหมายการพนัน อย่างช่วงฟุตบอลยูโร 2016 ปอท.สามารถตามจับได้ 6-8 เว็บไซต์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเว็บไซต์เปิดใหม่ ทั้งนี้ การทำงานของเราค่อนข้างมีอุปสรรคมาก เพราะเว็บไซต์เหล่านี้ไม่ได้อยู่ในประเทศไทย แต่อยู่ตามจังหวัดชายแดน หรือประเทศเพื่อนบ้าน ที่ส่วนใหญ่รับและจ่ายเงินผ่านทางบัญชีธนาคารซึ่งเป็นบัญชีม้า หรือบัญชีคนไทยที่ถูกโจรกรรมโดยไม่รู้ตัว รองลงมาเป็นบัตรทรูมันนี่ 1,000 บาท บัตรเติมเงิน ตลอดจนสกุลเงินทางดิจิทัลต่างๆที่สถาบันการเงินไม่รับ แต่ในวงการนี้รับ ซึ่งยากและต้องใช้เวลามากกับการหาข้อมูลหลักฐานมาดำเนินคดีเอาผิด อย่างเคสหนึ่งต้องใช้เวลา 3-8 เดือนขึ้นอยู่กับข้อมูลหลักฐานได้ช้าหรือเร็ว

เตือนชาวเน็ตถูกโจรกรรมบัญชีไปใช้ในทางผิดกฎหมายไม่รู้ตัว

ร.ต.ท. วีระพงษ์กล่าวอีกว่า แม้จะขออำนาจศาลสั่งปิดเว็บไซต์ได้ พวกเขาก็มีเซิร์ฟเวอร์สำรองสามารถกลับมาให้บริการได้ภายใน 5 นาที ฉะนั้นต้องยอมรับว่ามันไม่ทันกันระหว่างตามปิดกับเว็บไซต์เปิดใหม่ แต่เรายืนยันว่าได้ทำงานเต็มที่ภายใต้ข้อจำกัดทางบุคลากรปอท. 140 กว่าคน ที่ต้องดูความเรียบร้อยบนโลกออนไลน์อื่นๆด้วย เช่น จับกุมสินค้าหลอกขายบนอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม ปอท.ขอฝากเตือนไปยังประชาชนที่ถูกชักชวนหรือหลอกให้แสดงบัตรประชาชน บัตรเอทีเอ็ม บัญชี หรือข้อมูลส่วนตัวต่างๆลงบนอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะการสมัครงานบนอินเทอร์เน็ตที่มีคำโฆษณาว่า “ทำงานอยู่บ้านแล้วได้เงินง่าย” ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นขบวนการโจรกรรมข้อมูลและบัญชีมาเป็นบัญชีม้า อย่างเพียงเราส่งรูปบัตรเอทีเอ็มและบัญชีไปจะด้วยเต็มใจ หรือถูกคำพูดที่ว่ามีหรือเปล่า โดยไม่ได้เบลอภาพในส่วนรหัสบัตร และข้อมูลส่วนตัว เพียงเท่านั้นเขาสามารถนำรหัสไปยืนยันความเป็นเจ้าของ ซึ่งยังน่าตกใจว่าขบวนการเหล่านี้ยังมีข้อมูลของผู้เสียหาย ตั้งแต่วันเดือนปีเกิด หมู่เลือด เจ้าหน้าที่ธนาคารถามอะไรสามารถตอบได้หมด เมื่อนั้นเขาก็สามารถนำบัญชีไปใช้ และทำการเปลี่ยนแปลงการแจ้งเตือนผ่านเอสเอ็มเอสของธนาคารโดยที่เจ้าของบัญชี ไม่รู้ จากนั้นนำบัญชีนี้ไปรับโอนเงินผิดกฎหมาย ที่เหลือก็รอเพียงเจ้าของบัญชีถูกจับ ซึ่งกรณีนี้มีผู้เสียหายแล้ว 400 กว่าราย

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า ในวงเสวนาได้หยิบยกกฎหมายการพนัน พ.ศ.2478 ซึ่งขณะนี้มีการยกเว้นแล้ว โดยเห็นว่าร่างกฎหมายดังกล่าวยังวนเวียนกรอบคิดเดิมๆ เช่น การคิดค่าธรรมเนียมการให้มีการพนัน ซึ่งหากเป็นอย่างนี้ไม่มีเสียดีกว่า เพราะไม่ทำให้ปัญหาดีขึ้น ทั้งยังวิจารณ์ไปถึงพ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งดูแลโดยกระทรวงไอซีทีที่ไม่สามารถจัดการกับเว็บไซต์พนันฟุตบอลออนไลน์ได้ เพราะไม่เข้าข่ายความผิด จึงทำให้เว็บไซต์พนันฟุตบอลเติบโตอย่างรวดเร็วและไร้การควบคุมอย่างทันทั่วๆ ที่

.....

อึ้ง! ผลโพล ชี้ออลยูโร เด็กม.ปลาย แทงพนน้่มากขึ้น เป็นหนี้เฉลี่ย 2 พัน

โดย ไทยรัฐออนไลน์ 26 ก.ค. 2559 23:42

<http://truecdn1.thairath.co.th/content/673581>



ผลสำรวจจากศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ พบนักเรียน ม.ปลาย แทงพนน้บอลยูโรถึง 16.8% ในขณะที่เล่นบอลโลกเพียง 11.6% โดย 43.7% เน้นเล่นพนนแบบได้เสีย ขณะที่ ปอท.ลุยปิดเว็บพนนบอลเพิ่ม เมื่อวันที่ 26 ก.ค. 59 ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ร่วมกับศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ และเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน จัดเวทีอภิปราย “สรุปพนนบอลยูโร 2016 เด็กไทยเสียเท่าไร”

นายธน หาทิพัฒน์ จากศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) กล่าวว่า ผลสำรวจพฤติกรรมการรับชมและการเล่นพนนทายผลฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังการแข่งขันฟุตบอลยูโร ระหว่างวันที่ 11-22 ก.ค. ในกลุ่มนักพนนมัธยมปลายและอาชีวศึกษา 3,832 ตัวอย่าง ใน 10 จังหวัด พบว่า ร้อยละ 16.8 ที่เล่นพนน เพิ่มขึ้นจากการพนนบอลโลก 2014 ที่เล่นร้อยละ 11.6 โดยร้อยละ 43.7 เน้นเล่นพนนแบบได้เสีย เงินพนนเฉลี่ยต่อคู่จากเดิมที่ตั้งใจเล่น 1,879 บาท แต่เมื่อเล่นจริงเพิ่มขึ้น เป็น 3,123 บาท นายธน กล่าวอีกว่า ที่น่าห่วงคือกลุ่มตัวอย่างจากที่จะไม่เล่นแต่กลับมามีถึงร้อยละ 8.3 เนื่องจากอิทธิพลจากอิทธิพลจากสื่อที่กระตุ้นและจูงใจให้เล่น ร้อยละ 91.5 มีการใช้ข้อมูลประกอบการเล่นพนน โดยจากเฟซบุ๊กมากที่สุด รองลงมาเคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ตทีวี เว็บไซต์และไลน์ตามลำดับ

สำหรับช่องทางการเล่นผ่านเว็บไซต์ร้อยละ 36.5 ติ้บอลร้อยละ 22.2 เพื่อนและคนรู้จักร้อยละ 20 ปัญหาที่ตามมาคือหนี้สิน เสียการเรียน เกิดความเครียด โดยพบร้อยละ 5.6 มีหนี้สินเฉลี่ย 2,000 บาทเศษ ร้อยละ 4.5 ถูกเจ้าหนี้ขู่กรรโชกตามทวงหนี้ และร้อยละ 9.8 มีเจตนาที่จะเล่นพนนต่อ โดยเฉพาะการพนนบอล

ด้าน ร.ต.ท.วีระพงษ์ แนวคำดี รอง สว.กก.2 บก. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) ตัวแทน บก.ปอท. กล่าวว่า หนึ่งในภารกิจ ปอท.คือการตามจับเว็บเปิดพนนทายผลฟุตบอลที่เข้าข่ายผิดกฎหมายการพนัน ซึ่งช่วงฟุตบอลยูโร 2016 ที่ผ่านมา ปอท.สามารถตามจับได้ 6-8 เว็บไซต์ ส่วนใหญ่เป็นเว็บไซต์เปิดใหม่

ทั้งนี้การทำงานค่อนข้างมีอุปสรรคมาก เพราะเว็บไซต์เหล่านี้ไม่ได้อยู่ในประเทศไทย แต่อยู่ตามจังหวัดชายแดน หรือประเทศเพื่อนบ้าน ที่ส่วนใหญ่จ่ายเงินทางบัญชีธนาคาร ซึ่งเป็นบัญชีม้า หรือบัญชีคนไทยที่ถูกโจรกรรมโดยไม่รู้ตัว รองลงมาเป็นบัตรพุ่มนี้ 1,000 บาท บัตรเติมเงิน ตลอดจนสกุลเงินทางดิจิทัลต่างๆ ที่สถาบันการเงินไม่รับ แต่ในวงการทำงานนี้รับ ซึ่งยากและต้องใช้เวลามากกับการหาข้อมูลหลักฐานมาดำเนินคดีเอาผิด อย่างเคสหนึ่งต้องใช้เวลา 3-8 เดือน ขึ้นอยู่กับข้อมูลหลักฐานได้ช้าหรือเร็ว และแม้จะขออำนาจศาลสั่งปิดเว็บไซต์ได้ แก๊งเหล่านี้ก็มีเซิร์ฟเวอร์สำรองสามารถกลับมาให้บริการได้ภายใน 5 นาที ต้องยอมรับว่ามันไม่ทันกันระหว่างตามปิดกับเว็บไซต์เปิดใหม่ แต่ยืนยันว่าเราได้ทำงานเต็มที่ภายใต้ข้อจำกัดทางบุคลากร 140 กว่าคนที่ต้องดูความเรียบร้อยบนโลกออนไลน์อื่นๆ จับกุมสินค้าหลอกขายบนอินเทอร์เน็ต

อย่างไรก็ตาม ปอท.ฝากเตือนไปยังประชาชนที่ถูกชักชวนหรือหลอกให้แสดงบัตรประชาชน บัตรเอทีเอ็ม บัญชีธนาคาร หรือข้อมูลส่วนตัวต่างๆ ลงบนอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะการสมัครงานให้ทำงานอยู่บ้านแล้วได้เงินง่ายๆ ส่วนใหญ่จะถูกโจรกรรมข้อมูลและบัญชีมาเป็นบัญชีม้า รับโอนเงินผิดกฎหมายโดยที่เจ้าของตัวจริงไม่รู้ตัว แต่ต้องถูกจับ ซึ่งกรณีนี้มีผู้เสียหายแล้ว 400 กว่าราย

ขณะที่ นายธนากร คมกฤส ผู้ประสานงานเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน กล่าวว่า ต้องรณรงค์สร้างความตระหนักไม่ให้กระแสในสังคมแผ่ลง สร้างการเรียนรู้เพื่อรู้ทันพนันให้เข้าสู่ระบบโรงเรียน ครอบครัว และทุกฝ่ายเร่งรับมือ ทั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมฯ กสทช. สมาคมวิชาชีพสื่อด้านกีฬา และกองทุนสลากกินแบ่งเพื่อพัฒนาสังคม ทั้งนี้อาจต้องเป็นสภาพขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ โดยคณะกรรมการกฤษฎีกาทำหน้าที่เป็นผู้ผลักดันให้การทำงานนี้เกิดขึ้น.

.....

## 6. นักวิชาการชี้มาตรการคุมเยาวชนเล่นพนันไม่ได้ผล ระบุสื่อมีส่วนกระตุ้นปัญหา

ไทยพีบีเอส 14:32 | 26 กรกฎาคม 2559

<http://news.thaipbs.or.th/content/254345>

<https://www.facebook.com/ThaiPBSNews/videos/1062451427163916/> (คลิปข่าว)



นักวิชาการศึกษาปัญหาการพนัน ระบุว่ามาตรการควบคุมการเล่นพนันที่ไม่เข้มงวดของภาครัฐ ส่งผลให้เยาวชนเข้าถึงการเล่นพนันในช่วงฟุตบอลยูโร 2016 มากกว่าร้อยละ 40 ขณะที่สื่อคือปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลกระตุ้นให้เยาวชนอยากเล่นพนัน

วันนี้ (26 ก.ค.2559) ในเวทีอภิปรายหัวข้อ "สรุปพนันบอลยูโร 2016 เด็กไทยเสียเท่าไร" นายธน หาพิพัฒน์ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ เปิดเผยผลสำรวจพฤติกรรมกรรมการรับชมและการเล่นพนันทายผลฟุตบอลยูโร 2016 ของกลุ่มนักเรียนนักศึกษา โดยสำรวจช่วงเวลาหลังการแข่งขันฟุตบอลยูโร ระหว่างวันที่ 11- 22 กรกฎาคม ปี 2559 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลยูโร และพบพฤติกรรมเสี่ยงขณะรับชม เช่น ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สูบบุหรี่ กินอาหารฟาสต์ฟู้ด รวมถึงชวนเพื่อนเล่นการพนัน

พบกลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่ง หรือ ร้อยละ 43.7 ยอมรับมุ่งเล่นพนันแบบได้เสีย วงเงินพนันเฉลี่ยจากเดิม 1,879 บาท ต่อคู่เพิ่มขึ้นเป็น 3,123 บาท ต่อคู่ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างยังยอมรับว่า ใช้ข้อมูลจากสื่อช่องทางต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก เคเบิลทีวี เว็บพนันกว่าร้อยละ 91.5 มาประกอบการเล่นพนัน

สอดคล้องกับข้อมูลจากนางเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ มุลินธิสื่อมวลชนศึกษา หรือ Media Monitor ที่ศึกษาการนำเสนอของสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ ช่วงที่มีการแข่งขันบอลยูโร พบว่า หนังสือพิมพ์กีฬารายวัน ให้ข้อมูลชี้ช่องทางเล่นพนันทายผลฟุตบอลมากที่สุด ทั้งบอกวิธีการเล่นบอกแต้มต่อ และความเคลื่อนไหวต่างๆ ส่วนสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ มีการส่งเสริมให้เสี่ยงโชคพนัน เช่น ส่ง SMS และพบว่ามีการเปิดเว็บไซต์พนันจำนวนมาก

นายธนากร คมกฤต ผู้ประสานงานเครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน มองว่าปัญหาที่เกิดขึ้นสะท้อนถึงมาตรการการควบคุมของภาครัฐไม่เข้มแข็งมากพอ ดังนั้นจึงเสนอให้มีกระบวนการทำงานเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เข้มงวดอย่างรอบด้านและต่อเนื่อง

พญ.มธุรดา สุวรรณโพธิ์ ผู้อำนวยการสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต เปิดเผยว่ามีประชาชนขอรับคำปรึกษาผ่านสายด่วนเลิกพนัน 1323 ช่วงฟุตบอลยูโร 2016 มีเพิ่มขึ้นถึง 8 เท่า เมื่อเทียบกับฟุตบอลโลกในปี 2014 ดังนั้นควรปลูกฝังให้สังคมตระหนักรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการพนัน ที่สำคัญสื่อควรเสนอข้อมูลอย่างเหมาะสม

.....

## 7.อึ้ง! ผลโพล ชีบออลยูโร เด็กม.ปลาย แทงพนนันมากขึ้น เป็นหนี้เฉลี่ย 2 พัน

2016-07-26 23:42:00

<https://regional.kachon.com/62135>

ผลสำรวจจากศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ พบนักเรียน ม.ปลาย แทงพนนันบอลยูโรถึง 16.8% ในขณะที่เล่นบอลโลกเพียง 11.6% โดย 43.7% เน้นเล่นพนนันแบบได้เสีย ขณะที่ ปอท.ลุยปิดเว็บพนนันบอลเพิ่ม

เมื่อวันที่ 26 ก.ค. 59 ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ร่วมกับศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ และเครือข่ายบรรณรักษ์หยุดพนัน จัดเวทีอภิปราย “สรุปพนนันบอลยูโร 2016 เด็กไทยเสียเท่าไร”

นายชน หาพิพัฒน์ จากศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB) กล่าวว่า ผลสำรวจพฤติกรรมการรับชมและการเล่นพนนันทายผลฟุตบอลยูโร 2016 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังการแข่งขันฟุตบอลยูโร ระหว่างวันที่ 11-22 ก.ค. ในกลุ่มนักพนนันมัธยมปลายและอาชีวศึกษา 3,832 ตัวอย่าง ใน 10 จังหวัด พบว่า ร้อยละ 16.8 ที่เล่นพนนัน เพิ่มขึ้นจากการพนนันบอลโลก 2014 ที่เล่นร้อยละ 11.6 โดยร้อยละ 43.7 เน้นเล่นพนนันแบบได้เสีย เงินพนนันเฉลี่ยต่อคู่จากเดิมที่ตั้งใจเล่น 1,879 บาท แต่เมื่อเล่นจริงเพิ่มขึ้น เป็น 3,123 บาท

นายชน กล่าวอีกว่า ที่น่าห่วงคือกลุ่มตัวอย่างจากที่ไม่เล่นแต่กลับมาเล่นมีถึงร้อยละ 8.3 เนื่องจากอิทธิพลจากสื่อที่กระตุ้นและจูงใจให้เล่น ร้อยละ 91.5 มีการใช้ข้อมูลประกอบการเล่นพนนัน โดยจากเฟซบุ๊กมากที่สุด รองลงมาเคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ตทีวี เว็บไซต์และไลน์ตามลำดับ

สำหรับช่องทางการเล่นผ่าน เว็บไซต์ร้อยละ 36.5 โต้ะบอลร้อยละ 22.2 เพื่อนและคนรู้จักร้อยละ 20 ปัญหาที่ตามมาคือหนี้สิน เสียการเรียน เกิดความเครียด โดยพบร้อยละ 5.6 มีหนี้สินเฉลี่ย 2,000 บาทเศษ ร้อยละ 4.5 ถูกเจ้าหน้าที่คุมกรรโทษกตามทางหนี และร้อยละ 9.8 มีเจตนาที่จะเล่นพนนันต่อ โดยเฉพาะการพนนันบอล

ด้าน ร.ต.ท.วีระพงษ์ แนวคำดี รอง สว.กก.2 บก. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) ตัวแทน บก.ปอท. กล่าวว่า หนึ่งในภารกิจ ปอท.คือการตามจับเว็บเปิดพนนันทายผลฟุตบอลที่เข้าข่ายผิดกฎหมายการพนัน ซึ่งช่วงฟุตบอลยูโร 2016 ที่ผ่านมา ปอท.สามารถตามจับได้ 6-8 เว็บไซต์ ส่วนใหญ่เป็นเว็บไซต์เปิดใหม่

ทั้งนี้การทำงานค่อนข้างมีอุปสรรคมาก เพราะเว็บไซต์เหล่านี้ไม่ได้อยู่ในประเทศไทย แต่อยู่ตามจังหวัดชายแดน หรือประเทศเพื่อนบ้าน ที่ส่วนใหญ่จ่ายเงินทางบัญชีธนาคาร ซึ่งเป็นบัญชีม้า หรือบัญชีคนไทยที่ถูกโจรกรรมโดยไม่รู้ตัว รองลงมาเป็นบัตรเครดิตนี้ 1,000 บาท บัตรเติมเงิน ตลอดจนสกุลเงินทางดิจิทัลต่างๆ ที่สถาบันการเงินไม่รับ แต่ในวงการนี้รับ ซึ่งยากและต้องใช้เวลามากกับการหาข้อมูลหลักฐานมาดำเนินคดีเอาผิด อย่างเคสหนึ่งต้องใช้เวลา 3-8 เดือน ขึ้นอยู่กับข้อมูลหลักฐานได้ช้าหรือเร็ว และแม้จะขออำนาจศาลสั่งปิดเว็บไซต์ได้ แก๊งเหล่านี้ก็มีเซิร์ฟเวอร์สำรองสามารถกลับมา



ให้บริการได้ภายใน 5 นาที ต้องยอมรับว่ามันไม่ทันกันระหว่างตามปิดกับเว็บไซต์เปิดใหม่ แต่ยืนยันว่าเราได้ทำงานเต็มที่  
ภายใต้ข้อจำกัดทางบุคลากร 140 กว่าคนที่ต้องดูแลความเรียบร้อยบนโลกออนไลน์อื่นๆ จับกุมสินค้าหลอกขายบน  
อินเทอร์เน็ต

อย่างไรก็ตาม ปอท.ฝากเตือนไปยังประชาชนที่ถูกชักชวนหรือหลอกให้แสดงบัตรประชาชน บัตรเอทีเอ็ม บัญชีธนาคาร หรือ  
ข้อมูลส่วนตัวต่างๆ ลงบนอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะการสมัครงานให้ทำงานอยู่บ้านแล้วได้เงินง่ายๆ ส่วนใหญ่จะถูกโจรกรรม  
ข้อมูลและบัญชีมาเป็นบัญชีม้า รับโอนเงินผิดกฎหมายโดยที่เจ้าของตัวจริงไม่รู้ตัว แต่ต้องถูกจับ ซึ่งกรณีนี้มีผู้เสียหายแล้ว  
400 กว่าราย

ขณะที่ นายชนากร คมกฤต ผู้ประสานงานเครือข่ายบรรณรักษ์คุณพจน์ กล่าวว่า ต้องรณรงค์สร้างความตระหนักไม่ให้กระแส  
ในสังคมแผ่ลง สร้างการเรียนรู้เพื่อรู้ทันพมน์ให้เข้าสู่ระบบโรงเรียน ครอบครัว และทุกฝ่ายเร่งรับมือ ทั้งกระทรวงการ  
ท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมฯ กสทช. สมาคมวิชาชีพสื่อด้านกีฬา และกองทุนสลาก  
กินแบ่งเพื่อพัฒนาสังคม ทั้งนี้จำเป็นต้องเป็นสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ โดยคณะกรรมการกีฬารับหน้าที่เป็นผู้  
ผลักดันให้การทำงานนี้เกิดขึ้น.

.....