



โครงการมีเดียมอนิเตอร์ Media Monitor Project  
มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา Foundation for Media Studies  
ห้อง 518 อาคารพญาไทบิล딩  
31 ถนนพญาไท เขตราชเทวี กทม. 10400  
โทร: 02-246-7440 แฟกซ์: 02-246-7441  
Email: [mediamonitorth@gmail.com](mailto:mediamonitorth@gmail.com)  
[www.mediamonitor.in.th](http://www.mediamonitor.in.th)

## “งานการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อในช่วงการแข่งขันฟุตบอล ระดับโลก”

วันจันทร์ที่ 9 มิถุนายน 2557 ณ ห้องพาโนรามา 2 ชั้น 14 โรงแรมดิ เอ็มเมอร์ลด์

ผศ.ดร. เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ ผู้อำนวยการโครงการ มีเดียมอนิเตอร์ กล่าวว่า นับตั้งแต่ปี 2549 หรือ 2006 เป็นต้นมา มีเดียมอนิเตอร์ ได้ศึกษาสื่อในช่วงการแข่งขันฟุตบอล ระดับโลก ดังนี้ ฟุตบอลโลก 2006 ( 9 มิถุนายน ถึง 9 กรกฎาคม 2549) ฟุตบอลยูโร 2008 ( 7 มิถุนายน – 29 มิถุนายน 2551) ฟุตบอลยูโร 2012 ( 8 มิถุนายน – 1 กรกฎาคม 2555) โดยมีการศึกษาระดับเนื้อหาที่เกี่ยวกับการพนัน ที่ปรากฏในสื่อประเภทต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ สื่อบริการข้อความเสียง (Audio text) และสื่อบริการข้อความสั้น (SMS) เป็นต้น โดยทั้ง 3 รอบการศึกษา ใช้หน่วยวัดระดับเนื้อหาการพนัน 4 ระดับดังนี้

G1- ข้อมูลที่ไม่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้เลย หมายถึง เนื้อหาประเภทการรายงานผลการแข่งขันหรือ ข้อมูลที่ได้หลังจากการแข่งขันสิ้นสุดลงแล้ว, ข่าวหรือบทความเกี่ยวกับวงการฟุตบอล

G2- ข้อมูลที่ต้องตีความก่อนนำไปใช้พนัน หมายถึง เนื้อหาประเภทรายงานข้อเท็จจริงของทีมก่อนการแข่งขัน เช่น สภาพความพร้อมของทีม รายชื่อผู้ลงเล่น สถิติการแข่งขันที่ผ่านมา เป็นต้น

G3- ข้อมูลที่นำไปใช้ในการพนันได้ทันทีโดยไม่ต้องตีความ หมายถึง เนื้อหาประเภทการแสดงความคิดเห็น การคาดการณ์เกี่ยวกับเกมการแข่งขัน การทำนายผล อัตราต่อรอง และการให้ทรรศนะสำหรับนักเล่นพนันว่าควรเล่น ทีมใด โดยมักนำเสนอก่อนการแข่งขัน ผู้เล่นพนันสามารถนำไปใช้เล่นได้อย่างไม่ต้องวิเคราะห์

G4- ข้อมูลเพื่อการรับแทงพนันโดยตรง

ผลการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า

## 1. สื่อหนังสือพิมพ์

พบเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการพจน์ได้ในทุกระดับ ทั้งในการแข่งขันฟุตบอลโลก 2006 และฟุตบอลยูโร 2008 และพบว่าหนังสือพิมพ์กีฬา 4 ฉบับ (สปอร์ตแมน สปอร์ตพูล คิกออฟ เจาะเกมส์) จาก 6 ฉบับ ที่ศึกษา นำเสนอข้อมูลเพื่อการรับแทงพจน์โดยตรง (G4)

การแข่งขันฟุตบอลยูโร 2008 พบว่าหนังสือพิมพ์พจน์ทั่วไป คือ ไทยรัฐและผู้จัดการ มีคอลัมน์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพจน์มากที่สุด คือเฉลี่ย 3-4 ชิ้น/ฉบับ และ 2-3 ชิ้น/ฉบับ ตามลำดับ

ในหนังสือพิมพ์พจน์ทั่วไป ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพจน์มักพบใน บทความ, คอลัมน์เว็บไซต์ อัตราต่อรองการพจน์ ที่มาจากบริษัทรับแทงพจน์ของอังกฤษ และ ประเทศอื่นๆ , คอลัมน์ทรรศนะของผู้บรรยายกีฬา ผู้สื่อข่าวกีฬา นักพากย์กีฬา ผู้ประกาศข่าวกีฬา

## 2. สื่อวิทยุ

**ช่วงฟุตบอลโลก 2006** พบ สถานีวิทยุ 3 คลื่น คือ FM 98 (Sport Online), FM 99 (คลื่นเมืองไทยแข็งแรง เพื่อคนรักกีฬา) และ FM 105 (Sport Radio) มีเนื้อหาที่สามารถใช้ในการพจน์ได้ โดยไม่ต้องตีความ (G3) โดยเนื้อหา ดังกล่าวมาจาก ผู้ดำเนินรายการ และผู้ฟังที่โทรศัพท์เข้ามาแสดงความความคิดเห็น

**ช่วงฟุตบอลยูโร 2008** พบว่ามี 10 รายการจาก 3 คลื่น คือ FM 99 “คลื่นกีฬาเมืองไทยแข็งแรง, FM 90 “Sport Radio” และ FM 105.0 “Wisdom Radio” มีเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการพจน์ได้ ทั้งนี้ เนื้อหาในบางรายการ มาจากโฆษณารับแทงพจน์จากประเทศอังกฤษ เช่น รายการ Kick off team (ทาง FM105 Wisdom Radio) การสนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการ กับผู้ฟังที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการ กับผู้สื่อข่าว หรือ แขกรับเชิญ รวมทั้ง ผู้รอบรู้เรื่องกีฬา (เซียน/กูรู)

## 3. สื่ออินเทอร์เน็ต

**ช่วงฟุตบอลโลก 2006** พบ 48 เว็บไซต์มีข้อมูลที่สามารถใช้ในการพจน์ได้ บางเว็บไซต์มีข้อมูลเพื่อการรับแทงพจน์ (G4) ทั้งนี้ การสร้างเนื้อหาในเว็บไซต์มี 3 ลักษณะ คือ สร้างโดยเจ้าของเว็บไซต์ นำเนื้อหามาจากแหล่งอื่น และไม่ระบุแหล่งที่มาอย่างชัดเจน แต่มีการแจ้งเบอร์ดิตต่อ กรณีต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

**ช่วงฟุตบอลยูโร 2008** พบ 43 เว็บไซต์ ที่นำเสนอข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการพจน์ได้ ลักษณะดังนี้ G3- นำไปใช้แทงพจน์ได้ไม่ต้องตีความ พบ 25 เว็บไซต์ , G2-ต้องตีความก่อนนำไปใช้พจน์ พบ 9 เว็บไซต์ และ G4- รับแทง

พนันโดยตรง พบ 8 เว็บไซต์ และพบว่ามี 21 เว็บไซต์จาก 43 เว็บไซต์ เปิดให้บริการข้อมูลเพื่อใช้การพนันอย่างต่อเนื่อง จากเทศกาลฟุตบอลโลกปี 2006 จนถึงเทศกาลฟุตบอลยูโร 2008

**เว็บไซต์เป็นช่องทางหลักที่ “ง่าย” และ “ถูก” ในการให้ข้อมูลเริ่มต้น สำหรับผู้ต้องการพนันฟุตบอล เพราะเข้าเรียกดูได้ทางอินเทอร์เน็ต**

#### 4. สื่อโทรทัศน์

มีการศึกษาเฉพาะฟุตบอลโลก 2006 พบว่า สถานีโทรทัศน์ทุกช่องมีเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้ โดยไม่ต้องตีความ และเมื่อพิจารณาในประเภทรายการ พบว่า เนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้โดยไม่ต้องตีความอีก ส่วนมากจะอยู่ใน รายการประเภทข่าว (ช่วงข่าวกีฬา) ตามด้วยรายการแม็กกาซีนกีฬา และรายการประเภทวาไรตี้ที่ปรับเนื้อหาให้มีข้อมูลเกี่ยวฟุตบอลโลก

#### 5. สื่อบริการข้อความเสียง/ข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ (Audio Text/SMS)

ในฟุตบอลโลก 2006 พบว่า มีผู้ให้บริการข้อความเสียง (Audio Text) บริการข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ (sms) และบริการสอบถามข้อมูลโดยตรง (Hot Line) ทั้งหมด 53 ราย ที่มีเนื้อหาสนับสนุนการเล่นพนัน แต่มีที่ไม่เปิดให้บริการ 3 ราย

ในฟุตบอลยูโร 2008 พบ การให้บริการข้อความเสียง (Audio Text) และบริการข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ (SMS) ในสื่อต่างๆ พบ 46 หมายเลขผู้ให้บริการข้อมูลเพื่อการพนัน แบ่งออกเป็น ระบบออไดโอดเท็กซ์ (1900) 18 ราย โดยเนื้อหาระดับ G2-ต้องตีความก่อนนำไปใช้พนัน ระบบบริการข้อความสั้น 8 ราย เป็นเนื้อหาที่สามารถใช้ในการพนันได้โดยไม่ต้องตีความ (G3) ทั้งหมด ส่วน ระบบโทรศัพท์มือถือ/พื้นฐานพบ 14 ราย เป็นเนื้อหา ระดับ G2 3 ราย, ระดับ G3 4 ราย และระดับ G4 (รับแทงพนันโดยตรง) 7 ราย ที่เหลือเป็นหมายเลขที่ติดต่อไม่ได้

สำหรับฟุตบอลยูโร 2012 มีเดียมอนิเตอร์ ได้ศึกษาในประเด็นสิทธิของผู้บริโภค พบว่า การสื่อสารข้อความสั้น หรือ SMS ทางโทรศัพท์มือถือ มีเนื้อหาที่สุ่มเสี่ยงต่อการละเมิดสิทธิผู้บริโภคใน 3 ลักษณะ คือ 1) ไม่แจ้งข้อมูลช่องทางการยกเลิกบริการและไม่แจ้งเตือนเมื่อครบกำหนดโปรโมชั่นฟรี 2) มีการเก็บค่าบริการข้อความ หรือการร่วมสนุก ด้วยวิธีการโหด โดยที่ผู้บริโภคไม่ได้ทำการสมัคร หรือร่วมสนุก 3) การโฆษณาเชิญชวนให้สมัครรับบริการ sms มักไม่ได้บอกอัตราค่าบริการที่แท้จริงแก่ผู้บริโภค

จากงานการศึกษาที่น่าเสนอข้างต้น โดยสรุปแล้ว มีเดียมอนิเตอร์มีข้อเสนอแนะต่อการดูแลเนื้อหาที่น่าเสนอผ่านสื่อและการบริการทางโทรศัพท์มือถือ ดังนี้

1. สื่อมวลชนควรระวัง/หลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพนันในทุกระดับ
2. สื่อหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์กีฬาควรคัดกรองโฆษณาที่ตีพิมพ์หรือเผยแพร่
3. ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือควรคัดกรองบริการข้อความสั้น หรือ sm ที่ชี้ชวนหรือเกี่ยวข้องกับการพนัน
4. ควรมีการสื่อสารเพื่อรณรงค์ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิทธิ เพื่อให้เปลี่ยนทัศนคติการชมกีฬาให้  
เป็นไปเพื่อความรู้ ความบันเทิง ไม่ใช่เพื่อการพนัน
5. ผู้ปกครอง ผู้เกี่ยวข้อง ต้องร่วมกันดูแลการใช้สื่อของเด็กและเยาวชน ในช่วงการแข่งขันฟุตบอล  
ระดับโลก

### การทำงานของมีเดียมอนิเตอร์ สำหรับฟุตบอลโลก 2014 ในปีนี้

1. เป็นการทำงานร่วมกับภาคีคือ ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน เครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน และ  
โครงการขับเคลื่อนสังคมและนโยบายสาธารณะเพื่อลดปัญหาจากการพนัน มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ
2. วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการพนันฟุตบอลโลก 2014 ในรายการข่าวกีฬา และ รายการ  
เกี่ยวกับฟุตบอลโลกทางบางช่องของ ฟรีทีวี ทีวี่ดาวเทียม และวิทยุกระจายเสียงบางสถานี เพื่อสำรวจเว็บไซต์ที่รับ  
พนันบอล ทั้งหมดมีจุดมุ่งหมายสำคัญ เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย ต่อ หน่วยงานกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อกระจาย  
เสียง สื่อโทรทัศน์ สื่อโทรคมนาคม สื่ออินเทอร์เน็ต
3. ศึกษาระหว่างวันที่ 17 มิถุนายน – 22 มิถุนายน 2557 (นัด 2 รอบแรก) กำหนดเวลาที่เป็นหน่วยศึกษาคือ  
ในช่วงเวลา 8-10 ชั่วโมงก่อนการแข่งขัน ในแต่ละวัน เช่น วันที่ 20 มิถุนายน แข่ง 02.00 น. หน่วยเริ่มวันที่ 19 มิถุนายน  
เวลา 18.00 น. (กรณีหน่วย 8 ชม.) หรือ 16.00 น. (กรณีหน่วย 10 ชม.)
4. ให้สาธารณะมีส่วนร่วมในการมอนิเตอร์สื่อที่มีเนื้อหาหรือที่ชี้ช่องทางการพนันฟุตบอล โดยแจ้งผลการ  
มอนิเตอร์ทางช่องทางที่สะดวกรวดเร็ว เช่น เฟซบุคของมีเดียมอนิเตอร์ และ องค์กรภาคี
5. แลกผลการศึกษา ให้เร็วที่สุด อย่างช้าให้ทันช่วงก่อน 8 ทีมสุดท้าย เพื่อให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในสื่อ  
ที่จะไม่เป็นช่องทางสนับสนุนการพนันฟุตบอล

.....  
เผยแพร่เมื่อ 9 มิถุนายน 2557

