

บทที่ 5

การสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์ดาราฟุตบอล : เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง (ซิโก้)

สำหรับบทนี้จะเป็นการศึกษาถึงการสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์ดาราฟุตบอลไทย (Thai Sport Star) ในกรณีตัวอย่างของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งเป็นนักฟุตบอลทีมชาติไทยที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก และได้รับความสนใจจากคนไทยส่วนใหญ่ โดยเป้าหมายของการศึกษาก็เพื่อที่จะได้ทราบถึงกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ และเนื้อหาภาพลักษณ์ดาราฟุตบอลไทย ที่ถูกสร้างและนำเสนอโดย สื่อมวลชน และสื่อใหม่ ว่าเป็นเช่นไร รวมทั้งการสื่อสารเหล่านี้มีกลยุทธ์และความสัมพันธ์อย่างไรต่อการเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงของนักฟุตบอลไทยที่เหนือไปกว่าการเป็นแค่วีรบุรุษในสนามและวงการฟุตบอลเท่านั้น ทั้งนี้กระบวนการเข้าถึงข้อมูลของผู้วิจัยนั้นจะเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึกและการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยข้อมูลที่ได้จะถูกนำเสนอใน 2 ประเด็นดังนี้

1. ประวัติ ภูมิหลัง และลักษณะของการก่อรูปความเป็นดาราฟุตบอลไทย
2. การสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นดาราฟุตบอลไทย

1. ประวัติ ภูมิหลัง และลักษณะของการก่อรูป ความเป็นดาราฟุตบอลไทย

หากย้อนถึงฉายา “ศูนย์หน้าจอมตีลังกา” และตำนานเจ้าของเสื้อหมายเลข 13 ในทีมชาติไทยขึ้นมาแล้วละก็คงจะไม่มีแฟนฟุตบอลชาวไทยคนไหนที่จะไม่รู้จัก เพราะเขาคือนักฟุตบอลไทยคนหนึ่งที่อยู่ใใจคนไทยไปเป็นอย่างมาก ซึ่งก็ไม่ใช่ใครอื่นเขาก็คือ “เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง” หรืออีกชื่อที่แฟนฟุตบอลชาวไทยจดจำกันได้เป็นอย่างดีและพูดกันติดปากเป็นอย่างมากนั่นก็คือ “ซิโก้” โดยชื่อซิโก้นี้มาจากการที่มีชื่อเล่นว่า “โก้” และเพื่อนนักฟุตบอลเลยตั้งชื่อให้คล้องจองกับอดีตนักฟุตบอลชื่อดังทีมชาติบราซิลอย่าง ซิโก้ จึงเป็นที่มาของชื่อดังกล่าวนี้นะ ซิโก้นั้นเกิดเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2516 และเป็นคนจังหวัดอุดรธานีโดยกำเนิด รวมทั้งยังเป็นลูกชายคนสุดท้องและเป็นลูกชายเพียงคนเดียวในจำนวนพี่น้องทั้งหมด 3 คน ของครอบครัว เสนาเมืองอีกด้วย

ชิโก้ได้เริ่มต้นในชีวิตการเรียนที่โรงเรียนบ้านหนองแดง จังหวัดอุดรธานี จนถึงชั้น ป.3 ก็ได้ย้ายไปตั้งรกรากและเข้าศึกษาต่อในชั้น ป.4 ที่โรงเรียนน้ำพอง จังหวัดขอนแก่นเรื่อยมาจนจบชั้น ม.6 โดยชีวิตในวัยเรียนช่วงนี้ ชิโก้ก็ได้เริ่มเล่นฟุตบอลและเรียนรู้ทักษะต่าง ๆ จากโรงเรียนและนักฟุตบอลแถวบ้าน ซึ่งก็ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งก่อนที่จะถูกเรียกไปติดทีมนักเรียนของจังหวัดขอนแก่น เพื่อเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลเขตการศึกษาแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2530 และถึงแม้ว่าทีมจะไม่ประสบความสำเร็จแต่ด้วยความสามารถที่มีจึงทำให้มีชื่อเป็นกลุ่มดาวซัลโวของการแข่งขัน จึงเป็นเหตุให้ถูกชักชวนให้เข้าศึกษาต่อในระดับอนุปริญาในโครงการนักฟุตบอลของโรงเรียนเทพพาณิชยการ ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวนี้อาจจะเป็นช่วงเวลาก่อนการเป็นดาราฟุตบอลของชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โดยในช่วงเวลานี้ชิโก้กำลังเริ่มฉายแววและสั่งสมซึ่งความสามารถในการเล่นฟุตบอลเรื่อยมา ซึ่งก็จะเป็นลักษณะของการทำการแข่งขันฟุตบอลในระดับเยาวชนภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ และในขณะเดียวกันสื่อหนังสือพิมพ์ก็ได้ทำการรายงานความเคลื่อนไหวของการแข่งขันในระดับนี้อยู่เป็นระยะ ๆ จนทำให้ชื่อของชิโก้เริ่มรู้จักบ้างในระดับเยาวชนและ แฟนบอลบางส่วน

ทั้งนี้หลังจากที่ได้เข้าเรียนในระดับอนุปริญาไม่นานชิโก้ก็ได้เข้าร่วมในสังกัดของสโมสรธนาคารกรุงไทยในปี พ.ศ. 2532 และได้แสดงความสามารถจนมีชื่อติด 1 ใน 18 คนของเยาวชนทีมชาติไทยชุดอายุไม่เกิน 16 ปี ซึ่งได้เข้าแข่งขันเรื่อยมา รวมทั้งมีส่วนสำคัญกับการช่วยยิงประตูนำทีมเยาวชนไทยเข้าไปเล่นรอบสุดท้ายที่ประเทศซาอุดีอาระเบีย หลังจากจบการแข่งขันในรอบคัดเลือกฟุตบอลระดับเยาวชนเอเชีย ณ ประเทศมาเลเซีย ในปี พ.ศ. 2535 แต่ทว่าก่อนหน้านี้นั้นระหว่างปี พ.ศ. 2532-2534 ทีมชาติไทยชุดใหญ่เกิดการล้มเหลวมาจากการแข่งขันซีเกมส์ครั้งล่าสุด จึงมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในทีมชาติและได้มีการคัดเลือกนักฟุตบอลชุดใหม่ที่เป็นดาวรุ่งที่มีชื่อทีมที่ถูกขนานนามว่า “ดรีมทีม” และชิโก้ก็คือ หนึ่งในนักฟุตบอลที่ได้รับการคัดเลือกให้ร่วมทีมในชุดนั้นด้วยเช่นกัน

ดังนั้น จากการได้เข้าร่วมในทีมชุดดังกล่าวนี้เอง ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการเป็นดาราฟุตบอลของชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และชิโก้ก็นำทีมชาติไทย หรือ “ดรีมทีม” คว่ำอันดับ 3 ในฟุตบอลเยาวชนเอเชียที่ประเทศอินโดนีเซีย หลังจากนั้นก็ได้ติดทีมชาติไทยชุดซีเกมส์ ครั้งที่ 17 ณ ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งชิโก้ก็สร้างความกระหึ่ม โดยการเป็นผู้โหม่งทำประตูชัยในนาทีสุดท้าย ให้ทีมชาติไทยเอาชนะทีมชาติเมียนมาร์ 4-3 คว่ำเหรียญทองมาครองได้สำเร็จเป็นครั้งแรกในรอบ 6 ปี และนับเป็นแชมป์นานาชาติรายการแรกของชิโก้ ซึ่งหลังจากที่ชิโก้ยังประสพความสำเร็จนี้ก็ได้ออกมาแสดงความสามารถโดยการตีลังกา ทั้งนี้หลังจากวันนั้นชิโก้ก็กลายเป็นคนดังเมื่อสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ได้ประโคมข่าวและภาพข่าวของชิโก้ให้เป็นที่ฮือฮาและโด่งดังใหม่ ของวงการฟุตบอล

ไทย และได้พากันตั้งฉายาให้ชิโก่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น “หัวหอกจอมตีลังกา” หรือ “เพชรฆาตจอมตีลังกา” ซึ่งเป็นฉายาที่มาจากการแสดงท่าทางการดีใจของชิโก่หลังจากทำประตูได้สำเร็จ รวมทั้งมีการติดต่อขอสัมภาษณ์ของนักข่าวจากสื่อต่าง ๆ อีกมากมาย และก็ทำให้ชื่อของชิโก่กลายเป็นที่รู้จักและสนใจของผู้คนทั่วไปเรื่อยมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งต่อมาในปี พ.ศ. 2537 ชิโก่ยังได้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี จากคณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และยังได้เซ็นสัญญากับสโมสร ราชประชาในปี พ.ศ. 2538

หลังจากนั้นชิโก่ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ก็ได้คว้าแชมป์ต่าง ๆ มากมายไม่ว่าจะเป็น แชมป์คิงส์คัพ แชมป์ซีเกมส์ แชมป์ไทเกอร์คัพ รวมทั้งยังคว้าอันดับที่ 4 ในการแข่งขันเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ที่ประเทศไทย และครั้งที่ 14 ที่ประเทศเกาหลีใต้ ประกอบกับชิโก่ยังได้ไปเล่นฟุตบอลอาชีพกับสโมสรต่างประเทศ ได้แก่ สโมสรเปอลิสประเทศมาเลเซีย ปี พ.ศ. 2541 สโมสรฮัดเดอร์ฟีลทาว์น ประเทศอังกฤษ ปี พ.ศ. 2543 ซึ่งการไปสู่สโมสรฮัดเดอร์ฟีลทาว์นนี้เองชิโก่กลายเป็นจุดสนใจของสื่อต่าง ๆ มากมายในการนำเสนอ โดยหนังสือพิมพ์ ไทม์ส หรือแม้กระทั่งอินเทอร์เน็ตได้เฝ้าติดตามอย่างใกล้ชิด หลังจากนั้นชิโก่ก็ได้เล่นให้กับสโมสรสิงคโปร์อาร์มฟอร์สในประเทศสิงคโปร์ ปี พ.ศ. 2544 และ สโมสรฮองอันยาลายประเทศเวียดนาม ในปี พ.ศ. 2545-2549 ก่อนจะย้ายกลับสู่ประเทศไทยในสังกัด สโมสรบีอีซี เทโรศาสน ในที่สุด ซึ่งก็ทำให้คว้าแชมป์ต่าง ๆ ในระดับสโมสรอีกมากมาย รวมทั้งการได้รับเลือกให้เป็นนักฟุตบอลดาราเอเชียอีกด้วย โดย ณ ช่วงเวลานี้ชิโก่ก็ถือได้ว่าเป็นนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของแฟนบอลชาวไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งก็ทำให้ชิโก่ได้รับการติดต่อให้เป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้าและกิจกรรมต่าง ๆ ของภาครัฐ เช่น ผลิตภัณฑ์กีฬาไนกี้ แพน หรือแม้กระทั่งสินค้าอื่น ๆ อย่างสนุกเกอร์โปรเทคชั่น นาฬิกาอมบลัง และวิสกีแบลคเลเบิล (ชุด Keep Walking) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสื่อมวลชนติดต่อขอทำการถ่ายแบบ นิตยสาร และสถานีโทรทัศน์ติดต่อให้ไปทำการออกรายการโทรทัศน์ เป็นต้น โดยในการนำเสนอของสื่อ นั้นจะเป็นการนำเสนอที่โดดเด่นและชัดเจนกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็น ตะวัน ศรีปาน นที ทองสุขแก้ว เป็นต้น ที่สื่อจะนำเสนอบ้างแต่ทว่าจะไม่ยาวนาน สม่่าเสมอ และไม่โดดเด่นเท่ากับเกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ดังตัวอย่างการนำเสนอของสื่อดังเช่น

ภาพที่ 5.1

แสดงการนำเสนอเรื่องราว และภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ที่มี
ความโดดเด่นกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ
ในรุ่นเดียวกันอย่างชัดเจน



ที่มา: มติชน, 19 ธันวาคม 2545, น. 31.

จากตัวอย่างภาพจะเป็นการแสดงให้เห็นถึงการที่สื่อต่าง ๆ ที่มักจะให้ความสำคัญในการนำเสนอเรื่องราว ข้อมูลต่าง ๆ และภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ ที่มีความโดดเด่นและชัดเจนกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกันอย่างชัดเจน เช่น เมื่อมีการแข่งขันรายการสำคัญเกิดขึ้น สื่อมักจะนำเสนอไปที่เกียรติศักดิ์หรือสื่อจะใช้เกียรติศักดิ์เป็นตัวเด่นในการนำเสนออยู่เป็นประจำอย่างต่อเนื่องในยุคนี้

โดยในที่สุดซิโก้ได้ตัดสินใจประกาศอำลาวงการทีมชาติอย่างเป็นทางการในวันที่ 3 ตุลาคม 2550 กับบทสุดท้ายของการเป็นนักฟุตบอลทีมชาติไทย รวมทั้งสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยยังได้จัดนัดทดสอบทีมชาติหรือนัดอำลาสยามให้ซิโก้อย่างยิ่งใหญ่อีกด้วย

หลังจากชีวิตการเล่นฟุตบอลจบลง ซิโก้ยังคงอยู่กับวงการฟุตบอลต่อไปโดยรับหน้าที่ต่าง ๆ มากมายไม่ว่าจะเป็นการก่อตั้งโครงการซิโก้ฟุตบอลลีก เพื่อสอนฟุตบอลทั่วประเทศไทย การเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์สอนทักษะฟุตบอลซิโก้ฟุตบอลลีก ผู้อำนวยการสถาบันสอนฟุตบอลกรุงเทพมหานคร และที่สำคัญนั่นก็คือ การได้คุมทีมสโมสรฟุตบอลในไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก 2552 อย่างทีม จุฬาฯ-สินธนา และที่ทำผลงานได้ดีจึงถูกดึงตัวไปคุมทีมสโมสรชลบุรี เอฟซี ในที่สุด ถึงแม้ว่า

ปัจจุบันซิโก้จะลาออกจากตำแหน่งดังกล่าวไปแล้ว แต่ก็ยังไปรับหน้าที่เป็นผู้ช่วย ไบรอัน ร็อบสัน ผู้ฝึกสอนทีมชาติไทยชุดใหญ่ พร้อมกับใช้ชีวิตอยู่กับครอบครัวที่มีภรรยาและลูกสาวอีก 3 คน รวมทั้งได้ทำธุรกิจเกี่ยวกับฟุตบอลอีกเล็กน้อยอย่างมีความสุข ซึ่งสื่อต่าง ๆ ก็ยังคงให้ความสนใจและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับซิโก้อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น จากเรื่องราวและประวัติความเป็นมาของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นี่เป็นการแสดงให้เห็นถึงภูมิหลังต่าง ๆ โดยรวมที่เกิดขึ้นในชีวิตการเป็นนักฟุตบอลของซิโก้ รวมทั้งพัฒนาการของการก่อรูปการเป็นดาราฟุตบอลไทยที่สื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต ได้นำเสนอเรื่องราวและภาพลักษณ์ต่าง ๆ จนทำให้เกิดการรับรู้ขึ้นจากผู้คนทั่วไปที่มีต่อซิโก้ ซึ่งมีทั้งการแสดงความสามารถในด้านฟุตบอลจนประสบความสำเร็จอย่างมากมายทั้งในระดับสโมสรภายในประเทศและในระดับชาติหรือก็คือ การสร้างและสั่งสมภาพลักษณ์ของความเป็นวีรบุรุษหรือฮีโร่ รวมทั้งการแสดงความสามารถของการทำกิจกรรมในเรื่องอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากการเล่นฟุตบอลเท่านั้น เช่น การเป็นฟรีเซ็นเตอร์ การเป็นพิธีกร การออกรายการโทรทัศน์ การถ่ายแบบ หรือแม้กระทั่งการทำกิจกรรมช่วยเหลือสังคมต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งเรื่องราวทั้งหมดที่เกิดขึ้นนี้ได้แสดงให้เห็นว่าการเป็นดาราฟุตบอลนั้นไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นโดยอุบัติเหตุ แต่ทว่าการเป็นดาราฟุตบอลนั้นมาจากจุดเริ่มต้นโดยการสั่งสมความสามารถทางด้านกีฬาฟุตบอลที่ต้องแสดง “แวว” หรือจุดเด่นเริ่มต้นที่จะนำไปสู่ความสามารถที่โดดเด่นและเหนือกว่านักฟุตบอลผู้อื่น และนอกจากนี้การเป็นดาราฟุตบอลนั้นน่าจะต้องมีการสั่งสมความสามารถในด้านอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากเรื่องของกีฬาฟุตบอลด้วย โดยจะเป็นในลักษณะของภาพลักษณ์ที่ผสมผสานกับของจริงหรือความสามารถจริงที่มีอยู่ จนสามารถที่จะทำให้ “นักฟุตบอล” กลายเป็น “ดาราฟุตบอล” ได้ในที่สุด ซึ่งทั้งหมดนี้จึงเป็นประวัติ ภูมิหลัง และลักษณะของการก่อรูปความเป็นดาราฟุตบอลไทยของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

2. การสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์ ความเป็นดาราฟุตบอลไทย

การศึกษาเนื้อหาภาพลักษณ์ความเป็นดาราฟุตบอลไทยของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นถึงเนื้อหาภาพลักษณ์ที่สำคัญ 2 ประเด็นหลัก ที่ถูกนำเสนอผ่านทางสื่อมวลชน และสื่อใหม่ ซึ่งได้แก่ เนื้อหาภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับเรื่องความสามารถในการเล่นฟุตบอลและกีฬา กับ เนื้อหาภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับเรื่องความสามารถในการเล่นฟุตบอลและกีฬา โดยผู้วิจัยจะนำเสนอใน 3 ประเด็นย่อย คือ 1. เนื้อหาภาพลักษณ์ 2. กลยุทธ์

ของสื่อ (Media Strategy) และ 3. กลยุทธ์ของสาร (Message Strategy) เป็นสำคัญ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 เนื้อหาภาพลักษณ์

เนื้อหาภาพลักษณ์ในเรื่องราวต่าง ๆ โดยภาพรวมทั้งหมดของ ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้ทำการนำเสนอ โดยจะมีทั้งเนื้อหาภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสามารถด้านฟุตบอลหรือเรื่องฟุตบอล และเนื้อหาภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับความสามารถในด้านฟุตบอล ซึ่งในหัวข้อของเนื้อหาภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ผู้วิจัยจะทำการสรุปเพื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์โดยรวมทั้งหมดที่เกิดขึ้นและได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชน และสื่อใหม่ ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ว่ามีเนื้อหาภาพลักษณ์อะไร และเนื้อหาภาพลักษณ์เป็นเช่นไรบ้างในแต่ละเรื่อง โดยมีรายละเอียดทั้งหมดดังต่อไปนี้

1. **ภาพลักษณ์เรื่องความสามารถทางด้านกีฬา** คือ เนื้อหาภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่ถูกนำเสนอผ่านทางสื่อมวลชน และสื่อใหม่ โดยจะเป็นเรื่องราวและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความสามารถต่าง ๆ ในการเล่นฟุตบอล ซึ่งสามารถแบ่งภาพลักษณ์เรื่องความสามารถและการเป็นนักกีฬาออกเป็น 5 เรื่อง ได้แก่ ภาพลักษณ์เรื่องความสามารถในการเล่นฟุตบอล ภาพลักษณ์เรื่องความเป็นนักกีฬาทีมชาติ ภาพลักษณ์เรื่องความเป็นนักฟุตบอลดาราเอเชีย ภาพลักษณ์เรื่องความเป็นนักฟุตบอลไทยที่ติดทีมชาติมากที่สุด และภาพลักษณ์เรื่องการเป็นดาวยิง ดังต่อไปนี้

1.1 **ความสามารถในการเล่นฟุตบอล** คือ ภาพลักษณ์ในเรื่องของการแสดงความสามารถ โดยที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ ได้นำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของการเป็นนักฟุตบอลที่มีความสามารถในการเล่นฟุตบอลที่โดดเด่น เก่งกาจ และยอดเยี่ยม โดยจะมีภาพของการเล่นฟุตบอลในท่าทางที่โดดเด่นและแสดงซึ่งความสามารถเฉพาะตัวที่เหนือชั้น โดยภาพลักษณ์ความสามารถในการเล่นฟุตบอลนี้ จะมีลักษณะของภาพลักษณ์ที่เป็นเชิงบวก (Positive) ซึ่งในกรณีของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นี้ถือได้ว่าเป็นภาพลักษณ์ที่มีความโดดเด่นและชัดเจนเป็นอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับบรรดาเนื้อหาภาพลักษณ์ในทุก ๆ เรื่อง นอกจากนี้ภาพลักษณ์ในเรื่องความสามารถนั้นบางครั้งก็มีการนำเสนอในเชิงลบ (Negative) ออกมาได้เช่นกัน เช่น การแข่งขันที่เกิดความผิดพลาด พ่ายแพ้ และไม่สามารถแสดงความสามารถออกมาให้เป็นที่น่าประทับใจของแฟนบอลได้ ดังตัวอย่างดังนี้

ภาพที่ 5.2

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ เรืองความสามารถในการเล่นฟุตบอล



2547

2545

2542

ที่มา: www.thaifootball.com

“...ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โชว์ฟอร์มยิงคนเดียวสองประตูนำไทยสอย สิงคโปร์ 2-0 ผ่านเข้ารอบชิงชนะเลิศฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานคิงส์คัพ ครั้งที่ 37 ...” (“ไทยอัด สิงคโปร์ 2-0 เข้าชิงคิงส์คัพ 37 ซิโก้ฟอร์มแจ่มชัลโวคนเดียว 2 ประตู,” 2549)

จากตัวอย่างภาพและข้อความข้างต้นนี้ เป็นเรื่องของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งความสามารถในการเล่นฟุตบอลในเกมการแข่งขัน ที่ทำให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในด้านความสามารถของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่มีภาพลักษณ์ของการเป็นนักฟุตบอลที่มีความสามารถในการเล่นฟุตบอลที่โดดเด่น และเก่งกาจดังคำสัมภาษณ์ของเอกพงศ์ โพธิ์อ่อง ที่ว่า “ก็ถือว่ายอดเยี่ยมนะสำหรับซิโก้ เทคนิคดี มีความสามารถ และก็ยิงประตูได้ตลอด” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553)

1.2 ความเป็นนักกีฬาทีมชาติ คือ เนื้อหาภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับเรื่องของความเป็นนักฟุตบอลที่เป็นตัวแทนของประเทศชาติ เป็นความหวังและความภาคภูมิใจของคนในประเทศที่ได้รับการคัดเลือกมาแล้ว โดยภาพลักษณ์ของการเป็นนักกีฬาทีมชาตินี้จะเป็นในลักษณะภาพลักษณ์ด้านบวก (Positive) ซึ่งภาพลักษณ์ในเรื่องดังกล่าวนี้ได้ถูกนำเสนออย่างต่อเนื่อง และการนำเสนอ ก็จะมีการอ้างอิงและเชื่อมโยงกับการเป็นนักกีฬาทีมชาติ โดยเป็นการนำเอาความเป็นนักฟุตบอลที่มีลักษณะเป็นปัจเจกบุคคลมาสร้างคามหมายใหม่ใส่ความหมายในระดับสังคมที่ใหญ่กว่า หรือก็คือ การเปลี่ยนสภาพจาก individual subject ให้กลายเป็น social subject ซึ่งก็ถือได้ว่าเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ดังตัวอย่างเช่น “ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นักฟุตบอลทีมชาติไทย” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2547)

“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ศูนย์หน้าและกัปตันทีมชาติไทย” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2545)

ภาพที่ 5.3

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์เรื่องการเป็นนักกีฬาทีมชาติ



2541



2550

ที่มา: www.thaifootball.com

จากตัวอย่างของการนำเสนอภาพและข้อความในข้างต้นนี้เป็นการนำเสนอเพื่อสื่อสารให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของการเป็นนักฟุตบอลทีมชาติของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่บ่งบอกว่าเขาผู้นี้เป็นนักฟุตบอลที่เป็นตัวแทนของประเทศชาติ และยังแสดงให้เห็นถึงความสามารถที่เป็นที่สูงสุดจากการเป็นนักกีฬาทีมชาติที่ต้องโดดเด่นกว่านักฟุตบอลอีกจำนวนมากภายในประเทศ ซึ่งเอกพงศ์ โพธิ์อ่อง ได้กล่าวกับผู้วิจัยว่า “การติดทีมชาติไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องมีจังหวะ โอกาสและความสามารถที่ดี ซึ่งซิโก้ก็มีหมดและก็ติดทีมชาติมาตลอด จนต้องจัดนัดอำลาสนามตอนเลิกเล่นให้เขาเลย” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553) รวมทั้งจากภาพที่มีธงชาติไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสัญลักษณ์ของความเป็นชาติที่เชื่อมโยงกับการเป็นนักกีฬาทีมชาติเช่นกัน

1.3 ความเป็นนักฟุตบอลดาราเอเชีย ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โดยที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ ได้นำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องดังกล่าวนี้เพื่อให้เกิดการรับรู้ขึ้น ซึ่งภาพลักษณ์ของการเป็นนักฟุตบอลดาราเอเชียนั้น เป็นการนำเสนอเรื่องของการเป็นนักฟุตบอลไทยที่ได้รับเลือกให้ลงเล่นในทีมรวมดาราเอเชีย ซึ่งเป็นภาพลักษณ์อีกเรื่องหนึ่งที่สื่อสารให้เห็นถึงความสามารถที่โดดเด่นของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ดังตัวอย่างดังนี้ “...เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ได้ชื่อว่า เป็นหนึ่งในศูนย์หน้าที่ดีที่สุดของ

เอเชีย รวมทั้งยังเคยได้รับเลือกให้เป็นนักฟุตบอลดาราเอเชียในปี พ.ศ. 2544...” (“เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง”, 2550)

จากตัวอย่างในข้างต้นนี้เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของการเป็นนักฟุตบอลดาราเอเชียของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถที่ยิ่งใหญ่เป็นอย่างยิ่ง ดังเช่นคำสัมภาษณ์ของเทพไชย วิโนทัย ที่กล่าวว่า “เป็นเรื่องที่ยอดเยียมมากกับการติดทีมนักบอลดาราเอเชีย ไม่ใช่เรื่องง่าย นักบอลทั้งทวีปมีมากมาย แต่ซิโก้ก็ทำได้ ได้รับคัดเลือกเข้าไป” (เทพไชย วิโนทัย, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2553) เพราะการเป็นนักฟุตบอลดาราเอเชียนั้นจะต้องได้รับการคัดเลือกจากนักฟุตบอลทั้งทวีปเอเชียที่มากไปกว่าประเทศไทย ซึ่งจะคล้ายกับการเป็นนักกีฬาทีมชาติที่เป็นการนำเอาความเป็นนักฟุตบอลที่มีลักษณะเป็นปัจเจกบุคคลมาสร้างรวมความหมายใหม่ใส่ความหมายในระดับสังคมที่ใหญ่กว่า หรือก็คือ การเปลี่ยนสภาพจาก individual subject ให้กลายเป็น social subject เพียงแต่ว่าการเป็นดาราเอเชียก็คือ subject ระดับของสังคมที่ใหญ่ไปกว่าชาติไปอีกชั้น ดังนั้น จึงเป็นภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของซิโก้เช่นกัน

1.4 ความเป็นนักฟุตบอลไทยที่ติดทีมชาติมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง อีกเรื่องหนึ่งที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ ได้ทำการนำเสนอ โดยภาพลักษณ์ในเรื่องดังกล่าวนี้เป็นภาพลักษณ์ของการเป็นนักฟุตบอลไทยที่มีสถิติในการติดทีมชาติหรือการเล่นในนามทีมชาติมากที่สุด ซึ่งก็แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) ทางด้านความสามารถ ทั้งนี้การติดทีมชาติเป็นการสื่อสารให้เห็นถึงความสามารถที่โดดเด่น และยอดเยี่ยม และถ้าติดทีมชาติอย่างต่อเนื่องและมากที่สุดก็จะแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในด้านความสามารถที่ดีมากเป็นอย่างยิ่ง ดังตัวอย่างต่อไปนี้ “...ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เป็นนักฟุตบอลที่ติดทีมชาติ มากที่สุด เกิน 100 นัด เป็นอันดับต้น ๆ ของโลกโดยอยู่อันดับ ที่ 24 คู่กับ แอดวิน ฟาน เดอร์ซาร์ ของ เนเธอร์แลนด์ ด้วยสถิติ...” (“เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง หรือ ซิโก้,” 2552)

จากตัวอย่างข้อความที่แสดงถึงสถิติการติดทีมชาติของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ในข้างต้นนี้ทำให้เห็นภาพลักษณ์ที่ว่า ซิโก้ เป็นนักฟุตบอลทีมชาติไทยที่ลงเล่นในนามทีมชาติมากที่สุดเท่าที่ทีมชาติไทยเคยมีมา ซึ่งก็เป็นภาพลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความสามารถในการเล่นฟุตบอลที่ยอดเยียมเป็นอย่างมาก เพราะการติดทีมชาติมากที่สุดก็คือ การเป็นนักฟุตบอลที่ชาติต้องการในความสามารถ และเป็นนักฟุตบอลที่มีความสำคัญกับชาติเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้การนำเสนอภาพลักษณ์ในลักษณะนี้จะเป็นลักษณะของการเปรียบเทียบ (Comparison) ที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างและโดดเด่น (Distinction) ของซิโก้ที่มากกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ หรือเป็น

การสื่อสารเพื่อให้เห็นว่าซิโก้เป็นนักฟุตบอลพิเศษที่ไม่ใช่ นักฟุตบอลธรรมดาทั่ว ๆ ไป ซึ่งทั้งหมดนี้ก็คือ ภาพลักษณ์ในเรื่องของการติดทีมชาติมากที่สุดของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง “การจัดนัดอำลาสนามให้ซิโก้ถือเป็นเรื่องที่ยืนยันถึงการรับใช้ชาติมาอย่างยาวนาน ไม่ได้จัดให้กับนักบอลทุกคน หรือกะเรื่องแบบนี้ บางคนติดอยู่ช่วงเดียวก็หลุด แต่กับซิโก้มันจะต้องจัดให้เลย” (เอกพงศ์ โพธิ์ทอง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553)

1.5 การเป็นดาวยิง ได้แก่ ภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถที่สื่อได้นำเสนอ ภาพลักษณ์ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เพื่อให้เห็นถึงภาพการเป็นนักฟุตบอลที่มีความเป็นนักฟุตบอลประเภทดาวยิง ที่เป็นตัวความหวัง และมีความสามารถในการยิงประตูเป็นอย่างสูง ซึ่งจะมีภาพลักษณ์ว่า ถ้าซิโก้ลงสนามเมื่อใดก็จะสามารถทำประตูได้หรือสามารถยิงได้เมื่อนั้น ดังนั้นจึงเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ของการเป็นนักฟุตบอลดาวยิง ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ดังตัวอย่างต่อไปนี้ “ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ยอดดาวยิงทีมชาติไทย” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2545)

“...ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เป็นหนึ่งในนักฟุตบอลที่ยิงประตูในนามทีมชาติได้มากที่สุด เป็นอันดับต้น ๆ ของ FIFA อีกด้วย โดยอยู่อันดับ 9 เป็นรองเพียงแค่ 8 นักเตะชื่อดังของโลกเท่านั้น...” (“เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง หรือ ซิโก้,” 2552)

จากตัวอย่างในข้างต้นเป็นการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ที่สื่อให้เห็นถึง ภาพลักษณ์ในเรื่องการเป็นนักฟุตบอลประเภทดาวยิง ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โดยเป็น ภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) ที่เชื่อมโยงกับความสามารถว่าเป็นนักฟุตบอลที่เป็นดาวยิงที่สามารถจะทำประตูได้ตลอดและมากมายและเป็นความหวังของทีม ซึ่งในส่วนนี้เทพไชย วิโนทัย ได้ให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัยว่า “ในตอนแข่งขันเนี่ยซิโก้จะเป็นความหวังของทีมและแฟนบอลเลยแหละที่จะเป็นผู้ทำประตูคู่แข่งได้ ซึ่งก็ยิงได้มากเหมือนกัน และด้วยความเป็นศูนย์หน้าด้วยก็จะมีภาพพวกนี้อยู่ตลอด” (เทพไชย วิโนทัย, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2553) ซึ่งจากตัวอย่างที่ซิโก้เป็นนักฟุตบอลที่สามารถทำประตูได้เป็นอันดับต้น ๆ ของฟิฟาก็แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์การเป็นนักฟุตบอลประเภทดาวยิงได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะมีลักษณะเช่นเดียวกับภาพลักษณ์เรื่องการติดทีมชาติมากที่สุดที่จะมีลักษณะของการเปรียบเทียบ (Comparison) กับนักฟุตบอลคนอื่น ๆ เพื่อสื่อสารให้เห็นถึงการเป็นนักฟุตบอลที่อยู่ในกลุ่มที่มีความพิเศษที่ไม่ใช่ นักฟุตบอลธรรมดาทั่วไป ทั้งนี้การเล่นในตำแหน่งศูนย์หน้านั้นจะมีภาพลักษณ์ของการเป็นดาวยิงและผู้ทำประตูได้อยู่แล้วด้วยเช่นกัน

2. **ภาพลักษณ์ด้านอื่น ๆ** ได้แก่ เนื้อหาภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่ไม่เกี่ยวกับเรื่องของความสามารถในการเล่นฟุตบอล แต่จะเป็นในส่วนของเนื้อหาและเรื่องราวอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวเป็นหลัก ที่นำเสนอผ่านทางสื่อมวลชน และสื่อใหม่ ซึ่งเนื้อหาภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ นี้ประกอบไปด้วย 6 เรื่อง ได้แก่ ภาพลักษณ์เรื่องกิจกรรมสาธารณะและการสร้างสรรค์สังคม ภาพลักษณ์เรื่องการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน ภาพลักษณ์เรื่องการศึกษา ภาพลักษณ์เรื่องครอบครัว ภาพลักษณ์เรื่องลักษณะนิสัย และภาพลักษณ์เรื่องรูปร่างหน้าตา ดังต่อไปนี้

2.1 **ภาพลักษณ์เรื่องกิจกรรมสาธารณะและการสร้างสรรค์สังคม** คือ ภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้นำเสนอ โดยเนื้อหาภาพลักษณ์ที่ได้ถูกสื่อแนะนำเสนอนั้น จะมีลักษณะของภาพลักษณ์ที่เป็นไปในเชิงบวก (Positive) ซึ่งเนื้อหาภาพลักษณ์ในเรื่องดังกล่าวนี้เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในการช่วยเหลือและสร้างสรรค์สังคม เช่น การช่วยเหลือและสร้างสรรค์สังคมโดยการจัดกิจกรรมสอนฟุตบอลแก่เยาวชนตามจังหวัดต่าง ๆ การเข้าร่วมโครงการต่อต้านยาเสพติดของภาครัฐ หรือการรณรงค์ในเรื่องราวอื่น ๆ เป็นต้น ดังนั้น การนำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องกิจกรรมสาธารณะ และการสร้างสรรค์สังคมของสื่อนี้ จะเป็นการนำเสนอเพื่อสื่อสารให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีภายในตัวของซีโก้ ซึ่งภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอออกมาก็เป็นภาพลักษณ์ในด้านที่ดีทั้งหมด ดังตัวอย่างภาพซีโก้ได้ร่วมแจกผ้าห่มและเปิดคลินิกสอนฟุตบอลที่จังหวัดเพชรบูรณ์ ดังนี้

ภาพที่ 5.4

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์เรื่องกิจกรรมสาธารณะ
และการสร้างสรรค์สังคม



ที่มา: www.sporthero.net, 2551

จากตัวอย่างภาพในช่วงต้นที่นำเสนอนี้เป็นตัวอย่างภาพลักษณะในเรื่องของกิจกรรมสาธารณะและการสร้างสรรค์สังคม ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้ทำการนำเสนอภาพลักษณะในเรื่องดังกล่าวนี้ ซึ่งภาพลักษณะเรื่องกิจกรรมสาธารณะและการสร้างสรรค์สังคมนั้น จะเป็นภาพลักษณะที่แสดงให้เห็นถึงการเป็นนักฟุตบอลที่ดีที่จะต้องมีการช่วยเหลือสังคมด้วยนอกเหนือไปจากการเล่นฟุตบอลเพียงอย่างเดียว โดยซิโก้ก็ปรากฏภาพลักษณะในเรื่องดังกล่าวนี้ด้วยเช่นกัน

2.2 ภาพลักษณะเรื่องการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน ได้แก่ ภาพลักษณะการเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่เยาวชน ซึ่งเป็นภาพลักษณะอีกเรื่องหนึ่งของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่สื่อได้มีการนำเสนอเพื่อให้เกิดการรับรู้ในผู้คนทั่วไป โดยภาพลักษณะที่สื่อได้นำเสนอในเรื่องของการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชนนั้น จะเป็นในลักษณะของภาพลักษณะในเชิงบวก (Positive) ซึ่งเรื่องราวและเนื้อหาที่ได้นำเสนอในภาพลักษณะเรื่องดังกล่าวนี้เป็นการนำเสนอเพื่อสื่อสารให้เห็นว่าซิโก้ เป็นบุคคลที่มีความเป็นแบบอย่างที่ดี เช่น การเป็นบุคคลดีเด่นในเรื่องของการกีฬาฟุตบอล หรือการเป็นแบบอย่างที่ดีในเรื่องอื่น ๆ เช่น การไม่ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด เป็นต้น ซึ่งแสดงถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่เยาวชนได้ปฏิบัติตาม ดังตัวอย่างดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5.5

แสดงภาพลักษณะของเกียรติศักดิ์เรื่องการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน



ที่มา: www.thaifootball.com, 2544

จากตัวอย่างเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับภาพลักษณะในเรื่องการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชนของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่แสดงให้เห็นถึงการเป็นนักฟุตบอลที่สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่เยาวชนได้ในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะการเป็นตัวอย่างที่ดีในเรื่องของ

การเล่นกีฬา เป็นต้น ดังเช่นคำสัมภาษณ์เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง ที่กล่าวว่า “คนชอบเตะเตะโดยเฉพาะเด็ก ๆ ที่ชอบเล่นบอลเนี่ยจะชอบมากและก็ชอบเลียนแบบชิโก้ด้วย ดีลังกาบ้าง ใส่เสื้อเบอร์ 13 บ้าง ก็คนมีชื่อเสียงประสบความสำเร็จก็สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีได้” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553) จากคำสัมภาษณ์ดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของการเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเยาวชนได้เป็นอย่างดี ซึ่งการประสบความสำเร็จของชิโก้ก็เหมือนกับเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนได้เลียนแบบและพยายามทำตามชิโก้

2.3 ภาพลักษณ์เรื่องการศึกษา คือ ภาพลักษณ์ของชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่เป็นในเรื่องราวของการศึกษาที่สื่อได้นำเสนอเป็นภาพลักษณ์อีกเรื่องหนึ่งของชิโก้ โดยภาพลักษณ์ในเรื่องดังกล่าวนี้เป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) ที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีของนักกีฬาฟุตบอล ที่ถึงแม้ว่าจะเล่นฟุตบอลอยู่ก็ตาม แต่ก็ยังสามารถมีการศึกษาที่ดีได้เช่นกัน ซึ่งชิโก้ก็มีภาพลักษณ์การเป็นนักฟุตบอลที่มีการศึกษาที่ดี ดังตัวอย่างดังนี้ “...ชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี จากคณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต...” (“ชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2537)

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นข้อความที่สื่อได้นำเสนอเพื่อเป็นการสื่อสารให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในด้านการศึกษาของชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่มีภาพลักษณ์ของการเป็นนักฟุตบอลที่มีการศึกษาที่ดี โดยจบการศึกษาถึงในระดับปริญญาตรี ซึ่งถือว่าสูงพอสมควรสำหรับการเป็นนักฟุตบอลที่ต้องเล่นฟุตบอลอย่างต่อเนื่องและไม่ค่อยมีเวลาในการเรียนเท่าไร โดยเรื่องดังกล่าวนี้เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง ได้กล่าวกับผู้วิจัยว่า “ก็เป็นคนเรียนใช้ได้เลยนะชิโก้มีความพยายามดี ไม่ทิ้งเรื่องเรียน” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553) ซึ่งก็เป็นการสื่อสารที่จะแสดงให้เห็นว่าชิโก้เป็นนักฟุตบอลที่เรียนดีที่จะแตกต่างกับนักฟุตบอลส่วนใหญ่ที่อาจจะเรียนหนังสือไม่เก่ง โดยจะตั้งใจเล่นฟุตบอลเพียงอย่างเดียวไม่สามารถแบ่งเวลาให้กับการเรียนได้ แต่ทว่าสำหรับชิโก้ นั้นไม่ได้เหมือนนักฟุตบอลทั่วไป ชิโก้สามารถที่จะทำได้เรียนจนจบปริญญาตรี ดังนั้น ก็ถือได้ว่าเป็นภาพลักษณ์ที่ดีอีกหนึ่งเรื่องของชิโก้ที่แตกต่างกับนักฟุตบอลส่วนใหญ่

2.4 ภาพลักษณ์เรื่องครอบครัว คือ ภาพลักษณ์ของชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ในเรื่องดังกล่าวนี้เป็นเรื่องที่สื่อได้นำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ที่มีลักษณะของภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) เช่นกัน โดยจะเป็นในเรื่องของการเป็นคนที่มีความรักต่อครอบครัว หรือการเป็น “แฟมิลีแมน” ที่เอาใจใส่และรับผิดชอบต่อครอบครัวเป็นอย่างสูง เช่น การสอนการบ้านลูก การเล่นกับลูก เป็นต้น ซึ่งภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอออกมาจากสื่อนี้ทำให้ชิโก้มีภาพลักษณ์ที่ดีของการเป็นผู้นำครอบครัว

และการมีครอบครัวที่มั่นคง หรือการมีครอบครัวที่อบอุ่นที่เกิดจากการดูแลเอาใจใส่ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ดังตัวอย่างเช่น

ภาพที่ 5.6

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์เรื่องครอบครัว



ที่มา: www.oknation.net, 2552

จากตัวอย่างข้างต้นนี้เป็นภาพที่เกี่ยวกับการดูแลเอาใจใส่ครอบครัวของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ไม่ว่าจะเป็นการทำกิจกรรมต่าง ๆ กับครอบครัว เช่น การเล่นและการสอน การบ้านให้แก่ลูก เป็นต้น ซึ่งก็แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในเรื่องครอบครัวของซีโก้ ที่มีความเอาใจใส่ครอบครัว ดังเช่นที่เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง ที่ให้คำสัมภาษณ์ไว้ว่า “รักครอบครัวเลยแหละ ทั้งลูกทั้งภรรยา ดูแลดีหมด แบ่งเวลาให้ครอบครัวตลอด ไม่ว่างานจะยุ่งขนาดไหน” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553) ซึ่งก็เป็นภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลไทยที่ดูจะมีความแตกต่างกับนักฟุตบอลต่างชาติ โดยเฉพาะนักฟุตบอลยุโรป ดังนั้น ก็แสดงให้เห็นว่านักฟุตบอลไทยจะมีความรักและการเอาใจใส่แก่ครอบครัวเป็นอย่างดี และการรักษาซึ่งภาพลักษณ์เรื่องของครอบครัวไว้เป็นอย่างดีอีกด้วยเช่นกัน

2.5 ภาพลักษณ์เรื่องลักษณะนิสัย ได้แก่ การนำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องราวที่เกี่ยวกับลักษณะนิสัยส่วนตัวของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ ได้มีการนำเสนอภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ออกมา โดยภาพลักษณ์ในเรื่องดังกล่าวนี้ของซีโก้เป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะนิสัยส่วนตัวของซีโก้ ดังตัวอย่างเช่น “...ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เป็นคนที่ยิ้มง่าย ทำทีใจเย็นเป็นปกติ มีความรับผิดชอบ และมีวินัยสูงเป็นอย่างมากเลยทีเดียว...” (“ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2544)

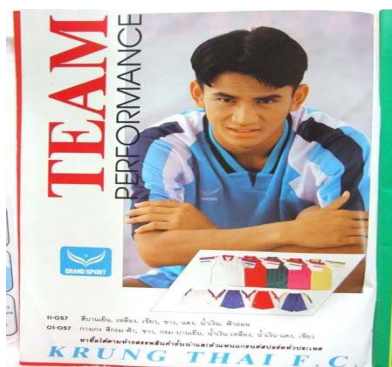
จากตัวอย่างข้างต้นนี้เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในเรื่องลักษณะนิสัยของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่เป็นคนที่มีลักษณะนิสัยที่ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นคนที่ใจเย็น

และที่สำคัญเป็นนักฟุตบอลที่มีความขยัน รวมทั้งยังมีความรับผิดชอบต่อนักกีฬาที่เป็นอย่างสูง ซึ่งก็แสดงถึงภาพลักษณ์ของการเป็นนักฟุตบอลที่ดี ดังนั้น ภาพลักษณ์เรื่องลักษณะนิสัยก็เป็นอีกภาพลักษณ์หนึ่งของซีโก้ที่ถูกประกอบสร้างผ่านสื่อ

2.6 ภาพลักษณ์เรื่องรูปร่างหน้าตา ได้แก่ เนื้อหาภาพลักษณ์ที่ว่าด้วยเรื่องของรูปร่างหน้าตาของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่สื่อได้ประกอบสร้างขึ้นมา ซึ่งเนื้อหาภาพลักษณ์ในเรื่องดังกล่าวนี้จะมีลักษณะของเนื้อหาที่เป็นเนื้อหาในเชิงบวก (Positive) โดยจะเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่สื่อความหมายให้เห็นว่าซีโก้ก็จัดเป็นนักฟุตบอลที่มีรูปร่างหน้าตาดีคนหนึ่งด้วยเช่นกัน ดังตัวอย่างเช่น

ภาพที่ 5.7

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์เรื่องรูปร่างหน้าตา



ที่มา: www.thaifootball.com, 2537

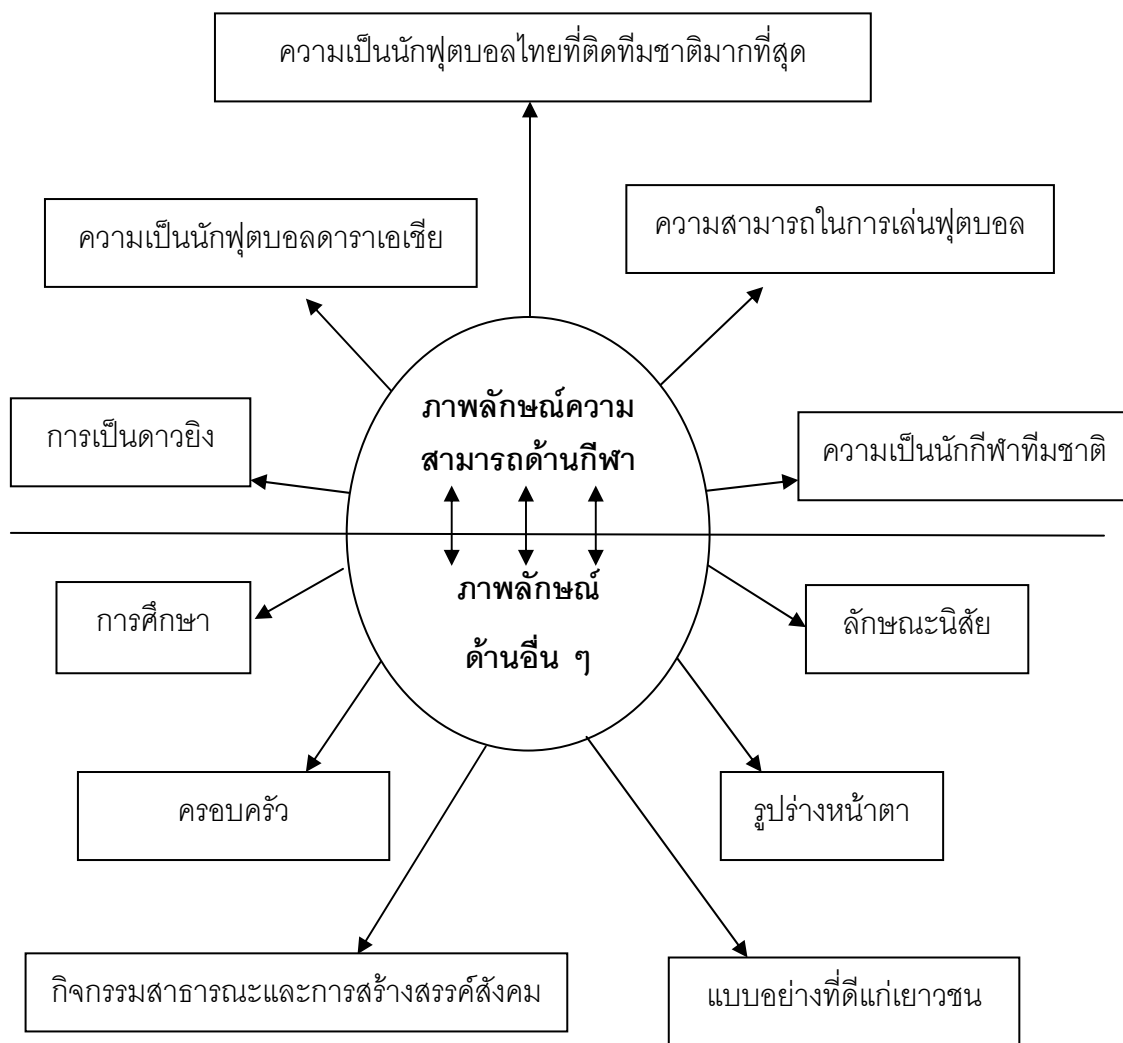
จากตัวอย่างที่ได้แสดงในข้างต้นนี้ คือ การเป็นนายแบบชุดกีฬา ซึ่งจะเป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในเรื่องรูปร่างหน้าตา ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โดยเป็นการสื่อสารภาพลักษณ์ที่สื่อให้เห็นและเกิดการรับรู้ ว่า ซีโก้ เป็นนักฟุตบอลที่มีรูปร่างหน้าตาที่ดี และเป็นที่สนใจของแฟนบอลหรือผู้รับสารอีกด้วยเช่นกัน ซึ่งนอกเหนือไปจากการเป็นนักฟุตบอลที่มีความสามารถ

จากการสำรวจภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่ได้ถูกนำเสนอผ่านทางสื่อมวลชน และสื่อใหม่ ในช่วง พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน พบว่า สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้นำเสนอภาพลักษณ์ของซีโก้ ใน 2 เรื่องหลัก ได้แก่ ภาพลักษณ์เรื่องความสามารถด้านกีฬา ซึ่งประกอบไปด้วยภาพลักษณ์เรื่อง ความสามารถในการเล่นฟุตบอล ความเป็นนักกีฬาทีมชาติ ความเป็นนักฟุตบอลดาราเอเชีย การเป็นดาวรุ่ง และการความเป็นนักฟุตบอลที่ติดทีมชาติมากที่สุด รวมทั้ง

ภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่ประกอบไปด้วย ภาพลักษณ์เรื่องกิจกรรมสาธารณะและการสร้างสรรค์สังคม ภาพลักษณ์เรื่องการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน ภาพลักษณ์เรื่องครอบครัว ภาพลักษณ์เรื่องลักษณะนิสัย และภาพลักษณ์เรื่องการศึกษา โดยภาพลักษณ์ทุกเรื่องที่ได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อนี้จะมีลักษณะของภาพลักษณ์ที่เป็นไปในเชิงบวก (Positive) ยกเว้นภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถที่จะมีการนำเสนอในเชิงลบ (Negative) ออกมาบ้าง แต่ทว่าภาพลักษณ์ในเชิงลบที่ได้ถูกนำเสนอออกมานั้น ก็ไม่ได้ทำให้ภาพลักษณ์ในเรื่องดังกล่าว และภาพลักษณ์โดยรวมของการเป็นนักฟุตบอลของซีโก้ลดลงไปมากมายแต่อย่างใด แต่เป็นเพียงการสื่อสารให้เห็นถึงการเป็นนักกีฬาที่ย่อมมีการแพ้ชนะกันเป็นธรรมดา ซึ่งก็เลยเป็นที่มาของภาพลักษณ์ในเชิงลบที่ปรากฏผ่านสื่อดังกล่าว ทั้งนี้โดยสรุปแล้วภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่ได้ถูกนำเสนอผ่านทางสื่อมวลชน และสื่อใหม่นั้น ส่วนมากจะเป็นเนื้อหาภาพลักษณ์ที่เป็นไปในทางที่ดีและเป็นในเชิงบวกที่จะส่งเสริมให้ซีโก้นั้นกลายเป็นดาราฟุตบอลได้ในที่สุด โดยภาพลักษณ์ทั้งหมดที่กล่าวมาในข้างต้นของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่สื่อได้นำเสนอตลอดระยะเวลาของการศึกษานี้ สามารถสรุปโดยรวมได้ดังภาพที่ 5.8 ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5.8

แสดงเนื้อหาภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์โดยรวมที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่นำเสนอ



จากภาพที่ 5.8 ซึ่งเป็นการแสดงถึงภาพลักษณ์โดยรวมของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โดยสามารถสรุปได้ว่า การเป็นนักฟุตบอลทั่ว ๆ ไปนั้นภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชนและสื่อใหม่จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสามารถด้านกีฬา แต่ทว่าสำหรับกรณีของการเป็นดาราฟุตบอลนั้นจะต้องมีการถูกสื่อนำเสนอภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากภาพลักษณ์ในด้านความสามารถและฟุตบอลเพียงอย่างเดียว เช่น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว ทั้งลักษณะนิสัย ครอบครัว การทำกิจกรรมสังคม การเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน และรูปร่างหน้าตา โดยภาพลักษณ์ด้านอื่น ๆ ที่ถูกนำเสนอออกมานี้ก็จะมีลักษณะที่สำคัญคือ ยังคงเป็นภาพลักษณ์ที่เชื่อมโยงอยู่กับเรื่องของฟุตบอลอยู่ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ทั้งนี้ในการที่สื่อได้ทำการนำเสนอเนื้อหา

ภาพลักษณ์ หรือเรื่องราวอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เรื่องราวด้านฟุตบอลของซีโก้ก็จะมีค่าสำคัญอยู่เช่นกัน เนื่องจากว่าการที่เป็นสื่อนั้นก็จะต้องมีการนำเสนอเพื่อให้เกิดการรับรู้ในผู้คนทั่วไปและโดยเฉพาะกับนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงหรือเป็นดาราฟุตบอลก็จะต้องมีการนำเสนอเป็นพิเศษไม่จะเป็นเรื่องฟุตบอลหรือไม่ก็ตาม ดังเช่นที่เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง และเทพไชย วิโนทัย กล่าวโดยสรุปกับผู้วิจัยว่า “เรื่องที่ไม่เกี่ยวกับฟุตบอลของซีโก้ก็จะต้องมีการนำเสนอเพราะมันขายได้ สื่อก็นำเสนอให้คนเสพ คนก็ชอบเสพในสิ่งที่อยากรู้และสนใจ ยิ่งเป็นนักฟุตบอลที่ดัง อย่างซีโก้คนก็อยากรู้ อยากรูสึก สื่อก็นำเสนอออกมาเรื่อย ๆ ขายชื่อเสียง คนก็ชอบ” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553)

“ไม่ใช่ฟุตบอลก็นำเสนอ สื่อจะไฮไลต์ซีโก้อยู่ตลอดเลยก็ เพราะการเป็นนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงคนก็สนใจ อยากรู้ ก็ต้องนำเสนอ” (เทพไชย วิโนทัย, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2553)

จากคำสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสองคนในช่วงต้นนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงเหตุผลที่สื่อต่าง ๆ ได้นำเสนอเรื่องราว และเนื้อหาภาพลักษณ์ของซีโก้ในด้านอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เรื่องของความสามารถด้านฟุตบอล โดยเป็นเพราะว่าสื่อเหล่านั้นจะมีลักษณะของการเป็นผู้ขายข่าวหรือสินค้า และเมื่อนักฟุตบอลเป็นที่สนใจและมีชื่อเสียงก็จะกลายสถานภาพเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Commodity) ชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญกับสื่อ ดังนั้น สื่อก็ต้องเป็นผู้ที่ทำให้สินค้านั้นถูกนำเสนอออกมาอย่างต่อเนื่องและทำรูปแบบของสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น หรือก็คือ การที่นำเสนอเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่มากกว่าเรื่องของฟุตบอล รวมทั้งสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของการขึ้นมาเป็นดาราฟุตบอลหรือผู้มีชื่อเสียงทางด้านฟุตบอลนั้นจะมีลักษณะรูปแบบของการแปลงหรือเปลี่ยนสภาพจากระดับปัจเจกบุคคลหรือ individual subject คือ การเป็นนักฟุตบอลที่ทำการแข่งขันอยู่ในสนามและมีภาพลักษณ์ด้านความสามารถในการเล่นฟุตบอลเพียงอย่างเดียว ให้กลายเป็นตัวแทนของสังคม หรือ Social Subject ที่มีภาพลักษณ์ที่หลากหลายและกว้างมากยิ่งขึ้น เช่น การเป็นนักกีฬาทีมชาติที่ไม่ใช่แค่ทีมชาติทั่วไปแต่เป็นนักกีฬาของชาติ หรือแม้กระทั่งการเป็นนักฟุตบอลดาราเอเชียที่สื่อให้เห็นถึงระดับสังคมที่ใหญ่ขึ้นไปอีกขั้นนั้นก็คือ สังคมในระดับทวีปในการเป็นนักฟุตบอลดาราเอเชีย ดังนั้น การเป็นนักฟุตบอลก็เป็นเหมือนนักกีฬาที่ธรรมดาคนหนึ่งที่ไม่มีความพิเศษอะไรพิเศษมากนัก หากแต่ว่าเนื้อหาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลที่ถูกสื่อแนะนำเสนอนั้น จะเป็นสิ่งที่สื่อสารถึงการเป็นนักฟุตบอลหรือนักกีฬาที่ไม่ใช่แค่กีฬาธรรมดาทั่ว ๆ ไป แต่เป็นนักกีฬาที่มีความพิเศษและโดดเด่นกว่านักกีฬาคนอื่น ๆ โดยเฉพาะการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ที่มีความหลากหลายด้วยแล้ว ก็จะนำไปสู่การเป็นนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงหรือการเป็นดารานักฟุตบอลได้ในที่สุดเช่นกัน

2.2 กลยุทธ์ของสื่อ (Media Strategy)

ลักษณะของวิธีการต่าง ๆ ในการสร้างความเป็นดารา (Stardom) อันเกิดมาจากตัวสื่อที่ได้นำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งประกอบไปด้วย ประเภทของสื่อ ความถี่ของสื่อ และบทบาทของสื่อ โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ประเภทของสื่อ

1. **โทรทัศน์** เนื้อหาภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งถูกนำเสนอผ่านทางโทรทัศน์นี้จะมีลักษณะของเนื้อหาภาพลักษณ์ที่เป็นเนื้อหาในเชิงบวก (Positive) เช่น การเป็นพิธีเซ็นเตอร์โฆษณาสินค้าต่าง ๆ การเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์ การได้รับเชิญให้ไปออกรายการโทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งการนำเสนอข่าวต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้พบและแยกเนื้อหาภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ที่ถูกนำเสนอผ่านทางสื่อโทรทัศน์ออกเป็น 4 ประเภทหลัก ๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 **พิธีเซ็นเตอร์ (Presenter)** ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ได้ทำหน้าที่เป็นทั้งพิธีเซ็นเตอร์โฆษณาให้กับหน่วยงานของภาคเอกชน และการเป็นพิธีเซ็นเตอร์ให้กับหน่วยงานของภาครัฐ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

1.1.1 **พิธีเซ็นเตอร์หน่วยงานภาคเอกชน** คือ การเป็นพิธีเซ็นเตอร์สินค้าชนิดต่าง ๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ประเภทย่อย ได้แก่

- ประเภทเครื่องกีฬา ได้แก่ ไนกี้ แพน เอฟ บี ที
- ประเภทเครื่องดื่มชูกำลัง ได้แก่ กระทิงแดง (เวียดนาม)
- ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ แบล็คเลเบิ้ล (Keep Walking)
- ประเภทเครื่องประดับ ได้แก่ นาฬิกาอมองบลั่ง
- ประเภทของใช้ทั่วไป ได้แก่ สบู่unkแก้วโปรเทคชั่น
- ประเภทผลิตภัณฑ์เกมส์คอมพิวเตอร์ ได้แก่ FIFA Game 2000

1.1.2 **พิธีเซ็นเตอร์หน่วยงานภาครัฐ** คือ การเป็นพิธีเซ็นเตอร์ให้กับโครงการรณรงค์ต่าง ๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ

- ประเภทโครงการด้านกีฬา ได้แก่ โครงการฟุตบอลเพื่อน้อง
- ประเภทโครงการเพื่อสังคม ได้แก่ โครงการรณรงค์การมีส่วนร่วม

ในการร่างรัฐธรรมนูญฉบับใหม่, โครงการรณรงค์เลิกใช้หลอดไฟในประเทศไทย, โครงการบ้านเกิดโรงเรียนเก่ากรมประชาสัมพันธ์, โครงการ ปปส.ต่อต้านยาเสพติด

ภาพที่ 5.9

แสดงภาพลักษณ์ทางสื่อโทรทัศน์ของเกียรติศักดิ์โดยการเป็น
ฟรีเซ็นเตอร์เกี่ยวกับกีฬาและฟุตบอล



ที่มา: www.thaifootball.com, 2543

โฆษณา FIFA Game 2000

โฆษณา FIFA Game 2000 นี้เป็นโฆษณาสินค้าของผลิตภัณฑ์เกมส์คอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับฟุตบอล ซึ่งซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ก็ได้ทำหน้าที่เป็นฟรีเซ็นเตอร์ในการโปรโมทสินค้าดังกล่าวนี้

จากภาพโฆษณาดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในด้านความสามารถที่โดดเด่น จากการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ที่เกี่ยวกับฟุตบอลซึ่งสื่อสารให้เห็นถึงความเป็นดาราฟุตบอลที่มีมากกว่าผู้อื่น

ภาพที่ 5.10

แสดงภาพลักษณ์ทางสื่อโทรทัศน์ของเกียรติศักดิ์โดยการเป็น
พรีเซ็นเตอร์สินค้าอื่น ๆ



ที่มา: www.thaifootball.com

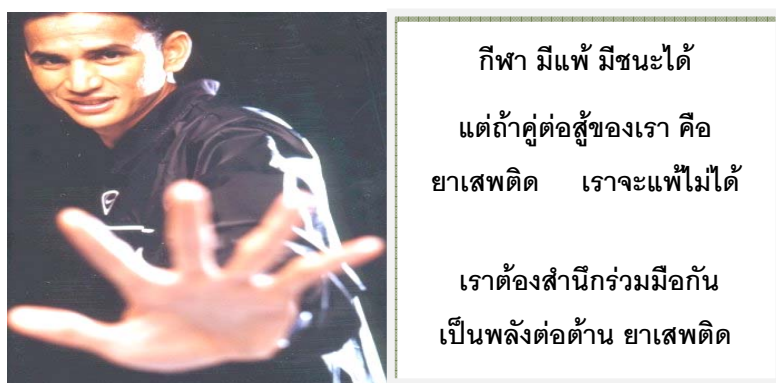
โฆษณาสปูนกแก้ว

โฆษณาสปูนกแก้วนี้ เป็นโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ของสปูนกแก้ว โดยการนำซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง มาเป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้าดังกล่าวนี้

จากภาพนี้แสดงให้เห็นถึงการนำทุนสัญลักษณ์ในเรื่องความสามารถไปขยายทุนชนิดอื่น ๆ ต่อ ซึ่งสังเกตได้จากข้อความที่ว่า “แบคทีเรียยอมรับประคบซีโก้ไม่ติด” ซึ่งสื่อสารถึงภาพลักษณ์ด้านอื่น ๆ ที่ยังคงพ่วงด้วยภาพลักษณ์ในด้านความสามารถอยู่ รวมทั้งหมายเลข 13 ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ทางด้านกีฬาของซีโก้ที่ได้สื่อหมายเลขนี้ในการเล่นฟุตบอล ที่แสดงให้เห็นถึงการยึดติดกับเรื่องของกีฬาควบคู่ไปด้วย

ภาพที่ 5.11

แสดงภาพลักษณ์ทางสื่อโทรทัศน์ของเกียรติศักดิ์โดยการเป็น
ฟรีเซ็นเตอร์ให้กับภาครัฐ



ที่มา: www.thaifootball.com, 2544

โฆษณาโครงการปส.ต่อต้านยาเสพติด

โฆษณาโครงการ ปส. ต่อต้านยาเสพติดนี้ เป็นโครงการรณรงค์ส่งเสริมให้เยาวชนประชาชนไม่ไปยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติดของคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติดแห่งชาติ

จากภาพเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่เกี่ยวกับเรื่องความสามารถด้านฟุตบอล แต่เป็นภาพลักษณ์ของการช่วยเหลือสังคมและเป็นตัวอย่างที่ดีแก่เยาวชน ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่าการเป็นนักฟุตบอลก็ต้องทำอะไร เพื่อสังคมด้วย

จากการสำรวจการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ในช่วง พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน ของ ชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง พบว่า ชิโก้จะทำหน้าที่เป็นฟรีเซ็นเตอร์อยู่ในสองประเภทหลัก ๆ คือ การเป็นฟรีเซ็นเตอร์ภาคเอกชนและภาครัฐ โดยการเป็นฟรีเซ็นเตอร์สินค้าทั่วไปที่ไม่ใช่กีฬานั้นมีความน่าสนใจที่ว่าทำไมนักฟุตบอลจึงได้ไปเกี่ยวข้องได้ ทั้งนี้เนื่องจากการเป็นนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงอย่างชิโก้ก็ต้องเป็นที่รู้จักของผู้คนทั่วไป ดังนั้น ก็จะต้องนำชื่อเสียงของนักฟุตบอลที่มีลักษณะที่ตรงกับแนวคิดของสินค้าชนิดนั้น ๆ มาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ ดังคำสัมภาษณ์ของเอกพงศ์ โพธิ์อ่อง ที่กล่าวว่า “ชื่อชิโก้คนไทยใครก็รู้จัก คนก็สนใจอยากรู้เยอะ มีความสามารถ ชื่อดัง สินค้าก็ชอบนำไปเป็นฟรีเซ็นเตอร์ ถึงไม่ใช่สินค้ากีฬาฟุตบอลก็ไม่เกี่ยว เขาสนใจแค่ชื่อและความสนใจของคน” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553) รวมทั้งไม่ว่าจะเป็นฟรีเซ็นเตอร์ของภาคเอกชนและภาครัฐนั้นจะมีลักษณะที่สำคัญสิ่งหนึ่ง คือ การที่ตัวนักกีฬาได้นำความสามารถทางด้านกีฬา

และฟุตบอลมาแปลงให้กลายเป็นทุนความรู้ความสามารถ หรือภาพลักษณ์ในด้านดีของการเป็นฟรีเซ็นเตอร์ต่าง ๆ ในข้างต้น ซึ่งในส่วนของทุนความรู้ความสามารถเดิมนี่จะเป็นสิ่งสามารถขายหรือขยายได้ เพียงแต่ว่าในการแปลงทุนดังกล่าวนี้ จะมีลักษณะของการเชื่อมโยงอยู่กับทุนสัญลักษณ์เรื่องเดิมอยู่ เช่น การใส่ชุดกีฬาและฟุตบอล การใส่รองเท้าฟุตบอล การถือลูกฟุตบอล การแสดงความเข้มแข็งแบบนักกีฬา เป็นต้น ทั้งนี้สิ่งหนึ่งที่สำคัญของการเป็นฟรีเซ็นเตอร์นั้นก็คือ จะมีลักษณะของการสร้างเหตุการณ์เทียม (Pseudo-Event) ที่เป็นการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดการรับรู้เพียงชั่วขณะเท่านั้น ซึ่งจะเป็นคนดังหรือผู้มีชื่อเสียงที่เป็นเพียงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากสื่อ เพียงเท่านั้น (Boorstin, 1973)

1.2 พิธีกรรายการโทรทัศน์ (Master of Ceremony) ชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ได้ทำหน้าที่ในส่วนของความเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับเรื่องราวของฟุตบอล ได้แก่ รายการชิโก้ทิปส์ ซึ่งเป็นรายการประจำที่เกี่ยวกับการสอนกีฬาฟุตบอลโดยเฉพาะ ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5.12

แสดงภาพลักษณ์ทางสื่อโทรทัศน์ของเกียรติศักดิ์โดยการเป็นพิธีกร



ที่มา: www.thaitv3.com, 2545)

รายการชิโก้ทิปส์

รายการ ชิโก้ทิปส์ เป็นรายการต่อเนื่องที่เกี่ยวกับการสอนทักษะ เทคนิค และกฎกติกา ในการเล่นฟุตบอล ซึ่งเป็นลักษณะของการสอนที่มีการปฏิบัติให้เห็นจริง ๆ ในสนามฟุตบอลที่เป็นที่ถ่ายทำรายการดังกล่าวนี้ โดยรายการออกอากาศเมื่อปี 2545 ทางช่อง 3

จากภาพเป็นลักษณะของการใช้ทุนความรู้ความสามารถเดิมที่มีอยู่ไปขยายทุนอื่น ๆ ซึ่งในที่นี้ได้แก่ การเป็นพิธีกรในรายการโทรทัศน์ที่เป็นรายการเกี่ยวกับการสอนทักษะทางด้านฟุตบอลโดยเฉพาะ

จากการสำรวจการเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์ในช่วงปี พ.ศ. 2535 - ปัจจุบันพบว่า ชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ได้ทำหน้าที่เป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับฟุตบอลทั้งหมด คือ ไม่พบการทำหน้าที่เป็นพิธีกรรายการประเภทอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับรายการกีฬา ซึ่งก็แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในด้านความสามารถและความเป็นนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียง ดังคำสัมภาษณ์ของเทพไชย วิโนทัย ที่กล่าวว่า “ชิโก้เขาเก่งไง มีความสามารถด้านฟุตบอล มีชื่อ คนดูรายการก็ต้องดูคนที่เข้าคิดว่าดีมีความสามารถ ก็เลยมีการนำชิโก้ มาเป็นพิธีกร” (เทพไชย วิโนทัย, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2553)

1.3 แขกรับเชิญรายการโทรทัศน์ (Guests) ชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นั้นได้รับเชิญให้ไปร่วมในรายการต่าง ๆ มากมายโดยแยกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

- ประเภทรายการกีฬา ได้แก่ รายการทันโลกกีฬา (ช่อง 3), รายการคนฮอตข่าวฮิต (ช่องสยามสปอร์ตทีวี)
- ประเภทรายการวาไรตี้ทั่วไป ได้แก่ รายการทไวไลท์ โซว ทูไนท์ (ช่อง 3) รายการสินเจริญ (ช่อง 3), รายการสบายสไตล์มยุรา (ช่อง 3)
- ประเภทรายการข่าว ได้แก่ ข่าวข้นตอมแมลงวัน (ช่อง 9)

ภาพที่ 5.13

แสดงภาพลักษณ์ทางสื่อโทรทัศน์ของเกียรติศักดิ์
โดยการเป็นแขกรับเชิญรายการคนฮอตข่าวฮิต



ที่มา: www.gigchat.com, 2550

รายการคนฮอตข่าวฮิต

รายการคนฮอตข่าวฮิต เป็นรายการเกี่ยวกับกีฬาที่น่าสนใจในลักษณะของการจับประเด็นร้อนและข่าวฮอตในแวดวงของกีฬามวยเคาะห้เจาะลึก กับนักข่าวสยามกีฬา โดยรายการคนฮอตข่าวฮิตนี้จะออกอากาศทางช่องสยามสปอร์ตทีวี

จากภาพเป็นการออกรายการที่เกี่ยวกับกีฬาและฟุตบอลของซิโก้ ที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในด้านความสามารถและฟุตบอล ที่ถือได้ว่าเป็นภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของการเป็นนักฟุตบอลจาก ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

ภาพที่ 5.14

แสดงภาพลักษณ์ทางสื่อโทรทัศน์ของเกียรติศักดิ์โดยการเป็น
แขกรับเชิญรายการทไวไลท์ โซว ทูไนท์



ที่มา: www.deedeejang.com, 2549

รายการทไวไลท์ โซว ทูไนท์

รายการทไวไลท์ โซว ทูไนท์ เป็นรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ ที่จะนำเสนอในเรื่องราวต่าง ๆ โดยการเชิญแขกรับเชิญที่เป็นบุคคลที่อยู่ในความสนใจของประชาชนคนไทยทั่วไป มาพูดคุยในรายการ โดยมีพิธีกรคือ ไตรภพ ลิมปพัทธ์ เป็นผู้ดำเนินรายการ ซึ่งรายการทไวไลท์ โซว ทูไนท์ ออกอากาศทางช่อง 3

จากภาพเป็นการร่วมรายการ ทไวไลท์ โซว ทูไนท์ ของซิโก้และครอบครัว โดยในรายละเอียดของการร่วมรายการนั้นเป็นการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องชีวิตทั่วไป โดยเฉพาะชีวิตการเป็นนักฟุตบอล พร้อมกับเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับครอบครัว ซึ่งก็แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในหลาย ๆ ด้านที่มากกว่าภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถที่จะต้องพูดถึง โดยเฉพาะภาพลักษณ์เรื่องครอบครัว

จากการสำรวจรายการโทรทัศน์ในช่วงปี พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน พบว่า เกียรติศักดิ์ได้รับเชิญไปร่วมนั้น จะพบทั้งรายการที่เกี่ยวกับกีฬาและฟุตบอล กับรายการอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับเรื่องกีฬาและฟุตบอล ซึ่งภาพลักษณ์ที่นำเสนอในรายการกีฬาจะมีลักษณะของภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถ และในรายการอื่น ๆ จะพบภาพลักษณ์ที่มีเนื้อหาเรื่องอื่น ๆ แต่จะยังคงความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับเรื่องของความสามารถทางด้านการฟุตบอลอยู่เช่นกัน โดยเอกพงศ์ โพธิ์อ่อง กล่าวกับผู้วิจัยว่า “จะรายการแบบไหนก็แล้วแต่ไปออกได้หมด คนมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและสนใจ สื่อก็พร้อมนำมาเสนออยู่ตลอด” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553)

จากคำสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่า การได้ไปร่วมรายการนั้นจะเกิดจากการที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นที่สนใจของผู้คนส่วนใหญ่ โดยสื่อจะทำการค้นหาและจับตามองตลอด และเมื่อเจอบุคคล หรือนักฟุตบอลประเภทนี้สื่อก็จะนำเสนอและติดตามในทันที รวมทั้งประเภทรายการก็ไม่ได้มีแค่ รายการกีฬาเท่านั้น ซึ่งเรื่องนี้จะขึ้นอยู่กับว่ามีเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่สนใจของผู้คนใน สังคมมากแค่ไหน

1.4 ข่าว (News) ในส่วนของเรื่องข่าวนั้นจะพบการนำเสนอข่าวและภาพข่าว ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ ของเกียรตินาคดี เสนาเมือง ซึ่งจะเป็นในเรื่องของกีฬาและฟุตบอล โดยจะให้ ลักษณะของภาพลักษณะที่เป็นบวก (Positive) ดังตัวอย่างภาพข่าวต่อไปนี้

ภาพที่ 5.15

แสดงภาพลักษณะทางสื่อโทรทัศน์ของเกียรตินาคดี
โดยการรายงานข่าวและภาพข่าว



ที่มา: www.youtube.com, 2539

จากภาพข่าวเป็นการนำเสนอเรื่องราวของซิโก้ เกียรตินาคดี เสนาเมือง ใน เรื่องภาพลักษณะที่เกี่ยวกับความสามารถ ซึ่งจากตัวอย่างเป็นภาพข่าวการแข่งขันฟุตบอล อาเซียนคัพเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2539 โดยซิโก้สามารถทำประตูได้ในการแข่งขันครั้งนี้ด้วย

กล่าวโดยสรุป จากการสำรวจเนื้อหาภาพลักษณะของซิโก้ เกียรตินาคดี เสนาเมือง ที่ถูกนำเสนอผ่านทางสื่อโทรทัศน์ในช่วง พ.ศ. 2535 - ปัจจุบันนั้น จะพบลักษณะของ เนื้อหาที่เป็นในเชิงบวก (Positive) ซึ่งจะเป็นในส่วนของความเป็นฟรีเซ็นเตอร์ การเป็นพิธีกรรายการ โทรทัศน์ และการเป็นแขกรับเชิญในรายการโทรทัศน์ และการนำเสนอข่าว โดยภาพลักษณะที่ถูก

นำเสนอในสื่อโทรทัศน์นี้จะค่อนข้างที่จะเป็นภาพลักษณ์ของการเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงมากกว่า ภาพลักษณ์ของความเป็นวีรบุรุษหรือฮีโร่ ซึ่งก็คือ ภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เรื่องความสามารถ ยกเว้นในกรณีของการนำเสนอข่าวที่อาจจะมีลักษณะของภาพลักษณ์ที่เป็นเรื่องของความสามารถ และในเชิงลบที่แสดงถึงความล้มเหลวหรือความพ่ายแพ้บ้าง แต่ทว่าภาพลักษณ์ในส่วนอื่นที่ไม่เกี่ยวกับเรื่องฟุตบอลก็ยังมีมิติทางด้านกีฬาและฟุตบอลเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้างเช่นกัน เพื่อที่จะเป็นการตอกย้ำในเรื่องทุนความรู้ความสามารถเดิมและภาพลักษณ์ในรูปแบบของการเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ได้ใช้ความสามารถทางด้านกีฬาและฟุตบอลนำเข้ามาสู่ภาพลักษณ์ของความมีชื่อเสียง โดยในการที่นักฟุตบอลได้ถูกเผยแพร่ผ่านทางโทรทัศน์บ่อยครั้งนั้น ก็เป็นลักษณะของการตอกย้ำ ภาพลักษณ์ให้ผู้ชมทั่วไปและแฟนกีฬาจำได้เห็นจุดเด่น หรือบุคลิกลักษณะของคนนั้น ๆ ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมความมีชื่อเสียงของนักฟุตบอลให้มีอยู่เสมอหรือมากยิ่งขึ้นไปอีกเช่นกัน สื่อโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีส่วนสำคัญในการทำให้คนทั่วไปได้เห็นภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ได้รู้จักว่า ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง คนนี้คือ ใคร หน้าตาเป็นอย่างไร มีผลงานที่โดดเด่นเพียงใด รวมทั้งได้รับรู้ในเรื่องราวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

2. หนังสือพิมพ์ เนื้อหาภาพลักษณ์ของ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่หนังสือพิมพ์ได้นำเสนอ จะมีทั้งลักษณะของเนื้อหาภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) เนื้อหาภาพลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นกลาง (Normal) และเนื้อหาภาพลักษณ์ในเชิงลบ (Negative) เช่น การนำเสนอข่าวต่าง ๆ ในการเล่นฟุตบอลเป็นส่วนใหญ่ และชีวิตส่วนตัว เป็นต้น โดยได้ทำการแบ่งหนังสือพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

2.1 หนังสือพิมพ์ทั่วไป ภาพลักษณ์ของซิโก้ที่ปรากฏในสื่อหนังสือพิมพ์ทั่วไปนั้น จะพบทั้งภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับเรื่องของกีฬาฟุตบอลและความสามารถเป็นหลัก แต่ก็ยังจะพบภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับเรื่องอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากเรื่องของกีฬาฟุตบอล เช่น เรื่องส่วนตัว เป็นต้น

ภาพที่ 5.16
แสดงภาพลักษณะของเกียรติศักดิ์ที่ถูกลำเสนอ
ผ่านหนังสือพิมพ์ทั่วไป



ที่มา: มติชน, 19 ธันวาคม 2545, น. 31.

จากภาพเป็นการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นภาพลักษณ์ในเรื่องความสามารถด้านกีฬาที่โดดเด่นและประสบความสำเร็จ โดยจะสามารถสังเกตได้จากข้อความในตัวอย่างที่ว่า “โก้ แฮตทริก” ซึ่งเป็นข้อความที่สื่อสารให้เห็นถึงภาพลักษณ์ความสามารถด้านกีฬาที่ดี

2.2 หนังสือพิมพ์กีฬาและฟุตบอล ภาพลักษณ์ที่พบในหนังสือพิมพ์กีฬาและฟุตบอลนี้ จะเป็นในส่วนของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลและความสามารถ ซึ่งความเคลื่อนไหวและผลงานต่าง ๆ จะถูกนำเสนอในหนังสือพิมพ์ประเภทดังกล่าวนี้ ดังตัวอย่างเช่น

ภาพที่ 5.17
แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ที่ถูกนำเสนอผ่าน
หนังสือพิมพ์กีฬาและฟุตบอล



ที่มา: สตาร์ชอคเกอร์, 7 ธันวาคม 2552, น. 39.

จากภาพเป็นการนำเสนอความเคลื่อนไหวของซีโก้ที่สื่อพยายามแสดงให้เห็นถึงความเป็นดาราฟุตบอลที่มีผู้คนทั่วไปรู้จักและให้ความสนใจในตัวของซีโก้เป็นอย่างมากจนมีการร่วมถ่ายภาพดังกล่าวนี้

จากการสำรวจหนังสือพิมพ์ที่ได้นำเสนอภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน นั้นพบว่า จะพบทั้งภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับเรื่องความสามารถในการเล่นฟุตบอลเป็นสำคัญ ประกอบกับการนำเสนอภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ อีกเล็กน้อย จากหนังสือพิมพ์ทั่วไป และหนังสือพิมพ์กีฬาและฟุตบอล โดยภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอออกมานั้นจะเป็นภาพลักษณ์ที่เป็นเนื้อหาในเชิงบวก (Positive) ภาพลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นกลาง (Normal) และเนื้อหาภาพลักษณ์ในเชิงลบ (Negative) ทั้งสามด้าน โดยภาพลักษณ์ในเรื่องอื่น ๆ ของซีโก้ ที่ถูกนำเสนอออกมาก็ยังคงความเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถและฟุตบอลอยู่เช่นกัน ซึ่งก็ทำให้เห็นว่าภาพลักษณ์ที่ออกมา ก็ยังคงจะต้องพ่วงด้วยภาพลักษณ์ในด้านความสามารถ ทั้งนี้ในช่วงเวลาของซีโก้ที่กำลังโด่งดังและเล่นฟุตบอลอยู่นั้น สื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีบทบาทและความถี่ที่ยังมากอยู่เมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ๆ ในยุคของซีโก้ เช่นเดียวกับการให้สัมภาษณ์ของเอกพงษ์ โพธิ์อ่อง ที่กล่าวว่า “ช่วงของซีโก้หนังสือพิมพ์ก็ยังมีเป็นสื่อที่มีบทบาทในการนำเสนออยู่ค่อนข้างมาก” (เอกพงษ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553)

3. นิติสาร ในส่วนของเนื้อหาภาพลักษณ์ของ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่นำเสนอผ่านทางสื่อนิตยสารนี้ จะเป็นเนื้อหาภาพลักษณ์ที่มีลักษณะเนื้อหาในเชิงบวก (Positive) ในนิตยสาร

ทั่วไป แต่ในส่วนของนิตยสารกีฬาและฟุตบอลนั้นจะมีลักษณะเนื้อหาในเชิงบวก และเนื้อหาที่มีลักษณะแบบเป็นกลาง (Normal) อย่างไรก็ตามเนื้อหาภาพลักษณ์ของซีโก้ ที่ถูกนำเสนอผ่านทางนิตยสารนี้ไม่พบว่ามีลักษณะของเนื้อหาภาพลักษณ์ที่เป็นเนื้อหาในเชิงลบ (Negative) ซึ่งจะมีนิตยสารอยู่ 2 ประเภทด้วยกัน ได้แก่

3.1 นิตยสารทั่วไป ในส่วนนิตยสารทั่วไปนี้ที่ได้ทำการนำเสนอภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งมีดังต่อไปนี้

- นิตยสารประเภทวาไรตี้ ได้แก่ นิตยสาร all, นิตยสารสกุลไทย
- นิตยสารประเภทผู้ชาย ได้แก่ นิตยสาร GM
- นิตยสารประเภทครอบครัว ได้แก่ นิตยสาร Real Parenting

3.2 นิตยสารกีฬาและฟุตบอล มีดังนี้

- นิตยสารกีฬาและฟุตบอลประเภททั่วไป ได้แก่ นิตยสารฟุตบอลสยาม, นิตยสารนักเลงฟุตบอล

ภาพที่ 5.18

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ที่ถูกนำเสนอผ่านทางนิตยสารทั่วไป



ที่มา: all magazine, กรกฎาคม 2551, น. 24.

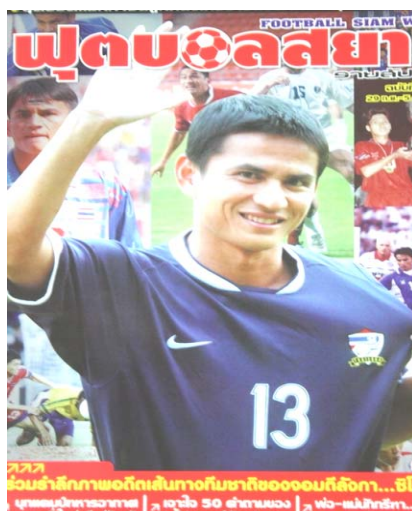
จากภาพและข้อความที่ถูกนำเสนอผ่านทางนิตยสารทั่วไปนี้ โดยจะเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องส่วนตัวที่พ่วงหรือเชื่อมโยงด้วยภาพลักษณ์ในเรื่องของฟุตบอลอยู่เช่นกัน

ชุดความฝันเข้าใกล้ ชิโก้-เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

ฟิโก้ ได้พิสูจน์แล้วว่า ฟุตบอลสามารถสร้างฐานะ รายได้ มีทั้งเกียรติยศ ชื่อเสียง เงินทอง ถ้าเราเดินตามฝันตัวเองให้จริงจัง ก็สามารถเป็นหนึ่งได้ แต่ถ้าเราคิดว่าเราเป็นที่สอง ที่สาม ที่สี่ ก็ไม่สามารถประสบความสำเร็จ ร.ต.ท.เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง หรือ ฟิโก้ อดีตศูนย์หน้าทีมชาติขวัญใจแฟนบอลชาวไทยกล่าว

ภาพที่ 5.19

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ที่ถูกนำเสนอผ่านนิตยสารกีฬาและฟุตบอล



ที่มา: ฟุตบอลสยาม, กันยายน 2550.

จากภาพตัวอย่างนี้จะลักษณะเป็นการนำเสนอเรื่องราวและภาพลักษณ์ของ ชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่ถูกนำเสนอผ่านทางนิตยสารฟุตบอลสยาม โดยจะเป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสามารถและฟุตบอล

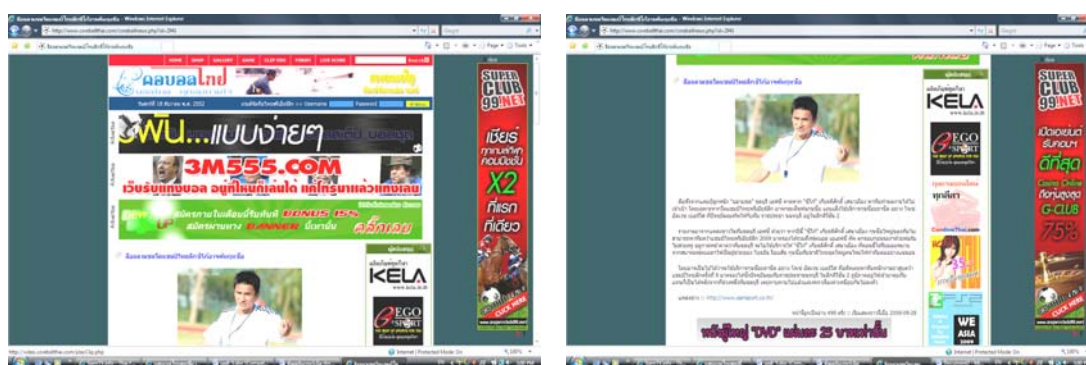
จากการทำการสำรวจนิตยสารในช่วง พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน พบว่า ภาพลักษณ์ของชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่ปรากฏในนิตยสารนั้น จะพบทั้งในนิตยสารทั่วไปที่ไม่เกี่ยวกับเรื่องฟุตบอลและกีฬา กับนิตยสารประเภทฟุตบอลและกีฬา ที่นำเสนอเรื่องราวของความสามารถและฟุตบอลเป็นหลัก ส่วนนิตยสารทั่วไปนั้นจะนำเสนอเรื่องราวอื่น ๆ ตามแต่ประเภทของนิตยสารว่าเกี่ยวกับอะไร แต่ถึงอย่างไรก็ตามนิตยสารทั่วไปที่ไม่เกี่ยวกับฟุตบอล ที่ได้นำเสนอภาพลักษณ์เรื่องอื่น ๆ ซึ่งจะมีการนำภาพลักษณ์และเรื่องราวเกี่ยวกับฟุตบอลเข้ามาเกี่ยวข้องเชื่อมโยงอยู่เช่นกัน

4. อินเทอร์เน็ต เนื้อหาภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่นำเสนอผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตนี้ จะมีลักษณะของเนื้อหาภาพลักษณ์ทั้งเนื้อหาในเชิงบวก (Positive) เนื้อหาที่มีลักษณะแบบเป็นกลาง (Normal) และเนื้อหาภาพลักษณ์ในเชิงลบ (Negative) ที่ครบทั้งสามแบบ โดยที่จะเป็นการนำเสนอข่าวทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับฟุตบอล และส่วนที่ไม่เกี่ยวกับฟุตบอล ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแบ่งเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ตออกเป็น 3 ประเภท คือ เว็บไซต์กีฬาและฟุตบอล เว็บไซต์ทั่วไป และเว็บไซต์แฟนคลับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 เว็บไซต์กีฬาและฟุตบอล ในเว็บไซต์ประเภทนี้ส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับเรื่องฟุตบอลเป็นหลัก ในขณะที่เนื้อหาภาพลักษณ์ในเรื่องอื่น ๆ มีอยู่ค่อนข้างจะน้อยมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการที่เป็นเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับฟุตบอลก็จะมีหน้าที่ในการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลเป็นสำคัญ โดยตัวอย่างเว็บไซต์กีฬาและฟุตบอลเช่น www.thaifootball.com, www.coreballthai.com, www.thaيلandsusu.com, www.siamsport.com, www.cheerthaipower.com เป็นต้น ดังตัวอย่างเช่น

ภาพที่ 5.20

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ที่ถูกนำเสนอผ่านเว็บไซต์กีฬาและฟุตบอล



ที่มา: www.coreballthai.com, 2552

ภาพลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์กีฬาและฟุตบอลนั้นจะพบภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสามารถ ซึ่งจะมีทั้งภาพลักษณ์ในเรื่องนี้ดังข้อความที่แสดงเนื้อหาภาพลักษณ์ตัวอย่างที่ว่า “...ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เหม่าทำ 2 ประตู อัดลุดช่องในการแข่งขันศึกคิงส์คัพ...” (“ไทยอัดสิงคโปร์ 2-0 เข้าชิงคิงส์คัพ 37 ซีโก้ฟอร์มแจ่มซัลโวคนเดียว 2 ประตู,” 2549)

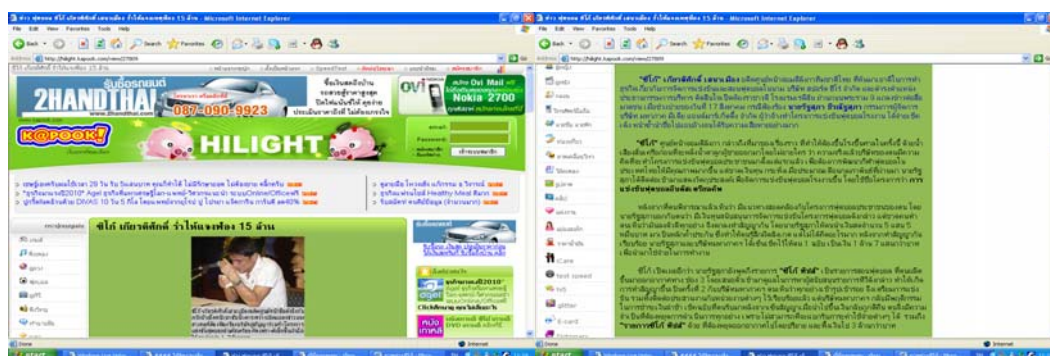
จากตัวอย่างของการนำเสนอเนื้อหา และข่าวสารในเว็บไซต์กีฬาและฟุตบอลในข้างต้นของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นี้ จะเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องของความสามารถในการเล่นฟุตบอล โดยเป็นการรายงานผลการแข่งขันของทีมที่อ้างอิงโดยความสามารถที่ซีโก้ได้แสดงออกมาจนประสบความสำเร็จ นอกจากนี้การนำเสนอในเว็บไซต์กีฬาและฟุตบอลนั้นก็จะมีเรื่องราวอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากการแข่งขัน เช่น ความเคลื่อนไหว ความพร้อมต่าง ๆ ของนักฟุตบอลและทีมฟุตบอลที่มีความเกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ดังกล่าวนี้จะมีหน้าที่หลักในการนำเสนอเนื้อหา และข่าวสารที่เกี่ยวกับความสามารถและเรื่องของกีฬาฟุตบอลเป็นหลัก

4.2 เว็บไซต์ทั่วไป เว็บไซต์ประเภททั่วไปนั้นก็จะมึลักษณะของเนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องกีฬาฟุตบอลซึ่งมีทั้ง 3 ลักษณะคล้าย ๆ กับเว็บไซต์ประเภทกีฬาและฟุตบอล ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) เนื้อหาที่มีลักษณะแบบเป็นกลาง (Normal) และเนื้อหาภาพลักษณ์ในเชิงลบ (Negative) แต่จะมีสิ่งที่แตกต่างกันคือ จะมีลักษณะของเนื้อหาภาพลักษณ์ในเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับเรื่องฟุตบอลที่หลากหลายมากกว่า โดยเว็บไซต์ทั่วไปได้ที่นำเสนอภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทย่อย ดังต่อไปนี้

- ประเภททั่วไป ได้แก่ www.kapook.com, www.jabchai.com, www.deedeejang.com, www.oknation.net
- ประเภทข่าว ได้แก่ www.thaitv3.com
- ประเภทบันเทิง ได้แก่ www.gigchat.com, www.youtube.com
- ประเภทองค์กร ได้แก่ www.tlcthai.com

ภาพที่ 5.21

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ที่ถูกนำเสนอผ่านเว็บไซต์ทั่วไป



ที่มา: www.kapook.com, 2551

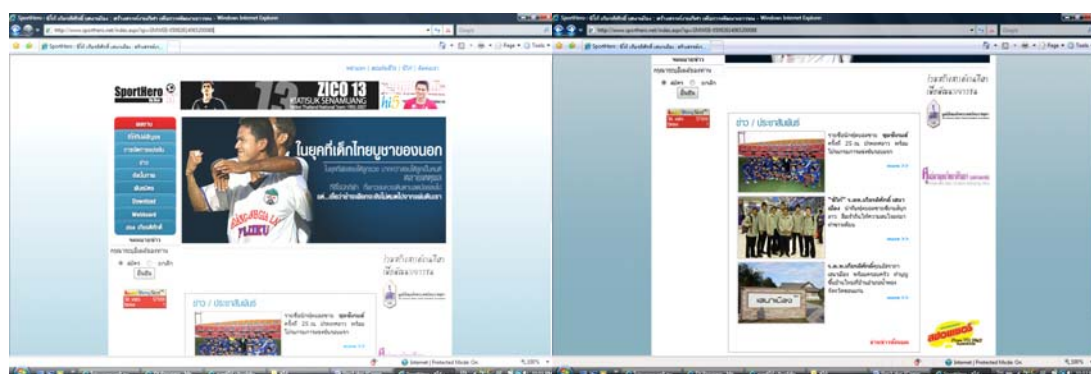
ภาพลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ทั่วไปนั้นจะพบภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสามารถและเรื่องอื่น ๆ โดยจะพบเนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่หลากหลายกว่า ซึ่งจะมีทั้งภาพลักษณ์ในเรื่องนี้ดังข้อความที่แสดงเนื้อหาภาพลักษณ์ตัวอย่างที่ว่า “ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง อดีตนักฟุตบอลทีมชาติไทย ที่เปิดบริษัท สปอร์ต ฮีโร่ จำกัด เป็นโจทก์ยื่นฟ้องนายณัฐสุภา ธีรณัฐสุภา และบริษัท มหาภาคมีเดีย แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด...” (“ซิโก้ ชนะคดี ศาลสั่งจ่าย 6.6 ล้าน,” 2551)

จากตัวอย่างในข้างต้นนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาและเรื่องราวของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่ถูกนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ทั่วไป โดยเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวที่มีเนื้อหาในการฟ้องร้องกับคู่กรณีจากการที่มีปัญหาระหว่างกัน ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่าเป็นการนำเสนอที่นอกเหนือไปจากเรื่องของความสามารถและฟุตบอลในเว็บไซต์ทั่วไป แต่ทว่าเนื้อหาก็ยังแสดงความเกี่ยวข้องกับเรื่องฟุตบอลอยู่เช่นกันจากการบอกว่าเป็นอดีตนักฟุตบอลทีมชาติไทย ทั้งนี้ในเว็บไซต์ทั่วไปจะพบการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะดังกล่าวนี้ที่เป็นเรื่องราวและเนื้อหาส่วนตัว

4.3 เว็บไซต์แฟนคลับ จะมีลักษณะของเนื้อหาภาพลักษณ์เพียงแค่ 2 ลักษณะเท่านั้นคือ เนื้อหาภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) และเนื้อหาภาพลักษณ์ที่มีลักษณะแบบเป็นกลาง (Normal) โดยจะเป็นภาพลักษณ์ในเรื่องที่เกี่ยวกับความสามารถด้านฟุตบอล ซึ่งจะยกตัวอย่างจากเว็บไซต์ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ได้แก่ www.sporthero.net (ก่อตั้งเมื่อปี 2546) ที่มีแฟนคลับเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับซิโก้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพที่ 5.22

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ที่ถูกนำเสนอผ่านเว็บไซต์แฟนคลับ



ที่มา: www.sporthero.net, 2551

ภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของแฟนคลับนี้ จะเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องราวที่เกี่ยวกับความสามารถในการเล่นฟุตบอล ดังตัวอย่าง การนำเสนอเช่น “ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ศูนย์หน้าจอมตีลังกาเจ้าของเสื้อทีมชาติไทยเบอร์ 13 คือ นักฟุตบอลไทยที่มีความสามารถอันยอดเยี่ยมและเป็นฮีโร่ของพวกเขาอย่างแท้จริง...”

“พี่ก็ยอดเยี่ยมจริง ๆ เลยครับ สุดยอดมาก”

“พี่ก็เก่งมาก ๆ ขอเป็นเป็นกำลังใจให้ค่ะ”

“...ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ประกาศแขวนสตั๊ดอย่างเป็นทางการโดยเกม เตะอุ่นเครื่องที่ทีมชาติไทย เสมอ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 1-1 ที่สนามศุภชลาศัย เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม ที่ผ่านมา ถือเป็นเกม “เทสติโมนีล แมตช์” ปิดฉากชีวิตค้าแข้งตลอดระยะเวลา 15 ปีเต็มของซีโก้ วัย 34 อย่างสมบูรณ์แบบ...” (“ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2550)

จากตัวอย่างทั้งหมดข้างต้นนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่ถูกนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์แฟนคลับ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถ ที่มีเป็นอย่างมากในการเล่นฟุตบอล การเป็นนักฟุตบอลที่โดดเด่น โดยภาพลักษณ์ที่ทำการสื่อสาร ผ่านเว็บไซต์แฟนคลับนี้จะมีลักษณะของภาพลักษณ์ที่เป็นไปในเชิงบวกหรือไม่ก็เป็นแบบกลาง ๆ แต่จะไม่พบลักษณะของภาพลักษณ์หรือเนื้อหาต่าง ๆ ที่เป็นในเชิงลบในเว็บไซต์แฟนคลับ รวมทั้ง ในเว็บไซต์แฟนคลับนี้จะมีลักษณะพิเศษอีกอย่างซึ่งได้แก่ การที่แฟนคลับจะมีการสื่อสารที่สร้างความ เป็นเรา (Sense of us) การเป็นพวกเราหรือการเป็นพวกเดียวกันโดยจะสังเกตได้จากตัวอย่าง แรกมีข้อความที่กล่าวว่า “เป็นฮีโร่ของพวกเขาอย่างแท้จริง”

จากการสำรวจอินเทอร์เน็ทในช่วง พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน โดยดูจากเว็บไซต์ ต่าง ๆ ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ เว็บไซต์กีฬาและฟุตบอล เว็บไซต์ทั่วไป และเว็บไซต์แฟนคลับ พบว่า จะมีเนื้อหาภาพลักษณ์ทั้ง 3 ลักษณะคือ เนื้อหาภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) เนื้อหาที่มีลักษณะแบบเป็นกลาง (Normal) และเนื้อหาภาพลักษณ์ในเชิงลบ (Negative) ยกเว้นเพียงแค่ เว็บไซต์แฟนคลับที่จะมีเพียงแค่นี้อาในเชิงบวก (Positive) และเนื้อหาที่มีลักษณะแบบเป็นกลาง (Normal) เท่านั้น ทั้งนี้ปรากฏการณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับที่ณัฐสุพงษ์ สุขโสด (2548) ได้พบว่า เกิดจากการที่แฟนคลับนั้นจะมีลักษณะของความจงรักภักดีต่อดาราฟุตบอลที่ตนเองชื่นชอบเป็นอย่างมากจึงไม่ปรากฏภาพลักษณ์ในเชิงลบจากการนำเสนอของเว็บไซต์ของแฟนคลับ และในเว็บไซต์ ดังกล่าวนี้อาจมีลักษณะของการสร้างความ เป็นเรา (Sense of us) การเป็นพวกเราหรือการเป็นพวกเดียวกัน ซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของเว็บไซต์แฟนคลับ นอกจากนี้สำหรับในส่วน ของแฟนคลับดาราฟุตบอลยังมีลักษณะที่มีความสำคัญต่อดาราฟุตบอล โดยแฟนคลับนั้นจะเป็นกลไก

ในการรักษาสถานภาพของการเป็นดาราหรือความเป็นดารา (Stardom) เอาไว้ให้คงอยู่และมีความมั่นคง หรืออีกนัยหนึ่งก็คือว่า ถ้าดาราไม่มีผู้รับสารก็จะคงความเป็นดาราเอาไว้ไม่ได้ เพราะฉะนั้นแฟนคลับหรือการรวมกลุ่มของผู้ที่เข้าใช้อินเทอร์เน็ตก็คือ กลไกชนิดหนึ่งในการรักษาซึ่งความเป็นดาราได้อีกด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเดียวมีลักษณะของข้อมูลและเนื้อหาภาพลักษณ์ที่มีมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ โดยจะเป็นทั้งเรื่องการสร้างความเป็นวีรบุรุษหรือฮีโร่และการสร้างความมีชื่อเสียง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่อยู่กลางระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) คือ อำนาจของปัจเจกบุคคลที่จะแสดงทัศนะและสร้างสารต่าง ๆ ออกไป กับการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ดังนั้น จึงพบลักษณะของภาพลักษณ์ที่มีความหลากหลายมากกว่าภาพลักษณ์ที่พบในสื่อประเภทอื่น ๆ ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อที่มีความสำคัญอีกสื่อหนึ่งในการสร้างความเป็นดาราฟุตบอล ทั้งนี้ในยุคของซีโก้ สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นก็ยังไม่มียุทธศาสตร์อย่างเต็มที่ เพราะความเจริญของสื่อชนิดนี้ยังมีไม่มากนัก แต่ก็พอจะพบในการนำเสนอบ้างโดยเฉพาะในช่วงปลาย ๆ ของการเล่นฟุตบอลในยุคของซีโก้ ดังเช่นที่เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง กล่าวในการสัมภาษณ์ว่า “อินเทอร์เน็ตยังไม่ค่อยโดดเด่นมากนักในยุคนี้ แต่ก็พอจะมีบ้าง แต่จะมีมากในช่วงหลัง ๆ ปลาย ๆ ของซีโก้แล้วแหละ” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553)

ดังนั้น จากการนำเสนอภาพลักษณ์และเรื่องราวทั้งหมดของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โดยสื่อประเภทต่าง ๆ ในช่วงต้นนี้ จะปรากฏทั้งภาพลักษณ์และเรื่องราวที่เกี่ยวกับเรื่องของความสามารถในด้านฟุตบอล และภาพลักษณ์เรื่องราวในด้านอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับความสามารถในด้านฟุตบอล รวมทั้งลักษณะการนำเสนอเนื้อหาและเรื่องราวต่าง ๆ ของสื่อก็จะพบการนำเสนอในทั้งสามลักษณะคือ การนำเสนอในเชิงบวก (Positive) การนำเสนอแบบเป็นกลาง (Normal) และการนำเสนอในเชิงลบ (Negative) ดังตารางสรุปการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภทดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1
แสดงประเด็นและลักษณะการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของ
เกียรติศักดิ์โดยสื่อมวลชนและสื่อใหม่

สื่อ	ประเด็น/เนื้อหา	ลักษณะการนำเสนอ (+, -)
โทรทัศน์		
ฟรีเซ็นเตอร์	ฟุตบอล/อื่น ๆ	บวก
ออกรายการโทรทัศน์	ฟุตบอล/อื่น ๆ	บวก
พิธีกรรายการโทรทัศน์	ฟุตบอล	บวก
ข่าว	ฟุตบอล	บวก/ลบ
หนังสือพิมพ์		
หนังสือพิมพ์ทั่วไป	ฟุตบอล/อื่น ๆ	บวก/กลาง/ลบ
หนังสือพิมพ์กีฬาและฟุตบอล	ฟุตบอล	บวก/กลาง
นิตยสาร		
นิตยสารทั่วไป	ฟุตบอล/อื่น ๆ	บวก
นิตยสารกีฬาและฟุตบอล	ฟุตบอล	บวก/กลาง
อินเทอร์เน็ต		
เว็บไซต์ทั่วไป	ฟุตบอล/อื่น ๆ	บวก/กลาง/ลบ
เว็บไซต์กีฬาและฟุตบอล	ฟุตบอล/อื่น ๆ	บวก/กลาง/ลบ
เว็บไซต์แฟนคลับ	ฟุตบอล	บวก/กลาง

จากตารางที่ 5.1 เป็นการสำรวจและเก็บข้อมูลประเภทของสื่อในช่วงระยะเวลา ตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2552-มกราคม พ.ศ. 2553 ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง พบว่า สื่อต่าง ๆ ได้นำเสนอภาพลักษณ์และเรื่องราวของซีโก้ที่มีทั้งเรื่องความสามารถและเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องส่วนตัว ซึ่งสื่อโทรทัศน์นั้นจะมีลักษณะการนำเสนอที่เป็นไปในเชิงบวกทั้งในเรื่องฟุตบอลและเรื่องอื่น ๆ และในเชิงลบที่เกี่ยวกับข่าวบ้าง สื่อนิตยสารจะนำเสนอเนื้อหาแบบบวก และเป็นกลางในนิตยสารกีฬาและฟุตบอล แต่สำหรับนิตยสารทั่วไปจะนำเสนอเนื้อหาในเชิงบวกเท่านั้น โดยเป็นเรื่องราวอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงอยู่กับเรื่องฟุตบอล นอกจากนี้สื่อหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะ หนังสือพิมพ์ทั่วไปที่จะมีการนำเสนอทั้งในสามลักษณะที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับฟุตบอลและเรื่องอื่น ๆ

ซึ่งต่างจากหนังสือพิมพ์กีฬาและฟุตบอลที่จะไม่พบการนำเสนอในเชิงลบและจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับฟุตบอลและความสามารถเป็นหลัก เช่นเดียวกับสื่ออินเทอร์เน็ตที่จะพบการนำเสนอทั้งสามลักษณะในเว็บไซต์ทั่วไป โดยมีเรื่องราวอื่น ๆ เป็นหลัก กับเรื่องราวเกี่ยวกับฟุตบอลและความสามารถ และเว็บไซต์กีฬาและฟุตบอลก็จะพบเรื่องราวที่เกี่ยวกับฟุตบอลเป็นหลักและเรื่องอื่น ๆ อยู่บ้างเล็กน้อย แต่ทว่าในส่วนของเว็บไซต์แฟนคลับนั้นจะไม่พบการนำเสนอที่เป็นลบเลย และส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความสามารถและฟุตบอลเป็นสำคัญ ซึ่งทั้งหมดก็เป็นประเด็นเนื้อหาภาพลักษณ์ และลักษณะในการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภททั้งสื่อมวลชนและสื่อใหม่ ทั้งนี้ในเรื่องของประเภทสื่อนั้นจะมีตัวแปรที่สำคัญคือ ผู้ส่งสาร (sender) ในสื่อที่จะเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอออกมา รวมทั้งอำนาจของนักฟุตบอลเองที่จะเป็นผู้ส่งสารในการนำเสนอภาพลักษณ์ตัวอย่างเช่น การนำเสนอในอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์แฟนคลับ เป็นต้น

นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการนำเสนอภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นั้นภาพลักษณ์ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้นำเสนอออกมาจะขึ้นอยู่กับ แก่น/ธีม (theme) ของสื่อเป็นหลักสำคัญที่จะกำหนดลักษณะของเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวที่ได้นำเสนอออกมา ซึ่งถึงแม้ว่าการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของสื่อจะขึ้นอยู่กับธีมของสื่อที่จะเป็นตัวกำหนดแล้วนั้น แต่อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์ที่สื่อได้นำเสนอออกมานั้นก็ยังคงต้องพ่วงหรือเชื่อมโยงด้วยภาพลักษณ์หรือความสามารถทางด้านกีฬาและฟุตบอลอยู่เช่นกัน เพื่อเป็นการตอกย้ำทุนความรู้ความสามารถเดิมในตัวของเกียรติศักดิ์ ที่มีทุนภาพลักษณ์ในเรื่องความสามารถในด้านกีฬาและฟุตบอลอยู่แล้ว และได้นำภาพลักษณ์เดิมนี้นไปขยายภาพลักษณ์ในรูปแบบใหม่ที่ได้ถูกสร้างขึ้นจากธีมของสื่อต่าง ๆ ที่จะเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ใหม่นั้น ๆ นอกจากนี้การจะเป็นดาราฟุตบอลนั้นจะต้องมีการถูกนำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องราวต่าง ๆ ที่มากกว่าแค่รูปของนักกีฬา (Sport Person) หรืออีกนัยหนึ่งจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ปรากฏอยู่มากไปกว่าแค่การปรากฏอยู่ในสื่อกีฬาเท่านั้น

อย่างไรก็ตามการที่ซีโก้ได้ไปปรากฏตัวในสื่อที่นอกเหนือไปจากสื่อกีฬาและฟุตบอลนั้นเนื่องมาจากว่า นักฟุตบอลที่ได้ทำการแสดงความสามารถในการเล่นฟุตบอลจนมีชื่อเสียงและสื่อได้ทำการนำเสนอออกมาบ้างแล้วนั้น นักฟุตบอลก็จะตกอยู่ในความสนใจของแฟนบอลและผู้คนทั่วไป เหมือนกับเป็นสินค้าชนิดหนึ่งของสื่อ ดังนั้น สื่อจึงนำนักฟุตบอลหรือสินค้าเหล่านี้ไปเชื่อมโยงกับสิ่งอื่น ๆ เช่น สื่อที่ไม่เกี่ยวกับกีฬาและฟุตบอล เพื่อให้ผู้รับได้เสพและเมื่อผู้รับหรือคนทั่วไปชอบเสพสื่อก็จะนำเสนอเพื่อให้เกิดการเสพอย่างต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ โดยที่เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง กล่าวโดยสรุปกับผู้วิจัยว่า “ซีโก้เขามีความสามารถ เล่นบอลดี โดดเด่น คนก็ชอบ คนก็

อยากรู้อยากดูซิโก้ สื่อก็ต้องนำเสนอให้คนดู ให้เสพในสิ่งที่ต้องการ นำเสนอขายไปเรื่อย ๆ” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553)

ความถี่ของสื่อ

ในส่วนของความถี่ของการนำเสนอภาพลักษณ์นั้น จะเป็นในเรื่องของเงื่อนไขของการเกิดภาพลักษณ์ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยในเรื่องช่วงเวลาที่เกมการแข่งขันของฟุตบอลรายการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศและการแข่งขันฟุตบอลระหว่างประเทศ ประกอบกับผลงานที่ได้แสดงออกมาในเกมการแข่งขันแต่ละเกม รวมทั้งเหตุการณ์สำคัญ ๆ ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น หรือมีการเปลี่ยนแปลงภายในชีวิตเป็นหลัก นอกจากนี้ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความถี่ในการนำเสนอภาพลักษณ์นั้น ก็ยังมีในเรื่องของผู้สนับสนุนและสปอนเซอร์หรือภาคธุรกิจต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง เนื่องจากการแสดงความสามารถจนประสบความสำเร็จนั้นจะทำให้เป็นผู้ที่อยู่ในความสนใจของบุคคลอื่นและสังคมจนเป็นเหตุให้ผู้สนับสนุนและภาคธุรกิจต่าง ๆ เห็นถึงจุดเด่นหรือภาพลักษณ์ในเรื่องความสามารถตรงนี้และได้เข้ามาเกี่ยวข้องจนทำให้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความถี่ในการนำเสนอภาพลักษณ์ได้ ดังนั้น ผู้สนับสนุนและภาคธุรกิจต่าง ๆ ก็มีผลต่อความถี่เนื่องจากสามารถทำให้สื่อเลือกให้พื้นที่ข่าวที่มากกว่า ใช้ความถี่ที่มากกว่านักกีฬาฟุตบอลคนอื่น ๆ เพื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนที่มากกว่าเดิมอีกด้วย เช่น การเป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณาที่มากกว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกีฬา เหมือนที่นักฟุตบอลโดยทั่วไปส่วนใหญ่มักจะถูกนำเสนอในผลิตภัณฑ์กีฬาเพียงเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามความถี่ในการนำเสนอภาพลักษณ์ต่าง ๆ ที่มีมากนั้นก็ขึ้นอยู่กับปริมาณเท่านั้น แต่ในเชิงคุณภาพหรือในแง่ของเนื้อหาภาพลักษณ์ที่นำเสนอ นั้นจะมีลักษณะของเนื้อหาที่เป็นไปในแนวเดียวกัน คือ จะมีเรื่องราวที่คล้าย ๆ กันไม่แตกต่างกันเท่าไร ทั้งนี้สำหรับเรื่องของความถี่ที่สื่อได้นำเสนอซิโก้ที่มีมากกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกันนี้ก็เนื่องมาจากว่า การเป็นนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียง คนจะสนใจมากกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ สื่อจึงจะต้องนำเสนอมากกว่าเพื่อที่จะขายข่าวจากชื่อที่ผู้คนทั่วไปหรือคนส่วนมากต้องการรับรู้ ซึ่งการนำเสนอ นักฟุตบอลคนอื่น ๆ ก็อาจจะมีการนำเสนอบ้างแต่คนก็ยังสนใจซิโก้เช่นเดิม ซึ่งในส่วนนี้เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง ได้กล่าวโดยสรุปกับผู้วิจัยว่า “เมื่อพูดซิโก้ หรือ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ขึ้นมามีใครบ้างไม่รู้จัก น้อยมากที่ไม่รู้ และเมื่อสื่อนำเสนอออกมาก็มีคนดูมีคนอ่าน แต่พอเวลานำนักบอลคนอื่น ๆ ออกมาคนก็ไม่ค่อยสนใจเท่าไรนัก แล้วสื่อจะก็นำเสนอทำไมกับนักบอลคนอื่น ๆ ก็ต้องเป็นซิโก้เนี่ยละให้ไปเยอะ ๆ เลย เขาชื่อดีกว่า สื่อก็ต้องเล่นมากหน่อย” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553) โดยความถี่ในการนำเสนอของสื่อต่าง ๆ ที่นำเสนอข่าวสาร เรื่องราว และเนื้อหาภาพลักษณ์ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง สามารถสรุปให้เห็นถึงภาพรวมของความถี่สื่อดังตารางที่ 5.2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2
แสดงปริมาณความถี่ในการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของ
เกียรติศักดิ์โดยสื่อมวลชนและสื่อใหม่

สื่อ	ความถี่ (ครั้ง)	ร้อยละ (เปอร์เซ็นต์)
โทรทัศน์	26	24.8
หนังสือพิมพ์	41	39.0
นิตยสาร	6	5.7
อินเทอร์เน็ต*	32*	30.5*
รวม	105	100.0

* หมายเหตุ ในกรณีสื่ออินเทอร์เน็ตของเกียรติศักดิ์จะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจในปัจจุบัน

จากการสำรวจและเก็บข้อมูลความถี่ของสื่อในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2552-มกราคม พ.ศ. 2553 ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งได้แสดงผลในตารางที่ 5.2 ในข้างต้นนี้โดยตารางดังกล่าวนี้เป็นการสรุปที่แสดงให้เห็นถึงภาพรวมของการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวกับเรื่องฟุตบอล และเรื่องอื่น ๆ ที่เป็นในส่วนของความถี่ที่สื่อแต่ละชนิดได้ทำการนำเสนอ โดยสามารถสรุปได้ว่า สื่อหนังสือพิมพ์จะเป็นสื่อที่มีความถี่ในการนำเสนอมากที่สุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 39 โดยประมาณ ซึ่งจะมีความถี่ใกล้เคียงกับสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความถี่ในการนำเสนอคิดเป็นร้อยละ 30 โดยประมาณ และสื่อโทรทัศน์มีความถี่ในการนำเสนอที่มากเป็นอันดับสามโดยมีความถี่ในการนำเสนอที่คิดเป็นร้อยละ 24 โดยประมาณ ทั้งนี้สื่อนิตยสารเป็นสื่อที่มีความถี่ในการนำเสนอเรื่องราว และเนื้อหาภาพลักษณ์ที่น้อยที่สุด ซึ่งมีความถี่ในการนำเสนอที่คิดเป็นร้อยละ 5 โดยประมาณเพียงเท่านั้น ซึ่งจากข้อมูลทั้งหมดนี้ก็ได้อธิบายให้เห็นถึงปริมาณความถี่โดยรวมของสื่อต่าง ๆ ในการนำเสนอเรื่องราว และเนื้อหาภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

บทบาทของสื่อ

บทบาทของสื่อมวลชน และสื่อใหม่ ในการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ของการเป็นดาราฟุตบอล โดยผู้วิจัยได้พบและแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 เรื่อง คือ เรื่องความสามารถด้านฟุตบอลและเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ด้านฟุตบอล ของบทบาททั้ง 3 ที่ประกอบไปด้วย บทบาทการให้ข้อมูล บทบาทการให้ความหมาย และบทบาทการประเมินคุณค่า ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. **บทบาทในการให้ข้อมูล (Information)** ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นั้นจะมีลักษณะเนื้อหาภาพลักษณ์แบบเป็นกลาง (Normal) โดยจะเป็นการให้ข้อมูลทั้งในเรื่องที่เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลและเรื่องส่วนตัว ซึ่งบทบาทการให้ข้อมูลที่ปรากฏนี้จะถูกนำเสนอผ่านทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต ดังตัวอย่างดังนี้ “...ส่งซิโก้ไปเมืองเปียร์ฟิงหมอเทวดาผ่าเช่า สมาคมฟุตบอลไทยส่งตัว ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ไปพบ หมอเทวดา รูด ไมเนอร์ ถึงประเทศเมืองเปียร์เยอรมัน หวังรักษาเอ็นหัวเข่าขวาให้หาย ก่อนกลับมาลุยศึก เอเชียันคัพปลายปีนี้...” (“ส่งซิโก้ไปเมืองเปียร์ฟิงหมอเทวดาผ่าเช่า,” 2550)

“...ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง อดีตศูนย์หน้าจอมดีลิ่งกาทีมชาติไทย ที่หันมาเอาดีในการทำธุรกิจเกี่ยวกับการจัดการแข่งขันและสอนฟุตบอลในนาม บริษัท สपोर्ट ฮีโร่ จำกัด...” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ ไร้ให้แรงฟอง 15 ล้าน,” 2546)

จากตัวอย่างข้างต้นทั้งหมดนี้เป็นลักษณะของสื่อในการมีบทบาทของการให้ข้อมูลข่าวสาร เรื่องราว และเนื้อหาภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่มีทั้งเรื่องราวที่เกี่ยวกับฟุตบอลโดยตรง และเรื่องราวที่ไม่เกี่ยวกับฟุตบอลโดยตรง โดยบทบาทการให้ข้อมูลข่าวสารนี้เป็นการบอกถึงข้อเท็จจริงในเรื่องรายนั้น ๆ ที่เกิดขึ้นกับซิโก้ ซึ่งบทบาทของสื่อในการให้ข้อมูลดังกล่าวนี้จะเป็นลักษณะของการสร้างความสนใจให้ซิโก้เป็นนักฟุตบอลที่อยู่ในการติดตามจากผู้คนทั่วไป และจะนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลในที่สุดเช่นกัน

2. **บทบาทในการให้ความหมาย (Definition)** ในส่วนของบทบาทนี้จะมีลักษณะของเนื้อหาภาพลักษณ์เชิงบวก (Positive) ซึ่งจะเป็นการให้ความหมายในเรื่องของกีฬาฟุตบอลและความสามารถ ซึ่งบทบาทการในการให้ความหมายนี้จะถูกนำเสนอผ่านทาง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต ดังตัวอย่างต่อไปนี้ “...ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เพชฌฆาตจอมดีลิ่งกาทีมชาติไทย ที่มีความ สามารถอันโดดเด่นในการเล่นฟุตบอล โดยสามารถพาทีมไทยประสบความสำเร็จอย่างมากมาย ซึ่งจัดได้ว่าเป็นกองหน้าที่สุดยอดคนหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ...” (“เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2551)

จากตัวอย่างข้างต้นนี้เป็นบทบาทของสื่อที่เกี่ยวกับการให้ความหมายของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โดยจากตัวอย่างเป็นการให้ความหมายในด้านความสามารถในการเล่นฟุตบอลที่มีความหมายว่าเป็นนักฟุตบอลที่มีความสามารถมาก ซึ่งจะสังเกตได้จากข้อความตัวอย่างในข้างต้นที่มีทั้งฉายา “เพชฌฆาตจอมดีลิ่งกาทีมชาติไทย” และข้อความที่ว่า “มีความสามารถอันโดดเด่นในการเล่นฟุตบอล โดยสามารถพาทีมไทยประสบความสำเร็จอย่างมากมาย รวมทั้ง “เป็นกองหน้าที่สุดยอดคนหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้” ซึ่งทั้งหมดนี้ก็เป็นการสื่อสารความหมาย

เพื่อให้เห็นถึงความสามารถที่ยิ่งใหญ่ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง จากบทบาทในการให้ความหมายของสื่อ และที่สำคัญเป็นการสื่อสารที่ทำให้เห็นว่าซิโก้ไม่ได้เป็นแค่ นักฟุตบอลธรรมดาทั่วไป โดยจะแสดงว่าการเป็นนักฟุตบอลใคร ๆ ก็สามารถที่จะเป็นได้ แต่การที่จะเป็นดาราฟุตบอลแบบซิโก้ นั้นไม่สามารถที่จะเป็นได้ทุกคนเหมือนการเป็นนักฟุตบอล ดังนั้น บทบาทในการให้ความหมายนี้ก็จะ เป็นบทบาทที่นำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลของซิโก้ได้อีกเช่นเดียวกัน

3. บทบาทในการประเมินคุณค่า (Evaluation) เนื้อหาภาพลักษณ์ที่พบจากบทบาทในการประเมินคุณค่านี้ จะมีลักษณะของเนื้อหาภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) ที่เกี่ยวกับเรื่องของความสามารถและฟุตบอล โดยในส่วนของบทบาทดังกล่าวนี้จะถูกนำเสนอผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ดังตัวอย่างดังนี้ “...ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจของคนไทย ที่ทำให้เห็นว่าประเทศไทยก็ยังมีนักฟุตบอลที่มีความสามารถอยู่อีกเช่นกัน ...” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2550)

จากตัวอย่างบทบาทของสื่อในการประเมินคุณค่าข้างต้นนี้ เป็นตัวอย่างการประเมินคุณค่าในเรื่องของความสามารถในด้านฟุตบอลของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่แสดงให้เห็นว่าซิโก้เป็นนักฟุตบอลไทยที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนไทยได้ และยังเป็นคุณค่าของการเป็นตัวแทนคนไทยและนักฟุตบอลไทยที่มีความสามารถไม่แพ้ชาติใดในโลก ดังนั้น บทบาทในการประเมินคุณค่าของสื่อนี้ จะเป็นลักษณะของการแสดงให้เห็นถึงคุณค่าที่เป็นตัวแทนของเรื่องราว นั้น ๆ เช่น การเป็นนักฟุตบอลไทย ดังตัวอย่าง ซึ่งการประเมินคุณค่านั้นจะทำให้ นักฟุตบอลมีความโดดเด่นและยิ่งใหญ่ขึ้น ซึ่งก็จะนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลได้ในที่สุด

ดังนั้น บทบาทของสื่อในการนำเสนอข่าวสาร เรื่องราว และเนื้อหาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอล จะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการเป็นดาราฟุตบอลของนักฟุตบอลอีกสิ่งหนึ่ง เพราะในแต่ละบทบาทของสื่อ ไม่ว่าจะเป็น บทบาทในการให้ข้อมูล (Information) บทบาทในการให้ความหมาย (Definition) และบทบาทในการประเมินคุณค่า (Evaluation) นั้นจะมีลักษณะของการส่งเสริมให้นักฟุตบอลทั่วไปกลายเป็นนักฟุตบอลที่อยู่ในความสนใจ และความรู้สึกนึกคิดของผู้คนทั่วไป ซึ่งก็จะนำไปสู่ความรู้สึกที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดี และจะกลายเป็นนักฟุตบอลที่ยิ่งใหญ่หรือดาราฟุตบอลได้ในที่สุด โดยบทบาทของสื่อในการนำเสนอเรื่องราวและภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลทั่วไปในรุ่นเดียวกันกับนักฟุตบอลที่เป็นดาราฟุตบอลนั้นก็มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งบทบาทต่าง ๆ ของสื่อในการนำเสนอดาราฟุตบอลนั้นจะมีบทบาทการนำเสนอเนื้อหาและรายละเอียดที่มากกว่าแค่เรื่องความสามารถหรือเรื่องของฟุตบอลเท่านั้น ทั้งนี้การที่สื่อจะต้องมีบทบาทที่มาก

ไปกว่าเรื่องความสามารถในด้านฟุตบอลนั้นเป็นเพราะว่า การที่ซีโก้มีชื่อเสียงและเป็นที่สนใจจากผู้คนทั่วไปขึ้นมาแล้วนั้น สื่อต่าง ๆ ก็จะพยายามที่จะสร้างและให้บทบาทแก่ซีโก้ที่มากไปกว่าเรื่องฟุตบอล ให้ผู้คนสนใจที่จะติดตามอย่างต่อเนื่อง โดยสื่อจะพยายามใช้ชื่อของซีโก้มานำเสนอ หรือขายชื่อเสียงของซีโก้ ดังเช่นที่เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง กล่าวกับผู้วิจัยไว้ว่า “สื่อมีบทบาททุกเรื่องอยู่แล้ว แต่กับนักฟุตบอลที่ดัง ๆ หรือเป็นที่สนใจมาก ๆ อย่างซีโก้เนี่ย ไม่ว่าเรื่องใด สื่อก็ต้องเข้าไปมีบทบาททั้งนั้น ชื่ออย่างซีโก้เป็นคนดังใครก็สนใจ” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553) โดยจะต้องมีบทบาทของการนำเสนอเรื่องราวและเนื้อหาอื่น ๆ นอกเหนือไปจากฟุตบอลอีกด้วย เช่น เรื่องส่วนตัว เป็นต้น ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่าบทบาทของสื่อ นั้นจะเป็นบทบาทของการกำหนดความหมายในการยกระดับสถานภาพหรือการให้สถานภาพ (Status Conferral) แก่นักฟุตบอล โดยการที่สื่อได้รายงานข่าวและเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลนั้นก็จะเป็นการเพิ่มศักดิ์ศรีแก่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเป็นที่รู้จัก มีสถานภาพ มีชื่อเสียง และเป็นคนเด่นดังในสังคมขึ้นมาได้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2539) ดังนั้น บทบาทของสื่อในการนำเสนอเรื่องราว และภาพลักษณ์นั้น จะเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความเป็นดาราให้นักฟุตบอลได้ แต่จะต้องเป็นบทบาทการนำเสนอเรื่องราว ข่าวสาร และเนื้อหาภาพลักษณ์ ที่มากไปกว่าแค่เรื่องของความสามารถและการเล่นฟุตบอลเท่านั้นด้วยเช่นกัน

2.3 กลยุทธ์ของสาร (Message Strategy)

ลักษณะวิธีการต่าง ๆ ในการสร้างความเป็นดารา (Stardom) ผ่านตัวสารที่ปรากฏจากการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งประกอบไปด้วย การเลือกประเด็นการนำเสนอ รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการนำเสนอ โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

การเลือกประเด็นการนำเสนอ

ประเด็นเนื้อหาที่สื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร โทรท์ส นนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต ได้นำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ผลงาน ความเคลื่อนไหวด้านฟุตบอล ลักษณะนิสัย ความรัก กิจกรรมช่วยเหลือสังคม และการดำเนินชีวิต ซึ่งมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. **ผลงาน** ประเด็นการนำเสนอเรื่องของผลงานที่สื่อนำเสนอขึ้นพบว่า จะเป็นประเด็นที่นำเสนอภาพลักษณ์เรื่องของความสามารถทั้งในเรื่องที่เกี่ยวกับฟุตบอลที่เป็นเกมการแข่งขันและผลงานต่าง ๆ ที่ได้รับ ซึ่งจะมีทั้งภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) และภาพลักษณ์ในเชิงลบ

(Negative) รวมทั้งประเด็นผลงานเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับฟุตบอล เช่น การเป็นฟรีเซ็นเตอร์ หรือ การเป็นพิธีกรโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งจะมีทิศทางของภาพลักษณ์ที่เป็นในเชิงบวก (Positive) เท่านั้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ผลงานเรื่องเกี่ยวกับฟุตบอลโดยตรง ผลงานเรื่องเกี่ยวกับฟุตบอลโดยตรงนั้น จะเป็นการนำเสนอในส่วนของความสามารถของซิโก้หรือรางวัลต่าง ๆ ที่เกิดจากผลงานการแข่งขันแต่ละเกมในรายการที่แข่งขันต่าง ๆ ทั้งที่เป็นการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศ และการแข่งขันฟุตบอลระหว่างประเทศทั้งในระดับสโมสรรวมทั้งในระดับทีมชาติไทย ดังตัวอย่างเช่น “...ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ศูนย์หน้ากัปตันทีมที่ฟอร์มกำลังฮอต นัดล่าสุดเหมาขาดทั้ง 2 เม็ดที่เอาชนะสิงคโปร์มาได้เช่นเดิม...” (“ไทยอัดสิงคโปร์ 2-0 เข้าชิงคิงส์คัพ 37 ซิโก้ฟอร์มแจ่มชัลโวคนเดียว 2 ประตู,” 2549)

“...เสียงตะโกน เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง กระหึ่มกึกก้องอยู่ในหัวใจแฟนลูกหนังชาวยาม เมื่อเสยโหม่งประตูชัยนาทีสุดท้าย ให้ทีมชาติไทยพิชิตทีมชาติเมียนมาร์ 4-3 กระชากเหรียญทองมาครองได้สำเร็จ หลังจากวงการฟุตบอลไทยต้องรอคอยมานานถึง 6 ปี...” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2536)

จากตัวอย่างทั้งสองข้างต้นนี้ เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอภาพลักษณ์ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ในประเด็นของผลงานที่เกี่ยวกับเรื่องฟุตบอลโดยตรง ซึ่งเป็นผลงานที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในด้านความสามารถที่มีความโดดเด่น โดยจะสังเกตได้จากข้อความตัวอย่างที่บ่งบอกและสื่อสารความหมายว่า ซิโก้ได้แสดงความสามารถจนสามารถนำทีมได้รับชัยชนะในที่สุด รวมทั้งจากตัวอย่างยังมีการใช้คำที่เป็นลักษณะท่าทาง (action) มาสื่อสารเพื่อเสริมความหมายที่ได้นำเสนอให้ชัดเจนยิ่งขึ้นดังตัวอย่างในข้างต้นที่ว่า “การเสยโหม่ง” และ “กระชากเหรียญทองมาครอง” นอกจากนี้ยังมีผลงานที่ได้รับรางวัล เช่น “...ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง หัวหอกซูเปอร์สตาร์ทีมชาติไทยสามารถคว้าแชมป์ซีเกมส์ติดต่อกันเป็นสมัยที่ 4 พร้อมกับคว้ารางวัลดาวซัลโวในการแข่งขันซีเกมส์ครั้งที่ 20 ที่บรูไนที่ผ่านมา...” (“ซิโก้ ศูนย์หน้าจอมตีลังกา,” 2542)

จากตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นนี้เป็นตัวอย่างที่เกี่ยวกับผลงานการได้รับรางวัลที่เกิดมาจากการแสดงความสามารถจนประสบความสำเร็จ ซึ่งมีทั้งการนำเสนอผลงานที่เป็นความสำเร็จของทีมในการคว้าแชมป์และที่สำคัญผลงานที่เป็นรางวัลส่วนตัวที่แสดงถึงภาพลักษณ์ในด้านความสามารถการเล่นฟุตบอลที่โดดเด่นและการนำเสนอภาพลักษณ์จากประเด็นดังกล่าวนี้จะนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลอย่างชัดเจน เพราะการคว้าแชมป์ต่าง ๆ นั้นจะเป็นเครื่องชี้วัดของ

การเป็นที่สุดในเรื่องความสามารถ ทั้งนี้ในการนำเสนอประเด็นเหล่านี้ก็เป็นเพราะว่าสื่อต้องการที่จะแสดงให้เห็นถึงความสามารถที่มีของซิโก้ว่ามีความสามารถในด้านฟุตบอลที่มีความโดดเด่นดังเช่นเอกพงษ์ โพธิ์อ่อง ที่กล่าวว่า “เมื่อมีการแข่งขัน ซิโก้เล่นดี ยิ่งประตูดุได้ สื่อก็ต้องนำเสนอเพื่อให้คนรับรู้เป็นธรรมดา” (เอกพงษ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553)

1.2 ผลงานเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับฟุตบอลโดยตรง ในส่วนประเด็นผลงานของเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับฟุตบอลโดยตรงนั้น จะเป็นการนำเสนอผลงานที่ไม่เกี่ยวกับเกมการแข่งขันในรายการต่าง ๆ ที่ซิโก้ได้ลงทำการแข่งขัน ซึ่งประเด็นนี้จะเป็นผลงานนอกสนามของภาพลักษณ์ที่นอกเหนือไปจากเรื่องของฟุตบอลและเกมการแข่งขันฟุตบอล โดยจะมีลักษณะของภาพลักษณ์ในเชิงบวก ดังตัวอย่างดังนี้ “ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ศูนย์หน้าและกัปตันทีมชาติไทย ตอบรับเป็นทูตกีฬา ตามโครงการฟุตบอลสู่อนาคต (FUTURE OF SOCCER) ของบริษัท ไนกี้ (ประเทศไทย) จำกัด...” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2543)

จากตัวอย่างข้างต้นนี้จะเป็นลักษณะของการนำเสนอภาพลักษณ์ที่เป็นในส่วนของประเด็นเรื่องผลงานที่ไม่เกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลโดยตรง แต่เป็นตัวอย่างเรื่องของความเป็นทูตกีฬาให้กับบริษัทไนกี้ และแม้ว่าผลงานดังกล่าวนี้จะไม่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลโดยตรง แต่จะมีลักษณะของความเกี่ยวข้องอยู่กับการใช้ทุนความรู้ความสามารถเดิมที่นำไปขยายทุนด้านอื่น ๆ โดยยังจะต้องเชื่อมโยงกับเรื่องฟุตบอลอยู่เช่นกัน และที่สำคัญการนำเสนอประเด็นเหล่านี้จะเป็นการส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของการเป็นดาราฟุตบอลชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ความเคลื่อนไหวด้านฟุตบอล ประเด็นการนำเสนอในเรื่องของความเคลื่อนไหวนั้น จะเป็นลักษณะของการนำเสนอความเคลื่อนไหวในด้านฟุตบอลที่ไม่เกี่ยวกับเกมการแข่งขันและผลงานต่าง ๆ ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โดยจะมีทั้งการนำเสนอความเคลื่อนไหวที่เป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) ดังตัวอย่างเช่น “...เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง กองหน้าตัวเก๋าจะลงนำทัพทีมชาติไทยเปิดศึกเอเชียันคัพ ครั้งที่ 14 กับ ทีมชาติอิรัก...” (“งานและกำลังใจในชีวิตของ ร.ต.ท.เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง (ทูตกีฬา) และ อัศวิน วุฒิเวทย์,” 2550, น. 1)

“...ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง มีกำหนดเล่นฟุตบอลให้แก่สโมสรของฮันยาลาย (Hong Anh Gia Lai) ที่ประเทศเวียดนาม เมื่อกลางเดือนกุมภาพันธ์นี้ หลังจากที่สิ้นสุดสัญญากับสโมสรอาร์มฟรอสของประเทศสิงคโปร์มาหมาด ๆ ...” (“งานและกำลังใจในชีวิตของ ร.ต.ท. เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง (ทูตกีฬา) และ อัศวิน วุฒิเวทย์,” 2545, น. 2)

ประเด็นการนำเสนอความเคลื่อนไหวด้านฟุตบอลจากตัวอย่างข้างต้นนี้ จะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งเรื่องการฝึกซ้อม โปรแกรมการแข่งขัน และ

การย้ายทีมในระดับสโมสร เป็นต้น ซึ่งการนำเสนอในประเด็นดังกล่าวนี้ได้แสดงให้เห็นถึงความสนใจของสื่อต่าง ๆ ที่มีต่อซีโก้ที่นอกเหนือไปจากเรื่องการแข่งขัน โดยการนำเสนอเช่นนี้ของสื่อก็จะเป็นการสร้างความสนใจและทำให้เกิดการรับรู้เรื่องราวของซีโก้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลได้ในที่สุดเช่นกัน

3. กิจกรรมสังคม ประเด็นเรื่องกิจกรรมทางสังคมที่ได้เข้าร่วมของ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ก็จะเป็นกิจกรรมที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวกับเรื่องของกีฬาและฟุตบอล โดยที่ประเด็นกิจกรรมสังคมนั้นจะให้ภาพลักษณ์ของประเด็นที่เป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ที่เข้าซีโก้ได้ร่วมนี้ก็เป็นในส่วนของ การให้ความช่วยเหลือหรือการรณรงค์ในเรื่องราวต่าง ๆ เช่น การต่อต้านยาเสพติด การสอนฟุตบอลแก่เยาวชน เป็นต้น ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ดังตัวอย่าง เช่น “...ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ได้จัดทำโครงการฟุตบอลเพื่อน้อง เพื่อเป็นการบริจาคอุปกรณ์กีฬาและสื่อการเรียนการสอนแก่นักเรียนในชนบท ซึ่งเป็นความตั้งใจของซีโก้ที่ต้องการช่วยเหลือเยาวชนที่ด้อยโอกาสในการเล่นกีฬาในชนบท...” (“ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2543)

จากตัวอย่างดังกล่าวนี้เป็นประเด็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องของ การช่วยเหลือสังคมหรือกิจกรรมทางด้านสังคมต่าง ๆ ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะช่วยเหลือสังคม โดยการนำเสนอในประเด็นดังกล่าวนี้ของสื่อก็แสดงให้เห็นว่าการจะเป็นดาราฟุตบอลนั้น จะต้องมีการทำอะไรเพื่อสังคมด้วยนอกเหนือไปจากการเล่นฟุตบอลด้วย และการนำเสนอประเด็นนี้ของสื่อก็จะเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนักฟุตบอล จนสามารถกลายเป็นดารานักฟุตบอลได้เช่นกัน

4. การดำเนินชีวิต ในส่วนประเด็นการนำเสนอของเรื่องการดำเนินชีวิตหรือความเป็นไปในชีวิตความเป็นอยู่ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่พบ โดยจะเป็นในลักษณะของการรายงานหรือการให้ข้อมูล ดังนั้น ภาพลักษณ์ของประเด็นจึงเป็นภาพลักษณ์แบบเป็นกลาง (Normal) และยังพบการนำเสนอในเชิงลบ (Negative) บ้างเช่นกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้ “...ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ได้เดินทางมาเยี่ยมทีมงานของศูนย์ TLCenter และได้ให้กำลังใจทีมงานของศูนย์ รวมทั้งให้เกียรติถ่ายภาพอย่างเป็นกันเองด้วย...” (“คุณธวัชชัย สัจจุกุล และคุณเกียรติศักดิ์ เสนาเมือง มาเยี่ยมทีมงานของศูนย์ TLCenter,” 2551)

...ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง อดีตศูนย์หน้าจอมตีลังกาทีมชาติไทย ที่หันมาเอาดีในการทำธุรกิจเกี่ยวกับการจัดการแข่งขันและสอนฟุตบอลในนาม บริษัท สปอร์ต ฮีโร่ จำกัด และดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริหาร ตัดสินใจเปิดห้องราชาวดี โรงแรมเรดิสัน ย่านถนนพระราม 9 แถลงข่าวต่อสื่อมวลชน เมื่อช่วงบ่ายของวันที่

17 สิงหาคม กรณีฟ้องร้อง นายรัฐสุภา ธีรรัฐสุภา กรรมการผู้จัดการ บริษัท มหาภาค มีเดีย แอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ผู้ว่าจ้างทำโครงการแข่งขันฟุตบอล โรงงาน ได้จ่ายเช็คแดง หน้าชำนำชื่อไปแอบอ้างจนได้รับความเสียหาย เป็นอย่างมาก... (“ตำนานฟุตบอลไทย,” 2551)

ประเด็นเนื้อหาจากตัวอย่างในข้างต้นนี้เป็นประเด็นเนื้อหาในเรื่องของการดำเนินชีวิตหรือความเป็นไปในชีวิต โดยตัวอย่างแสดงถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่ได้เกิดขึ้นกับการดำเนินชีวิตของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งในส่วนของประเด็นดังกล่าวนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงการติดตามเรื่องราวของซิโก้อย่างใกล้ชิด ในการนำเสนอเรื่องราวดังกล่าวในข้างต้นนี้ และนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลได้ในที่สุดเช่นกัน

5. ความรัก ประเด็นการนำเสนอเรื่องความรักของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่สื่อให้การนำเสนอ ซึ่งการนำเสนอก็จะเป็นในลักษณะของเรื่องราวที่เกี่ยวกับความรักเช่น เรื่องราวกับแฟนสาว และการแต่งงาน เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้ “...ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ศูนย์หน้าหมายเลข 1 ของไทยสละโสดหอบเงินล้านพร้อมทองคำ พระเครื่อง แดง น่องเปิ้ล อัสราภา วุฒิเวทย์ แฟนสาวขึ้นม้านตามประเพณีภาคกลางและอีสานโดยมี ปีกก้อง วิรัช ชาญพานิชย์ อดีตผจก.ทีมชาติไทยรับเป็นเจ้าแก่...” (“Zico Profile,” 2545)

ประเด็นเนื้อหาจากตัวอย่างในข้างต้นนี้เป็นประเด็นเกี่ยวกับเรื่องราวความรักของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่สื่อได้นำเสนอ โดยเป็นเรื่องราวของการแต่งงาน ซึ่งเป็นประเด็นความรักที่สมหวังและประสบความสำเร็จในความรัก ทั้งนี้ในการนำเสนอประเด็นดังกล่าวนี้ก็แสดงให้เห็นถึงการเป็นบุคคลที่เป็นที่สนใจของผู้คนทั่วไป จนต้องมีการนำเสนอซึ่งต่างจากนักฟุตบอลทั่ว ๆ ไปที่อาจจะไม่มีการนำเสนอก็เป็นได้

6. ลักษณะนิสัย ผู้วิจัยพบประเด็นการนำเสนอเกี่ยวกับลักษณะนิสัยของซิโก้ที่ผ่านทางสื่อมวลชน และสื่อใหม่ โดยจะเป็นการนำเสนอเพื่อให้เห็นถึงลักษณะนิสัยที่ดีของซิโก้ ทั้งลักษณะนิสัยในการเป็นนักฟุตบอลและลักษณะนิสัยส่วนตัวที่ดี ดังตัวอย่างเช่น “...ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เป็นคนที่ยิ้มง่าย ท่าทีใจเย็นเป็นปกติ มีความรับผิดชอบ และมีวินัยสูงเป็นอย่างมากเลยทีเดียว...” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2544)

“...ซิโก้เป็นนักฟุตบอลที่นิสัยดีมาก ขยัน มุ่งมั่นทุ่มเท และมีความกตัญญู...” (“เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2551)

ประเด็นที่เกี่ยวกับลักษณะนิสัยของชิโก่ที่ได้นำเสนอผ่านทางสื่ออื่น จะเป็นประเด็นของลักษณะนิสัยที่มีทั้งลักษณะนิสัยในการเล่นฟุตบอล โดยจะเป็นนักฟุตบอลที่มีความรับผิดชอบขยันและเล่นด้วยความสุภาพ รวมทั้งลักษณะนิสัยส่วนตัวที่เป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี ทั้งนี้การเลือกประเด็นการนำเสนอดังกล่าวนี้จะเป็นการสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงการเป็นนักฟุตบอลที่อยู่ในความสนใจของผู้คนทั่วไป โดยสื่อต้องนำเรื่องราวส่วนตัวมานำเสนอ อีกทั้งการเลือกประเด็นนำเสนอในลักษณะนี้ก็จะสามารถทำให้เกิดความโดดเด่นและนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลได้ในที่สุดอีกเช่นกัน

การสำรวจประเด็นเนื้อหาการนำเสนอของชิโก่ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ในช่วง พ.ศ. 2535 - ปัจจุบัน พบว่า ประเด็นเนื้อหาที่พบมีทั้งเรื่องเกี่ยวกับฟุตบอลโดยตรงและเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับฟุตบอลโดยตรง นอกจากนี้สื่อยังมีการนำเสนอประเด็นอื่น ๆ อีกเช่น เรื่องส่วนตัว เป็นต้น ทั้งนี้ก็เป็นเพราะว่า ชิโก่เป็นนักฟุตบอลที่มีความโดดเด่น มีชื่อเสียง และเป็นที่สนใจของผู้คนในสังคม ซึ่งจากจุดนี้ก็ได้ทำให้สื่อมีความต้องการหรือโฟกัสไปที่ชิโก่อยู่ตั้งแต่แรกอยู่แล้ว ดังนั้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งเรื่องฟุตบอลและเรื่องอื่น ๆ ก็เป็นเพียงองค์ประกอบของชิโก่เท่านั้น แต่สิ่งสำคัญก็คือ สื่อต่าง ๆ นั้นต้องการนำเสนอและขายชื่อเสียงของชิโก่เท่านั้น เพียงแต่ได้นำประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาเป็นจุดนำเสนอในการขาย ดังคำสัมภาษณ์ที่เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง ที่กล่าวไว้ว่า “จะประเด็นอะไรก็แล้วแต่ไม่เกี่ยวหรอก สิ่งเดียวที่ต้องการบอกนั่นคือ เป็นชิโก่ เรื่องของชิโก่ แค่นี้คนก็อยากรู้ สนใจ สื่อก็ชอบนำเสนอ มันขายได้” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553) ซึ่งก็เป็นการสื่อสารให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของความสามารถและการเป็นวีรบุรุษหรือความเป็นฮีโร่ ที่เกิดจากการแสดงความสามารถและความเกี่ยวข้องกับการเล่นและผลงานต่าง ๆ ในด้านฟุตบอล และนอกจากนี้ประเด็นอื่น ๆ นอกเหนือจากเรื่องฟุตบอลที่พบนั้นเป็นประเด็นเรื่องส่วนตัว เช่น ประเด็นเรื่องการดำเนินชีวิต ความรัก ลักษณะนิสัย และการร่วมกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ โดยประเด็นดังกล่าวทั้งหมดนี้สื่อให้เห็นถึงความสนใจของสื่อที่มีต่อชิโก่ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งได้นำเรื่องส่วนตัวมาเป็นประเด็นในการนำเสนอเนื้อหาจนทำให้ผู้คนสนใจและเฝ้าติดตาม ทั้งนี้ประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้เป็นประเด็นที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของการเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงด้วย นอกเหนือไปจากประเด็นของผลงานการเล่นฟุตบอลที่เป็นภาพลักษณ์ในลักษณะของความเป็นวีรบุรุษหรือความเป็นฮีโร่

รูปแบบการนำเสนอ

รูปแบบของการนำเสนอที่สื่อมวลชนและสื่อใหม่ได้นำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของ ชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย 5 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบข่าว รูปแบบบทความ รูปแบบของการสัมภาษณ์และบทสัมภาษณ์ รูปแบบโฆษณาและความบันเทิง และรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งมีรายละเอียดของรูปแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. **รูปแบบข่าว** รูปแบบการนำเสนอที่เป็นในลักษณะของข่าวนี้จะเป็นรูปแบบของการนำเสนอภาพลักษณ์ของ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่เด่นชัดและมีความหลากหลายและปรากฏมากที่สุด โดยมีทั้งในส่วนของภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) ภาพลักษณ์แบบเป็นกลาง (Normal) และภาพลักษณ์ในเชิงลบ (Negative) รวมทั้งจะพบว่ามีทั้งเนื้อหาในเรื่องของฟุตบอลและเรื่องส่วนตัว ซึ่งสื่อในการนำเสนอภาพลักษณ์ของชิโก้ในรูปแบบของข่าวนั้นจะปรากฏทั้งในโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต ดังตัวอย่างเช่น

ภาพที่ 5.23

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ในรูปแบบของข่าว

ชิโก้คืนรัง กลับราชประชา

จากกระแสข่าวที่ผู้จัดการทีมชาติไทยชุดใหญ่ “บิ๊กก้อง” วิรัช ชาญพานิชย์ มีนโยบายที่จะดึงนักเตะตัวเก่าทีมชาติไทย นำโดย “ชิโก้” เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง หัวหอกซูเปอร์สตาร์จอมดีลังกาที่เพิ่งประกาศแขวนสตั๊ดอำลาสนามกับต้นสังกัดในวัยลีก เวียดนาม สโมสรของอันห์ ยา ลาย คัมแบ็กกลับมาติดทีมชาติไทยชุดสู้ศึกฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานคิงส์คัพ และฟุตบอลเอเชียน คัพ 2007 ที่ไทยจะเป็นเจ้าภาพร่วมในปีหน้า ซึ่งมีทั้งกระแสเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย แถมล่าสุด ทาง “โค้ชหรั่ง” ช่างวิทย์ ผลชีวิน ประธานผู้ฝึกสอนของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ก็ยังออกมาแนะให้ชิโก้หาสโมสรเล่นในฟุตบอลคิงส์คัพ เพื่อจะได้ดูสภาพร่างกายว่ายังไปไหวหรือไม่กับการจะหวนคืนสู่ทีมชาติอีกครั้ง

ที่มา: www.siamsport.com, 2550

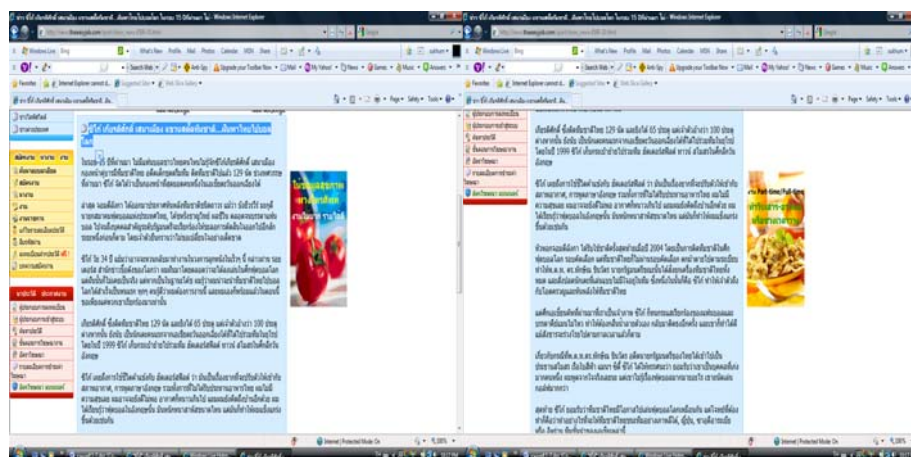
จากตัวอย่างข้างต้นนี้เป็นรูปแบบการนำเสนอที่มีลักษณะการนำเสนอในรูปแบบของข่าวของการนำเสนอเรื่องราวและภาพลักษณ์ของชิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งรูปแบบของข่าวนี้จะเป็นการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถและเรื่องอื่น ๆ โดยจะเป็นการนำเสนอที่มีลักษณะของการให้ข้อมูลหรือข้อเท็จจริง (fact) ในเรื่องราวและภาพลักษณ์ต่าง ๆ

ของซีโก้ ที่สื่อได้ทำการนำเสนอ ซึ่งในการนำเสนอรูปแบบข่าวนี้จะมีลักษณะของการสื่อสารที่จะสามารถทำให้ความหมายต่าง ๆ ที่สื่อได้นำเสนอนั้นกลายเป็นความจริงขึ้นมาได้ เช่น นักเตะตัวเก่าหรือความสามารถในการเล่นฟุตบอล เป็นต้น

2. **รูปแบบบทความ** ในส่วนการนำเสนอภาพลักษณ์ของ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่เป็นรูปแบบของบทความนั้นจะพบการนำเสนอภาพลักษณ์ที่เป็นภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถและเรื่องส่วนตัว โดยที่รูปแบบการนำเสนอในรูปแบบของบทความนี้มักจะพบในสื่อหนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และนิตยสาร ดังตัวอย่างเช่น

ภาพที่ 5.24

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ในรูปแบบของบทความ



ที่มา: www.thaيلandsusu.com, 2551

จากตัวอย่างจะเป็นลักษณะของรูปแบบการนำเสนอที่เป็นรูปแบบบทความของ ซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งการนำเสนอในรูปแบบของบทความนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราวและภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสามารถเป็นหลัก แต่ก็จะมีเรื่องราวและภาพลักษณ์อื่น ๆ เช่น ครอบครัว เป็นต้น โดยรูปแบบการนำเสนอที่เป็นบทความนี้จะมีลักษณะเด่นคือ เนื้อหาที่ปรากฏจะมีการแสดงความคิดเห็น (Opinion) ของสื่อที่ได้แสดงออกมาผ่านการนำเสนอในรูปแบบดังกล่าวนี้ ซึ่งก็จะทำให้ภาพลักษณ์ในเรื่องต่าง ๆ ที่ปรากฏนั้นจะมีลักษณะของการเสริมแต่งภาพลักษณ์เข้าไปด้วย และสิ่งที่สำคัญของการนำเสนอในรูปแบบของบทความนี้ก็คือ จะเป็นการแสดงความคิดเห็นหรือการนำเสนอจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert) หรือผู้มีความรู้ความสามารถและเป็นที่ยอมรับ

ของสังคม เช่น นักเขียน หรือ คอลัมนิสต์ เป็นต้น ดังนั้น เรื่องราวที่ถูกนำเสนอออกมาจึงดูมีความน่าเชื่อถือในตัวซีโก้จากผู้คนทั่วไปเช่นกัน

3. รูปแบบการสัมภาษณ์และบทสัมภาษณ์ รูปแบบการนำเสนอภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่เป็นรูปแบบของการสัมภาษณ์หรือบทสัมภาษณ์นั้น จะพบการนำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลทั้งเรื่องฟุตบอลและเรื่องส่วนตัว โดยที่จะอยู่ในสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต ดังตัวอย่างเช่น

ภาพที่ 5.25

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ในรูปแบบของ
บทสัมภาษณ์และการสัมภาษณ์



ที่มา: www.sporthero.net, 2551.

จากตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอที่เป็นการสัมภาษณ์และบทสัมภาษณ์ในข้างต้นนี้ เป็นการนำเสนอเรื่องราวและภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ในอีกรูปแบบหนึ่งของการนำเสนอ โดยการนำเสนอในรูปแบบนี้จะพบเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ที่หลากหลายกว่าการนำเสนอในรูปแบบทั้งหมดนี้ ซึ่งจะมีทั้งเรื่องราวที่เกี่ยวกับฟุตบอล และเรื่องราวอื่น ๆ เช่น เรื่องส่วนตัว เป็นต้น ทั้งนี้การนำเสนอในรูปแบบของบทความจะมีลักษณะของการที่นักฟุตบอลจะได้เป็นผู้ส่งสารด้วยในระดับหนึ่งโดยตรง ที่อาจจะแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในด้านบวกหรือนำเสนอแต่เรื่องราวที่ตี ๆ ทั้งหมด ถึงแม้คำถามอาจจะคำถามในเชิงลบ ก็ตาม ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ซีโก้บางตอน ดังต่อไปนี้

- นัดที่ประทับใจที่สุดในชีวิต

ผมค่อนข้างจะประทับใจทุกนัด มันเป็นความภูมิใจของผมที่ได้ลงเล่นฟุตบอลให้กับทีมชาติ จริง ๆ แล้วผมไม่ค่อยมีเรื่องที่เศร้าใจมากกับเกมฟุตบอล เพราะส่วนใหญ่จะคว้าแชมป์ได้ตลอด ไม่ว่าจะเป็น กีฬาซีเกมส์ หรือไทเกอร์คัพ แต่ถ้าหากเป็นฟุตบอลโลกและฟุตบอลเอเชียนคัพ คงต้องยอมรับว่าแพ้ของทีมไทย ชัยยังสู้ทีมเด่น ๆ ของเอเชียไม่ได้ อย่างไรก็ตามการลงเล่นให้กับสโมสร ผมก็มีความรู้สึกที่ดี เพราะสามารถพา ฮอง อันห์ ยาลาย คว้าแชมป์ลีกของเวียดนามได้ แต่ถ้าหากให้ผมเลือกจริง ๆ คงเป็นนัดที่ทีมไทยเฉือนเอาชนะพม่า 4-3 ในกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 17 ที่ประเทศสิงคโปร์ ปี 2536 เพราะผมถูกเปลี่ยนตัวลงไปและสามารถทำประตูชัยได้

- ฟุตบอลได้ให้อะไรกับ “ซิโก้” บ้าง

ฟุตบอลได้ให้ผมเกือบหมดทุกอย่าง ให้เกียรติยศ, ชื่อเสียง, เงินทอง ทำให้คนทั่วประเทศรู้จัก เวลาไปไหนมาไหนก็ได้รับการยอมรับ หรืออำนวยความสะดวกให้ ถ้าหากผมไม่ได้เล่นฟุตบอลและไม่ได้ติดทีมชาติ คงไม่มีใครรู้จักผม

- ได้ข่าวมาว่าซิโก้เคยเรียนปริญญาโทใช่ไหมครับ

ใช่ครับ เคยไปสอบเข้าที่จุฬา พอผ่านดีใจมาก ไหน ๆ เ็นที่ร้านซีไม่ติด สอบปริญญาโทติดก็ยังมี แต่เรียนไป 1 เทอม ตอนนั้นติดแข่งต่างประเทศ และต่อมาก็ไปเล่นที่อังกฤษ จึงยังไม่มีเวลาไปเรียนอีกเลย (“สัมภาษณ์ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2552)

จากตัวอย่างบทสัมภาษณ์บางตอนของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นี้แสดงให้เห็นถึงลักษณะของคำถามที่สื่อต้องการจะทราบและต้องการนำเสนอภาพลักษณ์ในส่วนนี้ ซึ่งพบทั้งภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถและภาพลักษณ์อื่น ๆ ที่เป็นเรื่องส่วนตัว โดยในการสัมภาษณ์นั้นซิโก้ก็ได้ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร (Sender) ในระดับหนึ่งสื่อถึงเนื้อหาภาพลักษณ์ของตนเองที่ต้องการนำเสนอออกมา หรือก็คือ การที่นักฟุตบอลสามารถที่จะเป็นผู้ส่งสาร (Sender) ที่จะมีบทบาทเข้าไปกำกับรหัสสารหรือเนื้อหาของตนเองได้ ซึ่งจะปรากฏในเชิงบวกของเรื่องราวที่ได้นำเสนอออกมา

4. รูปแบบการโฆษณาและบันเทิง รูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ในลักษณะของการโฆษณาและบันเทิงนี้ จะเป็นในส่วนของการโฆษณา ซึ่งรูปแบบนี้จะเป็นรูปแบบที่นำเสนอภาพลักษณ์ด้านอื่น ๆ ที่พ่วงและเกี่ยวข้องกับความสามารถเป็นหลัก ดังตัวอย่างดังนี้

ภาพที่ 5.26

แสดงภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ในรูปแบบของการโฆษณาและบันเทิง

โฆษณากระทิงแดง (เวียดนาม)



ที่มา: www.oknation.net, 2547.

จากตัวอย่างของรูปแบบการนำเสนอที่เป็นรูปแบบของการโฆษณาและบันเทิง ข้างต้นนี้ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง จะเป็นรูปแบบของการนำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องอื่น ๆ ที่ยังคงมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงอยู่กับภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถ ซึ่งการนำเสนอในรูปแบบดังกล่าวนี้จะเป็นการนำทุนความรู้ความสามารถเดิมในด้านการเล่นฟุตบอลไปขยายทุนเรื่องอื่น ๆ และสินค้าอื่น ๆ หรืออีกนัยหนึ่งเป็นการนำสัญลักษณ์เดิมไปเปลี่ยนเป็นสัญลักษณ์อื่น ๆ

5. รูปแบบอื่น ๆ การนำเสนอภาพลักษณ์ที่เป็นในลักษณะของรูปแบบอื่น ๆ นี้จะเป็นรูปแบบของคลิปปวีดีโอ ที่ได้นำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ในด้านความสามารถทางฟุตบอล และภาพลักษณ์อื่น ๆ โดยผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้น และรูปแบบนี้เองที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถที่เด่นชัด ดังตัวอย่างคลิปปวีดีโอต่อไปนี้

ภาพที่ 5.27

แสดงภาพลักษณะของเกียรตินิยมในรูปแบบอื่น ๆ



ที่มา: www.youtube.com, 2546.

จากตัวอย่างคลิปวิดีโอที่ได้นำเสนอในข้างต้นนี้ เป็นรูปแบบการนำเสนอรูปแบบอื่น ๆ ของซีโก้ เกียรตินิยม เสนาเมือง ที่มีการนำเสนอเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณะออกมา ซึ่งการนำเสนอในรูปแบบนี้จะเป็นการนำเสนอภาพลักษณะในด้านความสามารถเป็นหลัก แต่ก็ยังพบคลิปวิดีโอที่สื่อสารให้เห็นถึงเรื่องราวอื่น ๆ แต่ก็จะเป็นในลักษณะของความบันเทิงต่าง ๆ เช่น การออกรายการทีวี เป็นต้น แต่ทว่าสิ่งสำคัญของการนำเสนอในรูปแบบดังกล่าวนี้จะเน้นไปที่เรื่องของความสามารถเป็นสำคัญ ทั้งนี้การนำเสนอในรูปแบบของคลิปวิดีโอนี้ จะเป็นรูปแบบที่เป็นอิสระต่อการนำเสนอซึ่งจะเป็นใครก็ได้ที่ต้องการนำเสนอ ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผู้ส่งสารโดยตรงก็เป็นได้เช่นกัน

ดังนั้น รูปแบบการนำเสนอทั้งหมดดังกล่าวในข้างต้นนี้ เป็นการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณะของซีโก้ เกียรตินิยม เสนาเมือง ที่มีทั้งเรื่องราวเกี่ยวกับฟุตบอลและเรื่องอื่น ๆ โดยรูปแบบต่าง ๆ จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของเรื่องราวและความชัดเจนในเนื้อหาภาพลักษณะนั้น ๆ ซึ่งในรูปแบบของข่าวจะมีลักษณะของการให้ข้อเท็จจริง (fact) ที่เกี่ยวกับเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณะต่าง ๆ เป็นสำคัญ ซึ่งแตกต่างจากรูปแบบของบทความที่จะมีลักษณะของการแสดงความคิดเห็น (Opinion) เข้าไปด้วยในการนำเสนอเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณะ แต่ในขณะที่การนำเสนอในรูปแบบของการสัมภาษณ์หรือบทสัมภาษณ์นั้น จะมีทั้งลักษณะของการให้ข้อเท็จจริงที่ผสมผสานกับการแสดงความคิดเห็น แต่จะมีลักษณะที่พิเศษคือ นักฟุตบอลจะสามารถเป็นผู้ส่งสารได้โดยตรงในระดับหนึ่ง โดยแตกต่างจากสองรูปแบบแรกที่จะเป็นผู้ส่งสารโดยตรง รวมทั้งรูปแบบของโฆษณาและความบันเทิงที่จะมีลักษณะเด่นของการนำเสนอโดยการใช้ทุนความรู้ความสามารถเดิมในด้านการเล่นฟุตบอลไปขยายทุนเรื่องอื่น ๆ และสินค้าอื่น ๆ หรือก็คือ การนำสัญญาเดิมไปเปลี่ยนเป็น

สัญญาณอื่น ๆ ซึ่งเป็นรูปแบบการนำเสนอที่จะสามารถนำไปสู่การเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการแสดงตัวเหมือนเป็นสินค้าที่ผ่านสื่อต่าง ๆ นอกจากนี้รูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นเรื่องของคลิปปิดิโอนั้นจะเป็นรูปแบบที่มีการนำเสนอโดยใครก็ได้ที่ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตโดยตรง และรูปแบบนี้ยังเป็นรูปแบบที่สื่อสารให้เห็นถึงความสามารถค่อนข้างชัดเจน ทั้งนี้จากรูปแบบการนำเสนอที่ได้กล่าวไปในข้างต้นนี้ก็สามารถที่จะสรุปได้ว่า รูปแบบของการนำเสนออันนี้มีผลต่อเนื้อหาภาพลักษณ์ที่นำเสนอออกมา ซึ่งก็คือ รูปแบบการนำเสนอจะเป็นกลไกที่ไปกำหนดการนำเสนอเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ที่ได้นำเสนอออกมา ดังนั้น จะเห็นได้ว่ารูปแบบการนำเสนออันนี้มีผลต่อการสื่อสารภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันของนักฟุตบอลที่ได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งนี้รูปแบบการนำเสนอของซิโก้ที่มีความแตกต่างจากนักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกันนั้นเป็นเพราะว่า สื่อจะสนใจและให้ความสำคัญกับนักฟุตบอลที่โดดเด่น ชื่อดัง และเป็นที่สนใจของผู้คนทั่วไป โดยสื่อจะพยายามนำนักฟุตบอลอย่างซิโก้ไปเชื่อมโยงกับรูปแบบต่าง ๆ ของสื่อที่มีอยู่และทำการสื่อสารออกมา ดังนั้น จึงพบรูปแบบการนำเสนอซิโก้ที่แตกต่างและหลากหลายกว่านักฟุตบอลในรุ่นเดียวกัน โดยเอกพงศ์ โพธิ์อ่องและ เทพไชย วิโนทัย กล่าวโดยสรุปในส่วนนี้กับผู้วิจัยว่า “นักบอลอย่างซิโก้ก็ต้องจับไปทำหมदनั้นแหละ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตามมีหมด ก็ซิโก้เขามีชื่อเสียงทำไปแล้วก็มีคนสนใจ” (เทพไชย วิโนทัย, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2553) หรือ “ถ้าเป็นนักบอลทั่วไปก็มีบ้างไม่มีบ้างแล้วแต่ แต่ถ้าเป็นซิโก้ละก็มีหมดเท่าที่สื่อจะทำได้ ชื่อซิโก้คนชอบ” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553)

วิธีการนำเสนอ

ลักษณะและเทคนิคของวิธีการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ใช้ในการนำเสนอภาพลักษณ์ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ซึ่งประกอบไปด้วย วิธีการใช้ถ้อยคำ และวิธีการใช้ภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **วิธีการใช้ถ้อยคำ** วิธีการนำเสนอโดยการใช้ถ้อยคำนั้น จะมีลักษณะของภาพลักษณ์ในเชิงบวก (Positive) โดยจะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับฟุตบอลและเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับฟุตบอล ซึ่งวิธีการใช้ถ้อยคำ มีดังต่อไปนี้

1.1 **การใช้ถ้อยคำที่ให้สมญานามหรือฉายา** วิธีการนำเสนอในเรื่องของการใช้ถ้อยคำที่มีลักษณะของการให้สมญานามหรือฉายานั้น จะเป็นการให้สมญานามหรือฉายาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องฟุตบอลและความสามารถในการเล่นฟุตบอล ซึ่งการให้สมญานามหรือฉายาในด้านความสามารถนั้นจะสื่อสารและแสดงให้เห็นถึงการเป็นนักฟุตบอลที่มีความสามารถโดดเด่นที่เหนือไปกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ทั่วไป ดังตัวอย่างเช่น การให้สมญานามหรือฉายาที่ว่า “เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เจ้าหนูแข้งทอง” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2536)

“เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เพชฌฆาตจอมดีลังกา” (เพชฌฆาตจอมดีลังกา, 2543, น. 164-173)

จากสมญานามที่ได้เป็นตัวอย่างข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นถึงการใช้คำที่ให้สมญานามหรือฉายาที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถทางด้านฟุตบอล โดยจะสังเกตได้จากสมญานามหรือฉายาที่ว่า “เจ้าหนูแข้งทอง” และ “เพชฌฆาตจอมดีลังกา” ซึ่งเป็นการสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถที่ยอดเยี่ยม โดยคำว่าแข้งทองนั้นเป็นคำในภาษากีฬา และฟุตบอลที่สื่อสารให้เห็นว่าเป็นนักฟุตบอลที่เก่งกาจ โดดเด่น และยอดเยี่ยมเป็นอย่างมากในการเล่นฟุตบอล รวมทั้งคำว่า เพชฌฆาต ก็เป็นคำที่สื่อสารให้เห็นถึงความแม่นยำ เขี้ยมหิด และดุเดือดในการทำประตูคู่ต่อสู้ที่เปรียบได้กับเพชฌฆาตในการประหารชีวิตคน ประกอบกับคำว่า จอมดีลังกา ก็เป็นคำที่สื่อสารไปถึงลักษณะของการแสดงออกทางท่าทางของซิโก้ ที่มีเอกลักษณ์ในการดีลังกาหลังจากสามารถทำประตูได้สำเร็จ ดังนั้น วิธีการนำเสนอโดยการใช้ถ้อยคำที่เป็นสมญานามหรือฉายานี้ จะเป็นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับนักฟุตบอลและยังจะเป็นการสื่อสารที่บอกถึงความโดดเด่นของนักฟุตบอลคนนั้นที่มากกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ รวมถึงการทำให้ นักฟุตบอลเป็นอะไรที่มากกว่านักฟุตบอล คือ การเป็นในสิ่งอื่น ๆ ที่สามารถทำให้ผู้อื่นจดจำได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ในเรื่องของการให้สมญานามหรือฉายาของเกียรติศักดิ์นั้น จะมีลักษณะของการผสมผสานทั้งความสามารถด้านกีฬาและฟุตบอลกับเรื่องราวในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวเข้าไปด้วย ดังเช่นตัวอย่างในข้างต้นที่ว่า “เพชฌฆาตจอมดีลังกา” ซึ่งจะมีทั้งความสามารถที่เป็นเพชฌฆาตในการทำประตู และลักษณะของการดีลังกาที่เป็นเอกลักษณ์ส่วนตัวที่โดดเด่น อย่างไรก็ตามในการให้สมญานามหรือฉายานั้นก็จะมีลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือจะมีลักษณะของพลวัตร (Dynamic) คือ การให้สมญานามหรือฉายาของเกียรติศักดิ์นี้จะถูกเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ เช่น ในช่วงเริ่มต้นของการมีชื่อเสียงที่ยังเป็นดาวรุ่งอยู่นั้นก็จะมีฉายาที่ว่า “เจ้าหนูแข้งทอง” และจากนั้นพออายุมากขึ้นจะไม่สามารถเรียกเจ้าหนูได้แล้วนั้น ประกอบกับการเป็นที่รู้จักและประสบความสำเร็จมากขึ้นก็ได้รับฉายาที่ว่า “เพชฌฆาตจอมดีลังกา” หรือ “ดาวยิงจอมดีลังกา” โดยทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงพลวัตรในการให้สมญานามหรือฉายาของสื่อที่มีต่อ นักฟุตบอลอย่างซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

1.2 การใช้คำคุณลักษณะ วิธีการใช้คำในลักษณะนี้ในการนำเสนอเนื้อหา ภาพลักษณ์ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง จะเป็นในลักษณะของการขยายความเพื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยเป็นการขยายความในเรื่องของการแสดงความสามารถที่เหนือกว่าการเป็นแค่ นักฟุตบอลธรรมดาทั่ว ๆ ไป ดังตัวอย่างต่อไปนี้ “ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

เป็นฮีโร่และความหวังของคนไทยที่จะนำทีมชาติไทยไปสู่ความสำเร็จ” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2543)

จากตัวอย่างในข้างต้นนี้เป็นลักษณะของวิธีการนำเสนอโดยการใช้คำคุณลักษณะของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โดยการใช้คำคุณลักษณะนี้จะเป็นการใช้เพื่อที่จะขยายความภาพลักษณ์ในด้านความสามารถในการเล่นฟุตบอล ซึ่งจากข้อความตัวอย่างข้างต้นที่ว่า “เป็นฮีโร่และความหวังของคนไทยที่จะนำทีมชาติไทยไปสู่ความสำเร็จ” โดยจากข้อความดังกล่าวนี้เป็นการสื่อสารเพื่อให้เห็นถึงการเป็นนักฟุตบอลที่ไม่ใช่นักฟุตบอลทั่ว ๆ ไป แต่เป็นนักฟุตบอลที่เป็นฮีโร่และยังคือ ความหวังของคนไทยที่จะสามารถนำทีมชาติไทยไปสู่ความก้าวหน้าและความสำเร็จในเรื่องฟุตบอลได้ ซึ่งก็เป็นการสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่การเป็นนักฟุตบอลที่มีความสามารถเป็นอย่างสูงของซิโก้ ดังนั้น การใช้คำคุณลักษณะในวิธีการนำเสนอของสื่อนี้จะเป็นการบ่งบอกถึงการเป็นนักฟุตบอลที่โดดเด่นและมีความสามารถสูง หรือสื่อสารให้เห็นถึงการเป็นดารา นักฟุตบอลของนักฟุตบอลคนนั้น โดยจะเป็นการใช้คำที่จะขยายความเพื่อให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้นในภาพลักษณ์เรื่องความสามารถทางด้านฟุตบอล

1.3 การใช้ถ้อยคำที่อ้างอิงกับความเป็นชาติ วิธีการนำเสนอโดยการใช้คำที่อ้างอิงความเป็นชาติ จะเป็นลักษณะของการนำเรื่องของชาติเข้ามาเกี่ยวข้องกับการเล่นภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถในด้านกีฬาฟุตบอล ดังตัวอย่างดังนี้ “ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นักฟุตบอลทีมชาติไทย” (“งานและกำลังใจในชีวิตรอง ร.ต.ท.เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง (ทูตกีฬา) และ อัศวราภา วุฒิเวทย์,” 2545, น. 1)

“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ศูนย์หน้าทีมชาติไทย” (“ไ้เจ็บอาจชวดลงชด ลอดช่อง,” 2544, น. 31)

จากตัวอย่างการใช้คำที่อ้างอิงความเป็นชาติทั้ง 2 ข้างต้นนี้ จะเห็นได้ว่าเป็นการใช้คำที่บ่งบอกและอ้างอิงไปกับความเป็นชาติไทยในการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถในการเล่นฟุตบอล โดยจะสังเกตได้จากคำในตัวอย่างที่ว่า “นักฟุตบอลทีมชาติไทย” และ “ศูนย์หน้าทีมชาติไทย” ซึ่งคำจากตัวอย่างทั้งสองนี้ เป็นการใช้ถ้อยคำที่อ้างอิงความเป็นชาติที่จะสื่อสารเพื่อให้เห็นถึงการเป็นนักฟุตบอลระดับชาติหรือการเป็นนักฟุตบอลตัวแทนของชาติ โดยการอ้างอิงอะไรก็ตามที่เกี่ยวกับความเป็นชาตินี้จะให้ภาพลักษณ์ของความยิ่งใหญ่และเป็นที่สุด และที่สำคัญการอ้างอิงความเป็นชาติ (nationalism) นั้นจะเป็นการนำเอาความเป็นนักฟุตบอลที่มีลักษณะของความเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความสามารถมารื้อสร้างความหมายใหม่ใส่ความหมายในระดับสังคมที่ใหญ่กว่า หรือก็คือ การเปลี่ยนสภาพจาก individual subject ให้กลายเป็น social subject ซึ่งก็ถือได้ว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ดังนั้น

วิธีการนำเสนอภาพลักษณ์โดยใช้ถ้อยคำที่อ้างอิงกับความเป็นชาตินี้ จะเป็นการสื่อสารที่สร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลคนนั้นให้โดดเด่นและเป็นที่สนใจของผู้คนทั่วไปยิ่งขึ้น จนนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลได้ในที่สุด

1.4 การใช้ถ้อยคำที่บ่งบอกอัตลักษณ์ความสามารถทางด้านกีฬา (Sport Self) การนำเสนอภาพลักษณ์ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โดยการใช้คำในลักษณะของคำที่บ่งบอกอัตลักษณ์ความสามารถทางด้านกีฬานี้ จะเป็นการใช้คำที่จะมีลักษณะบ่งบอกถึงความสามารถในด้านกีฬาฟุตบอล ดังตัวอย่างต่อไปนี้ “ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง หัวหอกซูเปอร์สตาร์” (“ไทยอัดสิงคโปร์ 2-0 เข้าชิงคิงส์คัพ 37 ซิโก้ฟอร์มแจ่มซัลโวคนเดียว 2 ประตู,” 2549)

“เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ยอดดาวยิง” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง สุดยอดเยี่ยม หมายเลข 13 ของเมืองไทย,” 2546)

“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง กองหน้าดาราเอเชีย” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2544)

“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ศูนย์หน้าหมายเลข 1” (“โก้แอตทริกไทยถล่มลาว 5-1,” 2544, น. 31)

จากตัวอย่างทั้งหมดในข้างต้นนี้เป็นลักษณะของวิธีการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์โดยใช้ถ้อยคำที่บ่งบอกอัตลักษณ์ความสามารถทางด้านกีฬา (Sport Self) ของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่บ่งบอกว่าเขาผู้นี้เป็นนักฟุตบอลที่มีความสามารถเป็นอย่างมาก โดยจะสามารถสังเกตได้จากคำในตัวอย่างข้างต้นที่ว่า “หัวหอกซูเปอร์สตาร์” “ยอดดาวยิง” และ “ศูนย์หน้าหมายเลข 1” ซึ่งเป็นการใช้คำที่จะสื่อสารให้เห็นถึงการเป็นนักฟุตบอลที่มีความสามารถเป็นอย่างสูงและโดดเด่น โดยจะสังเกตได้จากคำว่า ซูเปอร์สตาร์ ยอด และหมายเลขหนึ่ง นั้นเป็นคำที่แสดงความเป็นที่สุดของภาพลักษณ์ในเรื่องความสามารถอย่างแท้จริง รวมทั้งคำว่า “กองหน้าดาราเอเชีย” ก็เป็นการใช้คำที่เป็นการสื่อสารเพื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในด้านความสามารถที่สูงขึ้นไปอีกขั้นจากระดับประเทศเป็นในระดับทวีปที่มีนักฟุตบอลมากขึ้นไปอีก ดังนั้น การใช้ถ้อยคำที่บ่งบอกอัตลักษณ์ความสามารถทางด้านกีฬา (Sport Self) จะเป็นวิธีการนำเสนอเพื่อเป็นการสื่อสารถึงภาพลักษณ์ด้านความสามารถที่ยิ่งใหญ่ของนักฟุตบอลคนนั้น จนนำไปสู่การเป็นดารา นักฟุตบอลในที่สุด

1.5 การใช้ถ้อยคำอื่น ๆ ได้แก่ การใช้ถ้อยคำหรือคำพูดที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องราวในด้านอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับเรื่องของความสามารถและฟุตบอล เหมือนดังการใช้ถ้อยคำทั้ง 4 ประเภทในข้างต้น ซึ่งมีความแตกต่างออกไป ดังตัวอย่างเช่น “ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นักฟุตบอลใจบุญ” (“ซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง,” 2552)

จากตัวอย่างของการใช้คำอื่น ๆ ที่เป็นตัวอย่างในข้างต้นนี้ จะสังเกตได้ว่าเป็นการใช้ถ้อยคำที่จะสื่อสารไปถึงเรื่องราวและเนื้อหาอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับเรื่องความสามารถในด้านฟุตบอล แต่ก็ยังคงมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงอยู่กับเรื่องของฟุตบอลอยู่เช่น ซึ่งจากถ้อยคำในตัวอย่างข้างต้นที่ว่า “นักฟุตบอลใจบุญ” ได้แสดงให้เห็นถึงการเป็นนักฟุตบอลที่ให้ความช่วยเหลือสังคมโดยเฉพาะเยาวชน โดยก็ยังมีการบ่งบอกว่าเป็นนักฟุตบอลและเป็นนักฟุตบอลที่ใจบุญชอบช่วยเหลือผู้อื่นและสังคม ดังนั้น การใช้คำในลักษณะนี้ก็จะเป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลได้เช่นกัน เพราะจะเป็นการใช้ถ้อยคำที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ติดอกเหนียวไปจากภาพลักษณ์เรื่องความสามารถในการเล่นฟุตบอล

ดังนั้น วิธีการนำเสนอโดยวิธีการใช้ถ้อยคำ ที่ไม่ว่าจะเป็นการให้สมญานามหรือฉายา การใช้ถ้อยคำคุณลักษณะ การใช้ถ้อยคำที่อ้างอิงกับความเป็นชาติ การใช้ถ้อยคำที่บ่งบอกอัตลักษณ์ความสามารถทางด้านกีฬา (Sport Self) และการใช้ถ้อยคำอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับเรื่องความสามารถด้านฟุตบอลนั้น เป็นวิธีการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่จะสื่อสารเพื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของการเป็นนักฟุตบอลที่มีความสามารถ รวมทั้งอาจจะมียภาพลักษณ์ในเรื่องอื่น ๆ ที่ต้องการนำเสนอ โดยการใช้ถ้อยคำทั้งหมดนี้จะเป็นการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้รับและสามารถเข้าใจได้ค่อนข้างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการให้สมญานามที่จะสามารถทำให้ผู้อื่นจดจำไปตลอดและทำให้นักฟุตบอลเป็นอะไรที่มากกว่านักฟุตบอล การใช้คำคุณลักษณะที่เป็นการขยายความในเรื่องความสามารถให้ชัดเจนยิ่งขึ้น หรือการใช้คำที่อ้างอิงความเป็นชาติเพื่อสื่อสารให้เห็นถึงการเป็นบุคคลหรือนักฟุตบอลที่มีความสำคัญและเป็นตัวแทนของประเทศชาติ การใช้ถ้อยคำที่บ่งบอกอัตลักษณ์ความสามารถทางด้านกีฬา (Sport Self) นั้นก็จะเป็นลักษณะของการสื่อสารที่สื่อให้เห็นถึงความสามารถที่มาจากนักฟุตบอลผู้นั้นว่าเป็นนักฟุตบอลที่มีความสามารถที่ยอดเยี่ยมและเก่งกาจ รวมทั้งการใช้คำอื่น ๆ ที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนภาพลักษณ์โดยเฉพาะความสามารถและเรื่องอื่น ๆ ให้เด่นชัดและดูโดดเด่นมากยิ่งขึ้น ดังนั้น วิธีการนำเสนอโดยการใช้ถ้อยคำต่าง ๆ ในข้างต้นนี้เป็นวิธีการในการสร้างนักฟุตบอลให้ไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลได้เพราะการใช้ถ้อยคำถือว่าการสื่อสารทางตรงที่จะสามารถสร้างความเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน จนสามารถทำให้นักฟุตบอลกลายเป็นดาราฟุตบอลไปได้ในที่สุด โดยเอกพงศ์ โพธิ์อ่อง ได้กล่าวสรุปกับผู้วิจัยว่า “ถ้าเรียกซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง เฉย ๆ คงไม่น่าสนใจและตื่นเต้นเท่าไรนะ แต่ถ้าเราเพิ่มอะไรเข้าไปสักนิดเวลาเรียกเนี่ยมันจะทำให้เร้าใจขึ้น คนก็ชอบ” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553) รวมทั้งการใช้คำที่มีความแตกต่างจากนักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกันของ

ซีโก้ก็เป็นเพราะว่า ซีโก้มีความโดดเด่นและเป็นที่รู้จักมากกว่า ชื่อเสียงดีกว่า สื่อจึงให้ความสำคัญที่จะใช้ถ้อยคำที่หลากหลายมากกว่าในการนำเสนอ ดังคำสัมภาษณ์ที่เทพไชย วิโนทัย ได้กล่าวไว้ว่า “นักบอลที่เด่น ๆ อย่าง ซีโก้ก็ต้องมีอะไรที่หลากหลายน่าสนใจกว่าคนอื่น ๆ หน่อย สื่อต้องให้ความสำคัญเพราะคนเขาชอบ นักบอลทั่วไปกับนักบอลอย่างซีโก้ถ้าใช้คำเหมือนกันมันก็แปลกแล้ว ในเมื่อซีโก้มีคนสนใจมากกว่า ชื่อเสียงดีกว่า” (เทพไชย วิโนทัย, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2553)

2. วิธีการใช้ภาพ ในส่วนของวิธีการนำเสนอภาพลักษณ์ของ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง โดยวิธีการใช้ภาพนี้ จะเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ในด้านความสามารถในการเล่นฟุตบอลเป็นหลักหรือก็คือ ภาพที่เกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลที่จะนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอล ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ชนิด คือ การใช้ภาพแบบ maximum action การใช้ภาพความสำเร็จ การใช้ภาพความสามารถเหนือชั้น และการใช้ภาพอื่น ๆ โดยมีรายละเอียดของการใช้ภาพชนิดต่าง ๆ ในการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

2.1 การใช้ภาพแบบ maximum action ได้แก่ วิธีการใช้ภาพในลักษณะนี้จะเป็นการนำเสนอภาพที่เกี่ยวกับลักษณะของการแสดงออกซึ่งท่าทางที่สื่อสารให้เห็นถึงการเป็นที่สุดของท่าทางและอารมณ์ในการเล่นฟุตบอล หรือในระหว่างเกมการแข่งขันของนักฟุตบอล เช่น ท่าทางการแสดงอารมณ์การดีใจหลังการทำประตู เป็นต้น ซึ่งในกรณีของซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ก็ปรากฏภาพในประเภทดังกล่าว ดังตัวอย่างภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 5.28

แสดงวิธีการนำเสนอของเกียรติศักดิ์โดยการใช้ภาพแบบ maximum action



ที่มา: www.jabchai.com, 2544; www.coreballthai.com, 2550; www.teenee.com, 2546.

จากตัวอย่างภาพข้างต้นนี้เป็นภาพขีดสุดของการแสดงท่าทาง หรือ maximum action ซึ่งภาพการแสดงออกทางท่าทางในลักษณะขีดสุดหรือสูงสุดนี้ จะเป็นลักษณะของภาพในเรื่องอารมณ์ความดีใจ และความสะใจอย่างที่สุดในเกมการแข่งขัน ซึ่งการแสดงท่าทางในลักษณะนี้เป็นการสื่อสารความหมายว่าจะต้องสามารถทำประตูต่อผู้ได้สำเร็จ โดยการแสดงท่าทางในลักษณะดังกล่าวนี้จะกลายเป็นจุดสนใจและเป้าหมายของผู้อื่น ซึ่งซิโก้ก็มีท่าทางการดีใจที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวอีกด้วยคือ การดีลังกาเมื่อสามารถทำประตูได้สำเร็จ ดังนั้น การใช้ภาพแบบ maximum action หรือภาพการแสดงออกซึ่งท่าทางการดีใจอย่างสุดขีดนี้ จะเป็นการสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถที่ได้แสดงออกมาอย่างชัดเจน และทำให้รู้ว่าคุณฟุตบอลคนนั้นจะกลายเป็นคนสำคัญของการแข่งขันในครั้งนั้น ซึ่งภาพในลักษณะนี้จะเกิดการเร้าอารมณ์ที่สูงประกอบกับทำให้นักฟุตบอลคนนี้กลายเป็นนักฟุตบอลที่โดดเด่นมากไปกว่านักฟุตบอลธรรมดาทั่ว ๆ ไป และจะกลายเป็นดาราฟุตบอลไปในที่สุดถ้ามีการนำเสนอภาพเช่นนี้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในกรณีของซิโก้เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นี้ก็พบการนำเสนอภาพในลักษณะดังกล่าวนี้อย่างต่อเนื่องเช่นกัน

2.2 การใช้ภาพความสำเร็จ วิธีการนำเสนอโดยวิธีการใช้ภาพความสำเร็จ จะเป็นการนำเสนอที่สื่อสารให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถที่เป็นที่สูงสุด หรือก็คือ ภาพของการประกาศชัยชนะ เช่น การได้รับรางวัลชนะเลิศการแข่งขันฟุตบอลในรายการต่าง ๆ ทั้งในประเทศที่เป็นระดับสโมสรและต่างประเทศที่เป็นในระดับชาติ รวมทั้งภาพการคว้าตำแหน่งต่าง ๆ ในการแข่งขันฟุตบอลไม่ว่า จะเป็น รางวัลดาวซัลโวผู้ทำประตูสูงสุด หรือการเป็นนักฟุตบอลทรงคุณค่าที่สุด เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพที่ 5.29

แสดงวิธีการนำเสนอของเกียรตินักกีฬาโดยใช้ภาพความสำเร็จ



ที่มา: www.thailandsusu.com, 2546; www.sporthero.net, 2550.

จากตัวอย่างของวิธีการนำเสนอโดยใช้ภาพความสำเร็จ ซึ่งการนำเสนอภาพในลักษณะนี้ คือ การบ่งบอกถึงความเป็นที่สุดของการแสดงความสามารถ หรือการประกาศซึ่งชัยชนะและความสำเร็จอันเกิดมาจากความสามารถที่ซีโก้ เกียรตินักกีฬา เสนาเมือง นั้นได้แสดงออกมา โดยวิธีการนำเสนอโดยใช้ภาพของความสำเร็จนี้จะเป็นการสื่อสารที่บ่งบอกว่านักฟุตบอลคนนั้นมีความสามารถที่โดดเด่นและเป็นที่สุดเหนือกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในการแข่งขัน และโดยเฉพาะถ้าเป็นความสำเร็จส่วนตัว เช่น การเป็นดาวซัลโว หรือนักฟุตบอลทรงคุณค่าของการแข่งขันด้วยแล้ว จะยิ่งเพิ่มความโดดเด่นขึ้นอีก ดังนั้น การใช้ภาพความสำเร็จในการนำเสนอ นั้นจะเป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลในที่สุด ซึ่งซีโก้ เกียรตินักกีฬา เสนาเมือง ก็พบการนำเสนอโดยใช้ภาพความสำเร็จอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

2.3 การใช้ภาพความสามารถเหนือชั้น (Superheroism) วิธีการนำเสนอโดยใช้ภาพความสามารถที่เหนือของซีโก้ เกียรตินักกีฬา เสนาเมือง จะเป็นลักษณะของการนำเสนอภาพที่เกี่ยวกับการแสดงความสามารถโดยตรงในเกมการแข่งขันฟุตบอล เช่น ภาพจังหวะการยิงประตู และภาพจังหวะในการเลี้ยงลูกบอลหลอกคู่ต่อสู้ในการแข่งขันต่าง ๆ เป็นต้น ดังตัวอย่างดังนี้

ภาพที่ 5.30

แสดงวิธีการนำเสนอของเกียรติศักดิ์โดยการใช้ภาพความสามารถเหนือชั้น



ปี 2545

ปี 2544

ปี 2542

ที่มา: www.thaifootball.com

จากตัวอย่างเป็นภาพของการแสดงความสามารถที่เหนือชั้นหรือความสามารถที่เหนือมนุษย์ในการนำเสนอภาพลักษณ์ด้านความสามารถในการเล่นฟุตบอล ซึ่งก็คือ การนำเสนอภาพการเล่นฟุตบอลในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นการเลี้ยงหลอกคู่ต่อสู้ หรือการทำประตู เป็นต้น โดยการนำเสนอภาพดังกล่าวนี้ จะเป็นการสื่อสารความหมายในเรื่องของภาพลักษณ์ในด้านความสามารถ ที่จะตอบคำถามว่านักฟุตบอลผู้นี้มีความสามารถเป็นเช่นไร เก่งกาจขนาดไหน ซึ่งภาพในลักษณะนี้จะตอบคำถามดังกล่าวนี้ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น วิธีการนำเสนอโดยการใช้ภาพความสามารถที่เหนือชั้นนั้น จะเป็นการสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในด้านความสามารถที่จะเป็นจุดสนใจและเป็นจุดเด่นของนักฟุตบอลที่ได้แสดงออกซึ่งความสามารถในการแข่งขัน และก็สามารถทำให้เกิดการรับรู้จากผู้คนและกลายเป็นดาราฟุตบอลได้ในที่สุด

2.4 การใช้ภาพอื่น ๆ ได้แก่ การนำเสนอภาพที่เกี่ยวกับซีโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่นอกเหนือไปจากการใช้ภาพทั้งสามประเภทในข้างต้น โดยการใช้ภาพอื่น ๆ ในการนำเสนอจะเป็นภาพที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องส่วนตัวของซีโก้เป็นหลัก เช่น ภาพการดำเนินชีวิต ภาพกิจกรรม หรือภาพที่เกี่ยวกับการทำงาน เป็นต้น ดังตัวอย่างของการใช้ภาพอื่น ๆ ดังนี้

ภาพที่ 5.31

แสดงวิธีการนำเสนอของเกียรติศักดิ์โดยใช้ภาพอื่น ๆ



ที่มา: www.thaifootball.com, 2543

จากตัวอย่างข้างต้นนี้เป็นวิธีการนำเสนอภาพของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่เป็นภาพอื่น ๆ โดยภาพดังกล่าวนี้เป็นภาพของการทำกิจกรรม การดำเนินชีวิต หรือการทำงานต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งตัวอย่างในข้างต้นนั้นเป็นภาพที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตกับภรรยาในเรื่องปกติประจำวัน และภาพการให้สัมภาษณ์ที่บ่งบอกถึงความสนใจของสื่อในเรื่องราวของซิโก้และการแสดงถึงความมีชื่อเสียง รวมทั้งภาพการเป็นพิธีเซ็นเตอร์โฆษณา พุตกีฬ หรือแม้กระทั่งภาพการออกรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ก็เป็นการใช้ภาพที่จะสามารถนำไปสู่การเป็นนักฟุตบอลที่มีความโดดเด่นซึ่งภาพเหล่านี้มีความสำคัญในแง่ของการแสดงให้เห็นถึงความสนใจของสื่อที่นอกเหนือไปจากเรื่องของฟุตบอลและเกมการแข่งขันเท่านั้น และภาพที่สื่อออกมาจะยังคงมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับฟุตบอลอยู่ด้วย ดังนั้น การใช้ภาพอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวต่าง ๆ ในตัวอย่างนี้ก็จะสามารถสื่อสารให้เห็นถึงการเป็นนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงหรือการนำไปสู่การเป็นดารานักฟุตบอลได้เช่นกัน

ดังนั้น ในส่วนของวิธีการนำเสนอภาพลักษณะของสื่อโดยวิธีการใช้ภาพในการนำเสนอ นั้น จะเป็นการนำเสนอภาพลักษณะและเรื่องราวของซิโก้ เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง ที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถด้านฟุตบอลและเรื่องราวอื่น ๆ ในองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง โดยการใช้ภาพในแต่ละประเภทจากข้างต้นนี้ จะเป็นวิธีการนำเสนอที่จะสามารถนำไปสู่การเป็นนักฟุตบอลที่โดดเด่นหรือก็คือ ดารานักฟุตบอลได้ เพราะภาพที่ได้นำเสนอทั้งหมดในข้างต้นนั้น จะสะท้อนและสื่อสารให้เห็นถึงความสามารถด้านฟุตบอล และความโดดเด่นของนักฟุตบอลที่มีเหนือกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน โดยจะเป็นการตอกย้ำและส่งเสริมความมีชื่อเสียงของนักฟุตบอล

ที่จะทำให้ผู้คนทั่วไปที่พบเกิดความสนใจ และยอมรับ พร้อมทั้งอยากติดตามเรื่องราวอยู่อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การใช้ภาพทั้งหมดนี้จะเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนนักฟุตบอลให้ไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลได้ในที่สุด ทั้งนี้การนำเสนอโดยวิธีการใช้ภาพดังกล่าวในช่วงต้นที่เกี่ยวกับความสามารถนั้นเป็นเพราะว่า สื่อนั้นจะมีการนำเสนอในลักษณะที่น่าช่วงที่มีความสำคัญและเป็นที่สุดของการแข่งขันเพื่อสื่อสารให้เห็นถึงการดำเนินไปและอารมณ์ในการแข่งขันของนักฟุตบอลเหล่านั้น รวมทั้งภาพเหล่านี้จะกลายเป็นที่จดจำได้ว่าเขาเป็นใคร และมีความสามารถเก่งกาจแค่ไหนอย่างไร หรือก็คือการสื่อสารถึงอารมณ์ที่ดึงดูดใจในการนำเสนอ ประกอบกับการนำเสนอภาพเกี่ยวกับความสามารถเหล่านี้ส่วนหนึ่งก็เป็นในเรื่องของกติกาของสื่อข้อหนึ่งด้วยเช่นกัน โดยถ้าสื่อไม่ได้ภาพเหตุการณ์เหล่านี้ในการแข่งขันก็จะถือว่าสื่อดังกล่าวนั้นทำงานล้มเหลว ดังเช่นที่ เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง ที่ได้กล่าวสรุปกับผู้วิจัยว่า “มีอารมณ์ร่วม ทำให้มีความน่าสนใจ ได้อารมณ์ดี” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553) รวมทั้งเทพไชย วิโนทัย ก็ได้กล่าวสรุปว่า “ก็มันเป็นภาพที่ชัดเจน อย่างถ้าเล่นท่ายาก ๆ หรือภาพประสบความสำเร็จ คนจะจำได้ ว่าเป็นใคร และเก่งกาจแค่ไหนอย่างไร และมันยังเป็นกติกาของอีกสื่อด้วยที่จะต้องมีการมีภาพเหล่านี้” (เทพไชย วิโนทัย, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2553) อีกทั้งในการนำเสนอภาพอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากภาพที่เกี่ยวกับความสามารถนั้นก็เนื่องมาจากว่า ในกรณีที่ ซีโก้เป็นที่รู้จักและสนใจและเริ่มมีชื่อเสียงกับผู้คนทั่วไปแล้ว ซีโก้ก็จะเป็นที่เฝ้าติดตาม และอยากรู้ ดังนั้น สื่อก็จะต้องมีการนำเสนอเพื่อให้ผู้รับสารหรือแฟนบอลและคนทั่วไปได้เสพสิ่งเหล่านี้อย่างต่อเนื่องและหลากหลาย เพราะซีโก้ชื่อเสียงดี ประกอบกับการนำเสนอภาพนั้นจะมีลักษณะของการนำมาประกอบข่าวที่สื่อจะนำเสนอเพื่อให้เห็นว่ามิอะไรเกิดขึ้นกับซีโก้บ้าง ซึ่งเทพไชย วิโนทัย ได้กล่าวเพิ่มเติมกับผู้วิจัยว่า “ภาพพวกนี้เป็นภาพประกอบข่าวด้วย ก็คนมีชื่อเสียงดี คนต้องก็สนใจ สื่อก็ต้องนำเสนอ คนชอบก็ดูก็อ่านติดตามกันดี” (เทพไชย วิโนทัย, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2553)

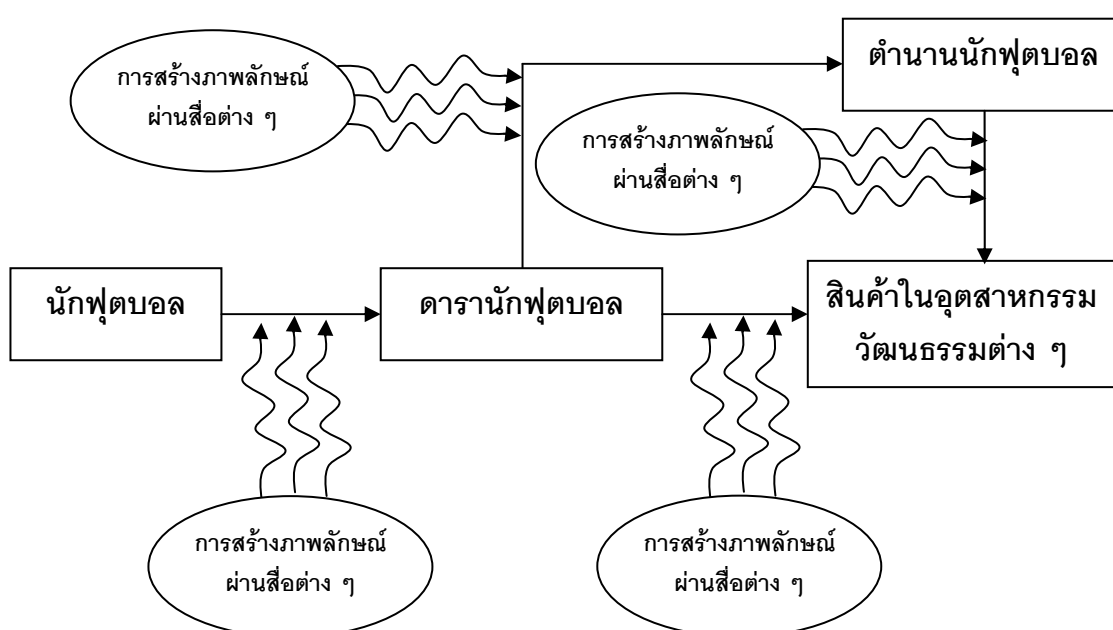
ในเรื่องการสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์การเป็นดาราฟุตบอลไทยนี้ ภาพลักษณ์ต่าง ๆ ที่สำคัญ ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้นำเสนอออกมานั้น จะมีภาพลักษณ์ที่มากกว่าแค่ภาพลักษณ์ในเรื่องของฟุตบอลและความสามารถเท่านั้น ซึ่งจะต้องมีภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ อีกที่เกี่ยวกับตัวนักฟุตบอล เช่น ภาพลักษณ์ในเรื่องส่วนตัว เป็นต้น ทั้งนี้ประเภทสื่อจะเป็นตัวที่จะกำหนดเนื้อหาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลในการนำเสนอออกมา แต่อย่างไรก็ตามข้อค้นพบที่สำคัญก็คือ ถึงแม้จะมีการนำเสนอเรื่องราว และเนื้อหาภาพลักษณ์ในเรื่องอื่น ๆ แต่ในการนำเสนอเหล่านั้นจะต้องมีมิติทางด้านฟุตบอลเข้าไปเชื่อมโยงด้วยเสมอไม่ว่าจะเป็นเรื่องอะไรก็ตาม รวมทั้งนักฟุตบอลจะต้องถูกนำเสนอให้ปรากฏตัวอยู่ในสื่อที่มากกว่าแค่สื่อกีฬา (Sport Media) เท่านั้น นอกจากนี้การสร้างภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สื่อต้องการนำเสนอ แต่ที่ว่า

ก็ไม่ใช่กับนักฟุตบอลทุก ๆ คน โดยที่ผู้วิจัยได้สร้างภาพเพื่อสรุปให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ที่เกิดจากสื่อและการกลายเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ ดังภาพที่ 5.32 ดังนี้

ภาพที่ 5.32

แสดงกระบวนการเปลี่ยนนักฟุตบอลไปสู่การเป็นสินค้า

ในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของซีโก้



จากภาพที่ 5.32 ข้างต้นนี้จะเป็นการแสดงให้เห็นถึงรูปแบบและกระบวนการเปลี่ยนนักฟุตบอลไปสู่การเป็นดารานักฟุตบอลและสิ่งอื่น ๆ หลังจากนั้น ว่าการเป็นนักฟุตบอลธรรมดาทั่ว ๆ ไปที่มีอยู่มากมายในวงการฟุตบอลนั้นจะมีภาพลักษณ์และความสามารถที่เกี่ยวกับเรื่องของฟุตบอลเพียงอย่างเดียว และความสามารถในตรงนี้จะสามารถขายได้เฉพาะในสนามแข่งฟุตบอลเท่านั้น หรือก็คือ คนจะสนใจแต่การเล่นฟุตบอลในสนาม แต่ทว่าการเป็นดารานักฟุตบอลอย่างซีโก้นั้นจะมีภาพลักษณ์ที่มากกว่าแค่เรื่องของความสามารถและฟุตบอล แต่ยังมีภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องอื่น ๆ เช่น ภาพลักษณ์เรื่องครอบครัว เป็นต้น ซึ่งในการเป็นดารานักฟุตบอลของซีโก้นี้จะสามารถเป็นที่สนใจและขายหรือขยายได้ในหลาย ๆ แวดวง โดยเฉพาะแวดวงบันเทิงและแวดวงธุรกิจ เป็นต้น ทั้งนี้การเป็นดารานักฟุตบอลก็จะมีลักษณะของการเป็นสินค้าประเภทหนึ่งในระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ ในสังคมที่สื่อต้องการ รวมทั้งกรณีของการเปลี่ยนผ่านจากนักฟุตบอลทั่วไปกลายเป็นดารานักฟุตบอลนั้น สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่เป็นตัวแปรและมีบทบาทเป็นอย่าง

มากนั่นก็คือ “สื่อ” หรือการสร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งสื่อเหล่านั้นจะเป็นผู้ทำการค้นหานักฟุตบอลที่มี “แวว” ทั้งในเรื่องความสามารถในการเล่นฟุตบอล และองค์ประกอบเรื่องอื่น ๆ ที่มีความโดดเด่นกว่านักฟุตบอลทั่วไป และพอที่จะสามารถเป็นดาราฟุตบอลได้ สื่อก็จะทำการนำเสนอเรื่องราวและภาพลักษณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของนักฟุตบอลผู้นั้นโดยให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก หรือก็คือ เป็นบทบาทในการให้สถานภาพ (Status Conferral) ของสื่อที่มีต่อนักฟุตบอลคนหนึ่ง ซึ่งการที่สื่อได้รายงานข่าวและเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลนั้น ก็จะเป็นการเพิ่มศักดิ์ศรีแก่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเป็นที่รู้จัก มีสถานภาพ มีชื่อเสียง และเป็นคนเด่นคนดัง ในสังคมได้ อีกทั้งเช่นเดียวกันกับในกรณีของการเปลี่ยนผ่านจากดาราฟุตบอลที่กลายเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ หรือตำนานนักฟุตบอล (Legend) ก็จะมีลักษณะที่คล้าย ๆ กัน คือ จะมีสื่อและการสร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เข้ามาเป็นตัวแปรในการทำหน้าที่นำเสนอและให้สถานภาพแก่นักฟุตบอลในการเป็นตำนานและสินค้าของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ ในสังคมที่เป็นอยู่ ดังเช่นที่เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง กล่าวกับผู้วิจัยว่า “อะไร ๆ ก็ซิกโก้ในช่วงนั้น ไม่ว่าจะทำอะไรสื่อก็จะตามเกาะติดตลอด ก็สื่อต้องการนำเสนอ แฟนบอลก็อยากรู้ นักบอลชื่อดังยังงี้ สื่อก็ต้องให้ความสำคัญกว่าคนอื่น ๆ อยู่แล้ว” (เอกพงศ์ โพธิ์อ่อง, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553) นอกจากนี้ในส่วนของรูปแบบการเป็นดาราฟุตบอลของซิกโก้ ก็ยืมติดัดนั้นจะมีลักษณะของการเป็น “ตำนานฟุตบอล” (Legend) ที่เกิดจากตัวแปรเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นเดียวกัน ซึ่งการเป็นตำนานฟุตบอลก็สามารถกลายเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ ได้เหมือนกับการเป็นดาราฟุตบอลอีกด้วย โดยลักษณะของการเป็นตำนานนั้นจะเกิดขึ้นได้ถ้าดาราฟุตบอลได้อยู่ในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry) เป็นเวลานานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น รูปแบบของการเป็นดาราฟุตบอลของซิกโก้จะเริ่มต้นจากการเป็นนักฟุตบอลที่มีความสามารถที่ดีทั่วไป (Footballer) ซึ่งจะเปลี่ยนไปเป็นดาราฟุตบอล (Football Star) และตำนานฟุตบอล (Football Legend) ตามลำดับ โดยในแต่ละขั้นตอนที่เปลี่ยนภาพนั้นจะมีตัวแปรที่สำคัญ นั่นก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และในท้ายที่สุดก็จะนำไปสู่การเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมชนิดหนึ่งที่สื่อจะใช้ในการนำเสนอไปยังผู้รับสารต่อไป

ดังนั้น ในส่วนของการเป็นดาราฟุตบอลนั้น จะต้องเกิดจากการที่นักฟุตบอลได้แสดงความสามารถที่โดดเด่นออกมาในระดับหนึ่งแล้ว และจะต้องดูเหนือไปกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน ในขณะนั้น ให้สื่อได้เห็นแววดังกล่าวนี้น และสื่อก็จะเป็นผู้สร้างความเป็นดาราให้นักฟุตบอล โดยจะทำการนำเสนอเรื่องราวและภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ที่มากกว่าแค่เรื่องของความสามารถกับกีฬาฟุตบอลเท่านั้น อีกทั้งสื่อยังจะให้ความสำคัญที่มากกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในการนำเสนออีกเช่นกัน และเมื่อนักฟุตบอลกลายเป็นดาราฟุตบอลแล้วก็จะกลายเป็นสินค้าประเภทหนึ่งในระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไปในทันที ซึ่งสื่อก็จะได้ใช้ประโยชน์และนำเสนออย่างต่อเนื่องในที่สุด