

บทที่ 7

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “จากวีรบุรุษสู่ผู้มีชื่อเสียง : การสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์ดาราฟุตบอลไทย” เป็นการศึกษากระบวนการสร้าง และการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ที่ปรากฏจากสื่อมวลชนอันประกอบไปด้วย โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ดาราฟุตบอลไทยผ่านสื่อมวลชน และสื่อใหม่ และเพื่อวิเคราะห์ถึงเนื้อหาของภาพลักษณ์ดาราฟุตบอลไทยที่สร้างผ่านสื่อมวลชน และสื่อใหม่ โดยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในสามประเด็นหลัก ได้แก่ 1. เนื้อหาภาพลักษณ์โดยรวมที่สรุปให้เห็นถึงภาพลักษณ์โดยรวมทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลว่ามีภาพลักษณ์ในเรื่องใดบ้าง รวมทั้งภาพลักษณ์ในแต่ละเรื่องที่พบมีลักษณะเช่นไรและทำไมจึงถูกสื่อนำเสนอเช่นนั้น 2. กลยุทธ์ของสื่อ (Media Strategy) และ 3. กลยุทธ์ของสาร (Message Strategy) ที่จะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ และการสื่อสารอย่างมีกลยุทธ์ของการสื่อสารกับการสร้างความเป็นดาราฟุตบอลและผู้มีชื่อเสียงของนักฟุตบอลไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้อย่างปิยะพงษ์ ผิวอ่อน, เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และ ธีรเทพ วิโนทัย ที่ไม่ได้เป็นแค่นักฟุตบอลหรือฮีโร่ (Hero) ในสนามแข่งขันหรือวงการฟุตบอลเพียงเท่านั้น โดยผู้วิจัยใช้การศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary analysis) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่สำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย

ทั้งนี้ในการสรุปผลการศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดต่าง ๆ ที่ได้ทำการทบทวนและนำเสนอมาก่อนหน้านี้ ทั้งแนวคิดเรื่องการสร้างควมมีชื่อเสียง แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อและการสื่อสาร รวมทั้งแนวคิดเรื่องฟุตบอล และนักฟุตบอลมาประกอบการอธิบายในการสร้างควมมีชื่อเสียงหรือการเป็นดาราฟุตบอลไทยของปิยะพงษ์ ผิวอ่อน, เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และ ธีรเทพ วิโนทัย ซึ่งจากการศึกษา ผู้วิจัยได้ผลการวิจัยและสามารถสรุป อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบในสามประเด็นหลักของการสื่อสารเพื่อสร้างควมมีชื่อเสียงของดาราฟุตบอล ได้แก่ 1. เนื้อหาภาพลักษณ์ 2. กลยุทธ์ของสื่อ (Media Strategy) และ 3. กลยุทธ์ของสาร (Message Strategy) ของกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลไทย ทั้งสามคนที่ประกอบไปด้วย ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน, เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และ ธีรเทพ วิโนทัย โดยผลสรุปมีดังต่อไปนี้

1. เนื้อหาภาพลักษณ์

ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน

เนื้อหาภาพลักษณ์ของปิยะพงษ์ ผิวอ่อน ที่ได้ถูกนำเสนอผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อใหม่นั้นจะมีภาพลักษณ์ที่สำคัญอยู่ 2 ประเภท คือ ภาพลักษณ์ความสามารถด้านกีฬา ซึ่งได้แก่ ภาพลักษณ์การเป็น ดาวยิง ความเป็นนักกีฬาทีมชาติ ความเป็นนักฟุตบอลดาราเอเชีย ความเป็นนักฟุตบอลไทยที่เก่งที่สุด และภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถในการเล่นฟุตบอล รวมทั้งภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่ประกอบไปด้วย ภาพลักษณ์เรื่องรูปร่างหน้าตา ครอบครัวย การศึกษาลักษณะนิสัย การเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน และภาพลักษณ์ในเรื่องของการทำกิจกรรมสาธารณะ และการสร้างสรรค์สังคม ทั้งนี้เนื้อหาภาพลักษณ์ของปิยะพงษ์โดยภาพรวมทั้งหมดนั้น สื่อมวลชนและสื่อใหม่จะมีการนำเสนอออกมาในเชิงบวก (Positive) แต่ก็มีนำเสนอออกมาในเชิงลบ (Negative) บ้าง โดยจะเป็นภาพลักษณ์ในเชิงลบของผลการเล่นฟุตบอลในการแข่งขันที่พ่ายแพ้ และการล้มบอล อีกทั้งภาพลักษณ์ในเรื่องลักษณะนิสัยก็จะมีนำเสนอออกมาในเชิงลบเช่นกัน ซึ่งจะเป็นในส่วนของเรื่องเกี่ยวกับการเล่นฟุตบอล โดยจะเป็นการไม่ค่อยชอบการฝึกซ้อมและไม่ชอบวิ่งเข้าหาลูกฟุตบอลในการแข่งขันแต่ที่จะเป็นคนชอบโชว์มากกว่า

เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง นั้นจะมีเนื้อหาภาพลักษณ์อยู่ 2 ประเภท ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้นำเสนอออกมา ได้แก่ ภาพลักษณ์ความสามารถด้านกีฬา ซึ่งได้แก่ ภาพลักษณ์ความเป็นนักกีฬาทีมชาติ ความเป็นนักฟุตบอลดาราเอเชีย ความเป็นนักฟุตบอลไทยที่ติดทีมชาติมากที่สุด การเป็นดาวยิง และภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถในการเล่นฟุตบอล รวมทั้งภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่ประกอบไปด้วย ภาพลักษณ์เรื่องครอบครัวย การศึกษา ลักษณะนิสัย รูปร่างหน้าตา การทำกิจกรรมและการสร้างสรรค์สังคม และภาพลักษณ์ในเรื่องของการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่

เยาวชน โดยสื่อมวลชนและสื่อใหม่จะนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์โดยรวมของเกียรติศักดิ์ในเชิงบวก (Positive) แต่อย่างไรก็ตามยังมีการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของเกียรติศักดิ์ออกมาในเชิงลบ (Negative) บ้างเช่นกัน ซึ่งจะเป็นในเรื่องของการแสดงความสามารถในการเล่นฟุตบอลหรือการทำการแข่งขันต่าง ๆ จากการลงเล่นที่มีความล้มเหลวในการแข่งขันจนทีมไม่ประสบความสำเร็จ อย่างที่คาดหวังหรือทีมเกิดความพ่ายแพ้ในที่สุด

ธีรเทพ วิโนทัย

สำหรับในส่วนของธีรเทพ วิโนทัย การนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ที่ผ่านทางสื่อมวลชน และสื่อใหม่นั้นก็จะมีอยู่ 2 ประเภทเช่นเดียวกัน คือ ภาพลักษณ์ความสามารถด้านกีฬา ซึ่งมีดังนี้ ภาพลักษณ์การเป็นดาวยิง ความเป็นนักกีฬาทีมชาติ ความเป็นนักฟุตบอลไทยที่มีประสบการณ์ ฝึกฝนฟุตบอลที่ต่างประเทศ และภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถในการเล่นฟุตบอล รวมทั้งยังมีภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่ประกอบไปด้วย ภาพลักษณ์เรื่องความรัก รูปร่างหน้าตา การศึกษา การเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน การทำกิจกรรมและการสร้างสรรค์สังคม และภาพลักษณ์ในเรื่องของลักษณะนิสัย ซึ่งในการนำเสนอโดยภาพรวมของสื่อมวลชนและสื่อใหม่จะนำเสนอเนื้อหา ภาพลักษณ์ของธีรเทพในเชิงบวก (Positive) แต่ทว่าก็ตามยังพบว่ามีนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ จากสื่อมวลชนและสื่อใหม่ออกมาในเชิงลบ (Negative) อยู่บ้างอีกเช่นกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องของการความสามารถที่ล้มเหลวในการเล่นและการแข่งขันจนทีมไม่ประสบความสำเร็จหรือ การที่ทีมเกิดความพ่ายแพ้ในที่สุด และนอกจากนี้ธีรเทพยังพบว่าถูกนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ในเชิงลบโดยสื่อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความรักและลักษณะนิสัยที่แสดงถึงเป็นคนเจ้าชู้มีข่าวกับผู้หญิงหลายคน รวมทั้งภาพลักษณ์เรื่องลักษณะนิสัยของการเป็นนักฟุตบอลที่มีอารมณ์ร้อนในการแข่งขันต่าง ๆ จนโดนทำโทษหรือโดนไล่ออกจากสนามในการแข่งขัน ก็มีการนำเสนอจากสื่อเช่นกัน

ทั้งนี้การนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ของปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้นำเสนอนั้นสามารถสรุปและเปรียบเทียบได้จากตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7.1

สรุปเปรียบเทียบการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์โดยสื่อมวลชน
และสื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้ง 3 คน

เนื้อหาภาพลักษณ์	การนำเสนอ/ลักษณะการนำเสนอ					
	ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน		เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง		ธีรเทพ วิโนทัย	
	บวก	ลบ	บวก	ลบ	บวก	ลบ
เนื้อหาภาพลักษณ์ความสามารถด้านกีฬา						
- ความเป็นนักกีฬาทีมชาติ	✓		✓		✓	
- การเป็นดาวยิง	✓		✓		✓	
- ความเป็นนักฟุตบอลดาราเอเชีย	✓		✓			
- ความสามารถในการเล่นฟุตบอล	✓	✓	✓	✓	✓	✓
- ความเป็นนักฟุตบอลที่เก่งที่สุด	✓					
- ความเป็นนักฟุตบอลที่ติดทีมชาติมากที่สุด			✓			
- ความเป็นนักฟุตบอลที่มีประสบการณ์ฝึกฝนในต่างประเทศ					✓	
เนื้อหาภาพลักษณ์ด้านอื่น ๆ						
- รูปร่าง หน้าตา	✓		✓		✓	
- การศึกษา	✓		✓		✓	
- ความรัก					✓	✓
- ครอบครัว	✓		✓			
- ลักษณะนิสัย	✓	✓	✓		✓	✓
- การเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน	✓		✓		✓	
- กิจกรรมและการสร้างสรรค์สังคม	✓		✓		✓	

จากตารางที่ 7.1 สรุปได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้งสามคนที่ประกอบไปด้วย ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน, เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และ ธีรเทพ วิโนทัย นั้นพบว่า เนื้อหาภาพลักษณ์โดยรวมของนักฟุตบอลทั้งสามคนจะมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันมาก โดยจะมีเนื้อหาภาพลักษณ์ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ ได้นำเสนอในสองด้านหลัก ซึ่งได้แก่ เนื้อหาภาพลักษณ์ความสามารถด้านกีฬา และเนื้อหาภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว ซึ่งจะมีลักษณะของการนำเสนอทั้งในเชิงบวก (Positive) และเชิงลบ (Negative) แตกต่างกันไป ทั้งนี้สิ่งที่มีความแตกต่างของนักฟุตบอลทั้งสามนี้จะมีเพียงรายละเอียดย่อยที่เกิดขึ้นกับเนื้อหาภาพลักษณ์ในเรื่องต่าง ๆ ที่สื่อได้นำเสนอเท่านั้น โดยที่ลักษณะของรายละเอียดย่อยของเนื้อหาภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นแตกต่างกันนี้ จะเป็นผลมาจากความโดดเด่นและการแสดงออกของนักฟุตบอลแต่ละคน แต่ทว่าสิ่งสำคัญของกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้งสามคนนั้นก็คือ จะต้องมีความสามารถด้านกีฬาที่จะต้องเป็นปัจจัยพื้นฐาน (Necessary Factor) ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญ และภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่จะเป็นปัจจัยเสริม (Sufficient Factor) ให้ภาพลักษณ์โดยรวมของนักฟุตบอลดีขึ้นไปอีก

2. กลยุทธ์ของสื่อ (Media Strategy)

1. ประเภทของสื่อ

1.1 ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน

การนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ของปิยะพงษ์ โดยสื่อ แต่ละประเภทซึ่งมีทั้งจากสื่อมวลชน อันได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อใหม่อย่าง อินเทอร์เน็ต นั้นพบว่า การนำเสนอของสื่อแต่ละประเภทจากสื่อดังกล่าวนี้จะมีทั้งเรื่องราวในด้านฟุตบอลกับเรื่องราวในด้านอื่น ๆ เช่น เรื่องส่วนตัว เป็นต้น โดยสื่อแต่ละประเภทจะมีลักษณะของการนำเสนอเรื่องราวทั้งสองด้านดังกล่าวนี้อยู่ทั้งในเชิงบวก (Positive) และเชิงลบ (Negative) แต่ทว่าการนำเสนอในเชิงบวกก็ยังคงมีปริมาณที่ค่อนข้างมากกว่าอยู่ ทั้งนี้ภาพลักษณ์ที่ได้นำเสนอออกมา นั้น จะขึ้นอยู่กับแก่น/ธีม (theme) ของสื่อแต่ละประเภทเป็นหลัก ซึ่งมีความสำคัญที่จะกำหนดลักษณะของเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวที่ได้นำเสนอออกมา นอกจากนี้ถึงแม้ว่าการนำเสนอภาพลักษณ์ของสื่อจะขึ้นอยู่กับธีมของสื่อที่จะเป็นตัวกำหนดแล้วนั้น แต่ทว่าอย่างไรก็ตามภาพลักษณ์ที่สื่อแต่ละประเภทได้นำเสนอออกมานั้นก็ยังจะต้องประกอบด้วยมิติทางด้านฟุตบอลโดยพ่วงหรือเชื่อมโยงด้วยภาพลักษณ์เดิมหรือความสามารถทางด้านกีฬาและฟุตบอลนี้อยู่เช่นเดิม เพื่อเป็นการตอกย้ำทุนความรู้ความสามารถเดิมในตัวของปิยะพงษ์ และสื่อต่าง ๆ เองก็ได้นำทุนภาพลักษณ์เดิมนี้ออกมาขยายภาพลักษณ์ในรูปแบบใหม่ที่ได้ถูกสร้างขึ้นมาจากธีมของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่จะเป็น

ตัวกำหนดภาพลักษณ์นั้น ๆ อีกทีหนึ่ง รวมทั้งสิ่งสำคัญอีกประการของเรื่องประเภทสื่อนั้นก็คือ การที่ปิยะพงษ์ได้ถูกนำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องราวต่าง ๆ ที่มากกว่าแค่การปรากฏตัวในรูป นักกีฬา (Sport Person) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าจะต้องมีภาพลักษณ์และเรื่องราวที่ไปปรากฏ อยู่มากกว่าแค่การปรากฏอยู่ในสื่อกีฬาเท่านั้น ซึ่งก็เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นดารา ฟุตบอลของปิยะพงษ์ ผิวอ่อน

1.2 เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

ประเภทของสื่อในการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ของ เกียรติศักดิ์จะมีการนำเสนออยู่ 2 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ เนื้อหาและเรื่องราวในด้านฟุตบอลกับ เรื่องราวในด้านอื่น ๆ เช่นเรื่องส่วนตัว เป็นต้น ทั้งนี้ภาพลักษณ์ที่ได้นำเสนอออกมาจากสื่อแต่ละ ประเภทนั้น จะขึ้นอยู่กับแก่นธีม (theme) ของสื่อแต่ละประเภทเป็นหลัก โดยธีมของสื่อนี้มีความสำคัญ ที่จะกำหนดลักษณะของเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ที่ได้นำเสนอออกมา นอกจากนี้จากการนำเสนอ ภาพลักษณ์ของสื่อแต่ละประเภทจะขึ้นอยู่กับ ธีมของสื่อที่จะเป็นตัวกำหนดแล้วนั้น แต่ทว่าอย่างไร ก็ตามภาพลักษณ์ที่สื่อแต่ละประเภทได้นำเสนอออกมานั้นก็จะต้องควบคู่ไปกับมิติทางด้านฟุตบอล โดยพ่วงหรือเชื่อมโยงด้วยภาพลักษณ์เดิมหรือความสามารถทางด้านกีฬาและฟุตบอลนี้อยู่เช่นกัน เพื่อที่จะเป็นการต่อยอดเรื่องราวความรู้ความสามารถเดิม และสื่อต่าง ๆ ก็จะนำเอาทุนภาพลักษณ์ เดิมนี้ไปขยายภาพลักษณ์ในรูปแบบใหม่ที่ได้ถูกสร้างขึ้นจากธีมของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่จะเป็น ตัวกำหนดภาพลักษณ์นั้น ๆ ในที่สุด รวมทั้งสิ่งสำคัญอีกประการของเรื่องประเภทของสื่อนี้ก็ คือ การที่ เกียรติศักดิ์ได้ถูกนำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องราวต่าง ๆ ที่มากกว่าแค่การปรากฏตัวในรูป นักกีฬา (Sport Person) เท่านั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าจะต้องมีภาพลักษณ์และเรื่องราวที่ ปรากฏอยู่มากไปกว่าแค่การปรากฏอยู่ในสื่อกีฬาเท่านั้น ซึ่งก็เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับการเป็น ดาราฟุตบอลของเกียรติศักดิ์ในที่สุด อีกทั้งในส่วนของลักษณะการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภท จะมีการนำเสนอในเชิงบวก (Positive) เป็นหลัก แต่การนำเสนอในเชิงลบ (Negative) ก็มีอยู่บ้าง ในสื่อหนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต แต่ก็มีจำนวนเพียงน้อยนิดเมื่อเปรียบเทียบกับการนำเสนอใน เชิงบวกของสื่อมวลชน และสื่อใหม่

1.3 อีรเทพ วิโนทัย

ในส่วนของประเภทสื่อที่ประกอบไปด้วยสื่อมวลชน และสื่อใหม่ในการนำเสนอ เนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ของอีรเทพนี้จะปรากฏเนื้อหาที่ผ่านทางสื่อดังกล่าวนี้ทั้ง เนื้อหาและเรื่องราวในด้านฟุตบอลกับเรื่องราวในด้านอื่น ๆ เช่น เรื่องส่วนตัว เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาทั้ง ทางด้านฟุตบอลและด้านอื่น ๆ ที่สื่อแต่ละประเภทได้นำเสนอนั้นจะมีทั้งในเชิงบวก (Positive) และ ในเชิงลบ (Negative) แต่การนำเสนอในเชิงบวกจะมีการนำเสนอในจำนวนที่มากกว่า ทั้งนี้ผู้วิจัย

ได้พบว่าในเรื่องประเภทของสื่อนี้แก่น/ธีม (theme) จะเป็นตัวที่กำหนดเนื้อหาและเรื่องราวต่าง ๆ ของธีรเทพที่ได้ถูกนำเสนอออกมา แต่ทว่าในการที่เนื้อหาที่นำเสนอขึ้นขึ้นอยู่กับธีมของสื่อก็จริงอยู่ แต่ในขณะเดียวกันสื่อแต่ละประเภทก็ได้สอดแทรกมิติทางด้านกีฬาและฟุตบอลเข้าไปด้วยเสมอไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เพื่อเป็นการตอกย้ำที่มาและทุนความรู้ความสามารถเดิมที่มีอยู่อย่างโดดเด่น นอกจากนี้ประเภทของสื่อก็ยังมีความสัมพันธ์ต่อการเป็นดาราฟุตบอลในอีกเรื่องหนึ่งก็คือ การถูกนำเสนอภาพลักษณ์ในเรื่องราวต่าง ๆ ที่มากกว่าแค่การปรากฏตัวในรูปนักกีฬา (Sport Person) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าดาราฟุตบอลจะต้องมีภาพลักษณ์และเรื่องราวที่ไปปรากฏอยู่มากกว่าแค่การปรากฏอยู่ในสื่อกีฬาเพียงเท่านั้น ทั้งนี้การนำเสนอเนื้อหาและเรื่องราวของปิยะพงษ์ เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้นำเสนอนั้นสามารถสรุปและเปรียบเทียบได้จากตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7.2

สรุปเปรียบเทียบประเด็นเนื้อหาและลักษณะการนำเสนอของสื่อ

แต่ละประเภทของกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้ง 3 คน

สื่อ	ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน		เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง		ธีรเทพ วิโนทัย	
	ประเด็น/ เนื้อหา	ลักษณะ การนำเสนอ (+, -)	ประเด็น/ เนื้อหา	ลักษณะ การนำเสนอ (+, -)	ประเด็น/ เนื้อหา	ลักษณะ การนำเสนอ (+, -)
โทรทัศน์						
- พรีเมียร์ลีก	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก
- ออกรายการโทรทัศน์	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก
- พิธีกรรายการโทรทัศน์	ฟุตบอล	บวก	ฟุตบอล	บวก	ฟุตบอล	บวก
- ข่าว	ฟุตบอล	บวก/ลบ	ฟุตบอล	บวก	ฟุตบอล	บวก
- การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ นักร้อง	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก	-	-	-	-

ตารางที่ 7.2 (ต่อ)

สื่อ	ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน		เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง		ธีรเทพ วิโนทัย	
	ประเด็น/ เนื้อหา	ลักษณะ การนำเสนอ (+, -)	ประเด็น/ เนื้อหา	ลักษณะ การนำเสนอ (+, -)	ประเด็น/ เนื้อหา	ลักษณะ การนำเสนอ (+, -)
หนังสือพิมพ์						
- หนังสือพิมพ์ทั่วไป	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก/กลาง/ ลบ	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก/กลาง/ ลบ	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก/กลาง/ ลบ
- หนังสือพิมพ์กีฬาและ ฟุตบอล	ฟุตบอล	บวก/กลาง	ฟุตบอล	บวก/กลาง	ฟุตบอล	บวก/กลาง
นิตยสาร						
- นิตยสารทั่วไป	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก
- นิตยสารกีฬาและ ฟุตบอล	ฟุตบอล	บวก/กลาง	ฟุตบอล	บวก/กลาง	ฟุตบอล	บวก/กลาง
อินเทอร์เน็ต						
- เว็บไซต์ทั่วไป	ฟุตบอล/ อื่น ๆ *	บวก/กลาง/ ลบ*	ฟุตบอล/ อื่น ๆ *	บวก/กลาง/ ลบ*	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก/กลาง/ ลบ
- เว็บไซต์กีฬาและฟุตบอล	ฟุตบอล/ อื่น ๆ *	บวก/กลาง/ ลบ*	ฟุตบอล/ อื่น ๆ *	บวก/กลาง/ ลบ*	ฟุตบอล/ อื่น ๆ	บวก/กลาง/ ลบ
- เว็บไซต์แฟนคลับ	ฟุตบอล*	บวก/กลาง*	ฟุตบอล*	บวก/กลาง*	ฟุตบอล	บวก/กลาง

* หมายถึง ในกรณีสื่ออินเทอร์เน็ตของปิยะพงษ์และเกียรติศักดิ์จะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจในปัจจุบัน

จากตารางที่ 7.2 แสดงการเปรียบเทียบเนื้อหาและลักษณะการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภทในการสร้างภาพลักษณ์นักกีฬาทั้งสามคน คือ ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน, เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และ ธีรเทพ วิโนทัย พบว่า นักฟุตบอลทั้งสามคนนี้จะมีการนำเสนอผ่านสื่อแต่ละประเภทจากสื่อมวลชนและสื่อใหม่ ที่ประกอบไปด้วยสื่อที่เกี่ยวกับกีฬา (Media Sport) และสื่อทั่วไป ซึ่งมีแก่น/ธีม (theme) ของสื่อแต่ละประเภทเป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดภาพลักษณ์ที่ได้นำเสนอออกมา รวมทั้งลักษณะการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภทก็มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งจะมีประเด็นเรื่อง

ฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้งสามคนอยู่ในทุกสื่อ แต่จะมีเรื่องราวอื่น ๆ ที่จะมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง โดยในโครงสร้างของรูปแบบหลักเรื่องฟุตบอลนี้จะไม่มีความแตกต่างกันของนักฟุตบอลทั้งสามคน แต่จะพบความแตกต่างภายในรายละเอียดเพียงเล็กน้อยในเรื่องอื่น ๆ เท่านั้นที่จะมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง แต่ทว่าโดยภาพรวมและรูปแบบแล้วนั้นจะไม่มี ความแตกต่าง

2. ความถี่ของสื่อ

2.1 ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน

ความถี่ของสื่อในการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ของปิยะพงษ์ จะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเงื่อนไขของช่วงเวลา โดยเฉพาะช่วงเวลาที่มีการแข่งขันและการเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ในเรื่องส่วนตัวนอกสนามหรือมีการเปลี่ยนแปลงภายในชีวิตเกิดขึ้นเป็นหลัก อีกทั้งความถี่ในการนำเสนอของสื่อที่มีต่อปิยะพงษ์ก็จะมีค่าที่มากกว่าและบ่อยกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามสำหรับความถี่ในการนำเสนอภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของปิยะพงษ์ที่มีมากนี้ก็เป็นในแง่ของปริมาณเท่านั้น แต่หากเป็นในเชิงคุณภาพหรือในแง่ของเนื้อหาภาพลักษณ์ที่นำเสนอขึ้นจะมีลักษณะของเนื้อหาและเรื่องราวที่เป็นไปในแนวเดียวกัน คือจะมีเรื่องราวที่คล้าย ๆ กันไม่แตกต่างกันเท่าไรแต่จะมีความถี่ในการนำเสนอที่บ่อยเท่านั้น

2.2 เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

การนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ของเกียรติศักดิ์จะพบว่าความถี่ของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ในการนำเสนอขึ้นจะขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่ เป็นเงื่อนไขสำคัญในการนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาที่มีการแข่งขันและมีเหตุการณ์ของการเปลี่ยนแปลงภายในชีวิตเกิดขึ้นเป็นหลัก โดยความถี่ในการนำเสนอของเกียรติศักดิ์นั้น จะมีความถี่ที่บ่อยครั้งกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับนักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน ทั้งนี้ความถี่ในการนำเสนอภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งจะเป็นความถี่ในแง่ของปริมาณเท่านั้น ซึ่งหากดูในเชิงคุณภาพหรือในแง่ของเนื้อหาภาพลักษณ์ที่นำเสนอขึ้นจะมีลักษณะของเนื้อหาและเรื่องราวที่เป็นไปในแนวเดียวกัน คือ จะมีเรื่องราวที่คล้าย ๆ กันไม่แตกต่างกันเท่าไรแต่จะมีความถี่ในการนำเสนอที่บ่อยครั้งเท่านั้น

2.3 ชีรเทพ วิโนทัย

สำหรับชีรเทพนั้นจะมีความถี่ของสื่อในการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ที่มากกว่าไปกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน โดยที่ความถี่ในการนำเสนอของสื่อมวลชน และ สื่อใหม่นั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยและเงื่อนไขของช่วงเวลา โดยจะเป็นช่วงเวลาที่มีการแข่งขันฟุตบอลในรายการต่าง ๆ รวมทั้งการเกิดเหตุการณ์หรือการเปลี่ยนแปลงในชีวิตเกิดขึ้น

ซึ่งจะทำให้มีความถี่และการนำเสนอเกิดขึ้นตามมา ทั้งนี้ความถี่ในการนำเสนอ นั้นจะไม่มี ความหลากหลาย หรือเนื้อหาภาพลักษณ์ที่นำเสนอ นั้นจะมีลักษณะของเนื้อหาและเรื่องราวที่เป็นไปใน แนวเดียวกัน คือ จะมีเรื่องราวที่คล้าย ๆ กัน เพียงแต่จะมีความถี่ในแง่ของปริมาณที่บ่อยครั้งเท่านั้น

ทั้งนี้ความถี่ในการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ของปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้นำเสนอ นั้นสามารถสรุปและเปรียบเทียบได้จาก ตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7.3

เปรียบเทียบความถี่ของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ในการนำเสนอ

กลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้ง 3 คน

สื่อ	ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน		เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง		ธีรเทพ วิโนทัย	
	ความถี่ (ครั้ง)	ร้อยละ (เปอร์เซ็นต์)	ความถี่ (ครั้ง)	ร้อยละ (เปอร์เซ็นต์)	ความถี่ (ครั้ง)	ร้อยละ (เปอร์เซ็นต์)
โทรทัศน์	24	23.5	26	24.8	44	26.0
หนังสือพิมพ์	57	55.9	41	39.0	51	29.6
นิตยสาร	5	4.9	6	5.7	11	6.5
อินเทอร์เน็ต	16*	15.7*	32*	30.5*	63	37.9
รวม	102	100.0	105	100.0	169	100.0

* หมายถึง ในกรณีสื่ออินเทอร์เน็ตของปิยะพงษ์และเกียรติศักดิ์จะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก การสำรวจในปัจจุบัน

จากตารางที่ 7.3 กล่าวโดยสรุปได้ว่าเมื่อเปรียบเทียบความถี่ในการนำเสนอเนื้อหา ภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ของทั้งปิยะพงษ์ ผิวอ่อน, เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และ ธีรเทพ วิโนทัย พบว่า ทั้งสามคนจะมีความถี่ที่สื่อได้นำเสนอ นั้นมากกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกันอย่าง ชัดเจน โดยโครงสร้างและรูปแบบหลักของความถี่ในการนำเสนอ นั้นจะไม่แตกต่างกันเลย แต่จะ พบความแตกต่างกันในรายละเอียดย่อยของสื่อแต่ละชนิดที่ได้นำเสนอ โดยสื่อแต่ละชนิดจะมีการ นำเสนอตามแต่พัฒนาการของสื่อในแต่ละช่วงยุคที่นักฟุตบอลคนนั้น ๆ กำลังสังสรรค์เสี่ยงและ ความเป็นดาราอยู่ ซึ่งในส่วนยุคของปิยะพงษ์และเกียรติศักดิ์จะมีความถี่ในการนำเสนอมากจาก

สื่อหนังสือพิมพ์ แต่จะต่างจากยุคของอิทธิพลที่สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นจะมีความถี่ในการนำเสนอมากที่สุด

3. บทบาทของสื่อ

3.1 ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน

บทบาทของสื่อที่มีต่อความเป็นดาราฟุตบอลของปิยะพงษ์นั้นมีบทบาทหลัก ๆ อยู่ 3 บทบาท ได้แก่ บทบาทในการให้ข้อมูล (Information) บทบาทในการให้ความหมาย (Definition) และ บทบาทในการประเมินคุณค่า (Evaluation) โดยบทบาทเหล่านี้จะมีลักษณะของการส่งเสริมให้นักฟุตบอลทั่วไปกลายเป็นนักฟุตบอลที่อยู่ในความสนใจ และความรู้สึกนึกคิดของผู้คนทั่วไป ซึ่งก็จะนำไปสู่ความรู้สึกที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดี และจะกลายเป็นนักฟุตบอลที่ยิ่งใหญ่หรือดาราฟุตบอลได้ในที่สุด ทั้งนี้บทบาทของสื่อที่มีต่อ ปิยะพงษ์นี้ จะมีความแตกต่างจากนักฟุตบอลทั่วไปในรุ่นเดียวกันอย่างชัดเจน ซึ่งจะมีบทบาทที่มากกว่าแค่เรื่องของความสามารถด้านฟุตบอล แต่ยังมีบทบาทกับเนื้อหาและเรื่องราวด้านอื่น ๆ ของปิยะพงษ์ ผิวอ่อน อีกด้วยเช่นกัน

3.2 เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

สำหรับบทบาทของสื่อที่มีต่อเกียรติศักดิ์นั้นจะมีความแตกต่างที่ชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบกับนักฟุตบอลในรุ่นเดียวกัน โดยจะมีความแตกต่างกันที่บทบาทของสื่อที่มีต่อเกียรติศักดิ์นี้จะพบบทบาทที่ไม่ใช่แค่เรื่องของความสามารถด้านฟุตบอลเพียงเท่านั้น ซึ่งสื่อยังมีบทบาทในด้านอื่น ๆ เช่น เรื่องส่วนตัว เป็นต้น ทั้งนี้บทบาทของสื่อที่มีความสำคัญและสัมพันธ์กับความเป็นดาราฟุตบอลของเกียรติศักดิ์จะมีบทบาทของสื่อที่สำคัญอยู่ 3 บทบาท ได้แก่ บทบาทในการให้ข้อมูล (Information) บทบาทในการให้ความหมาย (Definition) และบทบาทในการประเมินคุณค่า (Evaluation) โดยบทบาทเหล่านี้จะมีลักษณะของการส่งเสริมให้นักฟุตบอลทั่วไปกลายเป็นนักฟุตบอลที่อยู่ในความสนใจ และความรู้สึกนึกคิดของผู้คนทั่วไป ซึ่งก็จะนำไปสู่ความรู้สึกที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดี และจะกลายเป็นนักฟุตบอลที่ยิ่งใหญ่หรือดาราฟุตบอลได้ในที่สุด

3.3 อิทธิพล วิโนทัย

ในส่วนของอิทธิพลนี้บทบาทของสื่อที่มีต่อความเป็นดาราฟุตบอลนั้นจะมีบทบาทที่สำคัญ อยู่ 3 บทบาท ซึ่งได้แก่ บทบาทในการให้ข้อมูล (Information) บทบาทในการให้ความหมาย (Definition) และบทบาทในการประเมินคุณค่า (Evaluation) ทั้งนี้บทบาทของสื่อดังกล่าวนี้จะมีลักษณะในการช่วยส่งเสริมให้นักฟุตบอลทั่วไปกลายเป็นนักฟุตบอลที่อยู่ในความสนใจ และการเฝ้าติดตามจากผู้คนส่วนใหญ่ และก็จะนำนักฟุตบอลเหล่านี้ไปสู่ความรู้สึกที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดี และจะกลายเป็นนักฟุตบอลที่ยิ่งใหญ่หรือดาราฟุตบอลได้ในที่สุด ซึ่งอิทธิพลก็มีลักษณะเช่นเดียวกันนี้ รวมทั้งบทบาทของสื่อที่มีต่ออิทธิพลนี้ จะมีความแตกต่างจากนักฟุตบอลทั่วไปในรุ่นเดียวกันอย่าง

ชัดเจนมาก โดยจะมีบทบาทของสื่อที่มากกว่าแค่เรื่องของความสามารถด้านฟุตบอล แต่ยังมีบทบาทกับเนื้อหาพลักษณ์และเรื่องราวในด้านอื่น ๆ ของธีรเทพ อีกด้วยนั่นเอง

กล่าวโดยสรุปจากการวิเคราะห์บทบาทของสื่อมวลชน และสื่อใหม่ที่มีผลต่อความเป็นดาราฟุตบอลของปิยะพงษ์ ผิวอ่อน, เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และ ธีรเทพ วิโนทัย พบว่า บทบาทของสื่อจะมีบทบาททั้งในการนำเสนอเรื่องความสามารถด้านกีฬา และเนื้อหาในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับส่วนตัว และเมื่อเปรียบเทียบบทบาทของสื่อดังกล่าวนี้ของนักฟุตบอลทั้งสามจะมีความแตกต่างกัน ในรายละเอียดย่อยที่มาจากบทบาททั้งสามซึ่งได้แก่ บทบาทในการให้ข้อมูล (Information) บทบาทในการให้ความหมาย (Definition) และ บทบาทในการประเมินคุณค่า (Evaluation) โดยความแตกต่างส่วนใหญ่จะเป็นในส่วนของเรื่องเนื้อหาส่วนตัวเป็นสำคัญ แต่ในขณะที่เรื่องความสามารถด้านกีฬา บทบาทของสื่อจะมีลักษณะเหมือนกัน ทั้งนี้ความแตกต่างดังกล่าวจะเป็นรายละเอียดย่อยเท่านั้น โดยรูปแบบของบทบาทสื่อที่มีต่อนักฟุตบอลทั้งสามนี้จะมีลักษณะไม่แตกต่างกัน

3. กลยุทธ์ของสาร (Message Strategy)

1. การเลือกประเด็นการนำเสนอ

1.1 ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน

การเลือกประเด็นการนำเสนอของสื่อในกรณีของปิยะพงษ์นั้นพบว่า สื่อมวลชน และสื่อใหม่ มีการเลือกประเด็นการนำเสนอทั้งในส่วนของผลงานและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ด้านฟุตบอล และประเด็นอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากเรื่องฟุตบอลซึ่งเป็นประเด็นเรื่องส่วนตัว ประกอบไปด้วยประเด็นเรื่องการดำเนินชีวิต ลักษณะนิสัย รูปร่างหน้าตา และการร่วมกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ โดยการเลือกเรื่องประเด็นการนำเสนอของสื่อที่มีต่อปิยะพงษ์จะมีความแตกต่างจากนักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกันที่มีประเด็นแค่เรื่องฟุตบอลเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้การเลือกประเด็นการนำเสนอของสื่อ นั้น จะมีความสัมพันธ์กับการเป็นดาราฟุตบอลด้วย ซึ่งการเลือกประเด็นการนำเสนอที่มากกว่าแค่เรื่องฟุตบอลนั้นจะทำให้ปิยะพงษ์เป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากผู้คนทั่วไปมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

1.2 เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

ในส่วนของสื่อมวลชน และสื่อใหม่พบว่ามี การเลือกประเด็นการนำเสนอของ เกียรติศักดิ์ ทั้งที่เป็นในประเด็นของผลงานและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ด้านฟุตบอล รวมทั้งประเด็นอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากเรื่องฟุตบอลซึ่งเป็นประเด็นของเรื่องส่วนตัว ได้แก่ ประเด็นเรื่องการดำเนินชีวิต ลักษณะนิสัย ความรัก และการร่วมกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ เช่นกัน โดยการเลือกประเด็น

การนำเสนอของสื่อที่มีต่อ เกียรติศักดิ์นั้นก็พบว่า จะมีความแตกต่างจากนักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกันที่มีประเด็นแค่เรื่องฟุตบอลเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งการเลือกประเด็นการนำเสนอของสื่อนั้นยังจะมีความสัมพันธ์กับการเป็นดาราฟุตบอลด้วย ซึ่งการเลือกประเด็นการนำเสนอที่มากกว่าแค่เรื่องฟุตบอลนั้นจะทำให้นักฟุตบอลอย่างเกียรติศักดิ์กลายเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากผู้คนทั่วไปมากยิ่งขึ้นอีกด้วยเช่นกัน

1.3 อีรเทพ วินัย

ในกรณีของอีรเทพนั้น การเลือกประเด็นการนำเสนอเรื่องของผลงานและความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ด้านฟุตบอล และประเด็นอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากเรื่องฟุตบอลซึ่งเป็นประเด็นเรื่องส่วนตัว ได้แก่ ประเด็นเรื่องการดำเนินชีวิต ลักษณะนิสัย รูปร่างหน้าตา และการร่วมกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ ซึ่งเป็นประเด็นเนื้อหาและเรื่องราวต่าง ๆ ของอีรเทพที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่เลือกมานำเสนอ โดยการเลือกเรื่องประเด็นการนำเสนอของสื่อที่มีต่ออีรเทพก็พบว่า จะมีความแตกต่างจากนักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกันที่ส่วนใหญ่จะมีการเลือกประเด็นแค่เรื่องฟุตบอลมานำเสนอนอกจากนี้ในการเลือกประเด็นการนำเสนอของสื่อนั้นจะมีความสัมพันธ์กับการเป็นดาราฟุตบอลของอีรเทพด้วย ซึ่งการเลือกประเด็นการนำเสนอที่มากกว่าแค่เรื่องฟุตบอลนั้นจะทำให้อีรเทพเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากผู้คนทั่วไปและกลายเป็นผู้ที่ชื่อเสียงมากยิ่งขึ้น หรือก็คือการกลายเป็นดาราฟุตบอลในที่สุด

กล่าวโดยสรุปในส่วนของการเลือกประเด็นการนำเสนอของสื่อมวลชน และสื่อใหม่ ที่มีต่อนักฟุตบอลอย่างปิยะพงษ์ ผิวอ่อน, เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และ อีรเทพ วินัย พบว่า จะมีการเลือกประเด็นที่หลากหลายและโดดเด่นกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน โดยจะมีทั้งการเลือกประเด็นที่เกี่ยวกับความสามารถด้านกีฬา และประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว แต่ทว่าก็จะพบความแตกต่างในการเลือกประเด็นของสื่อที่มีต่อนักฟุตบอลทั้งสามนี้เพียงรายละเอียดย่อยของบางประเด็นเท่านั้น แต่รูปแบบหลักในการเลือกประเด็นการนำเสนอที่เกี่ยวกับฟุตบอลของสื่อจะไม่พบว่ามีแตกต่างกัน โดยที่นักฟุตบอลทั้งสามจะถูกนำเสนอทั้งประเด็นที่เกี่ยวกับความสามารถด้านกีฬา และประเด็นที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว เป็นหลักสำคัญ

2. รูปแบบการนำเสนอ

2.1 ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน

รูปแบบการนำเสนอของสื่อมวลชน และสื่อใหม่ ที่ได้นำเสนอเนื้อหาและเรื่องราวต่าง ๆ ของปิยะพงษ์นั้น จะมีอยู่ 5 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบข่าว รูปแบบบทความ รูปแบบการสัมภาษณ์และบทสัมภาษณ์ รูปแบบโฆษณาและความบันเทิง และรูปแบบอื่น ๆ โดยที่ในแต่ละรูปแบบของการนำเสนอนี้จะมีความสัมพันธ์การสร้างความเป็นดาราฟุตบอล โดยในรูปแบบ

ของข่าวจะมีลักษณะของการให้ข้อเท็จจริง (fact) ที่เกี่ยวกับเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ต่าง ๆ เป็นสำคัญ ซึ่งในการนำเสนอรูปแบบข่าวนี้จะมีลักษณะของการสื่อสารที่จะสามารถทำให้ความหมายต่าง ๆ ที่สื่อได้นำเสนอนั้นกลายเป็นความจริงขึ้นมาได้ ส่วนในรูปแบบของบทความนั้นจะมีลักษณะของการแสดงความคิดเห็น (Opinion) เข้าไปด้วยในการนำเสนอเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ และที่สำคัญจะจะเป็นการแสดงความคิดเห็นหรือการนำเสนอจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ที่ได้รับความน่าเชื่อถือในสังคม แต่ในขณะที่การนำเสนอในรูปแบบของการสัมภาษณ์หรือบทสัมภาษณ์นั้นจะมีทั้งลักษณะของการให้ข้อเท็จจริงที่ผสมผสานกับการแสดงความคิดเห็น ซึ่งจะมีลักษณะที่พิเศษคือ นักฟุตบอลจะสามารถเป็นผู้ส่งสาร (Sender) ได้โดยตรงในระดับหนึ่ง โดยแตกต่างจากสองรูปแบบแรกที่สื่อจะเป็นผู้ส่งสารได้โดยตรง รวมทั้งรูปแบบของโฆษณาและความบันเทิงที่จะมีลักษณะเด่นของการนำเสนอโดยการใช้ทุนความรู้ความสามารถเดิมในการเล่นฟุตบอลไปขยายทุนเรื่องอื่น ๆ และสินค้าอื่น ๆ หรือก็คือ การนำสัญญาณเดิมไปเปลี่ยนเป็นสัญญาณอื่น ๆ ซึ่งเป็นรูปแบบการนำเสนอที่จะสามารถนำไปสู่การเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการแสดงตัวเหมือนเป็นสินค้าที่ผ่านสื่อต่าง ๆ นอกจากนี้รูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นเรื่องของคลิปปิดิโอนนั้นจะเป็นรูปแบบที่มีการนำเสนอโดยใครก็ได้ที่ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตโดยตรง และรูปแบบนี้ยังเป็นรูปแบบที่สื่อให้เห็นถึงความสามารถค่อนข้างชัดเจน ทั้งนี้จากรูปแบบการนำเสนอที่ได้กล่าวไปในข้างต้นนี้ก็สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบของการเสนอนั้นมีผลและความสัมพันธ์ต่อเนื้อหาภาพลักษณ์ที่นำเสนอออกมา ซึ่งก็คือ รูปแบบการนำเสนอจะเป็นตัวที่กำหนดการนำเสนอเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ที่สื่อได้นำเสนอออกมา

2.2 เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อใหม่ของเกียรติศักดิ์นั้นจะมีรูปแบบที่สำคัญอยู่ด้วยกัน 5 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบข่าว รูปแบบบทความ รูปแบบการสัมภาษณ์และบทสัมภาษณ์ รูปแบบโฆษณาและความบันเทิง และรูปแบบอื่น ๆ โดยที่ในแต่ละรูปแบบของการนำเสนอของสื่อนี้จะมีความสำคัญและความสัมพันธ์ต่อการสร้างความเป็นดาราฟุตบอล ซึ่งในรูปแบบของข่าวจะมีลักษณะของการให้ข้อเท็จจริง (fact) ที่เกี่ยวกับเนื้อหาภาพลักษณ์ต่าง ๆ เป็นสำคัญ ทั้งนี้ในการนำเสนอรูปแบบข่าวนี้จะมีลักษณะของการสื่อสารที่จะสามารถทำให้ความหมายต่าง ๆ ที่สื่อได้นำเสนอนั้นกลายเป็นความจริงขึ้นมาได้ ในส่วนรูปแบบของบทความนั้นจะมีลักษณะที่สำคัญของการแสดงความคิดเห็น (Opinion) เข้าไปด้วยในการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ และที่สำคัญจะจะเป็นการแสดงความคิดเห็นหรือการนำเสนอจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ที่ได้รับความน่าเชื่อถือในสังคม ในขณะที่รูปแบบของการสัมภาษณ์หรือบทสัมภาษณ์นั้นจะมีทั้งลักษณะของการให้ข้อเท็จจริงที่ผสมผสานกับการแสดงความคิดเห็น ซึ่งจะ

มีลักษณะที่พิเศษคือ นักฟุตบอลจะสามารถเป็นผู้ส่งสาร (Sender) ได้โดยตรงในระดับหนึ่ง รวมทั้งรูปแบบของโฆษณาและความบันเทิงที่จะมีลักษณะเด่นของการนำเสนอโดยการใช้ทุนความรู้ความสามารถเดิมในการเล่นฟุตบอลไปขยายทุนเรื่องอื่น ๆ หรืออีกนัยก็คือ การนำสัญญาณเดิมไปเปลี่ยนเป็นสัญญาณอื่น ๆ ซึ่งเป็นรูปแบบการนำเสนอที่จะสามารถนำไปสู่การเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการแสดงตัวเหมือนเป็นสินค้าที่ผ่านสื่อต่าง ๆ นอกจากนี้การนำเสนอในรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นเรื่องของคลิปวิดีโอ นั้นจะเป็นรูปแบบที่มีการนำเสนอโดยใครก็ได้ที่ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตที่เป็นสื่อโดยตรง โดยภาพลักษณ์และเนื้อหาในเรื่องความสามารถจะมีความโดดเด่นจากรูปแบบดังกล่าวนี้ ทั้งนี้จากรูปแบบการนำเสนอทั้งหมดนี้สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบของการนำเสนอ นั้นมีผลและความสัมพันธ์ต่อเนื้อหาภาพลักษณ์ที่นำเสนอออกมา ซึ่งก็คือ รูปแบบการนำเสนอ นี้จะเป็นตัวที่กำหนดการนำเสนอเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ที่ได้นำเสนอออกมานั่นเอง

2.3 อีรเทพ วินัย

สำหรับในส่วนของอีรเทพก็เช่นเดียวกัน จะมีรูปแบบการนำเสนอที่ผ่านทางสื่อมวลชน และสื่อใหม่ทั้ง 5 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบข่าว รูปแบบบทความ รูปแบบการสัมภาษณ์ และบทสัมภาษณ์ รูปแบบโฆษณาและความบันเทิง และรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งในรูปแบบต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นี้จะไม่มีความสัมพันธ์กับการนำไปสู่ความเป็นดาราฟุตบอล อันประกอบไปด้วยรูปแบบข่าวที่จะมีลักษณะของการเป็นรูปแบบที่ให้ข้อเท็จจริง (fact) ที่ซ้ำ ๆ จนนำไปสู่ความเป็นจริงที่ผู้คนทั่วไปรับรู้ในสิ่งนั้น ๆ ว่าเป็นความจริง รูปแบบของบทความจะมีลักษณะของการนำเสนอที่จะให้ความคิดเห็นหรือเป็นการแสดงความคิดเห็นที่เป็นการแสดงความคิดเห็นหรือการนำเสนอจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ที่ได้รับความน่าเชื่อถือในสังคม ในขณะที่รูปแบบที่เกี่ยวกับการสัมภาษณ์นั้นผู้ส่งสาร (Sender) จะไม่ใช่ตัวสื่อทั้งหมด แต่ตัวนักฟุตบอลอย่างอีรเทพจะมีอำนาจในการทำกับสารหรือการเป็นผู้ส่งสารได้ในระดับหนึ่ง รวมทั้งรูปแบบของโฆษณาและความบันเทิงที่จะมีลักษณะเด่นในใช้ทุนความรู้ความสามารถเดิมในการเล่นฟุตบอลไปขยายทุนเรื่องอื่น ๆ หรืออีกนัยก็คือ การนำสัญญาณเดิมไปเปลี่ยนเป็นสัญญาณอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นรูปแบบการนำเสนอที่จะสามารถนำไปสู่การเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้นในสังคมจากการแสดงตัวเหมือนเป็นสินค้าที่ผ่านสื่อต่าง ๆ นอกจากนี้การนำเสนอในรูปแบบอื่น ๆ จะเกี่ยวกับเรื่องของคลิปวิดีโอ โดยจะเป็นรูปแบบที่มีการนำเสนอโดยใครก็ได้ที่ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตที่เป็นสื่อโดยตรงทั้งหมด ทั้งนี้ภาพลักษณ์และเนื้อหาในเรื่องความสามารถจะมีถูกนำเสนออย่างโดดเด่นจากรูปแบบดังกล่าวนี้ ดังนั้น จากระบบการนำเสนอทั้งหมดดังกล่าวนี้สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบของการนำเสนอ นั้นมีผลและความสัมพันธ์ต่อเนื้อหา

ภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ที่สื่อได้นำเสนอออกมา ซึ่งก็คือ รูปแบบการนำเสนอจะเป็นตัวที่กำหนดการนำเสนอเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ของ วีรเทพที่ได้นำเสนอออกมาเช่นกัน

สรุปในส่วนของรูปแบบการนำเสนอของสื่อที่มีอยู่ 5 รูปแบบ คือ รูปแบบข่าว รูปแบบบทความ รูปแบบการสัมภาษณ์และบทสัมภาษณ์ รูปแบบโฆษณาและความบันเทิง และรูปแบบอื่น ๆ นั้นเมื่อเปรียบเทียบนักฟุตบอลทั้งสามอย่างปิยะพงษ์ ผิวอ่อน, เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และ วีรเทพ วิโนทัย พบว่า แต่ละรูปแบบการนำเสนอจะมีความสัมพันธ์กับการเป็นดาราฟุตบอล ซึ่งแต่ละรูปแบบการนำเสนอก็จะมีความสำคัญแตกต่างกันออกไป โดยในส่วนนี้นักฟุตบอลทั้งสามจะไม่ได้มีความแตกต่างกัน แต่ทว่าพบความแตกต่างในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาปลีกย่อยในโครงสร้างของรูปแบบการนำเสนอบางรูปแบบ ซึ่งรูปแบบการนำเสนอแบบโฆษณาและความบันเทิงของปิยะพงษ์นั้น จะมีทั้งการแสดงภาพยนตร์ เล่นละครโทรทัศน์ และการออกอัลบั้มเพลง โดยที่เกียรติศักดิ์และวีรเทพ นั้นไม่พบลักษณะเช่นนี้ แต่จะพบแค่ภาพลักษณ์ในชิ้นงานโฆษณาเท่านั้น อย่างไรก็ตามก็เป็นแค่รายละเอียดย่อยที่เป็นเนื้อหาในเรื่องอื่น ๆ จากรูปแบบต่าง ๆ เท่านั้นที่จะมีความแตกต่าง โดยในโครงสร้างหลักของรูปแบบการนำเสนอที่จะต้องมีการเกี่ยวข้องกับฟุตบอลในทุกรูปแบบนั้นจะไม่มี ความแตกต่างกันแต่อย่างใด

3. วิธีการนำเสนอ

3.1 ปิยะพงษ์ ผิวอ่อน

ในส่วนของวิธีการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ของปิยะพงษ์นี้ จะมีวิธีการที่สำคัญอยู่ 2 วิธี ได้แก่ วิธีการนำเสนอโดยการใช้ถ้อยคำและการใช้ภาพ โดยที่วิธีการนำเสนอทั้งสองดังกล่าวนี้จะมีมีความสัมพันธ์ต่อการเป็นดาราฟุตบอลของปิยะพงษ์อยู่เช่นกัน ซึ่งในกรณีของวิธีการใช้ถ้อยคำนั้นสื่อมวลชนและสื่อใหม่จะมีการใช้ถ้อยคำที่สำคัญอยู่ 5 แบบ ได้แก่ การให้สัมภาษณ์หรือฉายา การใช้ถ้อยคำคุณลักษณะ การใช้ถ้อยคำที่อ้างอิงกับความเป็นชาติ การใช้ถ้อยคำที่บ่งบอกอัตลักษณ์ความสามารถทางด้านกีฬา (Sport Self) และการใช้ถ้อยคำอื่น ๆ โดยวิธีการใช้ถ้อยคำในการนำเสนอทั้งหมดนี้จะมีลักษณะเพื่อเป็นที่จดจำและจำได้ของผู้คนทั่วไป ประกอบกับสร้างให้นักฟุตบอลอย่างปิยะพงษ์มีความโดดเด่น และเป็นการง่ายที่สื่อจะทำการนำเสนอในภายหลังที่ผู้คนทั่วไปจะสามารถรับรู้ได้ทันที รวมทั้งวิธีการนำเสนอโดยการใช้ภาพนั้นก็จะเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งของสารที่สื่อใช้ในการนำเสนอ โดยการใช้ภาพที่สำคัญมีอยู่ 4 แบบ คือ การใช้ภาพแบบ maximum action การใช้ภาพความสำเร็จ การใช้ภาพความสามารถเหนือชั้น (Superheroism) และการใช้ภาพอื่น ๆ ซึ่งการใช้ภาพเหล่านี้จะสะท้อนและสื่อสารให้เห็นถึงความสามารถด้านฟุตบอล และความโดดเด่นของนักฟุตบอลที่มีเหนือกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน โดยจะเป็นการตอกย้ำและส่งเสริมความมีชื่อเสียงของนักฟุตบอลที่จะทำให้ผู้คนทั่วไปที่พบเกิดความสนใจ ทั้งนี้

วิธีการนำเสนอดังกล่าวของสื่อนี้ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์และการนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งทั้งถ้อยคำและภาพที่สื่อใช้ในการนำเสนอ นั้นจะเป็นสิ่งที่กระตุ้นสร้างอารมณ์ การจดจำ ความสนใจ และความรู้สึกที่ดีต่อปิยะพงษ์สินในฐานะของการเป็นนักฟุตบอลที่โดดเด่นเหนือนักฟุตบอลคนอื่น ๆ จนกลายเป็นดารานักฟุตบอลที่อยู่ในความสนใจในที่สุด

3.2 เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง

วิธีการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ของเกียรติศักดิ์นี้จะมีวิธีการนำเสนอที่สำคัญอยู่ 2 วิธีเช่นกัน ได้แก่ วิธีการนำเสนอโดยใช้ถ้อยคำและวิธีการนำเสนอโดยใช้ภาพ ซึ่งมีวิธีการนำเสนอทั้งสองดังกล่าวนี้จะเป็นสิ่งที่สำคัญและมีความสัมพันธ์ต่อการนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลของเกียรติศักดิ์อยู่ด้วยเช่นกัน โดยในกรณีของวิธีการนำเสนอโดยใช้ถ้อยคำนั้นสื่อมวลชนและสื่อใหม่จะมีการใช้ถ้อยคำที่สำคัญอยู่ 5 แบบ ได้แก่ การให้สมญานามหรือฉายา การใช้ถ้อยคำคุณลักษณะ การใช้ถ้อยคำที่อ้างอิงกับความเป็นชาติ การใช้ถ้อยคำที่บ่งบอกอัตลักษณ์ความสามารถทางด้านกีฬา (Sport Self) และการใช้ถ้อยคำอื่น ๆ โดยวิธีการใช้ถ้อยคำในการนำเสนอทั้งหมดนี้จะมีลักษณะเพื่อเป็นที่จดจำและจำได้ของแฟนบอลและผู้คนทั่วไป อีกทั้งยังจะสร้างให้นักฟุตบอลอย่างเกียรติศักดิ์เป็นนักฟุตบอลที่มีความโดดเด่น และเป็นการง่ายที่สื่อมวลชนและสื่อใหม่จะทำการนำเสนอในภายหลัง โดยที่ผู้คนทั่วไปจะสามารถรับรู้ได้ทันที รวมทั้งวิธีการนำเสนอโดยใช้ภาพนั้นก็จะเป็นอย่างกลยุทธ์หนึ่งของสารที่สื่อใช้ในการนำเสนอ โดยใช้ภาพที่สำคัญมีอยู่ 4 แบบ คือ การใช้ภาพแบบ maximum action การใช้ภาพความสำเร็จ การใช้ภาพความสามารถเหนือชั้น (Superheroism) และการใช้ภาพอื่น ๆ ซึ่งการใช้ภาพเหล่านี้จะสะท้อนและสื่อสารให้เห็นถึงความสามารถด้านฟุตบอล และความโดดเด่นของนักฟุตบอลที่มีเหนือกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน โดยจะเป็นการตอกย้ำและส่งเสริมความมีชื่อเสียงของนักฟุตบอลที่จะทำให้นักคนทั่วไปที่พบเกิดความสนใจ ทั้งนี้วิธีการนำเสนอดังกล่าวของสื่อนี้ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์และการนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลได้อย่างยิ่ง ซึ่งทั้งถ้อยคำและภาพที่สื่อมวลชนและสื่อใหม่ใช้ในการนำเสนอ นั้นจะเป็นสิ่งที่กระตุ้นสร้างอารมณ์ เพิ่มการจดจำ ความสนใจ และความรู้สึกที่ดีที่มีต่อนักฟุตบอลอย่างเกียรติศักดิ์ในฐานะของการเป็นนักฟุตบอลที่โดดเด่นเหนือนักฟุตบอลคนอื่น ๆ จนกลายเป็นดารานักฟุตบอลที่อยู่ในความสนใจในที่สุด

3.3 อีรเทพ วิโนทัย

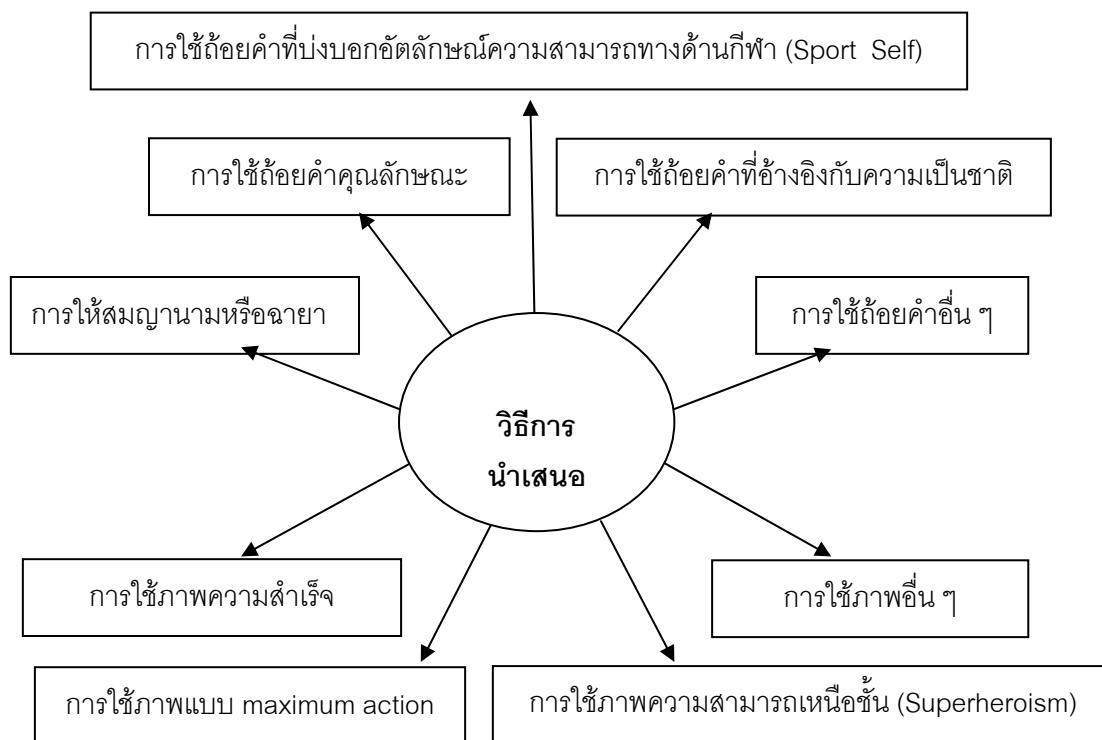
สำหรับวิธีการนำเสนอที่สื่อมวลชนและสื่อใหม่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ของอีรเทพ วิโนทัย นั้นมีวิธีการนำเสนอที่สำคัญอยู่สองวิธีการ อันได้แก่ วิธีการนำเสนอโดยใช้ถ้อยคำและวิธีการนำเสนอโดยใช้ภาพ ซึ่งวิธีการนำเสนอของสื่อทั้งสองวิธีการดังกล่าวนี้พบว่า จะเป็นวิธีการที่สำคัญและมีความสัมพันธ์กับการนำอีรเทพไปสู่

การเป็นดาราฟุตบอลที่มีความโดดเด่นเหนือนักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน โดยวิธีการนำเสนอโดยใช้ถ้อยคำนั้น สื่อมวลชนและสื่อใหม่จะมีการใช้ถ้อยคำที่สำคัญอยู่ 5 แบบ ได้แก่ การให้สมญานามหรือฉายา การใช้ถ้อยคำคุณลักษณะ การใช้ถ้อยคำที่อ้างอิงกับความเป็นชาติ การใช้ถ้อยคำที่บ่งบอกอัตลักษณ์ความสามารถทางด้านกีฬา (Sport Self) และการใช้ถ้อยคำอื่น ๆ รวมทั้งวิธีการนำเสนอโดยใช้ภาพนั้นก็จะยังเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งขอสารที่สื่อใช้ในการนำเสนอ โดยการใช้ภาพที่สำคัญมีอยู่ 4 แบบ คือ การใช้ภาพแบบ maximum action การใช้ภาพความสำเร็จ การใช้ภาพความสามารถเหนือชั้น (Superheroism) และการใช้ภาพอื่น ๆ ทั้งนี้วิธีการนำเสนอทั้งสองดังกล่าวของสื่อนี้ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์และการนำไปสู่การเป็นดาราฟุตบอลได้เป็นอย่างดี ซึ่งทั้งถ้อยคำและภาพที่สื่อมวลชนและสื่อใหม่ใช้ในการนำเสนอ นั้นจะเป็นสิ่งที่กระตุ้นสร้างอารมณ์ เพิ่มการจดจำ ความสนใจ และความรู้สึกที่ดีที่มีต่อนักฟุตบอลอย่างธีรเทพในฐานะของการเป็นนักฟุตบอลที่โดดเด่นเหนือนักฟุตบอลคนอื่น ๆ จนกลายเป็นดารานักฟุตบอลที่อยู่ในความสนใจในที่สุด

สรุปวิธีการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์และเรื่องราวต่าง ๆ ที่ประกอบไปด้วยวิธีการนำเสนอโดยใช้ถ้อยคำและวิธีการนำเสนอโดยใช้ภาพของปิยะพงษ์ ผิวอ่อน, เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และ ธีรเทพ วิโนทัย โดยสื่อมวลชน และสื่อใหม่ พบว่า เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างทั้งสามนี้จะพบความแตกต่างในรายละเอียดบางส่วนเท่านั้น โดยที่วิธีการนำเสนอของธีรเทพจะมีถ้อยคำและภาพที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวที่ปริมาณมากกว่าปิยะพงษ์และเกียรติศักดิ์ แต่ทว่าในรูปแบบหลักของวิธีการนำเสนอโดยใช้ถ้อยคำและวิธีการนำเสนอโดยใช้ภาพ อันประกอบไปด้วยการให้สมญานามหรือฉายา การใช้คำคุณลักษณะ การใช้คำที่อ้างอิงกับความเป็นชาติ การใช้คำที่บ่งบอกอัตลักษณ์ความสามารถทางด้านกีฬา (Sport Self) และการใช้ถ้อยคำอื่น ๆ รวมทั้งวิธีการนำเสนอโดยใช้ภาพนั้นก็จะยังเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งขอสารที่สื่อใช้ในการนำเสนอ โดยการใช้ภาพที่สำคัญมีอยู่ 4 แบบ คือ การใช้ภาพแบบ maximum action การใช้ภาพความสำเร็จ การใช้ภาพความสามารถเหนือชั้น (Superheroism) และการใช้ภาพอื่น ๆ นั้นจะมีความเหมือนกันโดยไม่แตกต่างกันแต่อย่างใด ที่แตกต่างก็เป็นเพียงรายละเอียดบางส่วนของโครงสร้างทั้งหมดดังกล่าวนี้นี้เท่านั้น

ภาพที่ 7.1

แสดงการสรุปวิธีการนำเสนอของกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้ง 3 คน



ดังนั้น ในการศึกษาถึงการสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์ดาราฟุตบอลไทย หรือการที่นักฟุตบอลได้กลายเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) ที่มากกว่าแค่การเป็นฮีโร่หรือวีรบุรุษ (Hero) ในสนามและวงการฟุตบอลเท่านั้น ซึ่งตัวแปรที่สำคัญและมีบทบาทในการสร้างความเป็นดาราให้กับนักฟุตบอลในกระบวนการนั้นก็คือ “สื่อ” โดยเฉพาะสื่อมวลชน และสื่อใหม่ ที่มีคุณสมบัติของการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร และเข้าถึงผู้คนได้จำนวนมากในเวลาเดียวกันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสื่อต่าง ๆ เหล่านี้มีแนวโน้มจะค้นหาในท่ามกลางนักฟุตบอลทั่วไปที่มีอยู่อย่างมากมายในวงการฟุตบอลไทย โดยจะค้นหานักฟุตบอลที่พอจะมี “แวว” และคุณสมบัติหรือภาพลักษณ์โดยรวมที่ดี โดยเฉพาะคุณสมบัติและแววในด้านความสามารถในการเล่นฟุตบอลที่จะเป็นจุดเริ่มต้นและต้องมีความโดดเด่น (Distinction) เหนือกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน หรือการเป็นฮีโร่ (Hero) โดยคุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นฮีโร่ ได้แก่ ต้องเป็นนักฟุตบอลที่ประสบความสำเร็จในการนำทีมหรือมีส่วนร่วมและส่วนสำคัญกับทีมในการคว้าแชมป์ต่าง ๆ เช่น การทำประตูให้ทีมได้รับชัยชนะ เป็นต้น ทั้งในระดับสโมสรและโดยเฉพาะในระดับชาติที่เป็นการแข่งขันรายการใหญ่หรือรายการที่ได้รับการยอมรับจากคนส่วนใหญ่ เช่น การแข่งขันฟุตบอลโลก การแข่งขันฟุตบอลถ้วยพระราชทานประเภท ก และการแข่งขันในกีฬาซีเกมส์ เป็นต้น หลังจากนั้นสื่อก็จะใช้บทบาทในการนำเสนอที่

ตัวเองมีอยู่กับเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลเหล่านั้น เพื่อที่จะเป็นการให้สถานภาพที่ดีแก่นักฟุตบอลจนกลายเป็นที่รู้จักของผู้คนทั่วไปในสังคมหรืออีกนัยหนึ่งก็คือ บทบาทของสื่อในการให้สถานภาพ (Status Conferral) จากนักฟุตบอลกลายเป็น “ดาราฟุตบอล” ในที่สุด

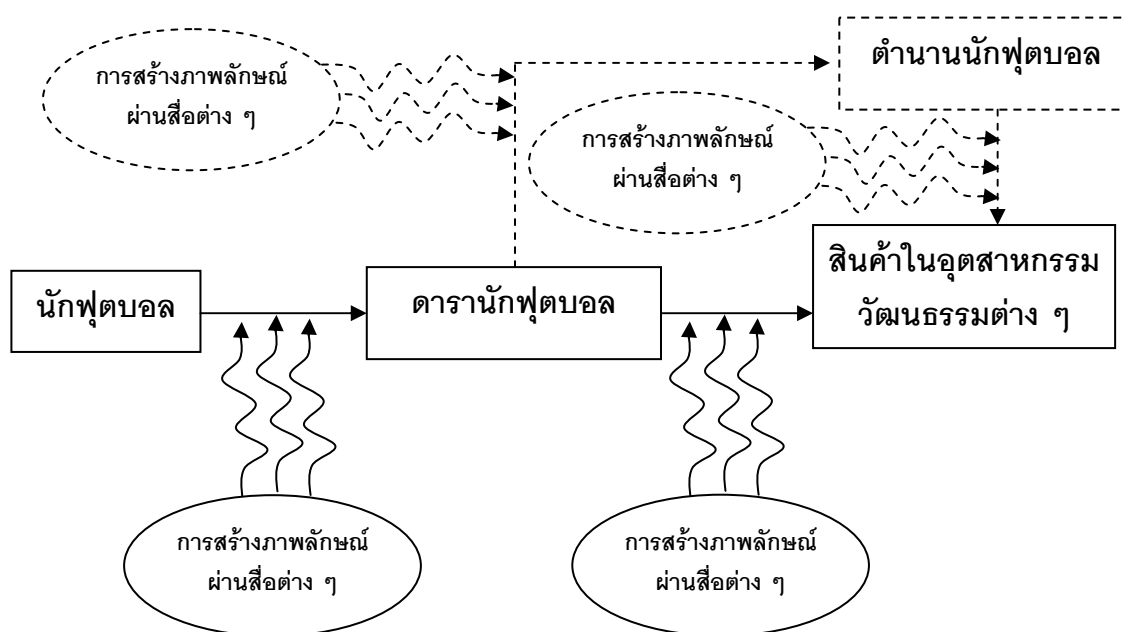
ทั้งนี้ในการนำเสนอของสื่อต่าง ๆ ดังกล่าวนั้นจะไม่ใช่เป็นเพียงการนำเสนอธรรมดาทั่วไป หากแต่ทว่าจะเป็นการนำเสนอหรือการสื่อสารที่มีกลยุทธ์ ซึ่งจะมีทั้งกลยุทธ์ของสื่อ (Media Strategy) ซึ่งได้แก่ ประเภทของสื่อ ความเป็นสื่อ บทบาทของสื่อ และกลยุทธ์ของสาร (Message Strategy) อันประกอบไปด้วย การเลือกประเด็นการนำเสนอ รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการนำเสนอที่จะเป็นเครื่องมือของการสื่อสารที่สำคัญที่จะทำให้ นักฟุตบอลเหล่านี้กลายเป็นนักฟุตบอลที่มีความโดดเด่นและกลายเป็นดาราฟุตบอลเหมือนนักฟุตบอลทั่ว ๆ ไป ในที่สุด โดยในการเป็นดาราฟุตบอลนี้ แก่นหรือเนื้อหาของสื่อแต่ละประเภทจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ต่าง ๆ ที่ได้นำเสนอออกมา แต่อย่างไรก็ตามการนำเสนอภาพลักษณ์ที่เกิดจากเนื้อหาของสื่อนี้ก็จะต้องยังมีทิศทางความสามารถด้านกีฬาและฟุตบอลเข้ามาเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงอยู่เช่นกัน รวมทั้งการไปปรากฏตัวของนักฟุตบอลในสื่อประเภทสื่ออื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากสื่อที่เกี่ยวกับกีฬา (Media Sport) นั้น ก็เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อการเป็นดาราฟุตบอลเช่นกัน

นอกจากนี้ในแง่ของการเป็นดาราฟุตบอลพบว่าสื่อต่าง ๆ จะให้ความถี่ (Frequency) ในการนำเสนอที่มากกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกัน โดยในการนำเสนอของสื่อจะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในเรื่องช่วงเวลาที่มีการแข่งขันของฟุตบอลรายการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศและการแข่งขันฟุตบอลระหว่างประเทศ ประกอบกับผลงานที่ได้แสดงออกมาในเกมการแข่งขันแต่ละเกม รวมทั้งเหตุการณ์สำคัญ ๆ ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหรือมีการเปลี่ยนแปลงภายในชีวิตเป็นหลัก อีกทั้งในส่วนบทบาทของสื่อ การเลือกประเด็นการนำเสนอ รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการนำเสนอ ที่เป็นกลยุทธ์และมีความสัมพันธ์ในนำไปสู่การสร้างความเป็นดาราฟุตบอลเช่นเดียวกันนั้นก็จะมีความหลากหลายที่ให้ความสำคัญกับเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ที่มากกว่าความสามารถในการเล่นฟุตบอลหรือภาพลักษณ์ด้านกีฬาเท่านั้น ซึ่งสรุปได้ว่าการจะเป็นดารา นักฟุตบอลหรือการกระทำของสื่อต่าง ๆ ที่มีต่อการสร้างความเป็นดาราฟุตบอลนี้จะมีรูปแบบหรือโครงสร้างที่แน่นอนที่ได้กล่าวมาแล้วทั้งหมดในข้างต้นนี้ ซึ่งจะสังเกตได้จากกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้งสามคนจะมีรูปแบบหลัก ๆ ที่เหมือนกันแต่จะแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยในรายละเอียดย่อยเท่านั้น

อย่างไรก็ตามจากกลยุทธ์ต่าง ๆ ดังกล่าวที่เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเป็นดาราฟุตบอลให้กับนักฟุตบอลคนหนึ่งนั้น สิ่งสำคัญก็คือ สื่อต่าง ๆ ได้กลายสภาพให้นักฟุตบอลเปลี่ยนไปเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่สามารถขายหรือขยายไปได้ในหลายวงการโดยเฉพาะในวงการบันเทิงและธุรกิจ ซึ่งแตกต่างจากนักฟุตบอลทั่วไปที่จะสามารถขายได้ในวงการฟุตบอลเท่านั้น โดยรูปแบบการแปลงนักฟุตบอลไปเป็นดาราฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้งสามคนสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 7.2

แสดงสรุปรูปแบบการเป็นดาราฟุตบอลและการเป็นสินค้า
ทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้ง 3 คน



เส้นทึบ หมายถึง รูปแบบการเป็นดาราฟุตบอลที่เหมือนกันของกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้ง 3 คน
เส้นปะ หมายถึง รูปแบบการเป็นดาราฟุตบอลที่เพิ่มเติมของปิยะพงษ์และเกียรติศักดิ์ แต่ยังไม่พบในกรณีของธีรเทพ

จากภาพที่ 7.2 กล่าวโดยสรุปได้ว่านักฟุตบอลอย่างปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ ที่เป็นนักฟุตบอลในวงการฟุตบอลไทยนั้น เมื่อมีการแสดงความสามารถและประสบความสำเร็จออกมาในระดับหนึ่งที่มีความน่าสนใจแล้ว สื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อมวลชน และสื่อใหม่ จะเข้ามานำเสนอเรื่องราวและเนื้อหาภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของนักฟุตบอลเหล่านี้จนทำให้ปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ ได้กลายเป็น “ดาราฟุตบอล”และนำไปสู่การเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่สื่อได้ใช้ประโยชน์ต่อไปในที่สุด โดยขั้นตอนดังกล่าวนี้จะมีลักษณะที่เหมือนกันของนักฟุตบอลกลุ่มตัวอย่างทั้งสามคน แต่สิ่งที่แตกต่างกันนั้นพบว่า ปิยะพงษ์และเกียรติศักดิ์ จะมีลักษณะของการเป็นตำนาน (Legend) นักฟุตบอล ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้นำเสนอ ซึ่งก็จะนำไปสู่การเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมได้ด้วยเช่นกัน ในขณะที่กรณีของธีรเทพยังไม่พบลักษณะของการนำเสนอเช่นนี้ โดยส่วนหนึ่งมาจากการที่ธีรเทพยังเล่นฟุตบอลอยู่ ซึ่งหากว่าธีรเทพนั้นยังอยู่ในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมดังกล่าวนี้ต่อไปเป็นระยะเวลาอย่างต่อเนื่องแล้ว ก็จะสามารถกลายเป็น “ตำนาน” (Legend) ได้เช่นกัน ทั้งนี้ในการเป็นตำนานฟุตบอลนั้นจะขึ้นอยู่กับว่าได้ดำรงอยู่ในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry) อย่างยาวนานหรือเป็นระยะเวลาานประกอบกับจะต้องสามารถที่จะรักษาหรือคงไว้ (Maintain) ซึ่งความเป็นดาราเอาไว้ให้นาน ดังนั้น การเป็นตำนานฟุตบอลนี้จะต้องอยู่ในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอย่างยาวนาน และในขณะเดียวกันก็จะต้องมีการรักษาและคงไว้ซึ่งความเป็นดาราฟุตบอลนี้เอาไว้ให้นานอีกด้วยเช่นกัน

ดังนั้น การสร้างความเป็นดาราฟุตบอลหรือการกลายเป็นดาราฟุตบอลนั้นจะเกิดจากการที่นักฟุตบอลคนหนึ่งได้แสดงความสามารถที่โดดเด่นออกมาในระดับหนึ่ง และสื่อก็จะเริ่มเข้ามาเป็นผู้ที่นำเสนอจนนักฟุตบอลผู้นั้นเริ่มเป็นที่รู้จักแก่ผู้คนทั่วไป โดยที่สื่อจะทำการสื่อสารอย่างมีกลยุทธ์อย่างต่อเนื่องกับนักฟุตบอลผู้นั้นทั้งรายละเอียดที่เกี่ยวกับเนื้อหาภาพลักษณ์ความสามารถด้านกีฬาและเนื้อหาภาพลักษณ์ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว ซึ่งจะมีความแตกต่างกับนักฟุตบอลทั่วไปคนอื่น ๆ ในรุ่นเดียวกันอย่างชัดเจน จนนำไปสู่การเป็นผู้มีชื่อเสียงในวงการฟุตบอล หรือการเป็นดาราฟุตบอล และในที่สุดสื่อต่าง ๆ ที่ได้สร้างความเป็นดาราให้กับนักฟุตบอลผู้นี้ ก็จะใช้ประโยชน์จากการเป็นดาราฟุตบอลให้กลายเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ ในสังคมได้อีกทอดหนึ่ง

อภิปรายผล

1. การสื่อสารกับกระบวนการกลายเป็นดาราฟุตบอล

ในปัจจุบันวงการฟุตบอลมีการผลิตนักฟุตบอลอยู่เป็นจำนวนมากทั้งที่เป็นทางการ คือ เป็นนักฟุตบอลที่มีการแข่งขันที่เป็นระบบอย่างต่อเนื่องและเป็นที่ยอมรับของผู้คนทั่วไปในสังคม กับนักฟุตบอลที่ไม่เป็นทางการที่จะมีลักษณะของการเล่นฟุตบอลเพื่อความบันเทิงหรือเป็นการออกกำลังกายเท่านั้น โดยนักฟุตบอลทั้งหมดเหล่านี้ก็จะมีชื่อเสียงที่แตกต่างกันออกไปแล้วแต่คน ซึ่งการเป็นนักฟุตบอลที่โดดเด่นหรือการเป็นดาราฟุตบอลนั้นจะไม่สามารถเป็นได้ทุกคน โดยจะต้องเป็นนักฟุตบอลที่มีแววที่ดีในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะเรื่องฟุตบอลที่เป็นจุดเริ่มต้นของความสนใจของสาธารณชนและจะนำไปสู่ความสนใจในเรื่องอื่น ๆ ต่อไป

ทั้งนี้ความสนใจที่เกิดขึ้นจะเป็นความสนใจที่มาจากสื่อต่าง ๆ ก่อน ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต โดยสื่อทั้งหลายเหล่านี้ จะเป็นผู้นำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ของนักฟุตบอลที่มีความโดดเด่น ดังกลุ่มตัวอย่างเช่น ปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ เพื่อให้เกิดการรู้จักและรับรู้ของผู้คนทั่วไปในสังคมหรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้รับสาร จนนำไปสู่การรับรู้ที่มากไปกว่าแค่เรื่องราวต่าง ๆ ทั่วไป ซึ่งก็คือ จะกลายเป็นการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลเหล่านี้

นักฟุตบอลทั่วไปล้วนแล้วแต่จะมีภาพลักษณ์ในเรื่องของความสามารถด้านกีฬาเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เพียงแต่นักฟุตบอลแต่ละคนก็อาจจะมียกระดับภาพลักษณ์ที่ทำให้ผู้อื่นสนใจแตกต่างกันออกไป ซึ่งนักฟุตบอลที่มีความโดดเด่นในภาพลักษณ์ความสามารถด้านกีฬามากก็จะเป็นที่สนใจของสื่อต่าง ๆ ในการนำเสนอ นักฟุตบอลคนนั้นมากกว่านักฟุตบอลคนอื่น ๆ รวมทั้งสื่อยังจะให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวอีกด้วยเช่นกัน ซึ่งในการนำเสนอที่สื่อสารไปยังแฟนฟุตบอลหรือผู้รับสารนั้น การสื่อสารที่จะนำไปสู่การกลายเป็นดาราฟุตบอลนั้นจะสามารถมองได้ใน 2 แง่มุม ได้แก่ ถ้าเป็นแง่มุมในเชิงปริมาณการนำเสนอ นั้นจะมีลักษณะของการนำเสนอที่ให้ปริมาณความถี่ของการปรากฏตัวผ่านสื่อที่มาก ประกอบกับจะเป็นการนำเสนอที่มาจากสื่อที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชนที่ประกอบไปด้วย โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต ซึ่งทั้งในส่วนของความถี่และประเภทของสื่อจะมีปริมาณที่มาก และในขณะเดียวกันถ้าเป็นแง่ของในเชิงคุณภาพแล้วนั้น จะต้องมีความเข้มข้นในเชิงคุณภาพหรือจะต้องมีการสร้างความแตกต่าง (Distinction) ที่โดดเด่นไปจากนักฟุตบอลคนอื่น ๆ ที่อยู่ในรุ่นเดียวกัน ในการนำเสนอภาพลักษณ์ที่จะสื่อสารไปยังผู้รับสาร

อย่างไรก็ตามการที่สื่อต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญกับการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ของนักฟุตบอลที่โดดเด่นจนกลายเป็นการรับรู้ถึงภาพลักษณ์นั้น สื่อต่าง ๆ ไม่ได้ต้องการแค่ที่จะให้ผู้คนในสังคมหรือผู้รับสารได้รับรู้แค่ภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลเพียงเท่านั้น แต่สื่อพยายามสร้างภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอย่างปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ ให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Commodity) ชนิดหนึ่งที่จะได้ใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้ในการนำเสนอขายต่อไปในที่สุด หรืออีกนัยหนึ่งเป็นการแปลง “ภาพลักษณ์” ให้กลายเป็นทุนทางเศรษฐกิจนั่นเอง

ทั้งนี้รูปแบบการเป็นดาราฟุตบอลหรือรูปแบบของการแปลงภาพลักษณ์ให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Commodity) ชนิดหนึ่งของสื่อมวลชน และสื่อใหม่ ในกรณีของปิยะพงษ์ เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ นั้นก็มีความแตกต่างกันในรูปแบบอยู่บ้าง โดยรูปแบบที่ปรากฏในกรณีของปิยะพงษ์และเกียรติศักดิ์นั้นจะมีลักษณะที่เหมือนกัน ซึ่งจะเริ่มต้นจากการเป็นนักฟุตบอลแล้วสื่อก็นำเสนอในสิ่งต่าง ๆ จนกลายเป็นดาราฟุตบอลและสินค้าทางวัฒนธรรมในที่สุด และที่สำคัญทั้งสองคนยังมีความเป็น “ตำนานฟุตบอล” ที่สามารถนำไปสู่การเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมได้อีกเช่นกัน โดยจะต่างกับธีรเทพที่ยังไม่มีลักษณะของความเป็นตำนานฟุตบอล แต่จะพบแก่นักฟุตบอลที่กลายเป็นดาราฟุตบอลและนำไปสู่สินค้าทางวัฒนธรรมในที่สุดเท่านั้น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะธีรเทพยังเล่นฟุตบอลและอยู่ในขั้นตอนของการพิสูจน์ตัวเองจึงยังไม่พบความเป็นตำนานฟุตบอล โดยผู้วิจัยอนุมานว่าถ้าธีรเทพสามารถที่จะรักษาและคงไว้ซึ่งความเป็นดาราอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับสามารถที่จะอยู่ในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอย่างยาวนานแล้วนั้น ธีรเทพก็จะสามารถกลายเป็นตำนานฟุตบอลได้เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ประเด็นที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งของการเป็นดาราฟุตบอลนั้น ได้แก่ วงการฟุตบอลไทยนี้ถือว่ามีฮีโร่ที่ค่อนข้างน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับวงการฟุตบอลต่างชาติโดยเฉพาะวงการฟุตบอลตะวันตก เพราะฉะนั้นสินค้าหรือวัตถุที่มีมากของวงการฟุตบอลตะวันตกจึงได้ทำให้อุตสาหกรรมทางภาพลักษณ์จะมีลักษณะของอุตสาหกรรมที่ใหญ่ แต่ในขณะที่วงการฟุตบอลไทยนั้นนักฟุตบอลที่เป็นฮีโร่ในแต่ละรุ่น (Generation) นั้น จะมีค่อนข้างน้อยมากจึงทำให้เกิดลักษณะของการไร้คู่แข่งขึ้น คือ ในแต่ละรุ่นของวงการฟุตบอลไทยที่ผ่านมาจะมีฮีโร่หลัก ๆ อยู่เพียงคนเดียวเท่านั้น ซึ่งบางคนในรุ่นเดียวกันอาจจะมีความสามารถเป็นที่ยอมรับอยู่บ้าง แต่ทว่าก็ไม่สามารถขึ้นมาเป็นดาราฟุตบอลในรุ่นนั้น ๆ ได้ หรือถึงแม้จะขึ้นมาได้แต่ก็จะเป็นเพียงแค่ช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ที่ไม่ต่อเนื่องเท่านั้น รวมทั้งความเป็นดาราก็จะมีน้อยกว่าอีกด้วย ซึ่งก็ทำให้การขึ้นมาเป็นดาราฟุตบอลของนักฟุตบอลในวงการฟุตบอลไทยในแต่ละรุ่นนั้นไม่มีคู่แข่งหรือมีคู่แข่งน้อยมากเมื่อเทียบกับวงการฟุตบอลในชาติตะวันตก แต่ทว่าบริบทของสังคมในปัจจุบันนี้อาจจะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบที่คล้ายกับวงการฟุตบอลตะวันตกมากขึ้น คือ วงการฟุตบอลไทยมีการ

สร้างลีกหรือการแข่งขันที่มีความเป็นอาชีพมากขึ้นนั่นก็คือ ฟุตบอลไทยแลนด์ลีก ดังนั้น ในปัจจุบัน ดาราฟุตบอลก็อาจจะมีคู่แข่งมากขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ สื่อจะมีตัวละครหรือวัตถุดิบที่มากขึ้นนั่นเอง

อย่างไรก็ตามจากการที่ผู้มีชื่อเสียง (Celebrity) เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างง่ายดายนกว่าการสร้างฮีโร่ (Hero) เพราะเพียงแค่มีการใช้สื่อในเชิงปริมาณที่ให้ความถี่และความหลากหลายเข้าไปเป็นอย่างมากก็จะทำให้นักฟุตบอลที่เป็นฮีโร่กลายเป็นดาราฟุตบอล (Football) ได้แล้วนั่นเอง แต่ทว่าในกรณีของการเป็นฮีโร่นั้นถึงแม้จะใช้สื่อในปริมาณที่มากมายเท่าใดก็ไม่สามารถที่จะปั้นหรือสร้างฮีโร่ นักฟุตบอลขึ้นมาได้ ซึ่งฮีโร่จะต้องใช้เวลาอย่างยาวนานพอสมควรในการแสดงหรือสั่งสมซึ่งความสามารถในการเล่นฟุตบอลจนประสบความสำเร็จเท่านั้น ดังนั้น หากเราใช้แนวคิดของบัวร์สติน ก็จะพบว่าทุกวันนี้สื่อต่าง ๆ จะพยายามลงทุนแต่กับการปั้นหรือสร้างภาพลักษณ์ดาราฟุตบอลเป็นส่วนใหญ่นั้น แต่ทว่ายังไม่ค่อยมีความพยายามที่จะลงทุนในการปั้นและผลิตวีรบุรุษหรือฮีโร่ นักฟุตบอลที่แท้จริงออกมามากนัก โดยในการที่ผู้มีชื่อเสียงหรือดาราฟุตบอลมักจะถูกสร้างขึ้นมาก็เป็นเพราะว่าผู้มีชื่อเสียงหรือดาราฟุตบอลนั้นจะสามารถขายได้ในวงการอื่น ๆ ด้วยที่มากกว่าแค่วงการกีฬาและฟุตบอลเพียงเท่านั้น ประกอบกับการสร้างที่ง่ายและรวดเร็วกว่าการสร้างฮีโร่ นักฟุตบอลอีกด้วยนั่นเอง

ทั้งนี้ในปัจจุบันลักษณะของการสร้างผู้มีชื่อเสียงจะมีมากในวงการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งยังไม่เกิดโดยตรงและชัดเจนนักกับวงการฟุตบอล แต่ถ้ายังไม่มีการให้ความสำคัญกับการสร้างฮีโร่หรือยังไม่มีกรอบทบทวนถึงการทำอย่างไรให้ผู้มีชื่อเสียงได้รักษาความเป็นฮีโร่เอาไว้ให้ได้บ้าง ก็จะทำให้ในอนาคตวงการฟุตบอลจะมีลักษณะเช่นเดียวกันกับวงการบันเทิงในปัจจุบัน ที่ไม่มีของจริงให้ขายมากนักแต่จะขายภาพลักษณ์หรือของปลอมเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น ถ้าให้ความสำคัญกับการสร้างผู้มีชื่อเสียงหรือดาราฟุตบอลมากเกินไปโดยไม่คำนึงถึงการรักษาความเป็นฮีโร่หรือการสร้างฮีโร่ที่แท้จริงบ้าง ก็อาจจะทำให้วงการฟุตบอลมีลักษณะคล้ายกับวงการบันเทิงที่อาจจะไม่มีอะไรให้ขายต่อไปเลยในอนาคต เพราะไม่มีของจริงอยู่เลยนั่นเอง

2. ภาพลักษณ์และลักษณะการสร้างภาพลักษณ์ดาราฟุตบอลไทย

ในปัจจุบันภาพลักษณ์ถือได้ว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะจากการที่ผู้คนทั่วไปส่วนใหญ่อาจจะไม่สามารถพบเจอกับสิ่งที่เป็นอย่างจริงได้ โดยเฉพาะกับดาราหรือผู้มีชื่อเสียงแล้วนั้น ภาพลักษณ์จะเป็นตัวแทนที่จะนำไปสู่การรับรู้ของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งนักฟุตบอลที่จะกลายเป็นดาราฟุตบอลก็เช่นเดียวกัน ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง โดยผู้วิจัยจะอภิปรายจากแนวคิดของ

บัวร์สตินที่จะเชื่อมโยงให้เห็นถึงลักษณะของการสร้างภาพลักษณ์ตามแนวคิดของบัวร์สตินที่ได้ถูกสร้างขึ้นมาจากสื่อต่าง ๆ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7.4

แสดงการอภิปรายผลเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ตามแนวคิดของ
บัวร์สตินโดยสื่อมวลชนและสื่อใหม่

ลักษณะของการสร้างภาพลักษณ์ตาม แนวคิดของบัวร์สติน	กลยุทธ์และลักษณะที่พบใน การนำเสนอของสื่อ
Planned คือ การสร้างภาพลักษณ์มีการวางแผน อย่างไร	- เป็นระบบและมีขั้นตอน - ใช้กลยุทธ์สื่อและกลยุทธ์สาร
Planted คือ การสร้างภาพลักษณ์มีการปลูกฝัง อย่างไร	- ความถี่ของสื่อ - ความหลากหลายของสื่อ
Incited คือ การสร้างภาพลักษณ์มีการเร้าอารมณ์ อย่างไร	- วิธีการนำเสนอโดยการใช้อ້อ่ยคำและใช้ ภาพ
Aimed คือ การสร้างภาพลักษณ์มีการกำหนด เป้าหมายเพื่ออะไร	- เพื่อให้กลายเป็นดาราฟุตบอล - เพื่อเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมของสื่อ
Transformed คือ การสร้างภาพลักษณ์มีการ เปลี่ยนแปลงได้หรือไม่อย่างไร	- มีการเปลี่ยนแปลงได้ - จากดาราฟุตบอลกลายเป็นตำนาน ฟุตบอล

จากตารางข้างต้นนี้จะเป็นการอภิปรายที่แสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์และลักษณะที่พบในการนำเสนอของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวและภาพลักษณ์ดาราฟุตบอลอย่างปิยะพงษ์ ผิวอ่อน, เกียรติศักดิ์ เสนาเมือง และ ธีรเทพ วิโนทัย จากลักษณะขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์ตามแนวคิดของบัวร์สตินทั้ง 5 ข้อ ซึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ได้มีการวางแผน (Planned) โดยดูจากนักฟุตบอลทั่วไปว่าใครมีความโดดเด่นและก็จะทำการนำเสนอ เมื่อมีการนำเสนอในเรื่องราวทั่วไป ทั้งในเรื่องราวและเนื้อหาที่เกี่ยวกับความสามารถด้านฟุตบอลและเรื่องราวในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว เรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่องสิ่งเหล่านี้ก็จะเกิดกลายเป็นภาพลักษณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของนักฟุตบอลทั้งภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความสามารถด้านฟุตบอล และภาพลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ซึ่งเกิดจากการกระทำของสื่อต่าง

ๆ อย่างเป็นระบบและมีกลยุทธ์ในการวางแผน ซึ่งก็ทำให้เห็นว่าดาราดุบอลไม่ได้เกิดเองตามธรรมชาติแต่จะมีการวางแผน (Designed) เอาไว้แล้วนั่นเอง

สื่อมวลชนและสื่อใหม่จะมีการปลูกฝัง (Planted) ภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอย่างปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ โดยจะมีการให้ความถี่ในการนำเสนอที่มากกว่าและต่อเนื่องกว่านักฟุตบอลทั่วไปในรุ่นเดียวกันในสื่อประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต รวมทั้งความหลากหลายของสื่อในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ บทบาทของสื่อที่ประกอบไปด้วยบทบาทการให้ข้อมูล บทบาทการให้ความหมาย และบทบาทการประเมินคุณค่า ก็จะเป็นกลยุทธ์ที่สื่อใช้ในการปลูกฝังภาพลักษณ์ของปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ ไปสู่ผู้คนทั่วไปในสังคม โดยจะทำให้เกิดการรับรู้จากบทบาทของสื่อดังกล่าวทั้งหมดนี้ ที่จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้ที่สุด อีกทั้งการเลือกประเด็นการนำเสนอต่าง ๆ ทั้งประเด็นความสามารถด้านกีฬาและประเด็นด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวก็จะเป็นลักษณะที่ทำให้รับรู้ในเรื่องราวต่าง ๆ ของนักฟุตบอลเหล่านี้ และกลายเป็นการปลูกฝังภาพลักษณ์ในที่สุด นอกจากนี้รูปแบบการนำเสนอที่ประกอบไปด้วย รูปแบบข่าว รูปแบบบทความ รูปแบบบทสัมภาษณ์และการสัมภาษณ์ รูปแบบโฆษณาและความบันเทิง และรูปแบบอื่น ๆ นั้น ก็จะเป็นการปลูกฝังภาพลักษณ์เช่นกัน ซึ่งรูปแบบต่าง ๆ ทั้งหมดนี้จะมีลักษณะของการนำเสนอที่ทำให้เกิดการรับรู้เช่นนั้น เช่น รูปแบบของข่าวที่จะมีลักษณะของการให้ข้อเท็จจริง (fact) ที่ต่อเนื่องและจะทำให้เกิดการรับรู้ว่าเป็นจริงในสิ่งนั้น ซึ่งในที่สุดก็คือ การปลูกฝังภาพลักษณ์เช่นกัน ดังนั้น ความถี่ของสื่อ บทบาทของสื่อ การเลือกประเด็นการนำเสนอ และรูปแบบการนำเสนอ ก็คือ ความหลากหลายของสื่อ ซึ่งจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการปลูกฝังภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอย่างปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ ได้ในที่สุด

นอกจากนี้การเร้าอารมณ์ (Incited) จากภาพลักษณ์โดยสื่อมวลชน และสื่อใหม่ ที่ได้สร้างกับนักฟุตบอลอย่างปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ นั้น สื่อดังกล่าวจะมีกลยุทธ์และวิธีการในการเร้าอารมณ์โดยวิธีการนำเสนอจากการใช้ถ้อยคำและการใช้ภาพ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ถ้อยคำที่ประกอบไปด้วย การให้สมญานามหรือฉายา การใช้ถ้อยคำคุณลักษณะ การใช้ถ้อยคำที่อ้างอิงกับความเป็นชาติ การใช้ถ้อยคำที่บ่งบอกอัตลักษณ์ความสามารถทางด้านกีฬา (Sport Self) และการใช้ถ้อยคำอื่น ๆ รวมทั้งการใช้ภาพที่มีทั้งการใช้ภาพแบบ maximum action การใช้ภาพความสำเร็จ การใช้ภาพความสามารถเหนือชั้น (Superheroism) และการใช้ภาพอื่น ๆ ซึ่งทั้งหมดนี้จะเป็นสิ่งที่สื่อใช้ในการเร้าอารมณ์อย่างชัดเจน เช่น การตั้งสมญานามให้กับปิยะพงษ์ว่า “เพชรฆาตหน้าหยก” ที่ทำให้ผู้คนทั่วไปหรือก็คือ ผู้รับสารเกิดความรู้สึกมีอารมณ์ร่วมไปกับสิ่งที่ได้รับ หรือแม้กระทั่งการใช้ภาพความสามารถเหนือชั้นของธีรเทพและเกียรติศักดิ์ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อภาพลักษณ์ และสิ่งที่สื่อได้นำเสนอออกมา

ทั้งนี้การสร้างภาพลักษณ์ของปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ นั้นจะมีการกำหนดเป้าหมาย (Aimed) ไว้ด้วยเช่นกัน โดยมีเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์เพื่อที่จะทำให้นักฟุตบอลเหล่านี้กลายเป็นที่รู้จักมีชื่อเสียงจากผู้คนทั่วไปในสังคมหรือก็คือ การเป็นดาราฟุตบอลในที่สุด และนอกจากนี้การกลายเป็นดาราฟุตบอลก็จะเสมือนเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมชนิดหนึ่งที่สื่อจะใช้ประโยชน์ในการขาย ซึ่งก็คือ เป้าหมายอีกอย่างหนึ่งของสื่อในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับนักฟุตบอลเหล่านี้

อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์นั้นสามารถที่จะมีการเปลี่ยนแปลง (Transformed) ได้ โดยการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลอย่างปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ นั้น จะเป็นในส่วนของ การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์จากการเป็นดาราฟุตบอลกลายเป็นภาพลักษณ์ของการเป็นตำนานนักฟุตบอล โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับปิยะพงษ์และเกียรติศักดิ์แล้ว แต่ยังไม่เกิดขึ้นกับธีรเทพ ซึ่งในเรื่องดังกล่าวนี้ก็จะทำให้เห็นว่าภาพลักษณ์นั้นมีการเปลี่ยนแปลงได้ ดังตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของการเป็นดาราฟุตบอลไปเป็นตำนานนักฟุตบอลในการศึกษาภาพลักษณ์ของปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ธีรเทพ ที่เกิดจากการนำเสนอของสื่อมวลชนและสื่อใหม่ นั่นเอง

นอกจากนี้สื่อนั้นยังมีบทบาทต่าง ๆ มากมายกับมนุษย์ไม่ว่าจะเป็น บทบาทหน้าที่ในการสอดส่องดูแลสังคม (Surveillance) บทบาทหน้าที่ในการประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคม (Correlation) บทบาทหน้าที่ในการสืบทอดวัฒนธรรมทางสังคม (Cultural Transmission) และบทบาทหน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment) ที่ทั้งหมดถือว่าเป็นบทบาทหลักของสื่อ และนอกจากนี้บทบาทหน้าที่ที่สำคัญของสื่ออีกบทบาทหนึ่ง ซึ่งได้แก่ บทบาทในการมอบหมายสถานภาพหรือการให้สถานภาพ (Status Conferral) โดยเป็นบทบาทที่จะทำให้นักบุคคลคนหนึ่งได้กลายเป็นที่รู้จักและสนใจจากผู้อื่น ๆ ในสังคม และจะกลายเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) ขึ้นมาได้ในที่สุด ซึ่งในกรณีของกลุ่มตัวอย่างนักฟุตบอลทั้ง 3 คน นั้นเมื่อสื่อได้เข้ามามีบทบาทในการให้สถานภาพ (Status Conferral) มากและหลากหลายขึ้นความสัมพันธ์หรือสัดส่วนของการเป็นฮีโร่หรือวีรบุรุษ (Hero) นั้นจะมีสัดส่วนที่น้อยลงไป โดยในกรณีของลิซอ ธีรเทพ นั้นที่ในหลาย ๆ ครั้งจะลงเล่นในฐานะตัวสำรองในการเล่นระดับทีมชาติ ซึ่งจะต่างจากปิยะพงษ์และเกียรติศักดิ์ ที่มักจะได้ลงเล่นเป็นตัวจริงถ้าไม่มีอาการบาดเจ็บ ซึ่งก็จะแสดงให้เห็นถึงภาพการเป็นฮีโร่ที่สูงกว่า ดังนั้น การที่ลิซอไม่ได้ลงเล่นแต่การให้สถานภาพจากสื่อก็ทำให้เป็นผู้มีชื่อเสียงได้ถึงแม้ความเป็นฮีโร่จะดูน้อยกว่าก็ตาม

ทั้งนี้ในส่วนของการนำเสนอและการสร้างภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นที่ไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ความสามารถด้านกีฬา และภาพลักษณ์ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว

ของนักฟุตบอลอย่าง ปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ชีรเทพ นั้น การที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้ทำการสื่อสารในลักษณะเช่นนี้ก็จะกลายเป็นลักษณะของการให้สร้างความสนใจ ความรู้จัก และความโดดเด่นแก่ผู้คนในสังคมได้รับรู้ หรือก็คือ สื่อได้พยายามให้สถานภาพแก่นักฟุตบอลดังกล่าวนี้ โดยการนำเสนอและการสร้างภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ของนักฟุตบอลกลุ่มตัวอย่างทั้งสามคนอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น การนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่สื่อมวลชน และสื่อใหม่ได้นำเสนอจะเป็นจุดเริ่มต้นของการแนะนำนักฟุตบอลให้เป็นที่รู้จัก และเกิดความสนใจอยากที่จะติดตาม โดยสิ่งเหล่านี้ที่สื่อดังกล่าวได้นำเสนอในภายหลังก็จะกลายเป็นเนื้อหาภาพลักษณ์หรือภาพลักษณ์ในเรื่องต่าง ๆ หรือก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ของปิยะพงษ์, เกียรติศักดิ์ และ ชีรเทพ ที่ทำให้เกิดการรับรู้ในหมู่ผู้รับสารว่ามีภาพลักษณ์อะไร และมีภาพลักษณ์เช่นไรบ้าง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ที่สื่อได้พยายามสร้างทั้งการนำเสนอเรื่องราว และการสร้างภาพลักษณ์ให้กับนักฟุตบอลนั้นในท้ายที่สุดก็คือ สื่อ โดยเฉพาะสื่อมวลชน และสื่อใหม่ กำลังให้สถานภาพหรือมอบหมายสถานภาพ (Status Conferral) ที่ดีขึ้นไปอีกให้นักฟุตบอลที่ได้นำเสนอเหล่านั้นนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผู้วิจัยเห็นว่าควรจะมีการทบทวนในการที่จะทำอะไรให้ผู้มีชื่อเสียง (Celebrity) นี้ไปรักษาไว้ซึ่งการเป็นฮีโร่ (Hero) เอาไว้ให้ได้ด้วย หรือควรจะมีการสร้างฮีโร่ที่แท้จริงขึ้นมาบ้าง แทนที่จะสร้างแต่ผู้มีชื่อเสียงเพียงอย่างเดียวเท่านั้น
2. วงการสื่อโดยเฉพาะสื่อมวลชน และสื่อใหม่ น่าจะใช้บทบาท หรือกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่มีไปปรับใช้กับการสร้างความสนใจ ความนิยม ให้กับเรื่องราวและวงการอื่น ๆ เช่น สังคม เศรษฐกิจ การเมือง หรือ วัฒนธรรม เป็นต้น เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมและประเทศชาติมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรจะมีการศึกษาถึงความเป็นดาราของนักกีฬาประเภทอื่น ๆ หรือแม้กระทั่งความเป็นดาราของนักร้อง นักแสดง เพื่อที่จะได้เข้าใจถึงความเป็นดาราในรูปแบบอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากความเป็นดาราของนักกีฬาฟุตบอลเท่านั้น

2. ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรจะมีการศึกษาในประเด็นเรื่องของผู้รับสารที่เป็นแฟนคลับของดาราฟุตบอลที่จะแสดงให้เห็นถึงมิติของผู้รับสารที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับดาราฟุตบอลว่าเป็นเช่นไร