

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์นั้นได้มีการผูกพันกับเกมมาอย่างยาวนาน โดยมีหลักฐานทางโบราณคดีที่ปรากฏร่องรอยตามรูปภาพบนผนัง หรือวัตถุทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ในอดีตเกมเปรียบเสมือนการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เป็นความบันเทิงทางสังคมอย่างหนึ่ง ก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมหลงใหลและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง รวมทั้งเกิดความต้องการที่จะกระทำซ้ำอีก ดังนั้นเกมจึงมีลักษณะที่เป็นสากล สามารถสร้างรสนิยมความบันเทิงให้เป็นจินตนาการเหมือนกันทั่วโลกได้

ในปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีที่พัฒนามากขึ้นเป็นอันมาก สื่อได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอันมาก ในรูปแบบการกระจายข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่ในสังคมกลุ่มย่อยไปจนถึงการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารในระดับโลก (World Wide) ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าพัฒนาการของสื่อและพัฒนาการของระบบโลกในมิติ “กระแสโลกาภิวัตน์” มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน กล่าวคือสื่อมีบทบาทในการโยงใยระบบต่าง ๆ ของสังคมโลกให้มีความก้าวหน้า เกิดการพัฒนาในระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนเทคโนโลยีให้เป็นหนึ่งเดียวกัน แต่ในตัวสื่อเองก็มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอยู่ตลอดเวลาเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) ที่สร้างความสนุกสนานผ่อนคลายหรือ “สื่อเกม” ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นสื่อที่ให้ภาพและเสียงที่มีจริง มีการจำลองสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เล่นแก้ปัญหา สามารถนำเสนอสาระและความบันเทิงต่าง ๆ ควบคู่กันไปในเวลาเดียวกัน มีการพัฒนาเนื้อหาทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง จนมีบทบาทที่มีความสำคัญมากขึ้น โดยนักวิชาการนิเทศศาสตร์ ได้จัดให้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ให้ความบันเทิงหรือสื่อเกมเป็นเครื่องไฟฟ้า เนื่องจากเป็นเครื่องเล่นไฟฟ้าที่ประกอบด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าที่สร้างมาเพื่อเป็นเครื่องเกมโดยเฉพาะ จำลองจากสถานการณ์จริงที่ผู้เล่นสามารถบังคับได้โดยใช้ปุ่มกดโต้ตอบกัน รวมทั้งยอมรับว่าสื่อบันเทิงชนิดนี้มีความหมายมากกว่าเกมหรือของเด็กเล่น แต่จัดให้เป็นสื่อที่มีอิทธิพลมหาศาลต่อผู้รับ (วิภา อุดมฉันท, 2546, น. 23)

“โทรทัศน์” เป็นสื่อประเภทหนึ่งที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชน เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้รับชมเป็นอย่างสูง เพราะสามารถเห็นทั้งภาพและได้ยินเสียง ดังที่ Rieff and Cochran, 1965 (วรวิทย์ พัฒนอิทธิกุล, 2539, น. 1) ได้กล่าวว่า “โทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้ชมทางบ้าน

จะต้องใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้าและตา จึงจะทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเหตุการณ์และจดจำได้นาน ๆ และเชื่อถือในสิ่งที่ตนสัมผัสมา” ดังนั้น “โทรทัศน์” จึงเป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

ช่องจีแอสควร์ (G Square) จะออกอากาศทางช่อง True Vision 60 โดยบริษัท ทรู ดิจิตอล เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เป็นผู้พัฒนารูปแบบรายการได้ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2549 เป็นช่องที่ให้บริการแสดงต่าง ๆ การแข่งขันเกม พร้อม Tips & Tricks สารความรู้ เช่น ข่าว เทคนิคการทำแอนิเมชัน และสอนภาษาอังกฤษเกี่ยวกับเกม ตอบสนองความต้องการคอกเกมวัยรุ่นและสมาชิกในครอบครัว ด้วยรายการหลากหลายรูปแบบ แบบไม่จำกัดค่าย ดังนั้นช่อง จีแอสควร์ (G square) 07' เป็นช่องทางเคเบิลทีวีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเกมและเทคโนโลยีต่าง ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นช่องแรกของประเทศไทย

การเปิดช่องดังกล่าวเพราะทางผู้บริหารกลุ่มทรู เล็งเห็นความนิยมของกลุ่มคนเล่นเกมในประเทศไทยโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นต่อเกมทุกประเภท ผนวกกับศักยภาพและประสบการณ์ด้านเกมที่มีมาอย่างยาวนาน ไม่ว่าจะเป็นการมีโครงข่ายที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ รองรับผู้เล่นได้จำนวนมาก การมีคอนเทนต์เกมนำเข้าระดับโลก ที่บางเกมนำมาพัฒนาต่อสำหรับผู้เล่นเกมชาวไทย รวมทั้งการมีช่องทางให้คอกเกมสามารถเข้าเล่นเกมผ่านทั้งบรอดแบนด์ และ Wi-Fi นอกจากเกมแล้ว รายการนี้ยังนำเสนอสาระบันเทิง ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ไฮเทคในแวดวงทั้งในและต่างประเทศ พร้อมแนะนำเทคนิคการทำแอนิเมชัน เพื่อเป็นพื้นฐานประกอบแก่ผู้ที่สนใจสามารถเรียนรู้และนำไปพัฒนาวิชาชีพของตน นอกจากนี้ ยังให้ความรู้ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับเกมต่าง ๆ ให้รู้จักคุ้นเคย เพิ่มความเข้าใจทั้งด้านภาษาและขั้นตอนวิธีการเล่นเกมได้มากขึ้น

สำหรับช่องจีแอสควร์ (G Square) ออกแบบจากแนวคิด Life is a game ที่ชีวิตทุกคนจะต้องพบกับช่วงเวลาแห่งความสนุกกับเกมพร้อมครอบครัวหรือเพื่อน (Fun) และแต่งเติมสีสันความตื่นเต้น ความแปลกใหม่ให้ชีวิต อัพเดททุกวันกับเทคโนโลยีเกม รวมทั้งท้าทายความสามารถที่จะพัฒนาศักยภาพของตัวเองในโลกความบันเทิงยุคดิจิทัล โดยเน้น 4 เรื่องหลัก คือ

1. การนำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวในแวดวงเกม
2. เอดดูเทนเมนต์ที่ทำให้ผู้ติดตามชมเปิดโลกทัศน์และไปเรียนรู้ได้
3. เอนเตอร์เทนเมนต์ที่ดึงคนออกมาจากเกมให้มีชีวิตที่มองภาพเกมกับความเป็นจริงประสานกัน
4. ลักษณะของการแข่งขันอย่างญี่ปุ่นกับเกาหลีออกเกมในลักษณะนี้มา

นายกฤษฎณ์ ไพรีพินาศ ผู้จัดการทั่วไป Content & Application Business บริษัท ทู ดิจิตอล กล่าวว่า ช่อง G2 เป็นช่องเกมที่สรรสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ผู้ชื่นชอบเกม โดยเฉพาะ มีการแบ่งสัดส่วนระหว่างความบันเทิง และสาระอย่างชัดเจน โดยแบ่งเป็นเกมโชว์ 30% การแข่งขันเกม 30% ที่เหลืออีก 40% จะเป็นข่าว เทคนิค การสอนทำแอนิเมชันและ ภาษาอังกฤษที่ใช้ในเกม

การเปิดให้บริการช่อง G2 ผู้บริการกลุ่มทูกูเชื่อว่าจะเป็นก้าวสำคัญในการรุกสู่ความ เป็นผู้นำด้าน Fun & Game ของกลุ่มทูกูอย่างแท้จริง และสามารถเติมเต็มไลฟ์ของคนได้ ที่สำคัญ จะทำให้ผู้บริการมีการผลิตภัณฑท์ูกูมากขึ้น เช่น ยูบีซี อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือบรอดแบนด์ เป็นต้น

การเปิดให้บริการช่อง G2 ต้องการที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มผู้เล่นเกม สูงสุดของประเทศ และผู้ที่ชื่นชอบนวัตกรรมใหม่ๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีเกี่ยวกับเกมที นอกเหนือไปจากรายการสาระบันเทิงสำหรับกลุ่มผู้มีอายุตั้งแต่ 8 – 60 ปี

ปัจจุบันมีผู้เล่นเกมในไทยทั้งหมดประมาณ 10 ล้านราย เป็นเกมออนไลน์ 4 ล้านราย ทั้งนี้ หากเป็นตลาดเกมทั่วโลก ขนาดของตลาดใหญ่กว่าตลาดภาพยนตร์ และการที่กลุ่มเปิด บริการจีสแควร์ครั้งนี้เชื่อว่าจะเป็นส่วนหนึ่งในการเข้าไปแชร์ตลาดเกมระดับโลกได้มากขึ้น โดยตั้ง เป้าไว้ว่าจะมีผู้เล่นเกมผ่านช่องทางนี้ ที่เข้าได้ 3 คือ ทางทูกูวิชั่น ยูบีซี 60 ไอพีทีวี และเว็บไซต์ gsquare.tv ประมาณ 1% ของ 10 ล้านหรือประมาณ 1 ล้านราย

เกม SF หรือชื่อเต็ม ๆ ว่า Special Force เป็นเกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูง จากประเทศเกาหลี ซึ่งพัฒนาโดย บริษัท Dragonfly จำกัด และทางบริษัท ทู ดิจิตอล เอ็นเตอร์ เทนเมนท์ จำกัด เป็นผู้ให้นำเข้ามาเปิดให้บริการภายในประเทศในวันที่ 1 ตุลาคม 2549 ทั้งนี้ ยังได้ จัดทำรายการ SF Victory Challenge ขึ้นมา เพื่อช่วยส่งเสริมทางด้านเนื้อหา สาระเกี่ยวกับเกม SF อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด อีกด้วย

รายการ SF Victory Challenge เป็นรายการประเภทเกมโชว์รายการหนึ่งที่อยู่ในช่อง ทูกูวิชั่น ยูบีซี 60 นำเสนอสาระและความบันเทิงเกี่ยวกับเกมออนไลน์ SF และมีการนำเอาผู้ที่สนใจ เข้ามาแข่งขันกันภายในรายการ ซึ่งนับว่าเป็นรายการแรกของประเทศไทย ที่มีการจัดแข่งขันเกม ออนไลน์ภายในรายการโทรทัศน์โดยรายการ SF Victory Challenge จะออกอากาศทุกวันศุกร์ เวลา 18.30 น. – 19.00 น. และมีรายการย้อนหลังเพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าไปรับชมได้อีกที่ www.gsquare.tv

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ เพื่อจะได้ทราบว่าพฤติกรรมของผู้ชมรายการเป็นอย่างไร ผู้ชมรายการสามารถนำเอาเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ชม ทั้งนี้ ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตสามารถไปปรับปรุงรูปแบบ เนื้อหาสาระของรายการ เพื่อให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้ชมต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการของผู้ชมรายการ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของรายการ

ปัญหานำการศึกษา

1. ผู้ที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการชมรายการ SF Victory Challenge แตกต่างหรือไม่อย่างไร
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการนำเสนอของรายการ SF Victory Challenge อย่างไร
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต้องการให้มีการพัฒนารายการ SF Victory Challenge ด้านใดในอนาคต

สมมติฐานการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชม อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ SF Victory Challenge แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชม อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการ SF Victory Challenge แตกต่างกัน

3. พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมรายการ SF Victory Challenge มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับผู้ชมรายการ SF Victory Challenge

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ SF Victory Challenge ทาง True Vision 60 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งไปที่ผู้ชมรายการ ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2549 ถึง 30 มีนาคม 2550
2. กลุ่มตัวอย่างประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ผู้ชมรายการ ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นศูนย์กลางทางเทคโนโลยีของประเทศ มีความหลากหลายทางด้านกลุ่มอาชีพ การศึกษา เศรษฐกิจ และสามารถเปิดรับชมรายการทางทิวทัศน์ ได้ เนื่องจากเป็นพื้นที่ให้บริการทางทิวทัศน์ ที่สามารถรับชมได้อย่างทั่วถึงและชัดเจน จึงสามารถเป็นตัวแทนของประชาชนได้อย่างดี

นิยามศัพท์

รายการเกมโชว์ หมายถึง รายการที่นำเสนอทางโทรทัศน์ที่มีลักษณะรายการเป็นเล่นเกมเพื่อชิงรางวัลโดยมีกติกาการเล่นเป็นตัวควบคุมและมีพิธีกรทำหน้าที่ดำเนินรายการให้เกมเป็นไปตามเงื่อนไข

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
พฤติกรรมการเปิดรับ หมายถึง ความถี่ในการรับชม ระยะเวลาในการรับชมในการเปิดรับชมรายการ และการมีส่วนร่วมในรายการ

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่ได้จากรายการ ไปใช้ในชีวิตรประจำวัน เช่น การได้รับความเพลิดเพลิน ความผ่อนคลายทางอารมณ์ การนำเอาข้อคิดและข้อเปรียบเทียบที่ได้ นำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตรประจำวัน

ความพึงพอใจ หมายถึง ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการ ความชอบ ไม่ชอบ ต่อรายการ

รายการ SF Victory Challenge เป็นรายการเกมโชว์ ที่นำเอาเกม SF ที่เป็นเกมออนไลน์ให้บริการโดยบริษัท ทู ดิจิตอล เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน โดยให้ผู้ชมที่สนใจเข้ามาสมัครแข่งขันเกมกันภายในรายการ โดยมีการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ เพื่อหาแชมป์และผู้ทำชิงในแต่ละสัปดาห์ มีการบรรยายการแข่งขันที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังมีการสอนเทคนิคการเล่นต่าง ๆ ให้แก่ผู้เล่นที่รับชมรายการ ซึ่งนับเป็นรายการแรกที่น่าเอาผู้แข่งขันเกมออนไลน์มาแข่งขันทางโทรทัศน์เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้รับชม

SF หรือชื่อเต็มว่า Special Force คือ เกมแนว Military FPS (First Person Shooting) ซึ่งนำเอาหน่วยรบพิเศษที่มีชื่อเสียงของโลกในยุคปัจจุบันมารวมกัน โดยมีทีมที่ปรึกษาทางทหารทีมเดียวกันกับภาพยนตร์เรื่อง “แท็กกี้ เลือดเนื้อเพื่อฝันวันสิ้นสงคราม” จึงทำให้การต่อสู้และเนื้อหาภายในเกมออกมาอย่างสมจริงที่สุด ซึ่งเป็นเกมออนไลน์ที่บริษัท Dragon Fly จำกัด จากประเทศเกาหลีได้เป็นผู้พัฒนาและบริษัท True Digital Entertainment จำกัดเป็นผู้ซื้อลิขสิทธิ์และเข้ามาเข้ามาให้บริการในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของการเปิดรับชมรายการ
2. ทำให้ทราบถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ
3. ได้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการ
4. นำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการผลิตรายการต่อไปในอนาคต