

แนวทางการจัดการการสื่อสารและผลกระทบของอีสปอร์ตในสังคมไทย*

COMMUNICATION MANAGEMENT GUIDELINES AND THE IMPACT OF ESPORTS IN THAI SOCIETY

ณัฐพงษ์ สายพิน

Natthapong Saipin

วรชัย คุรุจิต

Warat Karuchit

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

National Institute of Development Administration, Thailand

E-mail: realdimos@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การสื่อสารในเกมและชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ต 2) ผลกระทบของอีสปอร์ต และ 3) แนวทางการจัดการการสื่อสารและผลกระทบของอีสปอร์ตในสังคมไทย เป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลด้วย 1) การวิเคราะห์เอกสาร 2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และ 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก คือ นักกีฬาอีสปอร์ต ผู้เล่นเกมอีสปอร์ต นักวิชาการและนักวิชาชีพ จำนวน 16 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการวิจัยพบว่า 1) การสื่อสารในเกมและชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ตเป็นการสื่อสารแบบสองทาง มีการสื่อสารผ่านข้อความตัวอักษรทางช่องแชทและผ่านการสนทนาทางไมค์และลำโพงของระบบเกม วัตถุประสงค์ในการสื่อสารแบ่งเป็น 2 ฐานะ คือ แคสเตอร์และนักกีฬาอีสปอร์ต ในฐานะผู้ส่งสารใช้เพื่อการแคสเกม และเกมเมอร์ฐานะผู้รับสารใช้เพื่อติดตามการแคสเกม การสื่อสารในการแคสเกมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของแคสเตอร์ ซึ่งพบความรุนแรงต่อผู้เล่นที่เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในการสื่อสารอีสปอร์ตส่งผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ผลกระทบเชิงบวกด้านอารมณ์ พบว่าเป็นกิจกรรมสันตนาการที่สร้างความสนุกสนาน ผ่อนคลายความเครียด และผลกระทบเชิงลบด้านสุขภาพ พบปัญหาสุขภาพกายที่เกี่ยวกับสายตา ปวดกล้ามเนื้อ พฤติกรรมเนือยนิ่ง และปัญหาสุขภาพจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสพติดเกม โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน 2) ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางการจัดการการสื่อสารและผลกระทบของอีสปอร์ตในสังคมไทย ผ่าน ESPORTS Model เช่น E: Ecosystem of Esports, S: Social Media and Game Communication, P: Protection of Children and Adolescents เป็นต้น

* Received 18 October 2022; Revised 25 October 2022; Accepted 28 October 2022



คำสำคัญ: การสื่อสาร, ผลกระทบ, อีสปอร์ต

Abstract

The Objectives of this research article were to 1) communication in game and esports online community; 2) impact of esports in Thai society and 3) communication management guidelines and impact of esports in Thai society. Qualitatively, the research is conducted by 1) Document Analysis 2) Participant Observation 3) In-depth Interview of 16 people who were esports athletes, esports player, scholar and professional, which was purposive sampling. The research outcomes are 1) Communication in esports games and online gaming communities is Two Way Communication. Through the game systems, communication messages are interacted through text boxes and vocal conversations via speakers and microphones. The purposes of communication are delivered based on two positions. Firstly, as senders, game casters and esports athletes communicate to cast the games. Secondly, as receivers, gamers watch and follow the game casting. In gaming context, various communicative styles are created, depending on different personalities of each game casters. Noticeably, abusive languages and contents are detected, especially among children and adolescents. According to the interview, esports contain both positive and negative impacts. Regarding the upside, it is a recreational activity which emotionally provides entertainment and relaxation. However, the downside concerns both physical and mental healths such as eyesight problems, muscle pain, sedentary behavior, and game addiction. 2) The researcher proposes ESPORTS Model as guidelines for communication management and the impact of esports in Thai society. They are E: Ecosystem of Esports, S: Social Media and Game Communication, P: Protection of Children and Adolescents, O: Opportunity to Create New Careers, R: Rules, Regulations and Responsibility, T: Training to Create Smart Players and Business Operators and S: Soft Power Esports Industry.

Keywords: Communication, Impact, Esports

บทนำ

ปัจจุบันนี้การแข่งขันเกมออนไลน์ ได้ถูกจัดเป็นกีฬาชนิดหนึ่งซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นมาในระดับสากลในชื่อ “อีสปอร์ต (Esport)” หรือการแข่งขันเกมในเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์



รูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเป็นการแข่งขันที่อยู่บนหน้าจอคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟนที่กำลังเปลี่ยนให้ “การเล่นเกม” เป็นมากกว่าแค่การเล่นเพื่อฆ่าเวลา โดยมีเรื่องของชื่อเสียงและเงินรางวัลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยอีสปอร์ตกลายเป็นเกมกีฬาชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างชื่อเสียงและรายได้จากการแข่งขันในลักษณะของเงินรางวัล เกมเมอร์หรือนักกีฬอีสปอร์ตที่เป็นผู้แข่งขันอีสปอร์ตนั้นมีการฝึกซ้อมกันอย่างเข้มข้น สามารถสร้างเป็นอาชีพ และมีสปอนเซอร์จำนวนมากที่พร้อมสนับสนุนเหล่านักกีฬาไซเบอร์ (Cyberathlete) ในการจัดทัวร์นาเมนต์แข่งขันอยู่เสมอ จึงเป็นสิ่งที่สร้างความน่าสนใจและดึงดูดเหล่าบรรดาเกมเมอร์ให้เข้ามามีส่วนร่วมในวงการอีสปอร์ตจำนวนมาก สำหรับการแข่งขันอีสปอร์ตของสังคมไทย มีจุดเริ่มมาจากการจัดแข่งขันเกมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ จากอีเวนต์แข่งเดี่ยว แข่งเป็นทีม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ก่อนที่มีการบรรจุในมหกรรมกีฬามหาวิทยาลัยระดับนานาชาติเมื่อหลายปีก่อน ในประเทศไทยเองก็ได้มีการจัดแข่งขันอีสปอร์ตในงาน U-League ที่จัดการแข่งขันขึ้นโดยมีผู้เข้าชมที่เป็นนักศึกษาและบุคคลทั่วไป ซึ่งเป็นเยาวชนจากเครือข่ายมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่เข้าร่วมแข่งขันของประเทศไทย (เอ็มไทยนิวส์, 2560)

บริษัทเน็กซ์อน (Nexon) ซึ่งเป็นผู้พัฒนาและให้บริการเกมจากประเทศเกาหลีได้ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2537 มีเกมให้บริการมากกว่า 100 เกม ใน 190 ประเทศทั่วโลก และมีจำนวนผู้เล่นที่ได้ลงทะเบียนกับบริษัทไว้ถึง 1,500 ล้านคน โดยมีการเติบโตแบบก้าวกระโดดมาตลอดจนได้มีการเสนอขายหลักทรัพย์ครั้งแรกของบริษัทให้กับนักลงทุน (Initial Public Offering) ซึ่งนิยมเรียกกันว่า หุ่น IPO เป็นลักษณะของกิจการที่เข้าจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ โดยในปี พ.ศ. 2554 เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศญี่ปุ่นด้วยมูลค่าหลักทรัพย์สูงสุดของปีนั้น ปัจจุบันเน็กซ์อนได้กลายเป็นบริษัทเกมที่ใหญ่ที่สุดของประเทศเกาหลี โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น มีรายได้ในปีที่ผ่านมามูลค่า 58,000 ล้านบาท มีสนามแข่งอีสปอร์ตเป็นของตัวเองในการทำกิจกรรมโปรโมตร่วมกับเกมต่าง ๆ เป็นผู้สนับสนุนหลักให้นักกีฬา สโมสรต่าง ๆ และมีสตูดิโอสำหรับผลิตเกมโดยเฉพาะถึง 10 แห่ง ทั่วโลก ในส่วนของประเทศไทยนั้น เน็กซ์อนเข้าสู่ตลาดประเทศไทยในนาม บริษัท เน็กซ์อน (ไทยแลนด์) จำกัด ด้วยการเข้าซื้อบริษัท ไอ ดิจิตอล คอนเนคท์ จำกัด หนึ่งในผู้ให้บริการเกมออนไลน์ของไทย มีแผนสนับสนุนอีสปอร์ตและนำเกมเพื่อการแข่งขันเข้ามาในประเทศไทย ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมา (ฐานเศรษฐกิจ, 2560); (ดิจิทัลเอจ, 2560) ทั้งนี้ประเทศไทยถือเป็นตลาดสำคัญของอีสปอร์ต และถือว่ามีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในโลกเมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้ชมที่ติดตามอย่างสม่ำเสมอ (Esports Enthusiasts) โดยปี พ.ศ. 2559 มีผู้ชม 7,400,000 คน ปี พ.ศ. 2560 มีผู้ชม 8,800,000 คน และ ปี พ.ศ. 2561 มีผู้ชม 11,400,000 คน และเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ชมในอาเซียนแล้ว พบว่า ร้อยละ 61 เป็นผู้ชมจากประเทศไทย (มาร์เก็ตเธียร์, 2562) จะเห็นได้ว่าเกมอีสปอร์ตรวมถึงชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ตนั้น เป็นพื้นที่หนึ่งในโลกเสมือนที่เป็นแหล่งรวมการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ไว้



ได้กลายมาเป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมที่กลุ่มเด็ก เยาวชน และกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานให้ความสนใจเข้าชมและเข้าร่วมเล่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับกรณีของการเข้าถึงการสื่อสารในชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ตที่เป็นพื้นที่สาธารณะในการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ นั้น มีช่องทางการสื่อสารมากมายและเข้าถึงได้โดยง่าย ทั้งเกมอีสปอร์ตที่มีระบบสื่อสารในเกม แฟนเพจของเกมอีสปอร์ต รายการถ่ายทอดสดการแข่งขัน (Tournament) การไลฟ์สด (Live) สตรีมมิง (Streaming) จากผู้เล่นเกม การพากย์เกมจากแคสเตอร์ (Caster) หรือแอดมิน (Admin) ที่ดูแลระบบ เพื่อแชร์เทคนิคการเล่นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับอีสปอร์ตจากแพลตฟอร์มของผู้ให้บริการต่าง ๆ เช่น ทวิต (Twitch) ยูทูบ (Youtube) เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) เป็นต้น ช่องทางการสื่อสารเหล่านี้เป็นการสื่อสารของกลุ่มผู้เล่นเกมอีสปอร์ต เป็นสังคมที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตที่สร้างชีวิตเสมือนจริงของผู้เล่นเกม มีการสื่อสารของคนที่เล่นเกมด้วยกัน โดยแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความสนใจร่วมกัน การสื่อสารของกลุ่มผู้เล่นเกมอีสปอร์ต จะใช้การสื่อสารทั้งที่เหมาะสมและไม่เหมาะสมตามอัตลักษณ์ของผู้เล่น ถ้าหากว่าเพื่อนที่เล่นเกมเหล่านั้นยอมรับในการสื่อสารของกลุ่มได้ แต่ถ้าหากในกลุ่มเพื่อนมีการสร้างกฎกติกาในเรื่องของการสื่อสารจำเป็นต้องสื่อสารหรือใช้คำพูดที่เหมาะสมตามที่เพื่อนสร้างกฎกติกาไว้ ถึงจะสามารถเล่นกับเพื่อนในกลุ่มได้ แต่ถ้าหากไม่ยอมรับในกฎกติกาของการสื่อสารที่ตั้งไว้ ก็ต้องไปหาเล่นกับเพื่อนกลุ่มอื่น นอกจากนี้ หากผู้ดูแลเกมหรือผู้ดูแลเพจ (Admin) ตลอดจนผู้ให้บริการเกมไม่มีความความรับผิดชอบในด้านการให้บริการ โดยปล่อยให้เกิดการสื่อสารในกลุ่มผู้เล่นที่ไม่เหมาะสม จะทำให้การสื่อสารผ่านการเล่นเกมอีสปอร์ตเป็นช่องทางการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมของสังคม (อภิวรรณ ศิรินันทนา, 2559)

อีสปอร์ตสำหรับเด็กและเยาวชนแล้วถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความใกล้ชิดกับชีวิตประจำวันมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่ให้ความบันเทิง สร้างความเพลิดเพลิน สามารถหาความเข้าใจเนื้อหาและวิธีการเล่นได้ง่าย สร้างความตื่นเต้น ตลอดจนสร้างการติดตามผลการแข่งขัน นอกจากนั้นยังทำหน้าที่เป็นสื่อบอกเล่าความเป็นไปในสังคมในช่วงเวลานั้นๆ ด้วยผ่านชุมชนออนไลน์ของแวดวงอีสปอร์ตต่าง ๆ รวมทั้งเป็นแหล่งการสื่อสารเพื่อนำเสนอเรื่องราว ข่าวสาร เนื้อหา สาระบันเทิง เกร็ดความรู้ เทคนิคการเล่น การถ่ายทอดสดการแข่งขันทัวร์นาเมนต์ ความคิดคุณธรรม จริยธรรม วัฒนธรรม วิถีชีวิต ตลอดจนค่านิยมต่าง ๆ เกี่ยวกับอีสปอร์ตในสังคมไทยได้ อย่างไรก็ตามอีสปอร์ตนั้นสามารถสร้างค่านิยมและส่งผลเชิงบวกทางพฤติกรรมได้ และในทางตรงกันข้ามก็สามารถสร้างค่านิยมและส่งผลเชิงลบทางพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้องให้แก่เด็กและเยาวชนได้เช่นกัน นอกจากนี้เกมอีสปอร์ตที่เล่นได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านดีไวซ์ต่าง ๆ พร้อมกับกลไกที่พัฒนาให้ผู้เล่นติดได้ง่าย กำลังขยายประชากรเกมเมอร์ในประเทศไทยจากแวดวงเด็กและเยาวชนสู่วัยทำงาน การเข้าถึงเกมได้ง่ายตลอดวันทำให้ภาวะติดเกมไม่ได้เป็นเรื่องของเด็กและเยาวชนเท่านั้น แต่ผู้ใหญ่ทำงานอาจจะพบว่าตัวเองและคนรอบข้างติดเกมได้มากขึ้น



แต่ไม่ใช่ทุกคนที่จะสามารถแบ่งเวลาได้อย่างพอเหมาะ ซึ่งอาจจะส่งผลตามมาเมื่อการเล่นเกมกินเวลากิจกรรมอื่นที่สำคัญกว่า ซึ่งกรมสุขภาพจิตระบุว่าสิ่งที่กังวลจากความเข้าใจผิดคิดว่าการแข่งขันอีสปอร์ตโดยเฉพาะเกมประเภทโมบ้า (MOBA) มีอันตรายต่อสมองที่บริเวณสมองส่วนหน้าของเด็กและวัยรุ่น มีผลต่อการควบคุมความคิด อารมณ์ และพฤติกรรมโดยตรง ในขณะที่สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ระบุว่าหากเด็กใช้เวลาหมกมุ่นอย่างมากกับการเล่นเกม นั่นคือสัญญาณที่กำลังเกิดปัญหาติดเกม (ปีซีไทย, 2560); (ไทยทรู, 2560)

จากเหตุผลข้างต้นที่กล่าวมา ทำให้เห็นภาพรวมได้ว่าสถานการณ์ของอีสปอร์ตในสังคมไทยกำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งมีทั้งคุณและโทษ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาความสมดุลระหว่างทั้งสองด้าน และยังมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาวงการต่าง ๆ ทั้งการสื่อสาร เกม การกีฬา เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และความสามารถในการแข่งขันของคนไทย ซึ่งยังอยู่ในภาวะที่น่าเป็นห่วงหากผู้ที่เกี่ยวข้องยังเป็นเด็กและเยาวชน จากบริบทการแข่งขันเกมออนไลน์สู่บริบทอีสปอร์ตจึงเป็นการก้าวข้ามผ่านปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อผู้คนอย่างมาก เกมเมอร์เหล่านี้จึงเป็นกลุ่มคนที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอยู่ในบริบทของการสื่อสารในชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ตทั้งสิ้น

ผู้วิจัยมุ่งหวังว่าผลของการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงแนวทางการจัดการการสื่อสารและผลกระทบของอีสปอร์ตในสังคมไทยว่าเป็นเช่นไร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในบริบทของผู้เล่นเกมอีสปอร์ตได้มากขึ้น สร้างความเข้าใจ เข้าถึงตัวตนของเกมเมอร์กลุ่มนี้ด้วยการสื่อสาร รวมทั้งนำข้อค้นพบที่ได้ไปใช้เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการจัดการอีสปอร์ตได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารในเกมและชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ต
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของอีสปอร์ต
3. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการสื่อสารและผลกระทบของอีสปอร์ตในสังคมไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาถึงปรากฏการณ์ทางสังคมเกี่ยวกับการสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม พฤติกรรมการเล่น และผลกระทบจากการเล่นเกมอีสปอร์ตที่เกิดขึ้นอยู่ในชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ตในสังคมไทยจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในบริบทอีสปอร์ต โดยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือผู้เล่นเกมอีสปอร์ต (Esport Gamer) ในสังคมไทยที่เป็นผู้เล่นเกมอีสปอร์ตโดยเล่นเกม ฝึกซ้อม ชมสดริมมิง ติดตามการแข่งขันหรือเข้ากลุ่มชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ต ไม่จำกัดเพศและอายุ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาในภาพรวมทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในส่วนของเบื้องหลังวิถีคิดของกลุ่มตัวอย่างว่า มีรูปแบบ วิธีการ รวมไปถึงลักษณะ



ของการสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างไร โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยอาศัยเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) เกี่ยวกับเกมอีสปอร์ต เกมโมบ่า (MOBA) และชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ต เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการนำไปสู่การทำความเข้าใจเบื้องต้น ประกอบด้วย

1.1 เกมอีสปอร์ตประเภทโมบ่า (MOBA) ที่ได้รับความนิยมในสังคมไทย ได้แก่ ROV และ DOTA2 โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกจากเกมที่ได้รับการคัดเลือกเป็น Best MOBA Game ในงาน Thailand Game Awards 2017 ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับเกมแนวโมบ่าที่ดีที่สุดแห่งปี พิจารณาจากเกมที่มีการอัปเดตแพตช์และเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง การทำการตลาดที่สร้างสรรค์ รวมไปถึงการให้บริการที่ดีและการดูแลเอาใจใส่ผู้เล่น

1.2 ชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ต ได้แก่ เกมอีสปอร์ต เว็บไซต์เกี่ยวกับอีสปอร์ต แฟนเพจแอปพลิเคชันถ่ายทอดสดการแข่งขันอีสปอร์ต ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ทวิต และไลน์

2. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยผู้วิจัยเข้าไปสังเกตและมีส่วนร่วมในกลุ่มตัวอย่างในลักษณะของการเข้าไปเล่นเกมอีสปอร์ตร่วมกับผู้เล่นอื่น การเข้าไปร่วมอยู่ในชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ต และการเข้าไปสังเกตการณ์ในการแข่งขันทัวร์นาเมนต์ หรือการจัดงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอีสปอร์ตเพื่อทำการสังเกตการณ์ในประเด็นที่ต้องการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำข้อมูลที่ได้มาประกอบประกอบวิเคราะห์ โดยจะทำการจดบันทึกสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการเล่นเกมและชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ต เพื่อความครบถ้วนสมบูรณ์ โดยมีวิธีการสังเกต ประกอบด้วย 1) สังเกตตั้งแต่เริ่มเล่นเกมหรือเริ่มงานกิจกรรมว่ากลุ่มตัวอย่างมีลักษณะภายนอกเป็นอย่างไร (บุคลิกภาพ การแต่งกาย การสื่อสาร ฯลฯ) พฤติกรรมก่อนเข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างไร 2) ดูว่าในระหว่างการเล่นเกมหรือร่วมงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอีสปอร์ต กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเป็นอย่างไร และ 3) หลังจากจบเกมหรือกิจกรรมนั้น ๆ กลุ่มตัวอย่างทำอะไรต่อหลังเลิกงานหรือจบเกมแล้ว โดยผู้วิจัยทำการจดบันทึกภาคสนามพร้อมทั้งบันทึกภาพและเสียงไว้เพื่อให้ได้คุณภาพในการสังเกตแบบมีส่วนร่วมดียิ่งขึ้น

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อให้ทราบถึงวิธีคิด มุมมองและประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ไม่จำกัดเพศและอายุ โดยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้



3.1 นักกีฬาอีสปอร์ตสัญชาติไทยที่มีประสบการณ์แข่งขันในทัวร์นาเมนต์ใด ๆ มากกว่า 1 ครั้ง ขึ้นไป จำนวน 4 คน

3.2 นักวิชาการและนักวิชาชีพผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ปฏิบัติงานหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับเกมอีสปอร์ตไม่ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 3 คน โดยแบ่งเป็น นักวิชาการ 1 คน นักวิชาชีพ 1 คน และนักจิตวิทยาหรือบุคลากรทางการแพทย์ จำนวน 1 คน

3.3 ผู้เล่นเกมอีสปอร์ต ที่มีประสบการณ์เล่นเกมอีสปอร์ตหรือมีประสบการณ์ในชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ตใด ๆ มากกว่า 1 ปี จำนวน 9 คน โดยเป็นแบ่งเป็น แคสเตอร์ จำนวน 3 คน แอดมิน จำนวน 3 คน และเกมเมอร์ จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นตัวแทนที่สามารถให้ข้อมูลในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานวิจัยได้

ในการสัมภาษณ์นี้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยทำการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 16 คน ที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามที่กำหนดไว้มาทำการสัมภาษณ์จนได้ข้อมูลที่มีความอิ่มตัว (Saturation) คือไม่ค้นพบคำตอบหรือประเด็นใหม่ จึงหยุดทำการหาผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติม ระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยทำการจดบันทึกและใช้อุปกรณ์ในการบันทึกเสียงเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทั้งนี้แนวคำถามที่กำหนดไว้ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถามจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างเป็นคำถามให้ครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัยที่ต้องการศึกษาเพื่อกำหนดข้อคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับแบบสัมภาษณ์ โดยผ่านการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลในภาคสนามในกิจกรรมอีสปอร์ตและงานแข่งขันอีสปอร์ต

สำหรับการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา ด้านการสื่อสารและด้านเกม จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ทำการตรวจสอบและประเมินเป็นรายบุคคลว่าข้อคำถามแต่ละข้อสอดคล้องหรือวัดได้ตรงวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruence Index) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพและถูกต้องเหมาะสมในการทำไปเก็บข้อมูลจริง ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้ทำการตรวจสอบและให้คำแนะนำในการปรับแก้ไข จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้ไขตามคำแนะนำจนได้แบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรงของเนื้อหาผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จากจำนวนข้อคำถามทั้งหมด มีค่า IOC มากกว่า 0.50 ทุกข้อ ถือว่าคัดเลือกไว้ใช้ได้

สำหรับการทดสอบความเชื่อถือได้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (Pilot test) กับผู้ตอบแบบสอบถามแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงที่กำหนดไว้ จำนวน 50 คน ในงาน Thailand



Game Show 2018 ณ รอยัล พารากอน ฮอลล์ สยามพารากอน เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2561 โดยรวมทั้งแบบสอบถามเท่ากับ 0.967 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ดี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และ บทสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยการถอบทสนทนา นำมาวิเคราะห์แยกประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นจึงตีความข้อมูลเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับเกมออนไลน์และอีสปอร์ต แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในโลกออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรและจิตวิทยาเชิงวิเคราะห์ ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเล่นเกม แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของการเล่นเกม แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองเด็กและเยาวชน และทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่ข้อค้นพบข้อเท็จจริงที่สามารถตอบคำถามตาม วัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

1. การสื่อสารในเกมและชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ต

1.1 การสื่อสารในเกมและชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ตเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) คือ ผู้เล่นทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน โดยใช้ช่องทางสื่อสารภายในเกมอีสปอร์ตในการส่งสารกับผู้เล่นคนอื่น ๆ

เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร (Sender) และผู้รับสาร (Receiver) ต้องมีประสบการณ์ร่วมกันในเกมอีสปอร์ต กล่าวคือ ข้อมูลและรายละเอียดภายในเกม วิธีเล่น เนื้อหาเกม ความรู้สึก ความคิดเห็น การซักถามเพื่อความเข้าใจ เพื่อเชื่อมต่อกับผู้อื่น และทำให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคมเกมอีสปอร์ตนี้ ทำให้เกิดการสื่อสารระดับตัวเอง (Intrapersonal Communication) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นกับตัวเอง โดยประกอบด้วยการคิดวิเคราะห์ ซึ่งเป็นการตีความหมายด้วยตัวเองก่อนจะแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่น การสื่อสารระดับบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน ซึ่งในเกมที่เล่นเป็นทีมเดียวกันจะมีการสื่อสารระดับกลุ่มย่อย (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารที่เน้นความสัมพันธ์กันในการเสนอความคิดเห็นเพื่อหาวิธีการที่ดีที่สุดในการทำกิจกรรมร่วมกัน ผ่านการสื่อสารระดับเทคโนโลยี (Technology Communication) มาเป็นเครื่องมือมาอำนวยความสะดวกในการสื่อสารจากระบบสื่อสารในเกมสู่การสื่อสารระดับชุมชน (Public Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีผู้รับสารเป็นจำนวนมากกว่ากลุ่มย่อย ในที่นี้เปรียบเสมือนทีมคู่แข่งในเกมในการแจ้งข้อมูล, ข่าวสารหรือ



กลยุทธ์วิธีการเล่นให้รับรู้ ซึ่งไหวชิงพริบซึ่งกันและกัน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมร่วมกัน

1.2 รูปแบบการสื่อสารในเกมอีสปอร์ตมีทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา

รูปแบบการสื่อสารในเกมอีสปอร์ตระหว่างผู้เล่นนั้นมีความหลากหลายทางการสื่อสารทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาโดยผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถรับรู้ความรู้สึกและอารมณ์ร่วมของกันและกันได้ นอกจากนี้การสื่อสารในเกมอีสปอร์ตนั้นยังให้ความอิสระกว่าการสื่อสารในโลกแห่งความเป็นจริง ดังที่ผู้ให้ข้อมูลทุกคนระบุว่ามีประสบการณ์ตรงในการสื่อสารผ่านระบบเกม 2 รูปแบบ คือการสื่อสารผ่านข้อความตัวอักษรทางช่องแชทของระบบเกม และการสื่อสารผ่านคำพูดด้วยการสนทนาทางไมค์และลำโพงของระบบเกม

1.3 วัตถุประสงค์ในการสื่อสารมีความแตกต่างของฐานะผู้ส่งสารและฐานะผู้รับสาร

กลุ่มคนที่อยู่ในชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ตในสังคมไทยเป็นวัยเด็กและเยาวชนมากกว่าวัยทำงาน โดยพบว่า เฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ตที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในสังคมไทย วัตถุประสงค์ในการสื่อสารมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละชุมชน แบ่งเป็น 2 ฐานะ คือ ฐานะผู้ส่งสาร ได้แก่ แคสเตอร์และนักกีฬาอีสปอร์ต ใช้เพื่อการแคสเกม และฐานะผู้รับสาร ได้แก่ เกมเมอร์ ใช้เพื่อติดตามการแคสเกม โดยการสื่อสารในการแคสเกม (Gaming Communication) มีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของแคสเตอร์ การเลือกใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษของผู้รับสาร และชนิดของเกม ซึ่งพบความรุนแรงต่อผู้เล่นที่เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร

1.4 แพลตฟอร์มในชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ต แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ แพลตฟอร์มในการสตรีมเกม ถ่ายทอดสดการแข่งขันเกม และแพลตฟอร์มในการสื่อสารระหว่างผู้เล่นเกม โดยแพลตฟอร์มถ่ายทอดสดการแข่งขันเกมที่ได้รับความนิยม ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิต (Twitch) สตีม (Steam) ยูทูบ (YouTube) และการ์นิลาไลฟ์ (Garena Live) ทั้งนี้พบว่าเฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักกีฬาอีสปอร์ต แคสเตอร์ และสตรีมเมอร์ที่ใช้ในการสตรีมเกม แคสเกม และสื่อสารกับผู้ติดตามที่เป็นเกมเมอร์มากที่สุดในสังคมเกมอีสปอร์ตไทย ในขณะที่ทวิตได้รับความนิยมในต่างประเทศ

1.5 แพลตฟอร์มในการสื่อสารระหว่างผู้เล่นเกมที่ได้รับความนิยมในสังคมเกมอีสปอร์ตไทย ได้แก่ เฟซบุ๊กและไลน์ ทั้งนี้พบว่า ไลน์ เป็นแอปพลิเคชันที่กลุ่มผู้เล่นเกมมีการตั้งแชทกลุ่มขึ้นมาเพื่อชักชวนไปเล่นเกมและใช้ในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเกม

2. ผลกระทบของอีสปอร์ต

เกมเป็นสื่อบันเทิงสิ่งหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมสูงขึ้น วิวัฒนาการของเทคโนโลยีเกมเปลี่ยนแปลง มีความสมจริง มีการสื่อสารที่หลากหลาย ทำให้มีผลกระทบเมื่อเด็กและเยาวชน



เล่นอยู่ในโลกของเกมอีสปอร์ต การเล่นเกมอีสปอร์ตมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบให้เกิดความเปลี่ยนแปลงขึ้นในมิติต่าง ๆ ทั้งด้านสุขภาพ ด้านการเงิน ด้านการศึกษา การงานและสติปัญญา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านอารมณ์ ด้านกีฬา ด้านเทคโนโลยี ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม ซึ่งมีทั้งประโยชน์และโทษต่อผู้เล่นขึ้นอยู่กับบริบทในการเล่น โดยผลที่เกิดขึ้นนั้นจะมีผลกระทบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งผู้ให้ข้อมูลทุกคนต่างให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของอีสปอร์ตไปในทางเดียวกันว่าผลกระทบจากการเล่นเกมอีสปอร์ตมีทั้งเชิงบวกและเชิงลบในมิติต่าง ๆ ดังนี้

2.1 การเล่นเกมอีสปอร์ตส่งผลกระทบเชิงบวกในมิติต่าง ๆ 9 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านสุขภาพ ช่วยพัฒนาทางกายศาสตร์ (Ergonomics) ของผู้เล่นที่มีการเล่นเกมให้สอดคล้องกับสรีระของร่างกายซึ่งเป็นการประสานการทำงานระหว่างสายตาและกล้ามเนื้อในระหว่างการเล่นและการฝึกซ้อมอีสปอร์ต 2) ด้านการเงิน ด้วยการสร้างรายได้จากการเล่นเกม โดยเข้าแข่งขันอีสปอร์ตเพื่อชิงรางวัล 3) ด้านการศึกษา การงานและสติปัญญา อีสปอร์ตสร้างโอกาสในการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาเกี่ยวกับอีสปอร์ตในระดับอุดมศึกษา สามารถต่อยอดทางการงานในอาชีพที่เกี่ยวข้องได้ และการเล่นเกมอีสปอร์ตประเภทโมบ้า ช่วยพัฒนาทักษะความคิดเชิงกลยุทธ์ในระดับบุคคล 4) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยการเล่นเกมอีสปอร์ตประเภทโมบ้าอาศัยการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นส่วนสำคัญ สร้างความสามัคคีและการทำงานเป็นทีม 5) ด้านอารมณ์ การเล่นเกมเป็นกิจกรรมสันทนาการที่สร้างความสนุกสนาน ช่วยในการผ่อนคลายความเครียด 6) ด้านกีฬา มีการส่งเสริมการเล่นเกมอีสปอร์ตให้เป็นกีฬาสากล 7) ด้านเทคโนโลยี กิจกรรมอีสปอร์ตอาศัยอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการสื่อสาร 8) ด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมอีสปอร์ตมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศไทยจากการลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ และ 9) ด้านสังคม เกมอีสปอร์ตสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ในเรื่องของอีสปอร์ตระหว่างกลุ่มคนทุกภาคส่วน

2.2 การเล่นเกมอีสปอร์ตส่งผลกระทบเชิงลบในมิติต่าง ๆ 9 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสุขภาพ ทั้งปัญหาสุขภาพกายที่เกี่ยวกับสายตา ปวดกล้ามเนื้อ อ่อนเพลีย เหนื่อยล้า การพักผ่อนไม่เพียงพอ พฤติกรรมเนือยนิ่งจากการขาดการเคลื่อนไหวร่างกาย และปัญหาสุขภาพจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสพติดเกม โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน 2) ด้านการเงิน โดยเฉพาะการเติมเงินในระบบเกมเพื่อซื้อไอเทมในเกมอีสปอร์ตและกิจกรรมการแข่งขันอีสปอร์ต มีการยืมเงิน กู้เงิน และการขโมยเงินจากบุคคลอื่นเพื่อนำมาใช้จ่ายสำหรับการเล่นเกมอีสปอร์ต 3) ด้านการศึกษา การงานและสติปัญญา โดยเฉพาะในกลุ่มที่อยู่ในวัยกำลังศึกษา ขาดความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ การขาดสมาธิ หงุดหงิดกับการเล่นเกม ผลการเรียนตกต่ำลง สอบตก เรียนซ้ำชั้น และออกจากระบบการศึกษา 4) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เกิดช่องว่างระหว่างวัยของผู้เล่นที่เป็นเด็กและเยาวชนกับผู้ปกครองในการใช้



สปอร์ตเป็นข้ออ้างในการเล่นเกมน และพฤติกรรมการสื่อสารทางเครือข่ายออนไลน์ (Chatting Behavior) ในเกมอีสปอร์ตและชุมชนออนไลน์อีสปอร์ต การกระรานทางไซเบอร์ (Cyberbully) และการกระรานในโรงเรียนหรือสถานศึกษา (School Bully) 5) ด้านอารมณ์ ในสังคมไทย เรียกพฤติกรรมจากบุคคลอื่นที่จ้องใจก่อวุ่น ยั่วๆ กล่าวหา หรือยั่วโมโหว่า เกรียน (Trolls) ซึ่งมีผลปัญหาอาการหัวร้อน (Hot-Headed) ของผู้เล่น ได้แก่ อารมณ์ร้อน โกรธ โมโห รุนแรง หงุดหงิดง่าย อาการวิตกกังวล และซึมเศร้า และพฤติกรรมก้าวร้าว 6) ด้านกีฬา กีฬาในรูปแบบเดิม (Traditional Sport) ได้รับความนิยมน้อยลง แต่เกมอีสปอร์ตที่มีการแข่งขันในโลกเสมือน (Virtual World) เพื่อชิงรางวัลได้รับความนิยมมากขึ้น 7) ด้านเทคโนโลยี มีข้อจำกัดด้านเนื้อหาเรตติ้ง และการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในเกมอีสปอร์ตและระบบชุมชนออนไลน์อีสปอร์ต โดยเฉพาะเนื้อหาบางเกมที่มีความรุนแรง เพศ และการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม 8) ด้านเศรษฐกิจ เอเจนซีการตลาดอีสปอร์ตในประเทศไทยขาดการจัดการและการสนับสนุนอีสปอร์ตที่ดี มีผู้เล่นเกมอีสปอร์ตหลายเกม หลายประเภท จำนวนผู้ชมการแข่งขันอีสปอร์ตมีมากแต่จำกัดเฉพาะในวงการเด็กและเยาวชน และ 9) ด้านสังคม พบปัญหาการติดเกมและโรคติดเกม (Gaming Disorder) สูงมากโดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน

3. แนวทางการจัดการการสื่อสารและผลกระทบของอีสปอร์ตในสังคมไทย

การสร้างความรู้เท่าทันอีสปอร์ตให้มีความเข้าใจและตระหนักรู้ถึงอีสปอร์ตทั้งเชิงบวกและเชิงลบอย่างรู้เท่าทัน จะเป็นแนวทางการจัดการอีสปอร์ตที่ดี ทั้งนี้ต้องอาศัยการบริหารจัดการอย่างบูรณาการและความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกันระหว่างผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องอย่างมีจรรยาบรรณ ด้วยการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ระหว่างกลุ่มคนในเจนเนอเรชันที่แตกต่างกันอย่างเหมาะสม ดังนี้

3.1 แนวทางการจัดการอีสปอร์ตควรมี 3 แนวทาง ประกอบไปด้วย

1) การควบคุมสิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงและการเล่นเกมอีสปอร์ตโดยยึดผู้เล่นเป็นศูนย์กลาง 2) การจัดการระยะเวลาในการเล่น การฝึกซ้อม การผ่อนคลาย การออกกำลังกาย และการพักผ่อนที่เหมาะสม และ 3) ช่วงอายุที่เหมาะสมในการเป็นนักกีฬาอีสปอร์ตและเข้าแข่งขันเกมอีสปอร์ต

3.2 แนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนอีสปอร์ตควรมี 2 แนวทาง ประกอบไปด้วย

1) การส่งเสริมผู้เล่นเกมอีสปอร์ต ภาครัฐยังมีการส่งเสริมและสนับสนุนอีสปอร์ตไม่เพียงพอ โดยเฉพาะการดูแลผู้เล่นเกมอีสปอร์ตที่มีมาตรฐาน และการสนับสนุนการจัดแข่งขันเกมอีสปอร์ตที่มีมาตรฐานเป็นระบบจากผู้ประกอบการกิจการเกมอีสปอร์ต 2) การส่งเสริมการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาอีสปอร์ต ควรมีการส่งเสริมการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาอีสปอร์ตเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในศาสตร์ใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นด้วย โดยจัดเป็นการอบรมให้ความรู้



เกี่ยวกับอีสปอร์ตในแง่มุมต่าง ๆ ตามกิจกรรมแข่งขันเกมอีสปอร์ตและสถาบันการศึกษา และสื่อในการให้ความรู้ตามแพลตฟอร์มการสื่อสารต่าง ๆ

3.3 แนวทางการกำกับดูแลระบบนิเวศอีสปอร์ต (esports ecosystem) ในประเทศไทยยังไม่มีโครงสร้าง (structure) การใช้กฎหมายกำกับดูแลอีสปอร์ตในมิติต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการคุ้มครองผู้เล่นเกมอีสปอร์ต นักกีฬาอีสปอร์ต แคสเตอร์ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของการทำสัญญา ค่าจ้าง ค่าตอบแทน ระหว่างกันที่มีมาตรฐานโดยมีการคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์อย่างสมดุลของผู้จ้างและผู้ว่าจ้างที่เป็นต้นสังกัด นอกจากนี้ยังไม่มีมีการกำกับดูแลการเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเกมอีสปอร์ตและชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ตด้วย ควรมีการกำกับดูแลอีสปอร์ต 2 ด้าน ได้แก่ 1) การกำกับดูแลควบคุมการแข่งขันเกมอีสปอร์ต ควรมีการกำกับดูแลการจัดการแข่งขันอีสปอร์ตในประกาศคณะกรรมการกีฬาอาชีพตามพระราชบัญญัติส่งเสริมกีฬาอาชีพ พ.ศ.2564 เช่น ให้มีการคุ้มครองสิทธิของผู้เข้าแข่งขันอีสปอร์ต เช่น นักกีฬาอีสปอร์ต ให้มีการทำสัญญาจ้างโดยมีค่าตอบแทนเพื่อวัตถุประสงค์ในการแข่งขันกีฬาและได้รับค่าตอบแทนอย่างยุติธรรมเหมาะสม และ 2) การกำกับดูแลและการจำกัดเนื้อหา เรตติ้ง และอายุที่เหมาะสมในการเข้าถึงระบบการสื่อสารเกมอีสปอร์ตและชุมชนออนไลน์อีสปอร์ต กระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมควรมีการเพิ่มเติมข้อกำหนดที่จำเป็นเกี่ยวกับอีสปอร์ตในการกำกับดูแลในการกำหนดเนื้อหา เรตติ้ง และอายุที่เหมาะสม เช่น เนื้อหาที่เหมาะสมควรจัดอยู่ในเรตทั่วไป (Everyone) หากเป็นเนื้อหาที่เฉพาะ ควรจัดเรต 18+ หรือ 20+ หรือ Adult Only (AO) เกมแต่ละประเภทควรกำหนดช่วงอายุในการเข้าถึงได้ และกำหนดผู้รับผิดชอบในการควบคุมดูแลระบบการสื่อสารโดยมีข้อกำหนดและบทลงโทษที่เหมาะสม

3.4 แนวทางการป้องกันปัญหาจากอีสปอร์ต ส่วนใหญ่พบปัญหาการติดเกม ในเด็กและเยาวชนเป็นสำคัญ ซึ่งพบว่าโอกาสที่จะเกิดการทน ทิดซ้ำง่ายขึ้น (tolerance) นอกจากนี้ยังพบ การซื้อขายไอเทมในเกม การพนันออนไลน์ การเลียนแบบพฤติกรรมความรุนแรง และการระรานทางไซเบอร์จากการเล่นเกมอีสปอร์ตและชุมชนออนไลน์อีสปอร์ต จากข้อมูลกรมสุขภาพจิต ในผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะ (maturity) อายุเกิน 18 ปี ขึ้นไปจะป้องกันตัวเองได้ไม่เป็นปัญหา แต่ในกลุ่มเด็กและเยาวชนที่ยังไม่ถึงอายุ 18 ปี ที่ยังมีพัฒนาการของสมอง (brain maturity) จะมีโอกาสที่ได้รับผลกระทบสูงกว่าในวัยอื่น ทั้งนี้สังคมไทยยังไม่มีกฎหมายที่กำกับดูแลอีสปอร์ตอย่างเป็นรูปธรรม จึงมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนในการร่างกฎหมายเกม พระราชบัญญัติประกอบกิจการเกม โดยให้ความสำคัญที่เด็กและเยาวชนเป็นสำคัญ โดยต้องให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบนิเวศอีสปอร์ตมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

3.5 มาตรการรองรับที่จำเป็นเกี่ยวกับเกมอีสปอร์ต

3.5.1 การจัดตั้งหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบอีสปอร์ต โดยมีการทำข้อตกลงและกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าภาพหลักที่เป็นหน่วยงานที่ดูแล



เฉพาะเจาะจงในแต่ละด้านเพื่อการดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างครบวงจร ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม

3.5.2 การขับเคลื่อนนโยบายและผลักดันการยกร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกมอีสปอร์ต ภัยออนไลน์ และพระราชบัญญัติประกอบกิจการเกมให้เป็นวาระสำคัญเร่งด่วนในระดับชาติ โดยมีการปรับปรุงข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน

3.5.3 การสร้างการรู้เท่าทันสื่ออีสปอร์ต โดยเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจ และส่งเสริมให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ตระหนักถึงปัญหาและผลกระทบที่มีต่ออีสปอร์ตอย่างรู้เท่าทัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้เล่นเกมอีสปอร์ตให้มีความฉลาด (Smart player) และกลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกมอีสปอร์ตให้มีความฉลาด (Smart business operator) ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคมในระบบนิเวศอีสปอร์ต

3.5.4 การจัดตั้งกองทุนอีสปอร์ต โดยทำการจัดเก็บค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นเป็นรายได้และกำไรจากการประกอบธุรกิจอีสปอร์ตในรูปแบบภาษี โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำมาใช้บริหารจัดการในการส่งเสริม สนับสนุน และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในระบบนิเวศอีสปอร์ตจากการสร้างการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกมอีสปอร์ต

อภิปรายผล

การสื่อสารที่เกิดขึ้นในบริบทของอีสปอร์ตเกิดจากผู้ส่งสารส่งสารไปยังผู้รับสารโดยอาศัยช่องทางการสื่อสารในเกมอีสปอร์ตและชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ตระหว่างกัน ซึ่งมีความสลับไหลทางการสื่อสาร ทั้งความแตกต่างทางลักษณะทางจิตวิทยา ลักษณะประชากร และลักษณะเฉพาะตัวของผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร ในบริบทเกมอีสปอร์ตที่มีการดำรงตนของเกมเมอร์ที่มีความหลากหลายและมีการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างเกมเมอร์และเกมเมอร์ด้วยกันแล้ว ยังมีการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างแคสเตอร์และเกมเมอร์ด้วย โดยทั้งผู้ส่งสาร, สาร, ช่องทาง และผู้รับสารนั้นมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน จึงมีความสลับไหลทางการสื่อสารด้วยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าเฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทย โดยแคสเตอร์นิยมใช้ในการสื่อสารเพื่อแคสเกม สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (กาญจนา แก้วเทพ, 2554) โดย D. McQuail ระบุว่า เทคโนโลยีแต่ละชนิดจะเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างสังคมแต่ละอย่าง ในสังคมไทยยังนิยมใช้เฟซบุ๊กในการแคสเกมมากกว่าแพลตฟอร์มอื่นซึ่งในขณะที่ทวิตได้รับความนิยมในต่างประเทศ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า แคสเตอร์จะใช้ในการถ่ายทอดสดการแคสเกมหรือสตรีมมิ่งในฐานะผู้ส่งสารที่มีช่องทาง (Channel) เป็นของตัวเองในการผลิตคอนเทนต์ สตรีมเกม แข่งขันเกม แลกเปลี่ยนข้อมูล



ข่าวสาร วิธีการ เทคนิค การเล่น และกิจกรรมเกี่ยวกับเกม เมื่อมีกลุ่มคนดูในระดับหนึ่งกดติดตาม (Subscribe) จะมีส่วนแบ่งเป็นรายได้จากโฆษณาในแต่ละแพลตฟอร์ม โดยมีโอกาสได้รับเงินสนับสนุนด้วยการบริจาค (donate) จากผู้ติดตาม (Subscriber) ด้วย โดยเกมเมอร์จะเป็นผู้ติดตามรับชมการแคสเกม กิจกรรมเกี่ยวกับเกม และการแข่งขันเกมของนักกีฬาอีสปอร์ตที่สนใจในฐานะผู้รับสาร ทั้งนี้ยังพบว่าการสื่อสารในการแคสเกม (gaming communication) ของแคสเตอร์กับผู้ติดตามในชุมชนออนไลน์เกมอีสปอร์ต มีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของแคสเตอร์ การเลือกใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษของผู้รับสาร และชนิดของเกม และสอดคล้องกับผลงานวิจัยหลายเรื่องที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับชมเกมอีสปอร์ตโดยรับชมการแคสเกมผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ยูทูบ และทวิต การรับรู้ความง่ายในการใช้งานสื่อมีอิทธิพลในเชิงบวกกับความเพลิดเพลินและความบันเทิงที่ได้รับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีด้านความบันเทิงจะได้รับความสนใจอย่างมาก และยังแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกที่ชื่นชอบและเห็นความสะดวกในการใช้งานซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกของผู้รับชมในการเล่นเกมนบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการติดต่อสื่อสารที่มากกว่าช่องทางสื่อสารภายในเกม ทั้งเฟซบุ๊ก แอพลิเคชั่น และไลน์ และร่วมกิจกรรมที่ผู้จัดจัดขึ้น ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเปิดชมรายการถ่ายทอดการแข่งขันอีสปอร์ตมากกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน (Petrova, K., & Qu, H., 2007) ; (ธัญญากร บุญมี, 2560) ; (พุดตาล ปราชญ์ศรีภูมิ, 2561) ; (ศัลยาภา นวรัตน์ และ โมไนย พล วัฒน, 2561); (เจตน์จันทร์ เกิดสุข และลัทธสิริ ทีวีสุข, 2562)

ปัญหาด้านสุขภาพเป็นสิ่งที่ถูกพูดถึงเสมอเมื่อมีความเกี่ยวข้องกับการเล่นเกม จากการเล่นเกมอีสปอร์ต ผู้เล่นเกมอีสปอร์ตได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ตรงและทางอ้อมต่อสุขภาพ โดยเฉพาะสุขภาพกาย ซึ่งทำให้กระบวนการรักษาสสมดุลของร่างกาย (Homeostasis) สูญเสียจากการพักผ่อนไม่เพียงพอจากการเล่นเกม ทำให้เกิดความผิดปกติของกระบวนการนาฬิกาชีวภาพในสมอง (Circadian Rhythm) เพิ่มความเสี่ยงทางกาย เพิ่มความอ่อนล้า ปัญหาเกี่ยวกับสายตา ปัญหาปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ และพฤติกรรมเนือยนิ่ง (Sedentary Behavior) จากการขาดการเคลื่อนไหวร่างกาย และพบปัญหาสุขภาพจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสพติดเกมและสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน สอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่องพบว่า วัยรุ่นที่ศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา มีพฤติกรรมเนือยนิ่งจากการใช้สื่อใหม่ติดต่อกันโดยเฉลี่ยเกือบชั่วโมงครึ่งและใช้ต่อเนื่องโดยไม่ทำอย่างอื่นนานสุดถึงเกือบสองชั่วโมง โดยมีความวิตกกังวลทางสังคม การรับรู้ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ การควบคุมตนเองที่ไม่ดีและการควบคุมตนเองที่ดีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเล่นเกมนออนไลน์ ซึ่งได้รับผลกระทบในด้านสุขภาพร่างกาย โดยมีปัญหาเกี่ยวกับระบบสายตา (ชลลดา บุญโท, 2554); (พัสกร คงสาคร และคณะ, 2556); (บุหงา ชัยสุวรรณ และพรพรรณ ประจักษ์เนตร, 2560)



อย่างไรก็ตามอีสปอร์ตนั้นส่งผลกระทบต่อผู้เล่นด้วย อีสปอร์ตเป็นกิจกรรมการแข่งขันเกมออนไลน์ของผู้เล่นเกมในรูปแบบการแข่งขันเป็นทีมหรือแข่งขันเดี่ยว มีส่วนประกอบหลักคือ ผู้เล่นเกม และอุปกรณ์สมรรถนะที่ไวซ์ที่สนับสนุนการเล่น เกม มีการวางแผนและใช้ทักษะในการเล่น โดยมีผลตอบแทนเป็นรางวัลในรูปแบบของเงินรางวัลหรือชื่อเสียง เกมอีสปอร์ตประเภทโมบ้า (Multiplayer Online Battle Arena) เป็นเกมการวางแผนกลยุทธ์ (Strategy) เป็นเกมแนวที่ได้รับความนิยมมาอย่างยาวนานและมากที่สุดของวงการเกมอีสปอร์ตในสังคมไทย โดยมีการเล่นด้วยผู้เล่นหลายคนผ่านระบบออนไลน์ แบ่งผู้เล่นเป็นออกเป็นสองทีมให้ทำการต่อสู้กันในสนามจำลองในเกม อาศัยทักษะการสื่อสารในการกำหนดกลยุทธ์ร่วมกันโดยเน้นการทำงานร่วมกันเป็นทีมในโลกเสมือน เพื่อแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากผู้เล่นฝ่ายตรงข้าม ผู้เล่นแต่ละคนต้องสวมบทบาทที่ตนได้รับ รู้จักหน้าที่ และประสานงานกัน เพื่อเอาชนะฝ่ายตรงข้ามด้วยการทำลายฐานทัพของฝ่ายตรงข้ามด้วยทักษะทางปัญญาต่างๆ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่องที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการเล่นเกมอีสปอร์ตต่อการพัฒนาทักษะทางปัญญาต่าง ๆ (Jonasson, K. & Thiborg, J., 2010); (ธีรภัค คมนา, 2556); (Nuangjumnong, T., 2016) โดยพบว่าเกมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการผจญภัยและการต่อสู้ในเกมเดียวกัน ต้องอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่างผู้เล่นในการเอาชนะคู่ต่อสู้อีกฝ่าย ซึ่งใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในเกมเพื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างบุคคลในผู้เล่นเกมอีสปอร์ตชาวไทยในลักษณะการเล่นแบบทีมเสมือนจริง แม้อีสปอร์ตจะใช้เวลาเคลื่อนไหวทางร่างกายน้อยมากเมื่อเทียบกับกีฬาประเภทอื่น เช่น ฟุตบอลหรือบาสเก็ตบอล และไม่มีการออกแรงเหมือนกีฬาบางประเภท เช่น ยิงปืนหรือสนุกเกอร์ แต่การเล่นเกมประเภทโมบ้าในฐานะเครื่องมือฝึกฝนบทบาทเฉพาะภายในเกมโมบ้าอย่างต่อเนื่องนั้น ช่วยให้มีคุณค่าคุ้นเคยกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ส่งผลต่อทักษะความเคลื่อนไหวร่างกาย โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างมือและสายตา รวมทั้งทักษะในการสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความแชท และส่งผลต่อทักษะความเป็นผู้นำและพัฒนาารูปแบบภาวะผู้นำในโลกความเป็นจริงได้

นอกจากนี้การเติบโตของอุตสาหกรรมเกมอีสปอร์ตไทยยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็วและสามารถสร้างโอกาสทางอาชีพใหม่ให้เกิดขึ้นในระบบนิเวศอีสปอร์ตในประเทศไทย เนื่องจากในสังคมไทยมีราชกิจจานุเบกษา ประกาศคณะกรรมการกีฬาอาชีพ เรื่อง กำหนดชนิดหรือประเภทกีฬาที่เป็นกีฬาอาชีพ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2564 ประกาศให้เพิ่มเติมชนิดกีฬาอีสปอร์ตเป็นกีฬาอาชีพ มีการรับรองเป็นนักกีฬาอาชีพจากหน่วยงานที่ดูแลด้านกีฬาของประเทศไทย ซึ่งเป็นการส่งเสริมการเล่นอีสปอร์ตให้เป็นกีฬาอาชีพในระบบนิเวศอีสปอร์ต ประกอบด้วย นักกีฬาอีสปอร์ต แคสเตอร์ สตรีมเมอร์ โค้ช ผู้จัดการทีม สตาฟฟ์ นักจัดอีเวนต์ ออแกนไนเซอร์ กรรมการผู้ตัดสินการแข่งขัน ช่างภาพ ช่างกล้อง กราฟิกดีไซน์เนอร์ นักการตลาด นักออกแบบและพัฒนาเกม และผู้ดูแลระบบการสื่อสาร ฯลฯ นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสการเติบโตของ



อุตสาหกรรมเกมอีสปอร์ตไทยจากการลงทุนธุรกิจอีสปอร์ตต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศในการจำหน่ายอุปกรณ์อีสปอร์ตและการจัดการแข่งขันเกมและลีกอีสปอร์ตเป็นการสร้างผลกำไรจากธุรกิจเกี่ยวกับเกมอีสปอร์ต ซึ่งสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศไทยได้ สอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่องที่คาดการณ์การเติบโตในอนาคตเกมอีสปอร์ต พบว่ามีประโยชน์โดยตรงทางเศรษฐกิจ อีกทั้งกระแสจากเกมที่เล่น, ประเภทเกมของอีสปอร์ต และผู้ชมสตรีมมิ่งมีแนวโน้มเติบโตขึ้น (นัทธี พันทวีศักดิ์, 2558); (ภาพิมล ไชยวุฒิ, 2558); (Wu, M. et al., 2017)

องค์ความรู้ใหม่

ผู้วิจัยเสนอแนวทางการจัดการการสื่อสารและผลกระทบของอีสปอร์ตในสังคมไทย ผ่าน ESports Model โดยมีรายละเอียดดังนี้

E: Ecosystem of Esports (ระบบนิเวศอีสปอร์ต)

- สร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบนิเวศอีสปอร์ต
- ควบคุมสิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงและการเล่นเกมอีสปอร์ตโดยยึดผู้เล่นเป็นศูนย์กลาง
- จัดตั้งกองทุนพัฒนาอีสปอร์ตจากระบบนิเวศอีสปอร์ตโดยนำรายได้ส่วนหนึ่งมาจัดเก็บเป็นภาษีเพื่อใช้ในการบริหารจัดการส่งเสริมการรู้เท่าทันอีสปอร์ตและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

S: Social Media and Game Communication (การสื่อสารในชุมชนออนไลน์และเกม)

- ผู้รับผิดชอบในการควบคุมดูแลระบบการสื่อสารมีจำนวนเพียงพอต่อการดูแล มีการแจ้งข้อกำหนดใช้งาน และมีมาตรการในการจัดการผู้ใช้งานที่ไม่เหมาะสม
- ผู้ให้บริการเกม สื่อสังคม แอปพลิเคชัน พัฒนาระบบตรวจจับเนื้อหาที่รุนแรง, การพนันออนไลน์ และการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมและแจ้งเตือนผู้ใช้งาน
- ปลุกฝังมารยาทในการใช้สื่อที่เหมาะสมและไม่สนับสนุนความรุนแรงในการสื่อสารของผู้ใช้งาน

P: Protection of Children and Adolescents (การป้องกันคุ้มครองเด็กและเยาวชน)

- จัดการระยะเวลาในการเล่น กำกับดูแล จำกัดเนื้อหา เรตติ้ง และอายุที่เหมาะสมในการเข้าถึงเกม
- กำหนดช่วงอายุที่เหมาะสมในการเป็นนักกีฬาอีสปอร์ตและเข้าแข่งขันเกม
- ส่งเสริมการคุ้มครองสิทธิของผู้เข้าแข่งขันอีสปอร์ต



O: Opportunity to Create New Careers (การสร้างโอกาสทางอาชีพใหม่)

- จัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาและแล็บเฉพาะทางในการพัฒนาอีสปอร์ตเพื่อส่งเสริมให้มีการสร้างอาชีพใหม่

- ส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับอีสปอร์ตเพื่อรองรับอาชีพใหม่ที่เกิดขึ้นในอนาคต

R: Rules, Regulations and Responsibility (กฎระเบียบ ข้อตกลง และความรับผิดชอบร่วม)

- สร้างกฎระเบียบ ข้อตกลง และความรับผิดชอบร่วมกันในการเล่นเกมนอีสปอร์ตของผู้เล่นและผู้ดูแลโดยกำหนดบทลงโทษที่เหมาะสม

- ขับเคลื่อน ผลักดัน ทบทวน ปรับปรุง ยกร่างกฎหมายเกม, พรบ.ประกอบกิจการเกม, พรบ.คอม และพรบ. ส่งเสริมกีฬาอาชีพ ให้เป็นปัจจุบัน โดยให้ความสำคัญที่เด็กและเยาวชนเป็นสำคัญ

- จัดทำคู่มือให้ความรู้ทางกฎหมายและพรบ. ที่เกี่ยวข้อง

T: Training to Create Smart Players and Business Operators (การอบรมให้เป็นผู้เล่นและผู้ประกอบการที่มีความฉลาด)

- สอนและอบรมเชิงปฏิบัติการให้เด็กและเยาวชนมีความรู้เท่าทันอีสปอร์ตและสื่อดิจิทัล ตระหนักถึงปัญหา ผลกระทบ การแก้ปัญหา และสร้างโอกาสจากอีสปอร์ตได้

- จัดคอร์สอบรมให้ผู้กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกมอีสปอร์ตดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ

S: Soft Power of eSports Industry (ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ของอุตสาหกรรมอีสปอร์ต)

- ภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ตให้เป็นบุคคลต้นแบบ ผลักดันอีสปอร์ตไทยให้เป็นมหาอำนาจทางอุตสาหกรรมอีสปอร์ตโลก

- หาโอกาส/ช่องทางผ่านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากการจัดอีเวนต์, ดิจิทัลคอนเทนต์, เกม โดยสอดแทรกศิลปวัฒนธรรมไทย

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การเล่นเกมนอีสปอร์ตส่งผลกระทบในมิติต่าง ๆ 9 ด้าน ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านการเงิน ด้านการศึกษา การงานและสติปัญญา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านอารมณ์ ด้านกีฬา ด้านเทคโนโลยี ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม โดยพบว่าด้านที่มีผลกระทบเชิงบวกจากการเล่นเกมอีสปอร์ตมากที่สุด ได้แก่ ด้านอารมณ์ โดยพบว่าการเล่นเกมเป็นกิจกรรมสันทนาการที่สร้างความสนุกสนาน ช่วยในการผ่อนคลายความเครียด และด้านที่มีผลกระทบเชิงลบมากที่สุด ได้แก่ ด้านสุขภาพ โดยพบปัญหาสุขภาพกายที่เกี่ยวกับสายตา ปวดกล้ามเนื้อ อ่อนเพลีย เหนื่อยล้า การพักผ่อนไม่เพียงพอ พฤติกรรมเนือยนิ่งจากการ



ขาดการเคลื่อนไหวร่างกาย และปัญหาสุขภาพจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเสพติดเกม โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางการจัดการการสื่อสารและผลกระทบของอีสปอร์ตในสังคมไทย ผ่าน ESports Model ได้แก่ E: Ecosystem of Esports (ระบบนิเวศอีสปอร์ต), S: Social Media and Game Communication (การสื่อสารในชุมชนออนไลน์และเกม), P: Protection of Children and Adolescents (การป้องกันคุ้มครองเด็กและเยาวชน), O: Opportunity to Create New Careers (การสร้างโอกาสทางอาชีพใหม่), R: Rules, Regulations and Responsibility (กฎระเบียบ ข้อตกลง และความรับผิดชอบ), T: Training to Create Smart Players and Business Operators (การอบรมให้เป็นผู้เล่นและผู้ประกอบการที่มีความฉลาด) และ S: Soft Power of eSports Industry (ซอฟต์แวร์ของอุตสาหกรรมอีสปอร์ต) เกมอีสปอร์ตไม่ได้เป็นเพียงสื่อบันเทิงเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชนเพียงเท่านั้น แต่รวมไปถึงกลุ่มผู้ใหญ่และผู้สูงอายุที่ให้ความสนใจและดำรงตนอยู่ในระบบนิเวศอีสปอร์ตด้วย ดังนั้นด้วยคุณสมบัติความเป็นสื่อของอีสปอร์ตจึงสามารถสร้างเครือข่ายการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ในสังคมออนไลน์ของผู้เล่นได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเพศ อายุ และสถานะ ผู้วิจัยจึงอยากเสนอแนะให้มีการพัฒนาประเด็นสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปเกี่ยวกับบริบทเกมอีสปอร์ตประเภทต่างๆ ทั้งรูปแบบการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ของผู้เล่นที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่อาจแยกศึกษาเป็นกลุ่มเด็กเยาวชน ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ รวมทั้งการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ของเกมแคสเตอร์ประเภทต่าง ๆ การระรานทางไซเบอร์ของผู้เล่นเกมอีสปอร์ต รูปแบบการสื่อสารของผู้ดูแลระบบเกมและผู้ควบคุมเพจ ผู้ปกครอง ครู อาจารย์ นักกีฬาอีสปอร์ต และโค้ช ฯลฯ ซึ่งล้วนเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบนิเวศอีสปอร์ต อาจทำให้ได้รับรู้รูปแบบการสื่อสารและผลกระทบที่เกิดขึ้นเฉพาะกลุ่ม สามารถหาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาได้ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดัชนีนิพนธ์เรื่อง การสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม พฤติกรรมการเล่น และผลกระทบจากการเล่นเกมอีสปอร์ตของเกมเมอร์ไทย

ขอขอบคุณทุนสนับสนุนการทำและการตีพิมพ์วิทยานิพนธ์จากเงินงบประมาณแผ่นดิน ประจำปีงบประมาณ 2562 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2554). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.
- เจตน์จันทร์ เกิดสุข และลัทธสิทธิ ทวีสุข. (2562). แรงจูงใจของผู้ชมอีสปอร์ตที่ส่งผลต่อการติดเกม. วารสารนิเทศสยามปริทรรศน์, 18(2), 13-152.



- ชลลดา บุญโท. (2554). พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีและผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2560). ตลาดเกมออนไลน์ในไทยโตกว่า 32.4 เปอร์เซ็นต์ ผู้เล่นรายใหญ่จากเกาหลีบุกไทย. เรียกใช้เมื่อ 15 กันยายน 2560 จาก <https://www.thansettakij.com/business/171647>
- ดิจิทัลเอจ. (2560). อุตสาหกรรมเกมเติบโตเร็ว ผู้ให้บริการเกมของเกาหลี เปิดตัวในไทย. เรียกใช้เมื่อ 15 กันยายน 2560 จาก <https://www.digitalagemag.com>
- ไทยทริบูน. (2560). สถิติเด็กติดเกมพุ่ง 1.5 เท่า อายุต่ำสุดแค่ 5 ขวบ เสี่ยง'สมาธิสั้น-ต่อต้าน'. เรียกใช้เมื่อ 13 กันยายน 2560 จาก <http://thaitribune.org/contents/detail>
- ธัญญากร บุญมี. (2560). อัตลักษณ์เสมือนกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบนเครือข่ายสังคมเกมออนไลน์. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศศาสตร์และนวัตกรรม. สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธีรภัค คมนา. (2556). การวิเคราะห์รูปแบบเกมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 1 โรงเรียนธัญรัตน์ จังหวัดปทุมธานี. ใน วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นัทธี พันทวีศักดิ์. (2558). แผนธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายอุปกรณ์อีสปอร์ต (E-Sport). ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- บีบีซีไทย. (2560). ผู้ใหญ่ก็ติดเกมได้: ตลาดเกมมือถืออาเซียนโตสูงสุดในโลก. เรียกใช้เมื่อ 19 กันยายน 2560 จาก <http://www.bbc.com/thai/thailand-40565506>
- บุหงา ชัยสุวรรณ และพรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2560). พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่นอายุระหว่าง 10-19 ปี. วารสารการสื่อสารและการจัดการนิดา, 1(1), 31-57.
- พัสกร คงสาคร และคณะ. (2556). รายงานการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างความวิตกกังวลทางสังคม . ใน การรับรู้ความสามารถทางคอมพิวเตอร์ การควบคุมตนเอง กับพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พุดตาล ปรากฏศรีภูมิ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะชมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์. ใน วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



- ภาพิมล ไชยวุฒิ. (2558). แรงจูงใจในการสมัครเข้าเป็นนักกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ (ESports). ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. มหาวิทยาลัยสยาม.
- มาร์เก็ตเธียร์. (2562). เผยปี 61 ผู้ชมอีสปอร์ตไทย 11. ล้านคน เติบโตเร็วที่สุดในโลก. เรียกใช้เมื่อ 20 สิงหาคม 2562 จาก <https://marketeeronline.co/archives/108515>
- ศัลยาภา นวรรตน์ และ โมไนยพล รณเวช. (2561). ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจต่อรายการถ่ายทอดการแข่งขันอีสปอร์ต. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า, 4(2), 46-60.
- อภิวรรณ ศิรินันทนา. (2559). การสื่อสารของกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ในยุคดิจิทัล. วารสารเทคโนโลยีสื่อสาร มวลชน มทร.พระนคร, 1(1), 56-65.
- เอ็มไทยนิวส์. (2560). เจ๋ง! ครูจัดแข่ง ROV ในโรงเรียน หวังส่งเสริมกีฬา ESPORTS. เรียกใช้เมื่อ 15 กันยายน 2560 จาก <https://news.mthai.com/social-news/581487.html>
- Jonasson, K. & Thiborg, J. (2010). Electronic sports and its impact on future sport. *Sport in Society*, 13(2), 287-299.
- Nuangjumnong, T. (2016). Development of Leadership through Esports. In Doctoral's dissertation. Waseda University.
- Petrova, K., & Qu, H. (2007). Playing mobile games: Consumer perceptions. Paper presented at the Proc2nd int. conf. e-Business (ICE-B 2007). Retrieved April 19, 2019, from https://www.academia.edu/1086831/Playing_mobile_games_consumer_perceptions
- Wu, M. et al. (2017). Fairness mechanism in multiplayer online battle arena games. The 2016 3rd International Conference on Systems and Informatics (ICSAI 2016). Retrieved April 19, 2019, from <https://ieeexplore.ieee.org/document/7810986>