

คน/งาน พนัน/เกม มานุษยวิทยา ใหญ่โตคด



วสันต์ ปัญญาแก้ว / รวิพล สัมผัสสวัสดิ์
ปัทมวิษณุ เกราะ / รวิโรจน์ ไทรงาม



คน/งาน พนัน/เกม

มานุษยวิทยา

Cyborg

วสันต์ ปัญญาแก้ว / รวิพล ส้มิงสวัสดิ์
ปิ่นณวิชญ์ เกระ / รวีโรจน์ ไกรงาม

คน/งาน พนัน/เกม มานุษยวิทยา Cyborg

ผู้เขียน	วสันต์ ปัญญาแก้ว รวีพล ลีมีงสวัสดิ์ ปัทมวิเศษ ณะ รวีโรจน์ ไกรงาม
บรรณาธิการต้นฉบับ	วสันต์ ปัญญาแก้ว
พิมพ์ครั้งที่ 1	พฤษภาคม 2564
จัดพิมพ์โดย	ศูนย์วัฒนธรรมศึกษาและเมืองร่วมสมัย ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
สนับสนุนโดย	โครงการทุนวิจัยมหาบัณฑิต สกว. ด้านมนุษยศาสตร์-สังคมศาสตร์ รุ่นที่ 15
รูปเล่ม/จัดพิมพ์	หจก.วนิดาการพิมพ์ 14/2 หมู่ 5 ตำบลสันผีเสื้อ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300 โทรศัพท์/โทรสาร 0 5311 0503-4

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

National Library of Thailand Cataloging in Publication Data

คน/งาน พนัน/เกม มานุษยวิทยา Cyborg. -- เชียงใหม่ : ศูนย์วัฒนธรรมศึกษาและเมืองร่วมสมัย ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2564.
214 หน้า.

1. สังคมวิทยา. I. วสันต์ ปัญญาแก้ว. II. ชื่อเรื่อง.

301

ISBN 978-616-398-650-4

คำนำ

วสันต์ ปัญญาแก้ว

เราทุกคนล้วนเป็น Cyborg

ภาพแทน หรือเรื่องราวของ Cyborg อาจเคยเป็นเพียงสิ่งที่นักวิจัยด้านอวกาศจินตนาการขึ้น เป็นเรื่องเล่าที่โหดแล่นอยู่ในนิยาย หรือภาพยนตร์ฮอลลีวูด เช่น Robocop, Terminator จนมาถึง Alita กระนั้นการปฏิวัตินวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล การแพร่กระจายของเครือข่ายการสื่อสาร เครื่องจักร ยานยนต์ คอมพิวเตอร์สมองกล จนไปถึงอุปกรณ์สื่อสารติดตามตัว ที่ทำงานเชื่อมต่อกับชีวิต ได้เปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสมองกลเครื่องจักรให้กลายเป็นชีวิตมนุษย์กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ อันเป็น “ชีวิตแบบ Cyborg”

การปฏิวัติวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรม การผลิต ที่มีเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเครื่องจักรเป็นตัวนำประดิษฐ์กรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนโลก ด้านหนึ่งนอกจากจะนำไปสู่หายนะของโลกที่เราอาศัยอยู่มานับล้านปี ยังนำ

ไปสู่การเปลี่ยนแปลงในแบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับธรรมชาติ มนุษย์กับสิ่งมีชีวิตอื่น จนไปถึงมนุษย์กับเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ ที่ในตัวของมันเองมี “ชีวิต” เช่นกัน

ณ จุดเริ่มต้นของสหัสวรรษใหม่ แทบไม่มีใครปฏิเสธว่า ความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของชีวิต ปัญหาที่เราเผชิญ หรือรับรู้ มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นเรื่องระดับโลกมากขึ้น ชะตากรรมของมนุษย์ จุดจบของมนุษยชาติ “วันสิ้นโลก” ไม่ใช่คำพยากรณ์ของศาสดา หรือปรัมปราิทานอีกต่อไป ทว่า เริ่มนับถอยหลังเร็วขึ้น

เทคโนโลยีการสื่อสาร ทักษะ ความสามารถของ เครื่องจักรสมองกล นอกจากจะสร้างสรรค์, สร้างหายนะ แก่ธรรมชาติ อาจให้กำเนิดพื้นที่วัฒนธรรมแบบใหม่ รวมจนไปถึงพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ ชีวิตใหม่ๆ หลากหลายมากขึ้น ทว่าการผลิตเชิงอุตสาหกรรมพาณิชย์ การแพร่กระจาย ของอุปกรณ์ เทคโนโลยีสื่อสาร ที่เข้าถึงผู้คนได้อย่าง ง่ายดายมากขึ้น การพัฒนาลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน และโทรคมนาคม ที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงเชื่อมต่อระดับ ข้ามแดนข้ามชาติ ก็กำลังนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของชีวิต ที่เคลื่อนย้ายจากโลกกายภาพไปสู่โลกแห่งการสื่อสาร ออนไลน์ อันเต็มไปด้วย รหัส ภาษา สัญญาณไฟฟ้า คลื่นความถี่ ที่แปลงเป็น ภาพ เสียง กลายเป็นโลกดิจิทัล

ที่น่าติดตาม ตื่นเต้น เร้าใจ บั่นป่วน วุ่นวายไปในเวลาเดียวกัน

ชีวิตแบบ Cyborg คือชีวิตที่มนุษย์จะมีชีวิตอยู่รอดได้ และใช้ชีวิตได้อย่างเป็นมนุษย์ ก็ด้วยการอาศัยใช้ชีวิต สร้างความสัมพันธ์ มีปฏิสัมพันธ์ไปกับเทคโนโลยี ประดิษฐ์กรรม และเครื่องจักรสมองกล เป็น “พื้นที่ชีวิต” ที่ตัดข้าม เพศ ชนชั้น ชาติพันธุ์ และสายพันธุ์ หรือ Species จนไปถึง “ระบบ” สังคม โลก และจักรวาล

ด้วยเหตุนี้แล้ว ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์ วัฒนธรรม และอารยธรรมของมนุษย์ ที่มานุษยวิทยามีอยู่มีมา จะยังคงมีน้ำยาอยู่หรือไม่ นักมานุษยวิทยายังมีปัญหาดิตตาม ทำความเข้าใจ อธิบายความเป็นไปในสังคมและอารยธรรมมนุษย์ ซึ่งได้กลายเป็นมนุษย์ที่มีชีวิตแบบ Cyborg ได้มากน้อยเพียงใด

มานุษยวิทยา Cyborg คือการศึกษาที่มุ่งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเครื่องจักรสมองกลเพื่อได้ส่วนตรวจสอบการประกอบสร้างความเป็นมนุษย์ ที่ก่อร่างสร้างขึ้นมาจากความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเทคโนโลยี

คน/งาน พนัน/เกม มานุษยวิทยา Cyborg คือหนังสือรวมบทความคัดสรรจากโครงการวิจัย “พนัน กีฬาออนไลน์และเกมกีฬา eSports ในสังคมไทยในยุคดิจิทัล” ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์ศึกษาปัญหา

การพนัน ปีงบประมาณ 2562 (บทที่ 2, 3 และ 6) และผลงานวิทยานิพนธ์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของชุดโครงการวิจัย “สหศาสตร์ สหศิลป์ กับชีวิตข้ามถิ่น ข้ามแดน ข้ามชาติ” ได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการทุนวิจัยมหาบัณฑิต สกว. ด้านมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ รุ่นที่ 15 ประจำปีงบประมาณ 2562 (บทที่ 4 และ 5)

บทที่ 1 ซึ่งเสมือนบทนำของหนังสือเล่มนี้ เป็นบทที่ผมเขียนขึ้นใหม่อย่างสังเขป นำเสนอความเคลื่อนไหวของกระแสความคิดปรัชญาหลังมนุษย์ (Posthuman) ซึ่งมีส่วนอย่างมาก อันเป็นรากฐานของแนวการศึกษาที่ต่อมาเรียกว่า มานุษยวิทยา Cyborg

บทที่ 2 เกมและเวลาว่าง บทที่ 3 eSports กีฬาหรือธุรกิจดิจิทัล และ บทที่ 6 พนันออนไลน์และการทำทายอธิปไตยรัฐยุค Cyber ซึ่งปรับปรุงตัดตอนมาจากรายงานการวิจัย “พนันกีฬาออนไลน์และเกมกีฬา eSports ในสังคมไทยในยุคดิจิทัล” นำเสนอความรู้เบื้องต้นด้านเกมศึกษา (Game Studies) การศึกษาเกม eSports ตลอดจนมิติความสัมพันธ์ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเครื่องจักรสมองกล ที่เติบโตขยายตัวในนามอุตสาหกรรมเกมและการพนันออนไลน์ เมื่อเกมกลายเป็นกีฬา ทว่ากีฬาที่ใช้เกมก็ยังเป็นเรื่องของ “การเล่น” มากกว่าการออกกำลังกาย การเล่นเกมคอมพิวเตอร์ซึ่งปัจจุบันต้องอาศัยทั้งทักษะ

อุปกรณ์ และเครือข่ายการสื่อสาร นอกจากจะส่งผลต่อรูปแบบการใช้เวลาว่าง การเล่นเกมยังกลายเป็นพื้นที่ของการหลีกหนีจากความวุ่นวายของชีวิตทางกายภาพ สู่โลกเสมือนแห่งความสุข สนุกสนาน ที่แม้จะเป็นความสุขแบบพลาสติก หรือความสุขที่จะเข้าถึงได้ก็ต่อเมื่อมนุษย์มี “อุปกรณ์” เป็นการบริโภคความสุขในโลก Cyber ที่ไม่มีวันสิ้นสุด ประหนึ่งเพชรที่ไม่ว่าจะ “เข้าถึง” ด้วยความสัมพันธ์แบบใด มนุษย์กับมนุษย์ หรือมนุษย์กับ “ตัวช่วย”?

บทที่ 4 Twitch TV: แรงงานและพื้นที่การถ่ายทอดสดเกม อันเป็นเรื่องของแรงงานในระบบทุนนิยมดิจิทัล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์ของ รวิพล ลีมิ่งสวัสดิ์ รวิพลนำเสนอการศึกษาทำความเข้าใจวิถีการดำเนินชีวิต การทำงาน และการกลายเป็นแรงงานแบบใหม่ที่ก่อตัวขึ้น ผ่านกลุ่มสตรีมเมอร์ Twitch TV ซึ่งเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มใหม่ที่น่าสนใจ Twitch TV คือพื้นที่ของระบบทุนประเภทหนึ่ง มีนายทุนเป็นเจ้าของ ในแง่พื้นที่ที่ธุรกิจออนไลน์จึงเป็นสิ่งที่ดำรงอยู่บนความสัมพันธ์ทางอำนาจที่ไม่เท่าเทียมระหว่างนายทุนผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นผู้มีสิทธิเหนือทรัพย์สิน กับสตรีมเมอร์ (และผู้บริโภคเกม) ซึ่งกลายเป็นเพียง “แรงงาน” ผู้เป็นแค่คนใช้งาน พื้นที่ออนไลน์จึงมิใช่เป็นเพียงพื้นที่เพื่อความบันเทิง แต่ยังเป็นพื้นที่ของการผลิต “กำไร” หรือ

ดอกผลที่เกิดขึ้น ซึ่งจะตกเป็นของนายทุน และนายทุนบริษัทธุรกิจทุนดิจิทัล จะใช้สิ่งเหล่านี้เพื่อผลิตซ้ำให้พื้นที่ออนไลน์ หรือทุนของพวกเขา สามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ กระบวนการดังกล่าวคือส่วนสำคัญของกระบวนการสะสมทุนในโลกดิจิทัล ในนัยนี้การเกิดขึ้นของ Twitch TV จึงชี้ชวนให้เราคิดถึงสิ่งที่ Donna Haraway เรียกว่า “Homework Economy” ซึ่งกำลังส่งผลให้กระบวนการใช้แรงงานเกิดความเปลี่ยนแปลง ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่อง “แรงงาน” การพิจารณาว่าใครเป็นหรือไม่เป็นแรงงาน ถึงเวลาต้องปรับเปลี่ยนด้วยเช่นกัน แรงงานไม่ใช่สิ่งที่ผูกโยงอยู่กับคุณลักษณะว่าด้วยสถานภาพที่ปราศจากปัจจัยการผลิต ถูกนายทุนควบคุม หรือแม้แต่การได้รับค่าแรงอีกต่อไป ทั้งสตรีมเมอร์ธรรมดา และผู้ชมผู้บริโภครายการเกมต่างก็เป็นตัวอย่างที่สำคัญที่ชี้ให้เห็นแง่มุมของการเกิดขึ้นของ “แรงงาน” และระบบการผลิตชุดรีดแรงงานรูปแบบใหม่

ในโลกแบบ Cyborg เราทุกคนล้วนถูกระบบยึดตรึงซึ่งร่างให้กลายเป็นแรงงาน

บทที่ 5 การบริโภคสินค้าของแฟนสโมสรฟุตบอล Manchester United (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์ของ ปณณวิชญ์ เถระ ที่มุ่งศึกษาการบริโภคสินค้าระดับข้ามชาติของแฟนฟุตบอลไทย นำเสนอว่า ช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา รายการแข่งขันฟุตบอล English

Premier League ซึ่งแพร่กระจายผ่านสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม ยุคดิจิทัลไปทั่วโลก เป็นที่นิยมของผู้ชมแฟนบอลไทยเป็นอย่างมาก การเติบโตของอุตสาหกรรมฟุตบอลอังกฤษ ส่งผลให้สโมสรฟุตบอลชื่อดัง เช่น เลสเตอร์ซิตี Liverpool แมนเชสเตอร์ซิตี และ Manchester United กลายเป็นสโมสรฟุตบอลซึ่งอันที่จริงคือธุรกิจระดับบรรษัทข้ามชาติ ที่สนใจเข้ามาแสวงหาการลงทุน ผ่านการดักดวง “ทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจ” ในประเทศต่างๆ ที่มีเครือข่ายแฟนบอลอย่างเป็นทางการ เช่น สิงคโปร์ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่นฮ่องกง และรวมถึงประเทศไทย

สโมสรฟุตบอล Manchester United ได้เริ่มเข้ามาติดต่อแฟนบอลไทย (ชมรมห้วงแฮมป์) เพื่อตั้งให้เป็นชมรมที่สนับสนุนสโมสรอย่างเป็นทางการ การเปลี่ยนสถานะจากชมรมที่สนับสนุนสโมสรฯ เป็น Official Fan Club ส่งผลให้วัฒนธรรมการบริโภคของแฟนบอลในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ แฟนบอลไทยกลุ่มดังกล่าวเปลี่ยนวิธีการบริโภคจากการบริโภคสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ไปสู่การบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ จากนั้นจึงกระจายไปสู่แฟนบอลกลุ่มอื่นๆ สารสำคัญของบทนี้จึงชี้ชวนให้คิดได้ว่า ในโลกแบบ Cyborg หรือที่ Haraway เรียกว่า The Informatics of Domination นั้น การบริโภคเกมกีฬา และสินค้าต่างๆ นอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของการขยายตัวของอุตสาหกรรม

กีฬาระดับข้ามชาติ ด้วยการขยายฐานการแสวงหากำไรอย่างจริงจังของสโมสรฟุตบอล การบริโภครายการแข่งขันฟุตบอลและสินค้าของสโมสรฟุตบอลยังได้กลายเป็นเครื่องมือสำหรับการแสดงสถานภาพของผู้คน ที่ปัจจุบันมีชีวิตกลายเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนแฟนบอลระดับโลก ผ่านเครือข่าย Cyber สมองกล

กล่าวอย่างถึงที่สุด Manchester United ที่กลุ่มแฟนบอลไทยคลั่งไคล้บูชานั้น อันที่จริงก็คือ ‘อมนุษย์’ ที่พวกเขาหลงรัก

กีฬาอุตสาหกรรมเกม ซึ่งปัจจุบันแทบจะแยกไม่ออกจากธุรกิจสื่อพันทันออนไลน์ กำลังสถาปนาเครือข่ายควบคู่ไปกับการแพร่กระจายของสื่ออุปกรณ์ดิจิทัลที่เข้าถึงได้อย่างง่ายดายจนกลายเป็นสิ่งที่ทำลายอำนาจอธิปไตยรัฐยุค Cyber เกมและการพนันกำลังสร้างระบบนิเวศใหม่กล่าวในภาษาของมานุษยวิทยา Cyborg ก็คืออุตสาหกรรมเกม/พนันได้ประกอบสร้างระบอบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเครื่องจักรสมองกลที่กำลังอุบัติขึ้นใหม่บนเครือข่ายการสื่อสาร ระบบนิเวศวิทยาแบบใหม่นี้ในแง่หนึ่งอาจยังคงถูกมองกันว่าเป็นเพียงส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการพนันและเกมกีฬา ทว่าก็เป็นธุรกิจการค้าความบันเทิงที่มุ่งเสนอขาย “ความสุขแบบไม่รู้จบ” อันเป็นความสุข

ความปรารถนา ที่ผลิตออกมากระจาย หล่อเลี้ยงให้ทุนนิยม มีชีวิตและก้าวเดินต่อไปได้ซ้ำกับซ้ำกัลป์

ในโลกที่การแสวงหาความสุขของมนุษย์ต้องพึ่งพา การมีปฏิสัมพันธ์กับเครื่องจักรสมองกลเช่นนี้ ชีวิตมนุษย์ที่ ดูเหมือนว่าจะสามารถเลือกบริโภคความบันเทิง หาความสุขได้ตามใจปรารถนา (จากดิจิทัลที่ไหลผ่าน แดกกระจายอยู่ในวงจร อุตสาหกรรมเกมและกีฬาความบันเทิง) เอาเข้าจริงจึงถูก ปิดบัง อำพราง คน/งาน ปัญหาการกดขี่ขูดรีดของทุนนิยม ดิจิทัล ซึ่งก่อร่างสร้างขึ้นมาจากความปรารถนาและความสุข พนัน/เกม ที่ “ล่อลวง” มนุษย์ในโลกของ Cyborg

สารบัญ

1	มานุษยวิทยา Cyborg	1
	วสันต์ ปัญญาแก้ว	
2	เกมและเวลาว่าง	23
	วสันต์ ปัญญาแก้ว และ รวีโรจน์ ไตรงาม	
3	eSports กีฬาหรือธุรกิจดิจิทัล	41
	รวีพล สัมมิ่งสวัสดิ์ และ วสันต์ ปัญญาแก้ว	
4	Twitch TV: แรงงานและพื้นที่	65
	การถ่ายทอดสดเกม	
	รวีพล สัมมิ่งสวัสดิ์	
5	การบริโภคสินค้าของแฟนสโมสรฟุตบอล	123
	Manchester United (ประเทศไทย)	
	ปัทมณวีชญ์ เกระ	
6	พนันออนไลน์และการท้าทายอธิปไตยรัฐยุค Cyber	171
	วสันต์ ปัญญาแก้ว	

มานุษยวิทยา Cyborg

วสันต์ ปัญญาแก้ว

บทนำ

การแพร่กระจายของเทคโนโลยี และเครือข่ายการสื่อสาร ความก้าวหน้าของคอมพิวเตอร์สมองกล “ปัญญาประดิษฐ์” (Artificial Intelligence) ตลอดจนปัญหาสิ่งแวดล้อม หายนะของธรรมชาติอันเป็นผลมาจากน้ำมือของมนุษย์ ด้านหนึ่ง ได้นำพาโลกเข้าสู่ยุคที่นักวิทยาศาสตร์ธรณีวิทยาเรียกว่า Anthropocene อันเป็นยุคสมัยที่มนุษย์คือต้นเหตุของการทำลายล้างโลก ในอีกด้านหนึ่ง การเป็นมนุษย์และการใช้ชีวิตของมนุษย์จึงจำต้องพัวพันไปกับความเป็นอมมนุษย์มากขึ้น ไม่ใช่เรื่องประหลาดอีกต่อไปที่บรรดาผู้ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยอุปกรณ์ดิจิทัล มักจะถูกระบบให้พิสูจน์ยืนยันความเป็นมนุษย์ เช่น ก่อนที่เราจะได้รับอนุญาตให้ทำการไต่บนอุปกรณ์ หรือเพื่อพิสูจน์

ความถูกต้องว่าเราคือเจ้าของบัญชีอุปกรณ์นั้นๆ ระบบสมองกลจะบังคับให้เราต้อง กดยืนยัน หรือ “เล่นเกม” ตามที่ระบบร้องขอ เพื่อที่จะบอกว่า “เราคือมนุษย์” (I am not a robot) ชีวิตประจำวันของมนุษย์ในปัจจุบันต้องปฏิสัมพันธ์กับปัญญาประดิษฐ์เกือบตลอดเวลา กิจกรรมระหว่างมนุษย์กับเครื่องจักรสมองกลเหล่านี้คือข้อท้าทายอันเป็นคำถามสำคัญต่อสิ่งที่เรียกว่า มนุษย์ ความเป็นมนุษย์คืออะไร ดูเหมือนว่าการจะทำความเข้าใจเรื่องราวเกี่ยวกับมนุษย์ อันเป็นประเด็นปัญหาพื้นฐานของมานุษยวิทยา เราจำต้องปรับฐานคิด ต้องทำความเข้าใจใหม่ ภายใต้งานไขที่เชื่อมโยงมนุษย์เข้ากับธรรมชาติ และเทคโนโลยี จักรกลที่ควบคุมด้วยปัญญาประดิษฐ์ นี่คือ “สภาวะหลังมนุษย์” (The Posthuman Time) อันเป็นทั้งจุดเปลี่ยนในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ และวิธีคิดเกี่ยวกับการทำความเข้าใจมนุษย์ในโลกยุคปัจจุบัน แนวคิดหลังมนุษย์ที่นักคิดนักปรัชญาเสนอขึ้น ไม่ได้เป็นการมองอนาคตในแง่ร้าย แต่เป็นวิธีคิดในการทำความเข้าใจมนุษย์ในโลกยุคปัจจุบัน อันเป็นชีวิตที่แวดล้อมไปด้วยเครือข่ายการสื่อสารและเทคโนโลยีดิจิทัล และขณะเดียวกันก็เป็นโลกที่เต็มไปด้วยหายนะจากภัยพิบัติและความผิดเพี้ยนของธรรมชาติ โรคระบาด อันมีมนุษย์เองเป็นตัวการสำคัญ

Rosi Braidotti (2013) ให้นิยามความหมายของ “สภาวะหลังมนุษย์” ว่าเป็นจุดตัดหรือ “พื้นที่เชื่อมประสาน” ระหว่างกระแสความคิด Post-humanism และ Post-anthropocentrism ในยุคสมัยของเศรษฐกิจยุคทุนนิยมก้าวหน้า กล่าวคือ ขณะที่ Post-humanism คือกระแสความคิดที่มุ่งวิพากษ์วิจารณ์ทรรศนะการมองมนุษย์จากอุดมคติแบบมนุษยนิยม ซึ่งเป็นผลมาจากกระแสความคิดในยุคแห่งแสงสว่างทางปัญญา Post-anthropocentrism คือกลุ่มแนวคิดที่มุ่งวิพากษ์วิจารณ์การแบ่งแยกมนุษย์ออกจากสิ่งมีชีวิตอื่นๆ และการยกให้มนุษย์อยู่เหนือสิ่งอื่น (ในระบบนิเวศวิทยา) ในแง่นี้ แนวคิดหลังมนุษย์จึงเป็นเครื่องมือทางความคิด ซึ่งจะช่วยนำพาเราสำรวจสืบสวนตรวจสอบปรากฏการณ์ทางวัตถุและวาทกรรมต่างๆ ที่แสดงตน เวียนว่าย อยู่ในสภาวะ ซึ่งมีมนุษย์และสิ่งมีชีวิตกำลังจะสูญพันธุ์ หรือถูกทำลายล้าง ด้วยน้ำมือของมนุษย์เอง เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าซับซ้อน เช่น เครื่องจักรกลและปัญญาประดิษฐ์ รวมจนไปถึงปัญหาการเปลี่ยนแปลงของบรรยากาศโลก และการขยายตัวของทุนนิยม ซึ่งนำไปสู่ความไม่เท่าเทียม กระแสแนวคิดหลังมนุษย์คือแนวการศึกษาที่ตั้งคำถามสำคัญเกี่ยวกับ “สิ่งที่กำลังจะกลายเป็น” ในโลกที่กำลังจะเปลี่ยนไป สำหรับนักคิดหลังมนุษย์ มนุษย์และสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ซึ่งอาศัยอยู่บน

โลกใบนี้กำลังอยู่ในจุดตัดที่อาจจะเรียกว่า อยู่ตรงกึ่งกลางระหว่างการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ซึ่งกำลังสถาปนาให้ “ปัญญาประดิษฐ์” กลายเป็นสิ่งที่ควบคุมบงการชีวิตมนุษย์ และการสูญพันธุ์ครั้งที่ 6 อันเป็นการสูญพันธุ์ของสิ่งมีชีวิตหลายสายพันธุ์ในเวลาอันสั้น สำหรับนักวิทยาศาสตร์ “การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4” นั้นเกี่ยวพันไปกับการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ไม่ว่าจะเป็นหุ่นยนต์ ปัญญาประดิษฐ์ นาโนเทคโนโลยี ไบโอเทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง หมายความว่า ในโลกยุคนี้ สิ่งที่เราเรียกว่า เขตแดนของโลก ดิจิทัล กายภาพ และชีววิทยานั้น ไม่มีเส้นแบ่งที่ชัดเจนอีกต่อไป ส่วน “การสูญพันธุ์ครั้งที่ 6” นั้นหมายถึงยุคสมัยที่การล้มหายตายจากของสายพันธุ์ของสิ่งมีชีวิตนั้นล้วนเป็นผลมาจากกิจกรรมของมนุษย์ นั่นหมายความว่า ในโลกยุคปัจจุบันมนุษย์กำลังมีชีวิตรอยู่ท่ามกลางระหว่าง ระบบแห่งการเร่งเร้าของทุนนิยมก้าวหน้า และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเข้มข้นของบรรยากาศของโลก ทั้งสองกระบวนการนี้กำลังทำลายสภาวะที่เราเรียกว่า “โลกหลังมนุษย์”

ปฏิเสธไม่ได้ว่า ปัจจุบันโลกกำลังปั่นป่วนจากการแทรกแซงของเทคโนโลยีดิจิทัล และการที่ชีวิตมนุษย์กลายเป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีที่ถูกสร้างขึ้น อันเป็นยุคสมัยที่ผู้คนต้องเผชิญกับการเปลี่ยนผ่านอย่างรวดเร็วและ

ความเหลื่อมล้ำไม่เท่าเทียมที่เกิดขึ้นในระดับที่กว้างใหญ่ไพศาล ซึ่งนำไปสู่หายนะในระบบนิเวศวิทยาของสิ่งแวดล้อมและชีวิตทางสังคม จนไปถึงการเปลี่ยนแปลงในระดับอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ สิ่งที่สำคัญและท้าทายสำหรับนักมานุษยวิทยา คือการพยายามทำความเข้าใจเงื่อนไขสภาวะที่ขัดกันอยู่นี้ ทั้งในเชิงทฤษฎีวิชาการและในฐานะที่เป็นมนุษย์ที่มีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ในแง่นี้จึงเป็นเรื่องใหญ่และสำคัญอย่างยิ่งที่ศาสตร์ความรู้มานุษยวิทยาจำเป็นต้องสร้างวิธีคิดและปฏิบัติการแบบ “ข้ามศาสตร์” รวมไปถึงการมีจินตนาการ วิพากษ์วิจารณ์อย่างสร้างสรรค์ และ “ปฏิบัติการ” ควบคู่กันไปในโลกของความจริง

ปรัชญาหลังมนุษย์

นักคิดหลังมนุษย์ (Posthumanist) เสนอข้อวิพากษ์วิจารณ์เชิงปรัชญาต่อแนวคิดมนุษยนิยมที่เชื่อในความเป็นสากลของมนุษย์โดยปฏิเสธการยกย่องให้มนุษย์มีวิวัฒนาการเหนือสิ่งมีชีวิตอื่น (ผ่านข้ออ้างเรื่องความเป็นเหตุเป็นผลของมนุษย์) ความสำคัญของแนวคิดหลังมนุษย์ ด้านหนึ่งเสมือนเป็นทางออกจากเงื่อนไขสภาวะหลังมนุษย์ดังกล่าว อีกด้านหนึ่งก็เป็นแนวคิดที่เปี่ยมด้วยความหวังที่จะทำ

ความเข้าใจเงื่อนไขที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงในโลกยุคปัจจุบันอันเต็มไปด้วยปัญหาสิ่งแวดล้อม โลกร้อน และปัญหาของชั้นบรรยากาศ การสูญพันธุ์ของสิ่งมีชีวิต และโรคระบาดที่อาจนำไปสู่การสูญพันธุ์ของมนุษย์เอง เช่น โรค Covid 19 ที่เอาเข้าจริงมนุษย์ยังไม่รู้ว่าเกิดจากอะไร และจะรักษา หรือแก้ไขได้หรือไม่ มันอาจจะเกิดจากน้ำมือของมนุษย์เอง หรือการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติ และไม่มีทางอื่นที่จะรักษาควบคุม นอกจากปล่อยให้มันเป็นไปตามกฎของธรรมชาติ ที่ไม่ได้มีมนุษย์อยู่บนห่วงโซ่ของระบบนิเวศวิทยา

ใน *The Three Ecologies*, Felix Guattari (2000) เสนอแนวคิดที่ชี้ให้เราทำความเข้าใจ “เงื่อนไขของหายนะทั้งสาม” ที่มาบรรจบกัน คือ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจสังคม และอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ เพื่อสร้างข้อเสนออธิบายสถานะที่เกิดการเชื่อมต่อพัวพันระหว่างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การขยายตัวของเศรษฐกิจ และความไม่เท่าเทียมทางสังคมที่ขยายตัวอย่างสูง อันนำไปสู่สิ่งที่เรียกว่า “ภูมิทัศน์แห่งความขัดแย้ง” ซึ่งก่อตัวขึ้นมาจากความรุนแรงและความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างมนุษย์กับสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ ข้อเสนอดังกล่าวนี้ตั้งอยู่บนฐานคิด ข้อถกเถียงเชิงปรัชญาของการสร้างความรู้ 3 ประการ คือ

1. การยอมรับว่าสภาวะอัตวิสัย (Subjectivity) นั้นไม่ใช่สิ่งสำคัญที่สุดของความเป็นมนุษย์ นี่หมายความว่าสภาวะอัตวิสัยอาจจะไม่ได้เชื่อมโยงกับสิ่งที่เรียกว่า การมี ความคิดในระดับที่ก้าวข้ามความจริงเชิงประสบการณ์ (transcendental reason) หรือการมีเหตุผลที่ก้าวข้ามได้

2. ข้อเสนอที่มุ่งให้นักสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ พัฒนาความคิดที่มีพลวัตและให้ความสำคัญต่อสิ่งที่อาจจะเรียกว่าเป็นวัตถุนิยมทั้งหลาย ซึ่งรวมเอาสิ่งอื่นที่ไม่ใช่มนุษย์ไม่ว่าจะเป็น พืช ต้นไม้ สัตว์ จนไปถึง สมอกล หุ่นยนต์ สิ่งประดิษฐ์ทางเทคโนโลยี มาเป็นส่วนหนึ่งของกรอบคิดวิธีคิดของเรา

3. เราต้องขยายขอบข่ายและขอบเขตของประเด็นปัญหาในเชิงจริยธรรมที่สัมพันธ์ไปกับเรื่องของสิ่งแวดล้อมและยุคหลังหายนะ กล่าวคือเราต้องสร้างโครงข่ายหรือความสัมพันธ์ระหว่าง “ตัวตน” ที่เป็นมนุษย์และอมมนุษย์ขึ้นมา

กล่าวได้ว่า หัวใจสำคัญของแนวคิดหลังมนุษย์ที่กล่าวมาข้างต้นคือความคิดที่ว่า สิ่งสำคัญที่สุดนั้นคือปัญญาและการมีตัวตนที่จัดการตนเองได้ กระนั้น “องค์กรประธาน” ในทรรศนะของแนวคิดหลังมนุษย์นั้นไม่ได้มี “ความเป็นแบบเดียว” ทว่าเคลื่อนย้าย “อยู่ในระหว่าง” (Nomadic) สภาวะอัตวิสัยนั้น รวมไปถึงความสัมพันธ์

ที่มนุษย์มีต่อสิ่งอื่นที่ไม่ใช่มนุษย์ ในแง่สิ่งที่เรียกว่า “ชีวิต” จึงไม่ได้หมายถึงแค่มนุษย์ หรืออะไรที่มีลักษณะทางชีวเท่านั้น แต่หมายรวมถึงกระบวนการอื่นๆ ที่ไม่ใช่มนุษย์ด้วย (เช่น เครื่องจักร สิ่งของ สมอกล เป็นต้น) มนุษย์ไม่ได้เป็นศูนย์กลางอีกต่อไป ในทางตรงกันข้าม แนวคิดหลังมนุษย์เสนอและเชิดชูความหลากหลายของชีวิต ทั้งที่แตกต่างและไม่มีลำดับชั้นและมีลำดับชั้น กล่าวคือยอมรับระดับที่แตกต่างของปัญญาและความสร้างสรรค์ของสิ่งต่างๆ เช่น หากคิดได้ แม้ไม่ใช่แบบเดียวกับที่คนคิด ดังตัวอย่างความสัมพันธ์ระหว่างคนกับหมา (คือ โจเอลกับบอย) ในภาพยนตร์เรื่อง *Love and Monsters* (2020) ซึ่งเสนอเรื่องราวของการใช้ชีวิตหลังจากที่โลกทั้งใบกลายเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์กลายพันธุ์ที่จ้องจะจับกินมนุษย์เป็นอาหาร หรือความสัมพันธ์ระหว่าง Jedi กับ Cyborg ในโลกของ *Star Wars* นั้น อันที่จริงคือความหวังและทางรอดของมนุษย์และชีวิตของจักรวาล แนวคิดหลังมนุษย์เสนอว่าความสามารถในการคิดนั้นไม่ใช่มีเพียงมนุษย์เท่านั้นที่คิดได้ แต่สิ่งอื่นๆ ก็สามารถคิดได้เหมือนกัน มากไปกว่านั้น มนุษย์ไม่ได้เป็นสิ่งมีชีวิตเดียวที่สร้างโลกใบนี้ขึ้นมา ทว่าสิ่งมีชีวิตและสรรพสิ่งอื่นๆ หรือแม้แต่รวมถึงเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ทั้งหลายต่างหาก ที่ร่วมกันสร้างสรรค์สิ่งที่เรียกว่าโลกและชีวิต “ความเป็นมนุษย์” ขึ้นมา

ในแง่หนึ่ง แม้แต่การพักผ่อนหย่อนใจที่เรามักเข้าใจว่าเป็นเรื่องของมนุษย์กับธรรมชาติ หรือแม้แต่วัฒนธรรมความบันเทิงทั้งหลาย การเล่นเกม (ดู วสันต์ ปัญญาแก้ว และ รวิพล ลีมิ่งสวัสดิ์, 2563) จนไปถึง แพนคลับวัฒนธรรมป๊อปจากเกาหลีใต้ วัฒนธรรมแฟนฟุตบอล (ดู วสันต์ ปัญญาแก้ว, 2562 และบทที่ 5 ในหนังสือเล่มนี้) เอาเข้าจริงก็แทบที่จะไม่มีทางเป็นไปได้หากมนุษย์ปราศจากอุปกรณ์ ตลอดจนความสามารถที่จะเข้าถึงเทคโนโลยี เครือข่ายการสื่อสารต่างๆ ของโลกดิจิทัล

ในระดับญาณวิทยา แนวคิดหลังมนุษย์จึงปฏิเสธแนวคิดโรแมนติกแบบมนุษยนิยมทุกรูปแบบ ที่มองว่ามนุษย์เป็นสัตว์ที่มีเหตุผล (ตามกรอบคิดแบบยุคแห่งแสงสว่างทางปัญญา) วิธีวิทยาแบบหลังมนุษย์ปฏิเสธมุมมองแบบโหยหาความเป็นเหตุผลของมนุษย์ แต่มุ่งเน้นวิธีคิดที่สร้างความแตกต่างและการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ที่จะคิดอย่างแตกต่างเกี่ยวกับสิ่งที่เราเป็น มนุษย์และสรรพสิ่งในกระบวนการของ “การกลายเป็น” (process of becoming) วิธีวิทยาดังกล่าวนี้นั่งอยู่บนฐานคิด 4 ประการสำคัญด้วยกัน คือ

1. การเน้นปฏิบัติการ หรือการยึดเอาปัญหาเกี่ยวกับการคิดในเชิงปรัชญาเป็นตัวตั้ง ซึ่งเปิดโอกาสให้ตัวผู้กระทำการแบบ non-human หรือ “อมมนุษย์” รวมจนไปถึงเครือข่ายการเชื่อมโยงเชิงเทคโนโลยี มีบทบาทสำคัญ

2. ความจำเป็นที่ต้องคิดแบบ nomadic ซึ่งต้องอาศัยศักยภาพสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาวิธีคิดแบบแตกต่าง ลดความคุ้นเคย เพื่อสร้างความสามารถในการจินตนาการ สร้างความแตกต่างในระดับญาณวิทยา

3. เน้นการข้ามศาสตร์ข้ามวิชาในการประดิษฐ์สร้างความรู้ ซึ่งเป็นวิธีการแบบ nomadic ในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจเชิงระเบียบวินัยและการอุทิศตน และวิธีการเชิงทดลอง

4. ให้ความสำคัญกับปฏิบัติการและการตรวจสอบเชิงศีลธรรม โดยเฉพาะการผสมผสานระหว่างการวิพากษ์วิจารณ์กับความคิดสร้างสรรค์ การยอมรับและเปิดพื้นที่ให้กับปฏิบัติการของงานศิลปะและสุนทรียศาสตร์

สู่มนุษยวิทยา Cyborg

ในบทสัมภาษณ์ “When We Have Never Been Human, What is to Be Done?” (2006) Donna Haraway ชี้ให้เห็นว่า ทุนนิยมก้าวหน้า และเทคโนโลยีไบโอเจนเนติก นอกจากจะทำลายการดำรงอยู่ของความเป็นมนุษย์แบบเดิมแล้ว ทุนนิยมก้าวหน้ายังเป็นตัวการที่ปั่นป่วนและสร้างหายนะ ก่อความสับสนระหว่างมนุษย์กับสัตว์ สิ่งมีชีวิตทุกสปีชีส์ ที่ถูกกักขังอยู่ในจักรกลที่หมุนวนอยู่ตลอดเวลาของประวัติศาสตร์เศรษฐกิจระดับโลก ในแง่นี้รหัสพันธุกรรมของสสารมีชีวิต หรือ “ชีวิต” ในตัวของมันเองคือทุนที่สำคัญที่สุด การเคลื่อนตัวของทุนนิยมระดับโลกคือกระบวนการทำให้โลกที่มนุษย์และสัตว์ชีวิตอื่นอาศัยอยู่นั้นกลายเป็นสินค้าพาณิชย์ทุกรูปแบบ กระบวนการเหล่านี้คือกลไกการแพร่กระจายของความขัดแย้งระดับจุลภาค ที่มีกองกำลังเทคโนโลยีเป็นตัวนำ ทว่าดำเนินไปในสเกลระดับโลก

วิกฤตของมนุษย์และลักษณะอมมนุษย์ ที่มนุษย์ผลิตขึ้น ส่งผลกระทบต่อวงวิชาการทางด้านมนุษยศาสตร์อย่างมาก การศึกษาทางด้านมนุษยศาสตร์ได้ถูกลดทอนให้กลายเป็นเพียงสาขาวิชาที่ชนชั้นกระฎุมพีผู้มีอันจะกินส่งลูกหลานตนไปร่ำเรียนให้จบเพื่อใบปริญญาประดับบ้าน

มนุษยศาสตร์ถูกมองว่าเป็นเพียงงานอดิเรกส่วนบุคคล ด้วยเหตุนี้ มนุษยศาสตร์แบบหลังมนุษย์จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งที่เรียกว่าความรับผิดชอบต่อสาธารณะและบทบาทของวิชาการในโลกของความเป็นจริง ความรู้แบบหลังมนุษย์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ บนหลักการของการยึดเหนี่ยวสร้างความเป็นชุมชนแบบยั่งยืน ทว่าก็ต้องหลีกเลี่ยงที่จะไม่ตกหลุมพรางของอารมณ์โหยหาแบบอนุรักษ์นิยม และหลงใหลในจินตนาการไปกับเสรีนิยมใหม่

ท่ามกลางกระแสความเคลื่อนไหวของแวดวงวิชาการดังกล่าวและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกมาตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 20 นักสังคมศาสตร์จำนวนไม่น้อยได้หันเหความสนใจทางวิชาการมาสู่การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเครื่องจักรกล (Human and Machine) มนุษย์กับสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตอื่นๆ (Human, Environment and other Species) ซึ่งงานศึกษาเหล่านี้ เกิดขึ้น ดำเนินไปภายใต้ชื่อเรียกแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น Posthuman Studies, Sciences and Technology Studies และ Cyborg Anthropology

Gary Lee Downey, Joseph Dumit and Sarah Williams (1992) ได้สรุปไว้ (ในบทความซึ่งเสนอต่อการประชุมสัมมนาประจำปีของสมาคมมานุษยวิทยาอเมริกัน the 1992 Annual Meeting of the American

Anthropological Association) ว่า **มานุษยวิทยา Cyborg** (Cyborg Anthropology) นั้นถือเป็นทั้งกิจกรรมทางปัญญาซึ่งมุ่งสร้างทฤษฎีและอุปกรณ์ยานยนต์ที่มุ่งส่งเสริมศักยภาพของนักมานุษยวิทยาที่จะเข้าร่วมติดตามทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมร่วมสมัย โดยเฉพาะการที่กลุ่มนักมานุษยวิทยา Cyborg นำเอาความรู้ความเข้าใจจากการศึกษาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี “สนทนา” กับข้อเสนอเชิงทฤษฎีและกิจกรรมวิชาการของกลุ่มนักปรัชญานักคิดในสาย Sciences and Technology Studies (ดู จักรกริช สังขมณี, 2561)

กล่าวได้ว่า มานุษยวิทยา Cyborg นั้นมุ่งศึกษาและวิพากษ์วิจารณ์ประเด็นปัญหาทางวิชาการในแวดวงมานุษยวิทยาร่วมสมัย ซึ่งเกี่ยวพันอยู่ 3 ส่วนด้วยกัน คือ

1. การที่นักมานุษยวิทยาเสนอให้พิจารณาการศึกษาเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ร่วมสมัยในฐานะที่เป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรม กล่าวคือ ที่ผ่านมานักสังคมศาสตร์ นักสังคมวิทยา และนักมานุษยวิทยาเอง มักทำงานวิจัยบนฐานคิดทฤษฎีที่เชื่อว่า การแบ่งแยกระหว่างกิจกรรมทางสังคมและพัฒนาการของวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีนั้นคือสิ่งที่เป็นไปได้ในทางกลับกัน นักมานุษยวิทยา Cyborg เสนอและมุ่งสนใจศึกษากระบวนการประกอบสร้างความรู้ของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในฐานะที่เป็นปรากฏการณ์

วัฒนธรรม การศึกษาของนักมานุษยวิทยา Cyborg มุ่งสำรวจ ศึกษา กลไก และกลยุทธ์ที่หลากหลายที่กลุ่มนักคิด นักวิทยาศาสตร์ในชุมชนของวิทยาศาสตร์ วิทยาการ และเทคโนโลยี มุ่งเบียดขับทำให้มิติทางวัฒนธรรมของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แปรลกแยกถอยห่างออกจากชีวิตทางสังคมของมนุษย์ เช่น ความเข้าใจที่กลายเป็นสามัญสำนึกที่เชื่อว่า ความรู้ทางวิทยาศาสตร์นั้นเป็นเรื่องวัตถุวิสัย และเป็นเพียงผลผลิตของการศึกษาวิจัยผ่านการสังเกตการณ์ในโลกเชิงประจักษ์ และการอธิบายให้เหตุผลตามหลักตรรกศาสตร์ ยกตัวอย่างเช่น การนำเสนอข่าวของสื่อและนโยบายของรัฐบาลไทยและกระทรวงสาธารณสุขที่มักทำให้ความเข้าใจต่อการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 หรือ Covid 19 เป็นเพียงเรื่องของโรคระบาดและการฉีดวัคซีนที่แทบจะปราศจากมิติทางวัฒนธรรม

นักมานุษยวิทยา Cyborg สนใจศึกษากระบวนการที่ผู้คนประกอบสร้างวาทกรรมว่าด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อที่จะทำให้สิ่งนั้นมีความหมายในชีวิตของพวกเขา กล่าวอีกอย่างหนึ่ง เราทุกคนแท้ที่จริงแล้วเป็นนักวิทยาศาสตร์ (ดู จันทน์ เจริญศรี บ.ก., 2559) กล่าวคือ โดยการประกอบสร้างความรู้วิทยาศาสตร์ขึ้นใหม่ในบริบทใหม่และใช้มันในชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้คือกระบวนการที่กล่าว

ได้ว่าเป็น “วิทยาศาสตร์” ความสำคัญและความท้าทายของการศึกษาในเชิง Cyborg Anthropology จึงเป็นเรื่องของการสำรวจตรวจสอบกระบวนการที่วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี “ทำงาน” ในสังคม ไม่ว่าจะเป็น กลไกของการควบคุมอำนาจนำ (เช่น การที่โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์ดิจิทัล เช่น นาฬิกา Smart Watch กลายเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวัน มนุษย์ชนชั้นกลางขาดมันไม่ได้) หรือการพิจารณาเทคโนโลยีในฐานะระบบกลไกของการต่อต้านหรือในฐานะที่เป็นผู้สนับสนุนระบบการเงินและการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ เช่น Blockchain

2. มานุษยวิทยา Cyborg คือแนวการศึกษาที่มุ่งวิพากษ์ความคงอยู่ หรือ “พอเพียง” ของสิ่งที่เรียกว่ามนุษย์ทั้งในฐานะที่เป็นองค์ประธานและเป็น “วัตถุที่ศึกษา” ของวิชามานุษยวิทยา ในแง่นี้ Cyborg Anthropology จึงสร้างข้อเสนอที่ท้าทายอย่างหนักหน่วงต่อวาทกรรมมานุษยวิทยาแบบเดิม ที่วางอยู่บนรากฐานของการมองมนุษย์เป็นศูนย์กลาง ชื่อ Cyborg Anthropology หรือ “มานุษยวิทยา Cyborg” ในตัวของมันเองจึงหมายถึงการท้าทายต่อการไม่ตั้งคำถามกับ “วาทกรรมมานุษยวิทยา” ที่ยึดเอามนุษย์เป็นศูนย์กลางของการศึกษา ลักษณะที่มีอิสระและดำรงอยู่ได้ด้วยตนเองและความเป็นปัจเจกนั้นได้ถูกตั้งคำถามมาก่อนแล้วโดยแนวคิดหลังโครงสร้างนิยม

(Poststructuralism) และหลังมนุษย์อื่นๆ กระนั้น นักมานุษยวิทยา Cyborg เสนองงานศึกษาที่แตกต่างออกไป โดยการมุ่งสืบสวนตรวจสอบข้อเสนอนี้ว่า มนุษย์ในฐานะที่เป็นองค์ประธานและลักษณะอัตวิสัยนั้นสำคัญพอๆ กันกับการทำงานของเครื่องจักร หรือสมองกล ความสัมพันธ์ระหว่างเครื่องจักรและการส่งผ่านข้อมูล ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตเครื่องจักร และผู้ปฏิบัติการใช้เครื่องจักรนั้น ในแง่นี้ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจึงมีผลกระทบต่อสังคมผ่านเรื่องของการแสดงตัวตนของมนุษย์มากกว่าที่จะมาจากแรงผลักดันภายนอก ยกตัวอย่างเช่น การสถาปนาวัตถุที่ศึกษาของนักมานุษยวิทยาและลักษณะอัตวิสัยต่างๆ แท้ที่จริงแล้วต้องพึ่งพา หรือขึ้นอยู่กับโครงสร้างพื้นฐาน เทคโนโลยี “ตัวช่วย” ต่างๆ แทบทั้งสิ้น อาทิ เรือ รถไฟ เครื่องบิน พิมพ์ดีด กล้องถ่ายรูป โทรเลข และอื่นๆ การมีอยู่ของเทคโนโลยีที่กำหนดขอบเขตของพื้นที่ของการศึกษา ชุมชนวิชาการของมานุษยวิทยา และบทบาทของนักมานุษยวิทยานั้นมักถูกมองข้ามไปในกระบวนการของ “การเขียน” ผลงานทางชาติพันธุ์วรรณา (ดู จักรกริช สังขมณี, 2560) เป็นที่เข้าใจกันมากขึ้นว่า บทบาทของมนุษย์ในโลกปัจจุบันนั้นคือผู้ที่กระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของกิจกรรมต่างๆ ที่ซับซ้อน หลากหลาย และเชื่อมโยงกัน การขยายขอบเขตของความเชื่อมโยงดังกล่าวนี้เป็นผล

มาจากการทำทนายและเสื่อมถอยของอำนาจนำของทุนนิยม และการเพิ่มอำนาจศักยภาพให้กับเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเกิดขึ้นผ่านตัวแทนที่เชื่อมต่อกันระหว่างคอมพิวเตอร์กับเทคโนโลยีการสื่อสาร ดังนั้นหากเราจะกล่าวว่า กิจกรรมของโลกนั้นไม่ได้เป็นระบบ แต่ว่าหลากหลาย เราก็อาจจะกล่าวได้ว่า ไม่มีใครคนใดคนหนึ่ง หรือกรอบคิดอันใดอันหนึ่งที่จะสามารถเข้าใจมันได้ ในทางกลับกัน มานุษยวิทยา Cyborg เสนอว่าการสร้างความรู้ความเข้าใจ อาจกลายเป็นเรื่องที่แยกส่วนเป็นชิ้น ๆ โดยการมุ่งศึกษาการประกอบสร้างความรู้เหล่านั้น ด้วยวิธีการที่หลากหลายในสิ่งแวดล้อมที่หลากหลายด้วย ดังนั้นหากนักมานุษยวิทยาต้องการสร้างข้อเสนอและความเข้าใจเชิงวิเคราะห์กับความหลากหลายซับซ้อนในโลกปัจจุบัน อันเป็นโลกที่เราใช้ชีวิตอยู่กับเครื่องจักร สมองกล และความปั่นป่วนจากภัยพิบัติ หายนะทั้งทางธรรมชาติและเศรษฐกิจการเมือง ที่มนุษย์เองนั้นเป็นต้นเหตุ มานุษยวิทยาจึงจำเป็นต้องสลายเส้นแบ่งระหว่างสิ่งที่เรียกว่า มนุษย์ธรรมชาติและเครื่องจักรสมองกลออกจากกัน

3. การศึกษาแบบมานุษยวิทยา Cyborg มุ่งเปิดพื้นที่การศึกษาแบบใหม่ ๆ หรือพื้นที่วิจัยใหม่ เพื่อที่จะศึกษาทำความเข้าใจกระบวนการที่เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนเป็น “ตัวกระทำการ” ในการผลิตและผลิตซ้ำลักษณะที่หลากหลาย

ของชีวิตทางสังคม รวมจนไปถึงวิถีคิดของมนุษย์ ดังตัวอย่าง
จากงานศึกษาของ รวีพล ลีมิ่งสวัสดิ์ (ตอนที่ 4 ของหนังสือ
เล่มนี้) เกี่ยวกับสตรีมเมอร์บนแพลตฟอร์ม Twitch TV
ในฐานะแรงงานของระบบธุรกิจทุนดิจิทัลที่ชี้ให้เห็นว่า
ระบบการผลิตและการบริโภคบนเครือข่ายการสื่อสารของ
โลกดิจิทัลได้สร้าง “แรงงานแบบใหม่” (คือสตรีมเมอร์และ
ผู้บริโภคสื่อที่กลายเป็นแรงงานที่ไม่ได้รับค่าจ้าง) ขึ้นมา
จนอาจกล่าวได้ว่าข้อเสนอที่มาร์กซิสต์เก่าเคยพร่ำเพรียก
หาถึง “โลกยูโทเปีย” ที่ว่าเครื่องจักรเทคโนโลยีจะเข้ามา
ทำหน้าที่ หรือเป็น “แรงงาน” แทนคนในกระบวนการ
ของการผลิต และมนุษย์จะใช้ชีวิตอย่างมีความสุขและ
เท่าเทียมนั้น เป็นเพียงสิ่งเพ้อฝัน ไม่มีทางที่จะเกิดขึ้นจริง
อย่างน้อยก็ในมิติทางเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

มานุษยวิทยา Cyborg เชื่อและเสนอว่า เครื่องจักร
สมองกลและเทคโนโลยีอื่นๆ นั้นคือผู้กระทำการสำคัญ
ที่มีส่วนในการประกอบสร้างลักษณะอัตวิสัยและความรู้
ของเรา คำถามสำคัญที่อาจไม่เคยถามกันมาก่อนคือ เครื่องจักร
สมองกลทำหน้าที่สร้าง หรือสนับสนุนแรงปรารถนาความ
เป็นเหตุเป็นผล ขาดินิยม ระบบทหาร เชื้อชาติ เพศสภาพ
เพศสภาวะของมนุษย์ หรือไม่ มากน้อยเพียงใด ในทาง
กลับกัน มิติทางวัฒนธรรมเหล่านี้มีผลต่อการพัฒนา การใช้
ตลอดจน “การมีชีวิต” ของเทคโนโลยีเครื่องจักรเหล่านั้น

อย่างไร กล่าวอย่างถึงที่สุด กำเนิดและการดำรงอยู่ของคอมพิวเตอร์ โปรแกรมระบบการเงิน สินทรัพย์ดิจิทัล (Bitkub, Bitcoin) เกมอีสปอร์ต จนมาถึง นาฬิกาอัจฉริยะ โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์ตามร่างกาย รถยนต์ไฟฟ้า และเทคโนโลยีประดิษฐ์กรรมอื่นๆ อีกมากมาย คือสิ่งที่สะท้อนและยืนยันการที่ “เทคโนโลยีดิจิทัล” นั้นได้มีส่วนอย่างสำคัญต่อพลวัตและการสร้าง “พื้นที่ความรู้” เกี่ยวกับโลกที่นักมานุษยวิทยาสนใจศึกษาและอาศัยใช้ชีวิตอยู่

บรรณานุกรม

จักรกริช สังขมณี. 2560. “ชาติพันธุ์วรรณนาว่าด้วยโครงสร้างพื้นฐาน”. *วารสารธรรมศาสตร์*, ปีที่ 36, ฉบับที่ 2: หน้า 33-57.

จักรกริช สังขมณี. 2561. “ชีวิตทางสังคมของเทคโนโลยีที่เคลื่อนย้าย: เชื้อนเจ้าพระยาในฐานะวัตถุเชิงขอบเขต”. ใน *ชีวิตทางสังคมในการเคลื่อนย้าย*. ประเสริฐ แรงกล้า (บรรณาธิการ). กรุงเทพฯ: คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จันทน์ เจริญศรี (บรรณาธิการ). 2559. *ศาสตร์ อศาสตร์*. กรุงเทพฯ: พารากราฟ.

วสันต์ ปัญญาแก้ว. 2562. “ฟุตบอลสมัยใหม่ จากเกมของชาวนา สู่กีฬาแห่งชนชั้น และชุมชนของแรงงานปรารถนา”. ใน *ร่าง แรง อารมณ์ ความรู้สึกในสังคมร่วมสมัย*. ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. หน้า 181-211.

วสันต์ ปัญญาแก้ว และรวีพล สิมังสวัสดิ์. 2563. “กีฬาออนไลน์และเกมกีฬา สายพินันพินธุ์ใหม่ในสังคมไทย”. *รายงานศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน ปี 2563*. ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 76-83

- Baidotti, Rosi. 2013. *The Posthuman*. Polity Press.
- Beck, Ulrich. 1992. *Risk Society*. Sage Publication.
- Downey, Gary Lee, Joseph Dumit and Sarah Williams. 1992. "Cyborg Anthropology". *Cultural Anthropology*, Vol. 10, No. 2: 264-269.
- Giddens, Anthony. 1990. *The Consequences of Modernity*. Stanford University Press.
- Guattari, Felix. 2000. *The Three Ecologies*. Athlone Press.
- Haraway, Donna. 2006. "When We Have Never Been Human, What is to Be Done? Interview with Donna Haraway". *Theory, Culture and Society*, 2006, Vol. 23: 135-158.

เกมและเวลาว่าง

วสันต์ ปัญญาแก้ว และ สวีโรจน์ ไกรงาม

หาก เกม (Game) คือการละเล่นแบบหนึ่ง การเล่นเกม การแข่งขัน ก็คือส่วนหนึ่งของกิจกรรมวัฒนธรรม เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ ที่เริ่มมีมาตั้งแต่ที่มนุษย์บุพกาลรู้จักออกล่าหาอาหารและการใช้ไฟ เกม การเล่นเกมนั้นเป็นส่วนหนึ่งของอารยธรรมของมนุษยชาติ ในบทนี้เราเสนอให้มานุษยวิทยาหันมาสนใจศึกษา “วัฒนธรรมเกม” การเล่นเกมในยุคดิจิทัลซึ่งเกี่ยวข้องพัวพันไปกับคอมพิวเตอร์สมองกล และการปฏิวัติเทคโนโลยีการสื่อสารครั้งสำคัญของโลก

เกม กีฬา การแข่งขัน อันเป็นปรากฏการณ์สังคม ที่นักสังคมวิทยา นักมานุษยวิทยาศึกษามาหลายทศวรรษแล้ว ในทางสังคมวิทยา การศึกษา “กีฬาในสังคมสมัยใหม่” หรือกีฬากับสังคม (Sport and Society) นั้นถือเป็นสาขาย่อยที่สำคัญสาขาหนึ่ง ในแง่นี้ การศึกษาเกมจึงมีมิติต่างๆ หลากหลาย และเราอาจเรียนรู้และหยิบยืมแนวคิด

และวิธีการศึกษาเหล่านี้จากงานของนักสังคมวิทยา
ที่ศึกษาเกม การละเล่น การแข่งขันกีฬา มาก่อนหน้าได้
ก่อนที่จะเข้าสู่ยุคที่กลายเป็นการศึกษาเกม/การละเล่นเกม
ในสังคมดิจิทัล (Digital Society)

เกมศึกษา

การศึกษาเกม หรือ “เกมศึกษา” (Game Studies)
ถือเป็นสาขาวิชาใหม่ที่พัฒนาขึ้นมา คล้าย ๆ กับวัฒนธรรม
ศึกษา (Cultural Studies) ในฐานะที่เป็นแนวการศึกษา
หรือ “อาณาบริเวณศึกษา” ที่หยิบยืมเอาแนวคิด ทฤษฎี
วิธีวิทยา หรือมุมมองที่เรียนรู้จากศาสตร์สาขาอื่นที่มีมา
ก่อนหน้า (Hjorth, 2011) ในแวดวงเกมศึกษามีข้อถกเถียง
อยู่ 2 กลุ่มใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ ระหว่าง (1) กลุ่ม Narratology
คือกลุ่มที่มองว่าเราจะต้องเข้าใจเกมในฐานะที่เป็น “ตัวบท”
เรื่องเล่า หรือตำนาน (ที่เสมือนโครงสร้างที่รองรับและ
สร้างความหมายให้กับตัวละครและปฏิบัติการต่างๆ ในเกม)
งานศึกษาเกมกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มเดียวกันกับที่สนใจศึกษา
“ศาสตร์ว่าด้วยเรื่องเล่า” (Narratology) ให้นำเอาแนวคิด
วิธีวิทยามาศึกษาเกม มองตัวบท เรื่องเล่าในเกม เช่น

เมื่อนำมาศึกษาเกมในปัจจุบัน เราจะเห็นว่าเกมที่นิยมเล่นกันนั้น (ไม่ว่าจะเป็น ROV เกมต่อสู้วางแผน หรือแม้แต่เกมที่เน้นการแข่งขันกีฬาในเกม เช่น เกมฟุตบอล FIFA) มีมิติ เรื่องเล่า ของเกมที่น่าสนใจ เกมมี representation หรือ “ภาพแทนความจริง” มีสัญลักษณ์ มีตำนาน ปรัมปรา นิยาย มากมายที่ดำรงอยู่และมีความหมายในเกม “เรื่องเล่า” ดังกล่าวเป็นส่วนสำคัญของเกม การเล่นเกม ความนิยมในเกม จนนำไปสู่แฟชั่น วัฒนธรรมการบริโภคเกม และการขยายตัว เฟื่องฟู (หรือตกต่ำ) ของอุตสาหกรรมเกมด้วย (2) กลุ่ม Ludology ซึ่งเป็นกลุ่มเกมศึกษาที่เสนอมุมมองต่างออกไป (จากกลุ่มแรก) ว่าเวลาพูดถึงเกม การเล่นเกม ไม่มีใครมานั่งสนใจ “เรื่องเล่า” ของเกม ทว่าเกมนั้นเป็นเรื่องของกิจกรรมการเล่น จะเล่น “ฆ่าเวลา” เล่นเพื่อสร้างความบันเทิง เพื่อความตื่นใจเร้าใจ เล่นเพื่อแยกตนเองออกจากสภาพเงื่อนไขความเป็นจริง (ผ่าน “อวตาร” ที่สร้างขึ้นในเกม) หรือจะเล่นเพื่อ “สร้างตัวตน” ก็ตาม การเล่นเกมนั้นคือการต่อสู้ การเล่นหัวหั่น ทำลายล้าง กันและกัน ใน “โลกสมมุติ” (Metaverse) ของเกม งานศึกษาของกลุ่ม Ludologist จึงสนใจไปที่การวิเคราะห์ศึกษา กิจกรรม ปฏิบัติการต่างๆ ที่เกิดขึ้นในเกม ในสื่อ เครือข่ายออนไลน์ในโลกของเกมนั่นเอง

ที่ผ่านมา การศึกษาเกมจึงเกี่ยวพันไปกับแนวการศึกษาของสองกลุ่มนี้ที่ถกเถียงกัน อย่างไรก็ตาม เกมซึ่งเป็น “สื่อใหม่” เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงและเทคโนโลยีดิจิทัลด้วย การศึกษาเกมจึงสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดวิธีวิทยาจากวัฒนธรรมศึกษาได้ด้วย นักวัฒนธรรมศึกษาและสังคมวิทยาเองก็สนใจศึกษาสื่อ เทคโนโลยี และสังคม Cyber มาก่อน ในแง่นี้การศึกษาเกมจึงอาจถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมศึกษา โดยเฉพาะการศึกษาเกมในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม และกิจกรรมการเล่นเกมนั้นคือ popular culture

กล่าวโดยสังเขป ข้อถกเถียงและประเด็นพิจารณาที่มีอยู่ในแวดวงเกมศึกษา มีอยู่ 3 ส่วนสำคัญ คือ

(1) Game คือ “ตัวเกม” ที่เราสนใจศึกษาอยู่นั้น เช่นในกรณีของ “เกม PES 2019/2020” เป็นเกมที่ออกแบบมาด้วยการจำลองระบบ และรายการแข่งขันฟุตบอลอาชีพที่ดำรงอยู่จริงในหลายประเทศทั่วโลก ภายในตัวเกมจึงมีทั้ง League แข่งขัน ชื่อสโมสร รายชื่อนักเตะ ผู้จัดการทีม ระบบการเล่น เสียงพากย์ สนามแข่งขัน จนถึงชุดแข่งขัน โลโก้สโมสร และ “ไอเทม” เพิ่มทักษะเพิ่มกำลังความสามารถของนักเตะและผู้จัดการทีม ทำให้เกม (คือตัวโปรแกรมคอมพิวเตอร์) เป็นสิ่งที่สามารถ “เล่น” และแข่งขันกันได้

ในเกม ระหว่างผู้เล่นเกมที่ใช้อุปกรณ์และแพลตฟอร์มเกมบนเครือข่ายออนไลน์ จนกระทั่งมีความนิยมแพร่กระจายในวงกว้างและนำไปสู่การจัดรายการการแข่งขันเกมที่เรียกว่า eSports

(2) Player คือ คนเล่น หรือ นักเล่นเกม โดยเฉพาะนักเล่นเกมมืออาชีพ (Professional Player) ซึ่งเป็นกลุ่มคนสำคัญ เกี่ยวข้องกับเกม อุตสาหกรรมเกม และรายการแข่งขันเกม eSports

(3) Context คือ เงื่อนไขทางสังคม วัฒนธรรม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (เช่น ธุรกิจสื่อและความเป็นอุตสาหกรรมตลอดจนตลาดพหุนานออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง) การเมือง (กฎหมาย รัฐ การกำกับควบคุม) ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนักวิชาการเกมศึกษาต้องมีความเข้าใจ

สำหรับเกมศึกษา องค์ประกอบ 3 ส่วนข้างต้นคือสิ่งที่ต้องพิจารณาอย่างจริงจัง นักวิชาการกลุ่ม Naratology อาจมุ่งเน้นความสนใจไปที่การวิเคราะห์ตีความ “ตัวบท” ตัวเกม ศึกษาเกมในฐานะเรื่องเล่า ขณะที่กลุ่ม Ludology อาจจะมุ่งงานศึกษาวิจัยไปที่ตัวผู้เล่น กิจกรรมการเล่น เกม ส่วนกลุ่มที่อาจได้อิทธิพลจากวัฒนธรรมศึกษามักจะสนใจเงื่อนไขทางเศรษฐกิจสังคม หรือบริบทอำนาจการเมืองที่เกี่ยวข้องกับเกม การผลิต การบริโภคเกม

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกมทั้งสามส่วนนี้ ในทางปฏิบัติ ก็ไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้ ขึ้นอยู่กับว่าจะมุ่งเน้น ไปในมิติใด

การศึกษาเกมจึงสามารถที่จะทำได้ทั้ง

(1) ศึกษาเกมในฐานะเป็นตัวบท Game as text

(2) ศึกษาตัวเกมในเชิงเทคโนโลยี Game as technology หรือสื่อที่ถูกผลิตและบริโภค งานศึกษาแนวนี้ จะเกี่ยวข้องกับ computer science และการพัฒนา software อุปกรณ์ต่าง ๆ พัฒนาการของเกมที่เริ่มขึ้นประมาณ ปลายทศวรรษ 1960 นั้นเป็นเรื่องเดียวกันกับพัฒนาการ ของคอมพิวเตอร์ สมองกล Game ที่ถูกศึกษาในมิตินี้ เกือบจะเป็นสิ่งเดียวกับที่นักมานุษยวิทยา Cyborg เรียกว่า เครื่องจักรกล (Machine) หรือที่ปัจจุบันสนใจศึกษากันมาก ในฐานะสื่อดิจิทัล (Digital Media)

(3) ศึกษาเกมในฐานะปฏิบัติการวัฒนธรรม Game as cultural practice วัฒนธรรมการเล่นเกมที่กลายมาเป็น “ต้นแบบ” ของการจัดการแข่งขัน การเล่นเกมเพื่อเอาชนะ (ในเกมเดียวกันกับคู่แข่งที่เล่นด้วยกันในเกมนั้น ๆ) ที่เรียกว่า eSports นั้นเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในหมู่นักศึกษามหาวิทยาลัย ของคณะวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ประเทศสหรัฐอเมริกา การที่นักศึกษาวิศวกรรมศาสตร์ คอมพิวเตอร์แข่งขันกัน พัฒนา และเล่นเกมคอมพิวเตอร์

จนกลายเป็น “ต้นแบบ” ของการเล่นเกม eSports ในเวลาต่อมา มีการพัฒนาคิดค้นเกม (โปรแกรมคอมพิวเตอร์) และอุปกรณ์การเล่นเกม จนกลายเป็นเกมหลายชนิด อาทิ เกมอาเขต เกมคอนโซล และเกมบน Play Station กระทั่งเกมกลายเป็นสื่อเทคโนโลยีที่เคลื่อนเข้าหาเครือข่ายสื่อสารอินเทอร์เน็ต ก่อเกิดวัฒนธรรมการเล่นเกมออนไลน์ (ซึ่งโดยทั่วไปเป็นคนละเรื่องกับรายการแข่งขันเกมที่เรียกว่า eSports) มีเกมที่พัฒนาขึ้นเล่นบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ส่วนบุคคล (mobile device) ในแง่นี้ เกมจึงกลายเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม เมื่อ (วัฒนธรรมเกม) เชื่อมโยงเกี่ยวพันไปกับบริบททางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง ในสังคมร่วมสมัย เกี่ยวพันกับผู้คน การเล่นเกม วัฒนธรรมการเล่นเกม การบริโภคสื่อ การใช้สื่อเทคโนโลยี กลายเป็นประเด็นปัญหาของเกมที่ศึกษาที่ขยายวงออกไปเชื่อมโยงกับธุรกิจการพนันและอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล ที่ปัจจุบันลบล้างแบ่งระหว่างการเล่นเกมกับการเล่นพนันให้รางเลือนลงไปในที่สุด

ดังนั้นเมื่อพิจารณาศึกษาเกมในฐานะ “อุตสาหกรรมเกมกีฬา” จึงมีประเด็นปัญหาอีกมากมายที่ขยายขอบเขตการศึกษาวิจัยให้เราเห็นมิติของ เกมกับสังคม ยกตัวอย่างเช่น ในวัฒนธรรมการเล่นและการบริโภคเกม มี Game Idol ซึ่งไม่ต่างไปจากดารา มีสตรีมเมอร์หรือผู้ผลิตรายการพากย์เกม ถ่ายทอดการแข่งขันเกม สอนการเล่นเกม

ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (อาทิ Youtube Twitch TV, Facebook Watch) ที่มีผู้ชมติดตามเป็นแสนเป็นล้าน เหล่านี้คืออาชีพใหม่อีกอาชีพหนึ่งที่ถือกำเนิดขึ้นมาจากความสัมพันธ์ระหว่างเกมกับมนุษย์

กล่าวเฉพาะในแวดวง eSports ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ “จำลอง” การดำเนินธุรกิจจากแวดวงสื่อและอุตสาหกรรมกีฬาเข้าด้วยกัน เราจะเห็นว่าปัจจุบัน เกิดอาชีพใหม่ที่ไม่ต่างไปจากแวดวงสื่อและกีฬาแบบเดิม เช่น นักพากย์เกม การถ่ายทอดสดการแข่งขัน (ผ่านสื่อออนไลน์ เป็นหลัก) การจัดทัวร์นาเมนต์การแข่งขันรายการใหญ่ แฟชั่นการแต่งกาย และวัฒนธรรมแฟนคลับ เป็นต้น

หากไปกว่านั้น อุตสาหกรรมเกม วัฒนธรรมการบริโภคเกมและแฟนคลับ ซึ่งพัวพันไปกับการพนันกีฬาออนไลน์ ก็เป็นสิ่งที่รัฐจับตามอง และท่าทีของรัฐก็ต่างกันออกไป ในหลายประเทศ เกมกับเทคโนโลยีนั้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวพันกัน เกมจึงกลายเป็นอุตสาหกรรมใหม่ของโลก เช่นในประเทศญี่ปุ่น รัฐบาลเริ่มมีนโยบายสนับสนุนให้หลักสูตรประถมศึกษาสอนเด็กนักเรียนชั้นประถม 4 เรียน Code Computer เพื่อผลิตคนป้อนอุตสาหกรรมเกมและสื่อเทคโนโลยีดิจิทัล หรือในประเทศสิงคโปร์ มีโครงการของรัฐที่ดำเนินการความหาเด็กเยาวชน ที่มีไหวพริบ สามารถแยกแยะสื่อประสาท

ได้หลายส่วน เพื่อพัฒนาไปเป็นโปรแกรมเมอร์ นักบิน หรือเป็นส่วนหนึ่งของโครงการปฏิวัติอุตสาหกรรมสี่เทคโนโลยี

เกม กีฬา และเวลาว่าง

สำหรับนักมานุษยวิทยา ตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ การที่มนุษย์เริ่มรู้จักพัฒนาสร้างอารยธรรม ส่วนใหญ่ก็มาจากการลองผิดลองถูก จาก “การเล่น” จากเกมและการแข่งขัน จากการทดลอง คนเล่นเกมเอาเข้าจริงจึงเหมือนนักวิทยาศาสตร์ ที่มีการสังเกตการณ์ มีการทดลอง เก็บข้อมูล และพัฒนาทักษะ ไม่ต่างไปจากการทำงานของนักวิทยาศาสตร์ ที่มีการพัฒนากรอบคิด เก็บสุ่มตัวอย่าง พัฒนาเป็นโมเดลต่างๆ ขึ้นมา มองในแง่นี้ นักเล่นเกมกับนักวิทยาศาสตร์จึงไม่ต่างกัน กล่าวคือ ต่างมีทักษะ ต้องอาศัยทักษะ ปฏิบัติการต่างๆ ที่จะต้องพัฒนา สังสมเป็นองค์ความรู้ ความสามารถ

เกมกับเทคโนโลยี เมื่อมองย้อนกลับไปในสมัยดึกดำบรรพ์ เกม การเล่นเกม ของมนุษย์จึงพัฒนาผ่านการเปลี่ยนแปลงควบคู่ไปกับการปฏิวัติวัฒนธรรมของเทคโนโลยีและสิ่งประดิษฐ์ที่คิดค้นขึ้นนั่นเอง

การวิ่ง น่าจะเป็นเกมยุคแรกของมนุษย์ การวิ่งน่าจะเป็นเกมที่เล่นกันมานานที่สุดของมนุษยชาติ ทว่าการวิ่งในปัจจุบันก็ไปสัมพันธ์กับเทคโนโลยี สถิติความสามารถของมนุษย์ที่จะเอาชนะขีดจำกัดของตัวเอง มีการแข่งขันเพื่อคัดเลือกมนุษย์ที่วิ่งเร็วที่สุดในระยะที่เท่ากัน เช่น วิ่ง 100 เมตร วิ่งทนและไกลที่สุดในวิ่งมาราธอน หรือ การวิ่งระยะทางยาว (Ultra Marathon) แต่ใช้เวลาให้น้อยที่สุด การออกแบบเสื้อผ้า รองเท้ากีฬา จนไปถึงการพัฒนาศาสตร์ วิทยาศาสตร์การกีฬา เข้ามาอธิบาย ช่วยฝึกฝน ในแง่นี้ การวิ่งเพื่อการแข่งขันจึงเป็นกีฬาสสมัยใหม่ที่ไม่ต่างไปจากกีฬาอื่นๆ ที่คนส่วนใหญ่นิยมกัน เช่น การแข่งขันฟุตบอล ซึ่งนอกจากจะถือเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม กีฬาระดับโลก ยังมีการพัฒนาประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ การกีฬาและเทคโนโลยีเข้ามาพัวพัน เช่น การใช้เทคโนโลยี VAR เข้ามาช่วยตัดสิน การเก็บสถิติการส่งบอล ผ่านบอล จนไปถึงระยะทางที่นักเตะวิ่ง ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยี การถ่ายทอดสดเกม รายการการแข่งขันที่หลากหลาย เพื่อผู้บริโภคที่กระจายอยู่ทั่วทุกทวีปของโลก

ปัจจุบัน รูปแบบการใช้เวลาว่างของผู้คนเปลี่ยนไป ส่วนหนึ่งมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการปฏิวัตินวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลที่ก้าวล้ำไปอย่างมาก ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลของทุนนิยมโลกได้ผลักดันให้มีการจัดการ

และสร้างความหมายของ “เวลา” ที่เดิมถูกกำหนดโดยระบบการผลิตและแนวคิดเกี่ยวกับเวลาของรัฐขึ้นมาใหม่ นอกจากเวลาจะถูกกำหนดและเป็นตัวกำหนดเชิงโครงสร้าง การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สภาวะสมัยใหม่ ซึ่งแยกเวลางาน (Work) กับเวลาว่าง (Leisure) ออกจากกันได้ ทำให้เวลาว่างกลายเป็นสิ่งที่มีค่าและก่อให้เกิดมูลค่าในสังคมทุนนิยม (Rojek, 2010)

เวลาว่าง กลายเป็นช่วงเวลาแห่งการบริโภคและช่วงเวลาที่สร้างกำไรแก่นายทุน แต่การจะเร่งให้ผู้คนบริโภคสินค้าให้มากขึ้นจะอาศัยเพียงโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์หรือสื่อเก่าเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ จึงลามมาถึงสื่อสังคมออนไลน์ และกลยุทธ์การโฆษณาที่ทำทลายอย่างมากมาย คือกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยอาจจะไม่ได้คาดหวังกำไรที่เป็นตัวเงินจากการจัดรายการแข่งขัน eSports Toyota E-league ทว่ารายการการแข่งขันเกมดังกล่าวกลายเป็นเสมือนโฆษณาฟุตบอลอาชีพ และกลไกการสร้างคามนิยมที่มีต่อฟุตบอลไทย ผ่านเกม ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ชมกลายเป็นผู้ควบคุมทีมฟุตบอลของตนเองได้

เมื่อการเล่นเกมกลายมาเป็นวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลและเกี่ยวพันกับชีวิตประจำวันของผู้คน เกมพัวพันไปกับการให้ความหมายของเวลา กิจกรรม และสิ่งที่บริโภค ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างคนเล่นเกมและสิ่งประดิษฐ์

จนไปถึงตัวละครที่อยู่ในตัวเกม การเล่นเกมโดยทั่วไป ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมในยามว่าง เช่นเดียวกับกิจกรรม นันทนาการอื่นๆ กระนั้น ลักษณะพิเศษของการเล่นเกม ออนไลน์บนโลกดิจิทัลคือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่น สองฝ่าย ที่เกิดขึ้นข้ามพื้นที่ทางกายภาพ ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น ระหว่างผู้เล่นและตัวเกมนั้นอาจจะเกิดขึ้นไปพร้อมๆ กัน ทั้งในพื้นที่ทางกายภาพ และพื้นที่ดิจิทัล ซึ่งกลายเป็น ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ตัวละคร (Avatar) ซึ่งเป็นภาพแสดง (Representation) ของบุคคลที่เกิดขึ้นบนสภาพแวดล้อม ดิจิทัล (Digital environment)

กล่าวได้ว่า ปฏิสัมพันธ์คือลักษณะพิเศษ หรือเป็น หัวใจหลักของการเล่นวิดีโอเกม ซึ่งอันที่จริงมีความหมาย ที่แตกต่างไปจากการใช้หรือบริโภค “สื่อ” อื่นๆ ที่ผ่านมา วิดีโอเกมมักจะถูกศึกษาและอธิบายในลักษณะเดียวกับการศึกษาสื่อ (Media Studies) ทว่าเนื่องจากการเล่น วิดีโอเกมไม่ได้เป็นการบริโภคทางเดียว เช่นเดียวกับการ ดูหนัง อ่านหนังสือพิมพ์ หรือชมภาพยนตร์ (ที่มีแนวโน้ม เป็นวัฒนธรรมการจ้องมอง – Spectatorships) แต่การ เล่นเกมเป็นการบริโภคอย่างมีส่วนร่วม เป็นการสร้างสรรค์ ประสบการณ์การเล่นโดยผู้เล่นเองในโลกของเกม ฉะนั้น ประสบการณ์การเล่นของแต่ละคนจึงมีความแตกต่างกัน (Muriel and Crawford, 2018)

การเล่นเกมนั้นก่อให้เกิดวัฒนธรรมเฉพาะ “ภาษา” เทคนิคการเล่น รวมไปถึงอุปกรณ์การเล่น เกม ล้วนเป็นภาพแสดงของ “วัฒนธรรมเกม” ที่ชัดเจน ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิต และชีวิตประจำวันของผู้คน

วัฒนธรรมการเล่นเกมนั้นมีความหลากหลายและมีความซับซ้อน เราไม่สามารถที่จะอธิบายการเล่นเกมนั้นในลักษณะเหมารวมหรือจะอธิบายวัฒนธรรมการเล่นเกมอย่างเป็นสากลได้ การเล่นเกม Player Unknown’s Battlegrounds (PUBG) ย่อมแตกต่างไปจากการเล่นเกม DOTA2 หรือเกม Hay Day รวมไปถึงอุปกรณ์ในการเล่นเกมนั้น อาทิ การเล่นเกมนั้นบน PC มีลักษณะและวิธีการเล่นที่แตกต่างจาก Mobile Phone และ Game Console แม้กระทั่งผู้ที่เล่นเกมเดียวกันแต่อยู่ต่างพื้นที่ต่างบริบททางสังคมก็ย่อมนิยามความหมายของการเล่นที่แตกต่างกันไป ประสบการณ์ในการเล่นเกมนั้นแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม การเล่นเกมนั้นเป็นวัฒนธรรมเหมือนวัฒนธรรมอื่นๆ ที่มีความซับซ้อนหลากหลาย ไม่ได้หยุดนิ่งตายตัว แต่มีการเปลี่ยนแปลงและปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา

เกมกับเทคโนโลยีดิจิทัล

การเล่นเกม ในนามของการใช้ “เวลาว่าง” เพื่อการแสวงหาความสุขของมนุษย์นั้น มีพัฒนาการ เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม ในแง่หนึ่ง การเล่นเกมบนอุปกรณ์ดิจิทัล การเล่นเกมวิดีโอเกม คอมพิวเตอร์เพื่อแข่งขันเอาชนะคู่ต่อสู้ หรือฝ่ายตรงข้าม (ผ่านการเล่นในเกมเดียวกันนั้น) ในตัวของมันเองจึงมีความหมายที่แปรเปลี่ยนได้ ดังสะท้อนผ่านพัฒนาการของ eSports ที่เริ่มจากการเล่นเกมเพื่อการศึกษาทดลอง (ของนักศึกษาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์) เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ มาสู่การเล่นเกม แข่งขัน เพื่อผลรางวัล เงินตรา อาชีพ และสิ่งแลกเปลี่ยนตอบแทนอื่นๆ เช่น เหรียญ Bitcoin, Token จนไปถึงการเล่นเพื่อการพนัน หรือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมเกมและเล่นเป็นอาชีพ (Llorens, 2017)

การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกมที่เกิดขึ้นนั้นอันที่จริงสัมพันธ์ไปกับพฤติกรรมของผู้เล่นเกมที่เปลี่ยนไป จากเดิมที่ต้องเล่นอยู่ตามร้านเกม หรือเล่นเกมบน PlayStation ที่บ้าน ซึ่งมีแนวโน้มลดลงอย่างผกผันกับสัดส่วนเชิงปริมาณที่เพิ่มขึ้นของการเกิดใหม่ของอุปกรณ์ดิจิทัลและ Mobile Game การเล่นเกมบนอุปกรณ์สื่อสารติดตัว ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ต

รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561¹ โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 10,730 คน พบว่า การใช้งานอินเทอร์เน็ตตามร้านค้าที่ให้บริการ Internet Cafe ปี 2561 นั้นมีเพียง 1.1 เปอร์เซ็นต์ ลดลงจากปี 2560 ซึ่งมีจำนวน 2.3 เปอร์เซ็นต์ ในทางตรงกันข้าม การใช้งานอินเทอร์เน็ตที่บ้านหรือที่พักอาศัยในปี 2561 มี 91.5 เปอร์เซ็นต์ เพิ่มขึ้นจาก 85.6 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2560 และการใช้อินเทอร์เน็ตในพื้นที่สาธารณะในปี 2561 มีอัตราส่วน 20.0 เปอร์เซ็นต์ เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ซึ่งมี 18.8 เปอร์เซ็นต์

กล่าวได้ว่าแนวโน้มการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเครือข่าย การสื่อสาร สัมพันธ์ไปกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้คนในสังคม การใช้อินเทอร์เน็ตรวมไปถึงการเล่นเกมที่จะใช้บริการเครือข่าย หรือเล่นเกมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเกิดขึ้นได้ทุกพื้นที่ ด้วยอุปกรณ์เทคโนโลยีดิจิทัลและการเข้าถึง

¹ รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 เข้าถึงได้จาก <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html> เข้าถึงเมื่อ 10 สิงหาคม 2562

เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ง่ายขึ้นผ่าน Mobile Device ที่เคลื่อนย้ายไปกับผู้ใช้อย่างสะดวกง่ายดาย

การเข้าถึงอุปกรณ์การเล่นเกมในปัจจุบันนั้น สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกมากขึ้น การเล่นเกมสามารถเล่นได้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา ขณะเดียวกันคอมพิวเตอร์นอกจากจะฉลาดมากขึ้นยังมีราคาถูกลง การรวมกลุ่มเล่นเกมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มวัยรุ่น นักศึกษาตามร้านกาแฟ โรงเรียน หรือในมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นการเล่นตามลำพัง เล่นกับระบบ AI หรือ Bot และการเล่นกับผู้เล่นคนอื่น สะท้อนให้เห็นว่าวัฒนธรรมการเล่นเกมกำลังส่งผลให้ “เกม” กลายเป็นพื้นที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นเกมที่ก้าวข้ามพื้นที่ทางกายภาพ และยังสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ โดยเฉพาะการทำธุรกรรมผ่าน Microtransaction จนไปถึงการพนัน และการแลกเปลี่ยนแบบใหม่ที่มีแนวโน้มขยายตัวและก่อเกิดรูปแบบที่หลากหลายในปัจจุบัน

บรรณานุกรม

- Hjorth, Larissa. 2011. *Games and Gaming: An Introduction to New Media*. London: Berg Publishers.
- Llorens, M. R. 2017. "Esports Gaming: The Rise of a New Sports Practice". *Sport, Ethics and Philosophy*, Volume 11, Issue 4: 1-13.
- Muriel, Daniel and Garry Crawford. 2018. *Video Games as Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society*. Routledge.
- Rojek, Chris. 2010. *The Labour of Leisure: The Culture of Free Time*. SAGE Publications Ltd.



eSports กีฬาหรือธุรกิจดิจิทัล

วิมล ลีมีงสวัสดิ์ และ วสันต์ ปัญญาแก้ว

บทนำ

เกม คือกิจกรรมการแข่งขันที่มีเป้าหมายเพื่อเอาชนะ การเล่นเกมเพื่อชัยชนะดังกล่าวถูกกำหนดโดยกฎกติกา ที่ผู้เล่น จำต้อง “เล่น” อยู่ภายในกรอบของการกำกับควบคุม สิ่งที่เราเรียกว่า “เกม” ครอบคลุมตั้งแต่ การเล่น (เกมนั้น ๆ) เพื่อความสนุกในชีวิตประจำวัน และเกมกีฬาที่เล่นเพื่อ ชัยชนะ หน้าตาและศักดิ์ศรี ดังปรากฏในมหกรรมการแข่งขัน ระดับชาติ หรือระดับนานาชาติ ซึ่งเกมกีฬาแบบหลังนี้ เป็นเรื่องของศักดิ์ศรี เกียรติยศของชาติหรือเผ่าพันธุ์ การเล่นเกมเพื่อชาติพัวพันไปกับการทำเกมกีฬาเป็นอาชีพ เป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำรงชีพในสังคมสมัยใหม่

เกมคอมพิวเตอร์ หรือ “วิดีโอเกม (video game)” คือวัตถุวัฒนธรรมที่ประกอบด้วย เครื่องเล่น (หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการคำนวณ) และตัวเกม ซึ่งเป็นกิจกรรมการเล่นที่ถูก “จำลอง” ขึ้น และมีกฎกติกาให้บรรดาผู้เล่นใช้เป็นแนวทางในการพยายามฝ่าฟันด้านต่าง ๆ หรือทำลายล้างคู่ต่อสู้ เพื่อบรรลุไปสู่เป้าหมายสุดท้าย (ของการเล่นเกม) ซึ่งอาจเป็นชัยชนะ หรืออะไรบางอย่างที่มีคุณค่าในตัวของมันเอง วิดีโอเกม คือโลกที่ถูกจำลองขึ้นในซอฟต์แวร์ซึ่งจะมีผู้เล่นเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ด้วย ผ่านการส่งและรับข้อมูลที่ถูกประมวลผลออกมาโดยคอมพิวเตอร์ (Galloway, 2006: 1) ปัจจุบันเมื่อวิดีโอเกม (ดังกล่าว) ถูกผนวก/ผสมผสานเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การเติบโตและความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องเล่นเกมได้ทำให้การเข้าถึงเกมในยุคดิจิทัล หรือในที่นี้จะเรียกว่า “เกมออนไลน์” กลายเป็นเรื่องง่าย การซื้อขายเกมก็เข้าถึงได้อย่างรวดเร็วมากกว่าในยุค Pre-Digital สมัยก่อนหน้าที่ยังต้องพึ่งพา “ตัวเกม” (ที่มาพร้อมกับเครื่องเล่นเกม เช่น ตลับ VCD DVD) จนกล่าวได้ว่า เราได้ก้าวเข้าสู่ยุค “สังคมเกม”

การผสมผสานกันระหว่างเกมและอินเทอร์เน็ตนั้น ไม่ได้ส่งผลแต่เพียงการขยายตัวของ “ตลาดเกม” หรือกิจกรรมการซื้อขายเกมเท่านั้น ทว่ายังรวมไปถึงการประกอบสร้างวัฒนธรรมความบันเทิงและการละเล่นชนิดใหม่ ที่เรียกว่า

Electronic Sports หรือ eSports ซึ่งหมายถึง รูปแบบกีฬาที่ได้อาศัยเทคโนโลยีและได้รับความสะดวกจากระบบอิเล็กทรอนิกส์ อันนำไปสู่ผลลัพธ์ที่จะเกิดจากกิจกรรมแตกต่างไปจากที่เราคุ้นเคย กล่าวคือในกีฬาแบบเดิมนั้น ผลลัพธ์ของกิจกรรมการเล่นและบริบทรอบตัวนั้นเกิดขึ้นในโลกทางกายภาพ แต่ในรายการแข่งขันกีฬา eSports นั้น ผลลัพธ์ของกิจกรรมคือสิ่งที่เกิดขึ้นใน “โลกเสมือน” หรือ สังคมออนไลน์ (Hamari & Sjoblom, 2016) การเติบโตและแพร่กระจายของ eSports จนวัฒนธรรมเกมออนไลน์กลายเป็นเครือข่ายสังคมที่กว้างขวางระดับโลก มีผู้เล่น (ทั้งมืออาชีพและสมัครเล่น), ทีมแข่งขัน, ผู้บรรยาย (commentators), ผู้สนับสนุน, ผู้ชม และแฟน ๆ นั้นก่อตัวขึ้นอย่างสำคัญ ในช่วงปลายทศวรรษ 1990 เป็นต้นมาที่ประเทศเกาหลีใต้ และปัจจุบันเกาหลีใต้ยังกลายเป็นประเทศศูนย์กลาง หรือต้นกำเนิดที่ส่งออกเกม eSports ไปทั่วโลก (Edge, 2013)

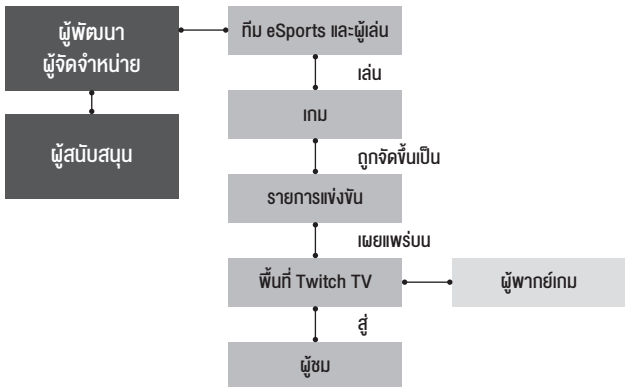
การเติบโตของรายการแข่งขันเกม eSports นั้น อาจดูได้จากจำนวนเงินรางวัลของรายการแข่งขัน การจัดรายการแข่งขันซึ่งมีเงินรางวัลสูงสุดอย่างเกม Dota2 นั้น มีรางวัลรวมถึง 24,687,919 ล้านดอลลาร์ ในปี 2017 และนับย้อนหลังไปอีก 3 ปีก็มีเงินรางวัลรวมในแต่ละปี คือ 20,770,640 ล้านดอลลาร์ 18,429,613 ล้านดอลลาร์

และ 10,931,103 ล้านดอลลาร์ ตามลำดับ ซึ่งหากนับเป็นรายปีแล้ว (ณ ตุลาคม พ.ศ. 2560) มีเกม 5 อันดับที่ถูกจัดประเภทไว้ใน eSports มีจำนวนเงินรางวัล กลุ่มผู้เล่นมืออาชีพ และรายการแข่งขันอย่างเป็นทางการ (Lofgren, 2017) เมื่อเทียบกับรายการแข่งขันฟุตบอลโลก FIFA Club World Cup เมื่อปี 2016 (พ.ศ. 2559) ซึ่งมีเงินรางวัลรวมทั้ง 28 ล้านดอลลาร์ (Totalsportek, 2016) ปัจจุบัน eSports จึงมีขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่กว่า และมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ (ดูข้อมูลสถิติในตารางข้างล่าง)

เกม	เงินรางวัล (ล้านดอลลาร์)	จำนวนผู้เล่น อาชีพ (คน)	รายการแข่งขัน อย่างเป็นทางการ
Dota2	37,251,051.07	772	118
Counter-Strike: Global Offensive	17,267,862.14	4,349	851
League of Legends	10,301,329.03	1,327	125
Heroes of the Storm	4,610,149.10	381	57
Call of Duty: Black Ops III	3,749,030.66	322	47

eSports กับระบบนิเวศวิทยาดิจิทัล

กล่าวได้ว่า การเติบโตอย่างมีนัยสำคัญโดยเฉพาะในเศรษฐกิจและกิจกรรมเกี่ยวเนื่อง ได้ทำให้เกิด “ระบบนิเวศ” ของ eSports ขึ้นมา โดยในระบบนิเวศที่ว่านี้มีตัวละครในระดับต่างๆ ไหลเวียนมาตั้งแต่ บริษัทเจ้าของผู้ผลิตเกม, สปอนเซอร์ผู้สนับสนุน, เจ้าของพื้นที่การให้บริการเผยแพร่การแข่งขัน (บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต), ผู้พากย์เกมทั้งมืออาชีพสมัครเล่นและมืออาชีพ, ผู้เล่น (Players) และผู้ชม (Gamers/Audience) (ยังไม่รวมถึงดาราซูเปอร์สตาร์และธุรกิจสื่อบันเทิงอื่นๆ รวมจนไปถึง Online Platformsทั้งหลาย) ดังแผนภาพด้านล่าง



รูปที่ 3.1 ระบบนิเวศของ eSports

ระบบนิเวศของ eSports เริ่มต้นที่ผู้พัฒนาเกม พวกเขาอาจเป็นผู้พัฒนาหรือทีมอิสระที่สังกัดในบริษัทเกมขนาดใหญ่ ในหนึ่งบริษัทเกมแห่งหนึ่งอาจมีทีมพัฒนาหลายทีมอยู่ภายใต้สังกัดเพื่อพัฒนาเกมหลายเกมพร้อมกัน เมื่อผู้พัฒนาเกมสร้างเกมขึ้นสำเร็จ เกมเหล่านั้นเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการผลิตแล้วก็จะถูกจัดจำหน่ายโดยบริษัทผู้จัดจำหน่าย (publisher) เพื่อกระจายเกมเข้าไปในตลาดให้ผู้เล่นสามารถซื้อหาได้ การกระจายดังกล่าวอาจอยู่ในรูปแบบสื่อกายภาพ เช่น DVD Blue ray หรืออาจจะเป็นในรูปแบบดิจิทัลอย่างเช่นบริษัท Steam เป็นต้น ภายใต้ระบบความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนนี้เจ้าของเกม (ผู้พัฒนาเกมหรือบริษัทเกม) ได้รับเงินจากการขายเกมและอาจได้รับเงินจากการใช้จ่ายในเกม เช่น Microtransaction เป็นต้น รายได้ในส่วนนี้ของพวกเขาวางอยู่บนความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เกม ผู้จัดจำหน่ายก็ได้รับส่วนแบ่งจากรายได้ในส่วนนี้ด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ระบบนิเวศ eSports มิได้สิ้นสุดแค่การซื้อขายเกมเท่านั้น ใจกลางของ eSports คือการจัดรายการการแข่งขันเกม ตัวละครสำคัญภายในการจัดการแข่งขันคือ ผู้จัดการแข่งขัน พวกเขาทำหน้าที่บริหารจัดการให้รายการการแข่งขันเกมสามารถเกิดขึ้นได้ รายได้จากการจัดการแข่งขันมิได้มาจากค่าเข้าชมรายการ

แข่งขันเท่านั้น หากแต่ยังรวมถึงรายได้ที่ได้รับจากผู้สนับสนุน (สปอนเซอร์) ค่าโฆษณา หรือการขายของที่ระลึกในการแข่งขันอีกด้วย ในแง่นี้เราจึงกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า ใจกลางกระบวนการสะสมทุนของระบบนิเวศ eSports ของบรรดาผู้พัฒนา ผู้จัดจำหน่าย ผู้จัดการแข่งขัน ก็คือ การสร้างเหตุการณ์ (event) ขึ้นมา

ภายใต้การสร้างเหตุการณ์ นอกจากตัวละครข้างต้นแล้ว ผู้เล่นยังเป็นส่วนสำคัญในกิจกรรมการแข่งขัน กล่าวคือ นอกจากจำนวนเงินรางวัล จำนวนผู้เล่นมืออาชีพ และรายการแข่งขันดังที่ได้เห็นไปแล้วในตารางที่ 3.1 การมีสังกัดทีมเกม (หรือบริษัท) ก็กลายเป็นสิ่งที่จริงจังขึ้น

ในการจัดการแข่งขัน ภายใต้ระบบนิเวศของ eSports ยังปรากฏกิจกรรมการดูผู้อื่นเล่น ที่สร้างความสนุกสนาน บั่นทึงบนฐานของความไม่สมดุล (imbalance) ของข้อมูลข่าวสารที่ผู้ดูและผู้เล่นมีไม่เท่ากัน เช่น การที่ผู้ชมนั้นสามารถมองเห็นขอบเขตทัศนวิสัยที่กว้างกว่าบรรดาผู้เล่น ทำให้เขาสามารถรับรู้ ประเมิน คาดการณ์สิ่งอื่นๆ ได้มากกว่า ในทางกลับกัน กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ผู้เล่นคิดหรือเตรียมการมานั้น ก็เป็นข้อมูลที่ผู้ดูได้แต่คาดการณ์กันไป การเผยให้เห็นถึงเทคนิควิธีการเล่นที่แตกต่างไปย่อมสร้างความประหลาดใจแก่ผู้ชมได้ (Edge, 2013) กิจกรรมการดูผู้อื่นเล่นเกม

ก็เป็นสิ่งที่พบเห็นได้ทั่วไปในโลกสมัยนี้ ซึ่งกิจกรรมการดูการเล่นเกมนั้นก็เป็นอะไรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอีกมากมาย เช่นเดียวกับกิจกรรมการดูทีวี ภาพยนตร์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ (เช่นที่สะท้อนผ่าน Ready Player One ภาพยนตร์เรื่องล่าสุดของ Steven Spielberg 2018) ทั้งสินค้า แปรนต์ผู้สนับสนุน หรือแม้แต่ค่าโฆษณา กิจกรรมการดูและสิ่งที่เกี่ยวข้องนั้นกลายเป็นสิ่งที่มีจำนวนคนมากมายที่เกี่ยวข้องและมูลค่าเม็ดเงินมหาศาล ซึ่งดูได้จากรายงานของการสำรวจเมื่อปี 2016 พบว่า มีผู้คนมากกว่า 213.8 ล้านคนที่ดูการแข่งขันการเล่นเกม และคาดว่าจะพุ่งไปถึง 303 ล้านคนในปี 2019 (superdataresearch, 2017)

การเกิดขึ้นของกิจกรรมการดูการแข่งขันของผู้อื่นทำให้เกิดการสร้างสรรค์ของพื้นที่ (platform) ที่ใช้ในการเผยแพร่กิจกรรมเหล่านั้น ดังจะเห็นได้จากการเติบโตของพื้นที่อย่าง Twitch TV (ดูบทที่ 4 ของหนังสือเล่มนี้)

การขยายตัวของกิจกรรมการดู eSports นั้นมิได้ขยายตัวแต่ในพื้นที่ Cyber เท่านั้น บนพื้นที่เชิงกายภาพก็เกิดการรวมตัวกันเพื่อจัดการถ่ายทอดสดการแข่งขันเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากการจัดการงาน Pubstomp ของบริษัท Invate ซึ่งจัดถ่ายทอดสดการแข่งขันรายการ The International Dota2 2019 ณ สยามพาราลัย รอยัล แกรนด์ เธียเตอร์ ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน

หรือการจัดงาน CNX Pubstomp The International 9 ที่พันธุ์ทิพย์พลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่¹ เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าถึงแม้กระแสของ eSports จะมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับพื้นที่ในโลก Cyber แต่การจัดกิจกรรมบางอย่างก็ยังต้องการพื้นที่เชิงกายภาพอยู่

ในระบบนิเวศ eSports ผู้ชมกลายเป็นส่วนสำคัญของระบบ พวกเขาเป็นส่วนสำคัญต่อการดำเนินไปของระบบที่ว่าในหลายแง่มุม ซึ่งในคนหนึ่งแง่มุมดังกล่าวอาจแยกขาดหรือซ้อนทับกันได้ ความสำคัญของ “ผู้ชม” มีดังต่อไปนี้

หนึ่ง พวกเขาเป็นลูกค้าของบริษัทเกม เป็นผู้ซื้อหาเกม และก่อให้เกิดรายได้ให้แก่บริษัทเกม

สอง พวกเขาเป็นผู้บริโภครายการแข่งขันหรือเหตุการณ์ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อขับเคลื่อนกระบวนการสะสมทุน การบริโภคของพวกเขาไม่ได้จำกัดแค่ในแง่ของรายได้จากการเข้าชมเท่านั้น ในบางครั้ง พวกเขายังบริโภคของที่ระลึกจากรายการแข่งขันหรือในบางรูปแบบการบริโภคของพวกเขา ยังสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันในระดับที่ใหญ่โตขึ้นอีกด้วย เช่น ในกรณีของเกม Dota 2 ที่เปิดให้ผู้เล่นสามารถซื้อสินค้า

¹ <https://www.chiangmaicitylife.com/citynow/whats-on/competitions/dota2-cnx-pubstomp-2019/>

ภายในเกมซึ่งถูกสร้างขึ้นมาเพื่อรายการแข่งขันเฉพาะ โดยที่รายจ่ายส่วนหนึ่งของบรรดาผู้เล่นเหล่านั้นจะถูกนำไปเพิ่มเป็นเงินรางวัลรวมของรายการแข่งขัน เป็นต้น

สาม พวกเขาเป็นส่วนสำคัญในการก่อร่างสร้างเหตุการณ์หรือการจัดการแข่งขันให้เกิดขึ้นได้ หากขาดใครซึ่งผู้ชมแล้ว กิจกรรมการแข่งขันย่อมมีอาจเกิดขึ้นได้ อย่างน้อยที่สุด การแข่งขันที่ปราศจากผู้ชมย่อมมีดึงดูดทั้งรายได้จากค่าโฆษณาหรือเงินสนับสนุนใดๆ หากขาดไรผู้ชมการชมกิจกรรมเกมการแข่งขันก็มีอาจเกิดขึ้นได้ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาจากลักษณะการรับชมการแข่งขันเกมบนอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันที่มีลักษณะของการสื่อสารสองทิศทางมิใช่การสื่อสารแบบทิศทางเดียว ดังในยุคของวิทยุหรือโทรทัศน์ เรื่องราวที่ผู้พากย์การแข่งขันพูดออกมามีได้เป็นแค่การบรรยายการแข่งขันของผู้เล่นในเกมเท่านั้น พวกเขายังบรรยาย พูดคุยโต้ตอบกับบรรดาผู้ชมที่แสดงความคิดเห็นที่ถูกป้อนเข้ามาและถูกแสดงผลแบบเรียลไทม์ด้วย กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้มิได้เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้พากย์ ผู้เล่น และเกมเท่านั้น แต่ยังต้องอาศัยผู้ชมเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอีกด้วย ดังนั้น ในรายการแข่งขัน eSports ผู้ชมที่สำคัญไม่ได้มีเพียงผู้ชมที่ปรากฏกายเชิงกายภาพอยู่ที่สนามหรือสถานที่จัดการแข่งขันเท่านั้น หากแต่ยังหมายรวมถึงบรรดาผู้ชม

ที่รับชมและร่วมในเหตุการณ์กิจกรรมการแข่งขันผ่านระบบเครือข่ายดิจิทัลอีกด้วย เราจึงกล่าวอีกอย่างได้ว่า ภายใต้ระบบนิเวศ eSports บทบาทของผู้ชมจึงมิใช่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคเท่านั้น หากแต่พวกเขายังเป็นผู้ผลิตผู้ใช้สื่อดิจิทัลอีกด้วย ในขณะที่พวกเขาบริโภค พวกเขาได้ทำการผลิตไปพร้อมๆ กัน

จากตัวอย่างเหล่านี้ เราจึงอาจพิจารณาได้ว่าการผนวกรวมของเกมวิดีโอและอินเทอร์เน็ต ที่ส่งผลให้เกิดการแพร่กระจายของกิจกรรมและกรอบคิดเกี่ยวกับเรื่อง eSports ที่เคลื่อนไหวพัวพันกันในระดับนานาชาติ เราจึงไม่อาจจำกัดขอบเขตของ eSports ให้อยู่เพียงภายในชาติหรือประเทศหนึ่งๆ ได้

ปรัชญาและระบบนิเวศวิทยา (คือ อุตสาหกรรมเกมธุรกิจสื่อบันเทิง กิจกรรมการแข่งขัน และกลุ่มคน ภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จนไปถึงรัฐ) ของ eSports เองก็มีนัยของการสร้างความชอบธรรมให้กับกิจกรรมการแข่งขันเกมอยู่ในตัวของมันเองด้วย ดังที่งานของ Kalle Jonasson และ Jesper Thiborg ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการกลายเป็นกีฬาสportification) ของบรรดาการแข่งขันเกม ที่ต้องการโล่กวอดและเดินตามรอยลักษณะของสิ่งที่เรียกว่า กีฬาสสมัยใหม่ (modern sport) เพื่อให้ได้มาซึ่งความชอบธรรมและสถานภาพของสิ่งที่เรียกว่า กีฬา ของเกมคอมพิวเตอร์ในโลก

ปัจจุบัน เช่น การบริหารจัดการที่มีระเบียบ มีผู้จัดการแข่ง มีทีมอย่างจริงจัง เป็นต้น (Jonasson & Thiborg, 2010) หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า eSports คือการไล่กวาดตำแหน่งแห่งที่แห่งความชอบธรรมที่กีฬาดำรงอยู่ การบอกคนอื่นว่ากำลังจะไปฝึกซ้อมกีฬาย่อมดีกว่าการบอกว่ากำลังซ้อมเล่นเกมอยู่

สำหรับประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา ที่ประชุมการกีฬาแห่งประเทศไทย มีมติให้ eSports เป็นกีฬาที่สามารถจดทะเบียนจัดตั้งสมาคมได้เหมือนกับกีฬาปกติทั่วไป ตามพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 และในวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2560 สมาคมไทย eSports (TESA) ได้เปลี่ยนชื่อเป็น สมาคมกีฬา eSports แห่งประเทศไทย (TESF) ด้วยสถานะใหม่นี้ สมาคมฯ จึงมีสิทธิในการส่งนักกีฬา หรือจัดงานการแข่งขัน ในนามของประเทศไทยได้ ลักษณะการสร้างความชอบธรรม เช่นนี้แสดงให้เห็นถึงการที่เกมออนไลน์หันไปพึ่งพิงแหล่งที่มาของความชอบธรรมอย่างรัฐอย่างชัดเจน กล่าวอีกนัยหนึ่ง eSports นั้น ในแง่หนึ่งคือสิ่งที่ผูกพันกับรัฐอย่างแนบแน่น

กระแสความนิยมและการจัดการแข่งขันเกมในประเทศไทยนั้น เป็นกิจกรรมที่มีมาอย่างยาวนานแล้วอย่างน้อยที่สุดก็ในปี พ.ศ. 2547 หรือราวๆ 15 ปีก่อน ที่ได้มีการจัดการแข่งขันคัดเลือกตัวแทนประเทศไทย

เพื่อไปแข่งในรายการ World Cyber Game หรือ WCG แต่กระแสการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของ eSports นั้นเกิดขึ้นเมื่อ 2 ปีที่ผ่านมาเอง ปัจจุบัน กลุ่มทุนบริษัทโทรคมนาคมอย่าง AIS และ True ซึ่งทำธุรกิจเกี่ยวกับการสื่อสารโทรคมนาคม ได้ดำเนินธุรกิจและตั้งตนเป็นผู้สนับสนุนรายการแข่งขัน eSports อย่างเป็นทางการ โดยเฉพาะในกรณีของ AIS ที่ได้จัดงาน Thailand Game Expo by AIS eSports ขึ้น ซึ่งงานดังกล่าวไม่ได้เป็นแค่การจัดงานแข่งขันเท่านั้น แต่ยังรวบรวมสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น อุปกรณ์การเล่นเกม หรือบริการแพ็คเกจอินเทอร์เน็ต เข้ามาจัดแสดงและจำหน่ายในงานด้วย (Sunnywalker, 2018)

อย่างไรก็ตาม รูปแบบการแสวงหารายได้ของบริษัทเจ้าของเกมในปัจจุบันนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปมาก บริษัทเกมจำนวนมากไม่ได้ผูกติดแหล่งที่มาของรายได้กับการขาย “ตัวเกม” แต่เพียงอย่างเดียว ดังจะเห็นได้จากการที่บริษัทผู้จัดจำหน่ายเกมยักษ์ใหญ่ คือ Electronic Arts (EA) และ Activision Blizzard ซึ่งทำรายได้ในส่วนอื่นนอกเหนือจากการขายตัวเกม (ของบริษัท) พุ่งขึ้นไปแตะในระดับ 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Whitwam, 2018; Makuch, 2018) และถือเป็นแหล่งรายได้สำคัญ อีกปรากฏการณ์ที่ชี้ให้เห็นว่ารายได้ของอุตสาหกรรมมีแนวโน้มที่จะไม่พึ่งพา

การขายเกมก็คือ ในประเทศไทย เกมมือถือ (Mobile Game) ที่ทำรายได้สูงสุดคือเกมที่เปิดบริการให้เข้าไปเล่นฟรีโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อตัวเกม

Lootbox: การพนัน หรือการแลกเปลี่ยนในเกม?

ท่ามกลางการเติบโตอย่างสำคัญของรายได้ในอุตสาหกรรมเกม นอกเหนือจากการขาย “ตัวเกม” และการแข่งขันเกม eSports ดังที่ได้กล่าวไปนั้น รายได้ส่วนสำคัญยังเกิดขึ้นมาจากสิ่งที่ถูกเรียกกันว่า Microtransaction ซึ่งเป็นรูปแบบทางธุรกิจที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นสามารถที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเสมือนภายในเกม (virtual goods) ได้ การที่เรียกว่า Micro ก็ด้วยลักษณะการจ่ายเงินนั้นมักจะเกิดขึ้นในปริมาณที่ดูเล็กน้อย สินค้าเสมือนเหล่านั้นอาจปรากฏออกมาได้ในหลายรูปแบบ เช่น ไอเทมภายในเกม เป็นต้น แต่รูปแบบของ Microtransaction ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือสิ่งที่จะถูกเรียกต่อมาว่า lootbox (หรือการซื้อขายสินค้า) สินค้าเสมือนประเภทนี้ไม่ว่าจะปรากฏออกมาในชื่อใดหรือรูปลักษณะใดก็แล้วแต่ โดยเนื้อแท้แล้วมันคือการ “สุ่ม” (ซึ่งไม่ต่างจากการพนันเสี่ยงทาย) กล่าวคือ

ผู้เล่นต้องจ่ายเงินตราในโลกความเป็นจริงเพื่อซื้อสินค้าเสมือนเหล่านี้ (หรือในบางกรณีจะเป็นการจ่ายเงินจริงเพื่อซื้อหน่วยของเงินตราภายในเกมก่อนเพื่อนำไปซื้อสินค้าเสมือนจริงพวกนี้อีกต่อหนึ่ง) การซื้อขายสินค้าเสมือนเหล่านี้เปรียบดั่ง ระบบการเสี่ยงทาย หรือ “เครื่องสุ่ม” ที่จะทำหน้าที่สุ่ม “ไอเทม” (สิ่งที่ต้องการซึ่งดำรงอยู่ในเกมนั้นๆ เท่านั้น) ในจำนวนที่เกมระบุไว้ สิ่งสำคัญของ lootbox คือการสุ่มไอเทมจำนวนหนึ่งจากรายการไอเทมทั้งหมดที่มีโอกาสจะได้ ความไม่แน่นอนในผลลัพธ์ทำให้บางครั้งผู้เล่นต้องทำการเปิด lootbox ซ้ำๆ เพื่อให้ได้ไอเทมที่ตัวเองต้องการ หากพิจารณาในแง่ี้แล้ว lootbox ก็เป็นรูปแบบการพนันประการหนึ่ง อย่างน้อยที่สุดก็ในแง่ที่ว่า การสุ่มเหล่านี้วางอยู่บนความไม่แน่นอนของไอเทมที่ผู้เล่นจะได้รับ

การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของ Microtransaction ส่วนหนึ่งจึงมาจากการเติบโตขึ้นของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เปิดพื้นที่ให้ผู้คนเข้าถึงเกมและการเล่นเกมผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนตัวได้อย่างง่ายดาย ซึ่งทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินข้ามซีกโลก และ “การสุ่มไอเทม” เป็นเรื่องที่ใครก็สามารถทำได้ แม้แต่เยาวชนที่ไม่มีบัตรเครดิตในครอบครอง (ลองพิจารณาผ่านการเกิดขึ้นของตัวกลางในการโอนถ่ายเงินอย่าง paypal ในระดับสากล หรือ

truemoney ในระดับประเทศ ยังมียอดจำหน่ายบริการจำลองบัตรเครดิตอีกเป็นจำนวนมากที่เกิดขึ้นมา)

ความกังวลและการมองว่า Microtransaction การแลกเปลี่ยนรูปแบบใหม่ การลุ่ม/เสี่ยงทายเพื่อให้ได้ไอเทมในเกมเป็น “การพนัน” แบบใหม่นั้น ก่อตัวเป็นกระแสสังคมที่เกิดขึ้นให้เห็นอย่างมากในประเทศซีกโลกตะวันตก ความวิตกกังวลนั้นถูกแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมเมื่อ lootbox ถูกมองว่าเป็นกลไกที่เป็นดั่งการพนัน (gambling-like mechanisms) และเกิดการเรียกร้องให้มีการออกกฎหมายเพื่อควบคุมสิ่งเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่น่าสนใจไม่ได้มีเพียงแค่การจะควบคุมบรรดากลไกที่เป็นดั่งการพนันเหล่านี้หรือไม่อย่างไร หากแต่อยู่ที่ลักษณะการปรากฏขึ้นของสิ่งเหล่านี้ต่างหาก

หากเราพิจารณากิจการณาดังกล่าวนี้นี้ในแง่ที่เป็น “การพนันแบบใหม่” ก็จะพบว่า การลุ่มไอเทม ดำรงอยู่ได้ก็ด้วยรูปแบบการเล่นเกม หรือกล่าวอย่างสุดโต่งก็คือการพนันแบบใหม่คือส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการเล่นเกมในโลกยุคดิจิทัล ความต้องการลุ่มเพื่อให้ได้ไอเทมในเกมอาจเกิดจากความต้องการที่จะชนะผู้เล่นคนอื่นในการแข่งขัน หรือการพยายามเพื่อให้ได้ไอเทมนั้นๆ มา สร้างภาพทำให้ตัวตนของผู้เล่น (ในเกม) เกิดความแตกต่างจากผู้เล่นคนอื่น (เช่น เครื่องประดับ หรือชุดเสื้อผ้าแบบต่างๆ

ในเกม ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับความสามารถในการเล่นเกมนั้น เพื่อเอาชนะคู่ต่อสู้แต่อย่างใด) จะเห็นว่ากระบวนการเหล่านี้ล้วนแต่เป็นความสัมพันธ์ทางสังคมนะหว่างกลุ่มผู้เล่นเกม การเกิดขึ้นของ lootbox หรือ “การสุ่มไอเทม” จึงเป็นการผนวกเอาความสัมพันธ์ของผู้คนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเกม และแปลงสิ่งเหล่านั้นให้กลายมาเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง เพื่อที่จะใช้เป็นแหล่งแสวงหารายได้ของบริษัทเกม และสามารถที่จะนำเสนอ หรือ “ขาย” มันออกมาในรูปแบบที่เร่รุ่ม กระตุ้นความอยาก ความปรารถนาให้เกิดการบริโภคอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ การที่ผู้เล่นเกมต้องการจะเอาชนะ ต้องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ต้องการสร้างความแตกต่าง สร้างอัตลักษณ์ หรือ “อวดตาร” ที่สะท้อนตัวตนของตนเอง จำเป็นต้องจ่ายเงินตราเพื่อแลกเปลี่ยนและเข้าถึงสิ่งเหล่านี้ และด้วยรูปแบบการสุ่มที่ไม่ต่างไปจากการพนันเสี่ยงทาย ยิ่งทำให้อัตราการใช้เงินตราเพิ่มขึ้น เพราะการสุ่มเพื่อให้ได้ไอเทมสิ่งนั้นไม่มีวันที่จะเกิดขึ้นในครั้งเดียว ความอยากความปรารถนาของผู้เล่นทำให้พวกเขาอาจยอมจ่ายเงินจำนวนมหาศาลเพื่อสุ่มไอเทมที่ต้องการ

หากเราพิจารณาสิ่งเหล่านี้ในฐานะการพนันแบบใหม่ หรือสปีชีส์ใหม่ที่ถือกำเนิดขึ้นในโลกยุคดิจิทัล การดำรงอยู่ของ lootbox จึงเป็นเสมือนการผนวกรวมนำเอากระแส

การไหลเวียนของเงินตราที่เคยเคลื่อนย้ายอยู่นอกการควบคุมจัดการของบริษัทเกม ให้เข้ามาอยู่ภายใต้การควบคุมจัดการของพวกเขา เป็นการผนวกรวมเอาเงินตราที่เคยไหลเวียนอยู่ภายนอกกระบวนการแสวงหารายได้ ให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของระบบของการขูดรีดและสะสมทุนในโลกยุคดิจิทัลนั่นเอง

การเกิดขึ้นของ lootbox เหล่านี้จึงทำให้การพนันจากที่เคยเป็นการกระทำที่มักปรากฏอยู่ภายนอกการแข่งขันหรือการเล่นเกม กลายมาเป็นกลไกส่วนหนึ่งของเกมเสียเอง หรือเราอาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ในระดับนิเวศวิทยาดิจิทัลที่มี eSports เป็นกลจักรสำคัญนั้น การพนันได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการเล่นเกม

คำถามคือ ปรากฏการณ์เหล่านี้กำลังชี้ให้เราเห็นถึงการเปลี่ยนโฉมไปของการพนันหรือไม่ คำตอบคือคงไม่ใช่ทั้งหมด การพนันโดยเฉพาะการพนันกีฬา (Sport Betting) ซึ่งก็เติบโตขึ้นอย่างแพร่หลายและมูลค่ามากมายมหาศาล อันเป็นรูปแบบการเล่นพนันที่ผู้คนปัจจุบันคุ้นเคยยังคงดำรงอยู่ ขยายตัว และแพร่กระจายออกในวงกว้างอย่างซับซ้อนในโลกดิจิทัลซึ่งอาศัยโครงข่ายของการสื่อสารออนไลน์ การพนัน เช่น หว่ย สลากกินแบ่งรัฐบาล ที่ไม่ได้ถูกผนวกรวมเป็นส่วนหนึ่งของเกม ยังคงอยู่ดำรงอยู่คู่กับชีวิตวัฒนธรรมของผู้คน ดังจะเห็นได้จากกิจกรรมที่เป็นอยู่

และอันที่จริงขยายตัวเพิ่มจำนวนทุกวันของเว็บไซต์ที่เปิดให้มีการพนันออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ข้อที่น่าสังเกตประการหนึ่งเกี่ยวกับการพนันบนโลกออนไลน์ที่เกี่ยวกับ eSports ก็คือ ไม่ว่าจะเป็นการเดิมพันด้วยเงิน หรือ ไอเทมก็ตาม การพนันเหล่านั้นจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีรายการแข่งขัน กล่าวอีกอย่างหนึ่ง เมื่อมีการจัดรายการแข่งขัน ก็มีความเป็นไปได้ที่จะมีการพนัน (ระหว่างผู้เล่น ผู้ชม ด้วยกันเอง จนไปถึงการเปิดราคาพนันของบริษัทรับพนัน) ตัวอย่างที่ชัดเจนมากคือการที่เว็บไซต์รับแทงพนัน มักจะแสดงข้อมูลหรือภาพปรากฏของคู่การแข่งขันของรายการ eSports นั้น ๆ และเปิดราคาให้มีการเข้ามาเล่นพนัน ในกรณีของ eSports การจัดรายการแข่งขันรายการใหญ่ ๆ ระดับนานาชาติที่ดำเนินการจัดการแข่งขันโดยบริษัทเกม หรือ สปอนเซอร์นั่นเอง เป็นสิ่งที่สัมพันธ์ไปกับการก่อเกิดการพนันแบบใหม่ในโลกออนไลน์ ด้วยเหตุดังนั้น ในกรณีของประเทศไทยที่เริ่มมีการจัดการแข่งขันรายการ eSports เช่น Thai E-League Pro แม้จะยังไม่ปรากฏบนเว็บไซต์พนันออนไลน์ที่เปิดราคาให้ผู้เล่นเข้ามาพนันขึ้นต่อผลของเกมการแข่งขัน แต่ในแง่การเติบโตของการเป็นรายการแข่งขันที่กำลังเป็นที่นิยมแล้ว อาจจะกล่าวได้ว่า การประกอบกันขึ้นของอุตสาหกรรมเกม กิจกรรมสังคมบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กระแสความนิยมและชอบธรรม (โดยการสนับสนุนส่งเสริม

ของรัฐ) ในกีฬา eSports ซึ่งปัจจุบันนำไปสู่กิจกรรม
การเล่นเกมนี้ออกมาเพื่อแข่งขัน การกลับมาเกิดใหม่ของพื้นที่
ร้านเกมในเมืองใหญ่ และการเกิดขึ้นของรายการแข่งขัน
ที่มีเป็นจำนวนมากแทบทุกระดับ ตั้งแต่โรงเรียนมัธยม
จนถึงสมาคมกีฬาระดับประเทศ และทัวร์นาเมนต์
การแข่งขันระดับโลก สิ่งเหล่านี้ล้วนกล่าวอย่างถึงที่สุดคือ
“นิเวศวิทยาดิจิทัล” ที่กำลังบ่มเพาะให้กำเนิดการพนัน
สปีชีส์ใหม่ในสังคมไทย

บรรณานุกรม

- Edge, Nathan. 2013. "Evolution of the Gaming Experience: Live Video Streaming and the Emergence of a New Web Community". *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communication*, 4(2).
- Galloway, Alexander R. 2006. *Gaming Essays on Algorithmic Culture*. Minneapolis: The University of Minnesota Press.
- Galyonkin, Sergey. 2016. *Steam sales in 2015*. วันที่สืบค้นข้อมูล 9 ตุลาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <https://galyonk.in/steam-sales-in-2015-2e81a6bb0f5a>.
- Hamilton, A. William., Garretson, Oliver., & Kerne, Android. 2014. *Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play within Live Mixed Media*.
- Lofgren, Krista. 2017. *2017 Video Game Trends and Statistics – Who's Playing What and Why?*. วันที่สืบค้นข้อมูล 9 ตุลาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.bigfishgames.com/blog/2017->

video-game-trends-and-statistics-whos-playing-what-and-why.

Makuch, Eddie. 2018. *Activision Blizzard Made \$4 Billion On Microtransactions Last Year*. วันที่สืบค้นข้อมูล 15 มิถุนายน 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.gamespot.com/articles/activision-blizzard-made-4-billion-on-microtransac/1100-6456669>.

Statista. 2018. *Estimate of worldwide eSports market revenue in 2016, by region (in million U.S. dollars)*. วันที่สืบค้นข้อมูล 13 กุมภาพันธ์ 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.statista.com/statistics/443147/estimate-of-global-market-revenue-of-esports-by-region/>.

Sukoom2001.2017.[GAME2017]PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS ทำสถิติยอดขายบน STEAM พุ่งเกิน 5 ล้านก๊อปปี้เรียบร้อยแล้วในระยะเวลา 4 เดือน. วันที่สืบค้นข้อมูล 9 ตุลาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <https://thaitechnewsfeed.com/2017/07/29/game-2017-playerunknowns-battleground-ทำสถิติยอดขายบน-steam->

- Sunnywalker. 2018. *เปิดแล้ว Thailand E-Sports Arena* สนามแข่งE-Sports แห่งแรกในไทย รองรับการแข่ง 24 ชม. วันที่สืบค้นข้อมูล 15 มิถุนายน 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.blognone.com/node/104114>.
- Superdataresearch. 2017. *eSorts Market Report*. วันที่สืบค้นข้อมูล 9 ตุลาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <https://www.superdataresearch.com/market-data/esports-market-brief/>.
- Totalsportek. 2016. *10 Sports Competitions With Highest Prize Money In 2016*. วันที่สืบค้นข้อมูล 26 กุมภาพันธ์ 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.totalsportek.com/money/highest-paying-sports-competitions>.
- Whitwam, Ryan. 2018. *EA Remains Committed to Microtransactions, and That's Partially Our Fault*. วันที่สืบค้นข้อมูล 15 มิถุนายน 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.extremetech.com/gaming/263204-ea-remains-committed-microtransactions-partially-fault>.

Twitch TV: แรเงงานและ พื้นที่การถ่ายทอดสดเกม¹

รวีพล ลี้มีงสวัสดิ์

“ใครกันคือผู้สร้างโลกใบนี้ขึ้นมา
คือพวกเราชนชั้นผู้ใช้แรงงาน”

The Internationale

¹ บทความชิ้นนี้ปรับปรุงมาจากบทความ การถ่ายทอดสด พื้นที่
กระบวนการใช้แรงงาน และทุนนิยม วารสารมานุษยวิทยา
ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง แรงงาน
ดิจิทัล: ที่มาของมูลค่าและรูปแบบการขูดรีดมูลค่าส่วนเกิน
ในการถ่ายทอดสดเกมออนไลน์ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา) คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่ โดยได้รับทุนสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์จากโครงการ

บทนำ

สงครามเป็นทั้งบิดาและมารดาผู้ให้กำเนิดสรรพสิ่ง ดังเช่นที่ปรากฏในหนัง The Imitation Game (2014) ที่แสดงให้เห็นต้นแบบของคอมพิวเตอร์ซึ่งถูกสร้างขึ้นมาเพื่อจุดประสงค์ทางสงคราม ในช่วงทศวรรษที่ 1960 โครงการวิจัยเพื่อป้องกันประเทศระดับสูง (Defense Advanced Research Project Agency Network) ของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้พัฒนาเครือข่ายการติดต่อสื่อสารที่วางอยู่บนรากฐานของ TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) เครือข่ายดังกล่าวต่อมาจะรู้จักกันอย่างล่ำลือว่า อินเทอร์เน็ต คล้อยหลังไปเพียง 50 ปี เครือข่ายที่ถูกพัฒนาขึ้นมาภายใต้กรอบคิดเรื่องความมั่นคงก็กลายเป็นสินค้าซึ่งผู้คนต่างซื้อหาจับจองกันอย่างสามัญ และกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีพ

ทวนวิทย์มหามันต์ สกว. ด้านมนุษยศาสตร์-สังคมศาสตร์ รุ่นที่ 15 ประจำปีงบประมาณ 2562 ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้โครงการสหศาสตร์ สหศิลป์ กับชีวิตข้ามถิ่น ข้ามแดน ข้ามชาติ โดยมี รศ.ดร.วสันต์ ปัญญาแก้ว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

ของมนุษย์ ในปี ค.ศ. 2016 โลกมีประชากรราว 7,000 ล้านคน ครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งหมดก็สามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

นอกจากนั้น เครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังผสานเข้ากับเทคโนโลยีอื่นๆ มากมาย ดังจะเห็นได้จากกรอบคิดเรื่องอินเทอร์เน็ตแห่งสรรพสิ่ง (internet of thing) (กรีนการ์ด, 2560) ที่ดูจะไม่ใช่เรื่องเพ้อฝันเมื่อพิจารณาจากห้วงเวลาในปัจจุบัน การผสมผสานกันดังกล่าวส่งผลกับวิถีชีวิตของผู้คน ดังคำกล่าวที่ว่า “สำหรับพวกเราหลายคนแล้ว สมาร์ทโฟนเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ที่เรามองหาก่อนที่จะเข้านอนในแต่ละค่ำคืน และเป็นสิ่งแรกที่พวกเราหยิบจับยามเมื่อตื่นนอน” (Greenfield, 2017) อุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ ผสานเข้ากับตัวเราราวกับว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ถือกำเนิดขึ้นมาพร้อมกัน (Haraway, 2016) เรายังจะเห็นถึงความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นระหว่างมนุษย์กับเทคโนโลยีได้จากความนิยมในการใช้กรอบคิด “digital native” เพื่ออธิบายคุณลักษณะของคนในรุ่นหนึ่งๆ

หากเราพิจารณาว่าเกมเป็นวัตถุทางวัฒนธรรมประเภทหนึ่งแล้ว (Galloway, 2006) การแพร่กระจายของเทคโนโลยีทำให้กิจกรรมการเล่นเกมนี้อีกประเภทหนึ่งแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว กิจกรรมดังกล่าว คือ eSports หรือ electronic sport อันหมายถึง รูปแบบกีฬาที่ได้รับ

การอำนวยความสะดวกในการเล่น (แข่งขัน) จากระบบอิเล็กทรอนิกส์ กรอบคิดดังกล่าวให้ความสำคัญกับตำแหน่งแห่งที่ของผลลัพธ์ที่จะเกิดจากกิจกรรม กล่าวอีกอย่างคือ ในกีฬาแบบเดิม ผลลัพธ์ของกิจกรรมทั้งปวงนั้นเกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริง แต่ใน eSports ผลลัพธ์ของกิจกรรมกลับเกิดขึ้นบนโลกเสมือน

การแพร่กระจายของ eSports ก่อให้เกิดการแข่งขันตามมา ดังจะเห็นได้จากจำนวนเงินรางวัลของหนึ่งในรายการการแข่งขัน eSports ซึ่งมีเงินรางวัลรวมถึง 24,687,919 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อย่างไรก็ตาม มิใช่แค่รายการแข่งขันเท่านั้นที่เติบโต กลุ่มทางสังคมที่แวดล้อม eSports ก็เติบโตไปพร้อมๆ กัน ดังจะเห็นได้จากความหลากหลายของผู้คนที่มาเกี่ยวข้องกับการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็น ผู้เล่นทั้งมืออาชีพและสมัครเล่น ทีมแข่งขัน ผู้บรรยาย (commentators) ผู้สนับสนุน ผู้ชม และแฟน ๆ เกม เช่น การเกิดขึ้นของ Team Liquid ซึ่งก่อตั้งขึ้นจากการเป็นเว็บไซต์กระดานข่าว (forum) เมื่อปี ค.ศ. 1998 เว็บไซต์ดังกล่าวกลายมาเป็นผู้สนับสนุนและทำทีมเกมเมื่อปี ค.ศ. 2010 ภายใต้สังกัด Team Liquid มีทีมย่อย ๆ ลงไปอีกหลายเกม เช่น Dota2 Counter-Strike: Global Offensive (CS: GO) League of Legends (LoL) จนถึงปี ค.ศ. 2018 Team Liquid สามารถทำเงินรางวัลจากการแข่งขันไปได้ 18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

(ในจำนวนเงินที่ว่ามันนี้ได้รับจากการแข่ง Dota2 ถึง 14 ล้าน ดอลลาร์สหรัฐ) แน่หนอนว่าตัวเลขดังกล่าวเป็นเพียงรายได้จากการแข่งขันโดยตรงที่ไม่นับรวมค่าโฆษณา การขายสินค้า หรือแม้แต่สปอนเซอร์ (Nguyen, 2018) เป็นต้น ในแง่นี้ eSports จึงไม่ใช่เป็นเพียงการเล่น การแข่งขันเกมแล้วก็จบไป แต่ eSports ประกอบขึ้นจากทั้งกิจกรรมการเล่น การแข่งขัน การบริหารจัดการนักกีฬา การจัดรายการแข่งขัน

การเติบโตดังกล่าวข้างต้นได้ชี้ให้เห็นว่า eSports มิใช่เป็นเพียงการย้ายพื้นที่ของการเล่นและแข่งขันเกมมาอยู่บนโลกเสมือนเท่านั้น หากแต่มันกำลังกลายเป็นวัตถุทางวัฒนธรรมที่ประกอบขึ้นด้วยกิจกรรมซึ่งสัมพันธ์กับผู้คนกลุ่มต่าง ๆ eSports กำลังกลายเป็นมหรศพขนาดใหญ่ที่จำเป็นต้องแวดล้อมไปด้วยการจัดการ ท่ามกลางกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น หนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญสำหรับงานมหรศพเช่นนี้คือการถ่ายทอดภาพ เสียงกิจกรรมเหล่านั้นให้กระจายออกไป

การถ่ายทอดการแข่งขันเป็นกิจกรรมการชมที่วางอยู่บนฐานของความไม่สมดุลของข้อมูลข่าวสารที่ผู้ชมและผู้เล่นมีไม่เท่ากัน เช่น ผู้ชมสามารถมองเห็นภาพการแข่งขันโดยรวมได้มากกว่าผู้เล่น ทำให้ผู้ชมสามารถคาดคะเนถึงสิ่งที่จะเกิดได้มากกว่าผู้เล่น แต่ในขณะเดียวกัน ผู้ชมก็ไม่ได้รับรู้ถึงแผนการ ยุทธวิธีซึ่งผู้เล่นกำลังคิดในขณะนั้น

หรือวางแผนมาก่อนแล้ว ความบันเทิงในการรับชมการแข่งขันวางอยู่บนความแตกต่างดังกล่าวนี้ (Edge, 2013) ความสัมพันธ์ระหว่างการถ่ายทอดกับการแข่งขัน eSports นั้นจะเห็นได้จากการสำรวจเมื่อปี ค.ศ. 2016 ซึ่งพบว่า ผู้คนราว 200 ล้านคนดูการแข่งขันการเล่นเกม (superdataresearch, 2017)

ด้วยเหตุดังกล่าว พื้นที่ (platform) สำหรับการถ่ายทอดสดจึงกลายมาเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากการถ่ายทอดสดจะไม่สามารถดำเนินไปได้หากขาดตัวกลางในการกระจายภาพและเสียง ท่ามกลางสงครามการแข่งขันของพื้นที่สำหรับการถ่ายทอดบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต Twitch TV กลายมาเป็นพื้นที่ที่สำคัญสำหรับการถ่ายทอดสดเกมที่สำคัญ ส่วนหนึ่งเนื่องจากความง่ายในการใช้งานและข้อจำกัดด้านอุปกรณ์ที่น้อย ผสมกับความพยายามของเกมและตัวของพื้นที่เองในการอำนวยความสะดวกต่อการถ่ายทอดสดเกม (Edge, 2013) ความสำคัญของ Twitch TV ยังเห็นได้จากรายงานจำนวนผู้ชมบน Twitch TV เมื่อเดือนมกราคม ปี ค.ศ. 2018 ซึ่งพบว่ามีจำนวนผู้ชมมากกว่าสื่อหลักอย่าง CNN เสียอีก (Mahanaim, 2018) หรือเพียงระยะเวลาแค่ 1 สัปดาห์ Twitch TV ก็มีจำนวนผู้เข้าชมถึง 24,400,000 คน (Esportsobserver, 2018) นอกจากนี้ในปี ค.ศ. 2017 Twitch TV ยังมีส่วนแบ่ง

รายได้มากกว่า 50% (ประมาณ 3,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ของตลาดการผลิตเนื้อหาวิดีโอที่เกี่ยวกับเกม แชนแนลพื้นที่อย่าง Youtube ที่มีส่วนแบ่งเพียงครึ่งเดียวของ Twitch TV (Superdataresearch, 2018)

การเติบโตของปรากฏการณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของพื้นที่ Twitch TV พื้นที่ดังกล่าวสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับชีวิตของผู้คนกลุ่มต่างๆ ซึ่งอยู่ภายใต้กระแสการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมที่เรียกว่า eSports ด้วยเหตุดังนี้ เราจึงควรตั้งคำถามต่อการดำรงอยู่ของพื้นที่ดังกล่าว บทความขึ้นนี้จึงมีคำถามสำคัญสองข้อ คือ **คำถามข้อที่หนึ่ง** เราจะทำความเข้าใจพื้นที่ Twitch TV อย่างไร และ**คำถามข้อที่สอง** กรอบคิดว่าด้วยแรงงานเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรภายใต้พื้นที่ Twitch TV คำถามทั้งสองข้อ จะถูกตอบผ่านกรอบคิดเรื่องความเป็นเจ้าของ กระบวนการใช้แรงงาน และแรงงาน โดยจะแบ่งการอภิปรายออกเป็นหัวข้อต่างๆ จำนวน 6 หัวข้อ ดังนี้ 1) Twitch TV คืออะไร 2) ผู้ใช้งาน 3) ความเป็นเจ้าของเหนือพื้นที่ 4) กระบวนการใช้แรงงาน 5) การควบคุมผู้ใช้งาน และ 6) แรงงานที่เปลี่ยนไป ผู้ใช้งานในฐานะของแรงงาน

Twitch TV คืออะไร

Twitch TV ถูกสร้างขึ้นมาในฐานะส่วนหนึ่งของพื้นที่ซึ่งมีชื่อว่า Justin TV เพื่อเป็นส่วนที่ให้บริการพื้นที่สำหรับการถ่ายทอดสดเกมโดยเฉพาะ (Edge, 2013: 35) เมื่อปี ค.ศ. 2014 บริษัท Amazon ได้เข้ามาซื้อ Twitch TV ไป (Smith, Obrist & Wright, 2015: 133)

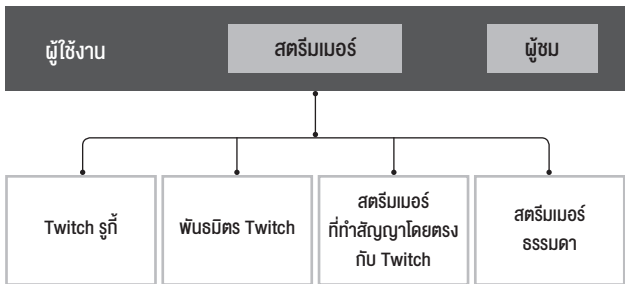
Hamilton Garretson และ Kerne (2014) ได้อธิบายลักษณะของ Twitch TV ว่า พื้นที่ดังกล่าวเป็นการ “ผสมกันระหว่างสื่อวิดีโอ/เสียงสดและช่องทางในการสนทนาที่วางอยู่บนตัวอักษร” ในแง่นี้ สื่อดังกล่าวจึงเป็นสื่อที่ผสมภาพ เสียง และตัวอักษร ซึ่งองค์ประกอบทั้งสามประการถูกแสดงผลผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์



ภาพที่ 1 หน้าจอการถ่ายทอดสดเกมบน Twitch TV
ที่มา: ผู้เขียน

ผู้ใช้งาน (user)

เราสามารถแบ่งผู้ใช้งานบนพื้นที่ด้วยลักษณะพฤติกรรมของพวกเขาเพื่อทำความเข้าใจเบื้องต้นออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ 1) สตรีมเมอร์ (streamer) และ 2) ผู้ชม (viewer)



แผนผังที่ 1 ประเภทของผู้ใช้งานบน Twitch TV
ที่มา: ผู้เขียน

สตรีมเมอร์ (streamer)

สตรีมเมอร์ (หรือผู้ถ่ายทอดสด) เป็นคำทับศัพท์ของคำว่า streamer หมายถึงบุคคลผู้ที่ได้ทำการเผยแพร่สารออกไปสู่ผู้ชม คำนี้มักมีนัยถึงผู้ที่กระจายสารในโลกของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากกว่าจะเป็นเรื่องของการกระจายผ่านสื่อแบบเดิม สตรีมเมอร์ในบริบทของพื้นที่ Twitch TV หมายถึงผู้ใช้งาน Twitch TV ผู้ที่ถ่ายโอนข้อมูลเข้าไปใน

พื้นที่ Twitch TV เพื่อเผยแพร่ออกสู่ผู้ชม พวกเขาเหล่านี้คือผู้สรรค์สร้างภาพ เสียง ที่ไหลเวียนอยู่บนพื้นที่ของ Twitch TV นอกเหนือจากจะมีสตรีมเมอร์ธรรมดาที่ผู้ใช้งานทุกคนผู้ที่ได้ลงทะเบียนไว้สามารถแพร่ภาพและเป็นสตรีมเมอร์ได้แล้ว ยังมีการจัดลำดับชั้นของสตรีมเมอร์ออกเป็นหลายระดับ คือ “Twitch รูกี้” “พันธมิตร Twitch” และ “สตรีมเมอร์ที่ทำสัญญาโดยตรงกับ Twitch”

Twitch รูกี้ (Twitch Affiliate)

“Twitch รูกี้” เป็นชื่อเรียกสตรีมเมอร์บน Twitch TV ที่ผ่านเกณฑ์คุณสมบัติบางประการที่ทาง Twitch TV ตั้งไว้ในบทความที่ชื่อว่า “เข้าร่วมโปรแกรมรูกี้” ซึ่งทาง Twitch TV (2018b) ได้ทำการประกาศไว้ว่า

ตารางที่ 1 คุณสมบัติการเป็น Twitch รูกี้

คุณสมบัติการเป็น Twitch รูกี้
เวลาการถ่ายทอดสดรวมอย่างน้อย 500 นาทีในช่วง 30 วันล่าสุด
จำนวนวันถ่ายทอดสดที่ไม่ซ้ำกันอย่างน้อย 7 วัน ในช่วง 30 วันล่าสุด
มีผู้ชมพร้อมๆ กันเฉลี่ยอย่างน้อย 3 คน ในช่วง 30 วันล่าสุด
มีผู้ติดตามอย่างน้อย 50 คน

ที่มา: Twitch TV (2018b)

เมื่อสตรีมเมอร์คนใดผ่านเกณฑ์ดังที่กล่าวมาแล้ว ทาง Twitch TV จะส่งคำเชิญให้เข้าร่วมการเป็นรู๊กี้ไปยังสตรีมเมอร์คนดังกล่าว หลังจากนั้นจะเข้าสู่ขั้นตอนของการยืนยันข้อมูลพื้นฐาน การเซ็นสัญญายอมรับเงื่อนไข การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรับค่าแรงที่จะเกิดขึ้นภายหลัง รวมทั้งการกรอกแบบฟอร์มเกี่ยวกับภาษีและวิธีการได้รับค่าแรง เช่น การโอนเข้าบัญชีโดยตรง การส่งจ่ายเป็นเช็ค การโอนเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือบริการ PayPal

การเข้าร่วมเป็นรู๊กี้โดยทั่วไปแล้วจะทำให้สตรีมเมอร์สามารถเข้าถึงเครื่องมือกลไกในการแสวงหารายได้จากกิจกรรมการถ่ายทอดสดของพวกเขาได้ เช่น ช่องของ Twitch รู๊กี้ จะสามารถเปิดให้ใช้งาน “Bits” ซึ่งเป็นสินค้าเสมือนไว้สำหรับการ “เชียร์” (cheer) ที่ผู้ชมจะทำการเชียร์สตรีมเมอร์คนที่เขาชื่นชอบ สามารถที่จะเปิดให้มีการสมัครเป็นสมาชิกของช่องได้ (subscription) เป็นต้น นอกจากนี้เรื่องของความสามารถในการแสวงหารายได้แล้ว สตรีมเมอร์เหล่านี้ก็สามารถเข้าถึงคุณสมบัติอื่นๆ ที่สตรีมเมอร์ธรรมดาไม่สามารถใช้ได้ เช่น ความสามารถในการเล่นซ้ำ (rerun) เนื้อหาที่เคยถ่ายทอดสดไป เป็นต้น

พันธมิตร Twitch

Twitch TV (2018c) ได้อธิบายลักษณะของ “พันธมิตร Twitch” ไว้ใน “โปรแกรมพันธมิตรของ Twitch” ว่าเป็นการ “ก้าวขึ้นมาจากระดับรู๊กี้” ซึ่งก็มีนัยของการเป็นลำดับขั้นของการเป็นสตรีมเมอร์ที่สูงกว่ารู๊กี้นั่นเอง เช่นเดียวกับ Twitch รู๊กี้ พันธมิตร Twitch ก็มีข้อกำหนดบางประการที่เหล่าสตรีมเมอร์ต้องทำให้ได้ก่อนที่จะได้รับขั้นสถานะนี้ คือ

ตารางที่ 2 คุณสมบัติการเป็น พันธมิตร Twitch

คุณสมบัติการเป็น พันธมิตร Twitch
เวลาการถ่ายทอดสดรวม 25 ชั่วโมง ในช่วง 30 วันล่าสุด
จำนวนวันถ่ายทอดสดที่ไม่ซ้ำกันอย่างน้อย 12 วัน ในช่วง 30 วันล่าสุด
มีผู้ชมพร้อมๆ กันเฉลี่ยอย่างน้อย 75 คน ในช่วง 30 วันล่าสุด

ที่มา: Twitch TV (2018c)

เมื่อสตรีมเมอร์คนใดสามารถทำได้ถึงเกณฑ์ดังที่ประกาศไว้ สตรีมเมอร์คนดังกล่าวก็จะสามารถเข้าถึงแบบฟอร์มที่มีไว้เพื่อสมัครเข้าเป็นพันธมิตรกับ Twitch ซึ่งตัวของ Twitch จะตรวจสอบการสมัครที่ได้รับแจ้งมาแล้วติดต่อกลับไปยังสตรีมเมอร์ หากสตรีมเมอร์คนใดได้รับการอนุมัติสถานะการเป็นพันธมิตรแล้ว สตรีมเมอร์คนดังกล่าวจะมีสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นพันธมิตรกับ

Twitch ต่อท้ายชื่อ อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติที่ระบุไว้ในตารางข้างต้น Twitch TV ถือว่าเป็นเกณฑ์การพิจารณา “ขั้นต่ำสุด” ซึ่งก็มีแนวโน้มว่าสตรีมเมอร์ที่มีคุณสมบัติครบถึงคุณสมบัติดังกล่าวและได้ยื่นคำขอเป็นพันธมิตรไปก็อาจจะไม่ได้รับการอนุมัติคำขอก็ได้ ทั้งหมดขึ้นอยู่กับพิจารณาของ Twitch TV นอกจากนี้ Twitch TV ยังต้องการให้สตรีมเมอร์ที่ทำตามคุณสมบัติต่างๆ เรียบร้อยแล้วให้รักษาคูณสมบัติเหล่านั้นไว้ให้ได้ด้วย

การเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับ Twitch TV สตรีมเมอร์จะได้มอบคุณสิทธิในการเข้าถึงเครื่องมือกลไกในการแสวงหารายได้ที่เหนือกว่าผู้รู้ก็ กล่าวคือ สามารถได้ส่วนแบ่งรายได้ที่มาจากโฆษณาที่เกิดขึ้นบนช่องของพวกเขา นอกจากนี้พันธมิตร Twitch ยังสามารถเข้าถึงคุณสมบัติต่างๆ เช่น ความสามารถในการเก็บวิดีโอในคลังที่นานถึง 60 วัน ความสามารถในการปรับคุณภาพของวิดีโอที่จะถูกฉายบนช่องของตัวเอง หรือความสามารถในการหน่วงเวลาในการถ่ายทอดสด (ในกรณีที่ทำการถ่ายทอดสดการแข่งขันเพื่อไม่ให้เกิดความไม่เป็นธรรม)

สตรีมเมอร์ทั้งสามจำพวก (สตรีมเมอร์ธรรมดา Twitch ผู้รู้ และพันธมิตร Twitch) เป็นรูปแบบการจัดแบ่งประเภทโดยทั่วไปตามที่มีประกาศของ Twitch TV อย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม ยังมีสตรีมเมอร์อีกประเภท

ที่ไม่ได้ถูกประกาศไว้ คือ สตรีมเมอร์ที่ทำสัญญาโดยตรงกับ Twitch TV

สตรีมเมอร์ที่ทำสัญญาโดยตรงกับ Twitch TV

อย่างที่ได้อธิบายมาแล้ว เงื่อนไขการเป็นสตรีมเมอร์ที่มีลำดับขั้นพิเศษจากสตรีมเมอร์ธรรมดา มักจะมีการประกาศไว้อย่างชัดเจนในการเข้าถึงรวมทั้งสิทธิพิเศษบนหน้าเว็บไซต์ แต่ไม่ใช่กับกรณีของสตรีมเมอร์ที่ทำสัญญาโดยตรงกับ Twitch TV จากการให้ข้อมูลของคุณ Yo (เก็บข้อมูลวันที่วันที่ 16 เมษายน 2561) ผู้จัดการ Twitch TV ประจำประเทศไทยได้ชี้ว่า Twitch TV ประเทศไทยมีการทำสัญญากับสตรีมเมอร์จำนวนหนึ่งเป็นกรณีเฉพาะ โดยที่คุณ Yo ยังกล่าวอีกว่า ลักษณะดังกล่าวเป็นความเฉพาะที่เกิดขึ้นในส่วนการบริหารจัดการในประเทศไทย

ลักษณะของการทำสัญญาดังกล่าวเป็นการทำข้อตกลงที่แตกต่างกันในรายละเอียดของสตรีมเมอร์แต่ละคน เช่น มีระยะเวลาที่ยาวนานแตกต่างกัน (1 หรือ 2 ปี เป็นต้น) หรือการมีข้อจำกัดในเรื่องช่องทางการนำเสนอที่จำเป็นต้องนำเสนอทางประเภท (เช่น การถ่ายทอดสด) มาเผยแพร่บน Twitch TV เท่านั้น ไม่สามารถนำไปลงในพื้นที่อื่นๆ ได้ หรือการทำสัญญากันไปเป็นงานๆ เช่น รับเงินมาเพื่อจัดการแข่งขันเกมใดเกมหนึ่งแล้วก็จบกันไป

หากรูปแบบการเป็นสตรีมเมอร์ในรูปแบบอื่นๆ ขึ้นอยู่กับยอดผู้ชมและจำนวนชั่วโมงในการถ่ายทอดสดที่ประกาศไว้ ซึ่งหากปฏิบัติตามแล้วก็มีโอกาสในการยื่นคำร้องขอ แต่สตรีมเมอร์แบบที่ทำสัญญา มักจะเป็นลักษณะของการที่ทาง Twitch TV เข้าไปทำสัญญากับสตรีมเมอร์เองโดยตรง และโดยมากจะถูกเสนอให้กับบรรดาสตรีมเมอร์ที่มีฐานคนดูของตัวเองอยู่แล้วจำนวนหนึ่งจากพื้นที่อื่นๆ (B เก็บข้อมูลเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2561)

การที่มีข้อสัญญาพิเศษกับทาง Twitch TV ก็นำมาซึ่งกฎเกณฑ์และการเข้าถึงเครื่องมือกลไกในการแสวงหารายได้ที่แตกต่างจากสตรีมเมอร์แบบอื่น สิ่งที่เรียกว่า Minute Watch หรือเวลาในการรับชมเฉลี่ยกลายมาเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในกฎเกณฑ์ที่ Twitch TV มีต่อสตรีมเมอร์ที่ทำสัญญาด้วย คุณ B สตรีมเมอร์ผู้ที่เริ่มพากย์เกม Dota 2 เป็นงานหลักได้ให้ข้อมูลไว้ว่า ในสัญญาจะกำหนดยอด Minute Watch ในแต่ละเดือนไว้ เช่น หนึ่งล้าน สองล้าน หรือห้าล้าน เป็นต้น หากสตรีมเมอร์สามารถทำยอดได้ถึงตามที่กำหนดไว้ เขาก็จะได้รับเงินสนับสนุนจาก Twitch TV ในทางกลับกัน หากไม่สามารถทำยอดได้ถึงตามที่ตกลงกันไว้ Twitch TV ก็จะไม่จ่ายเงินในส่วนนี้ให้ แต่หากสามารถทำได้เกินเป้าที่กำหนดไว้ สตรีมเมอร์ก็จะได้รับเงินค่าแรงส่วนที่เกินมานี้ เงินสนับสนุนที่ว่ามันถูกมองว่า “เป็นการ

support” ที่สตรีมเมอร์ได้รับจาก Twitch TV (B เก็บข้อมูลเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2561) คุณ P นักพากย์เกมของบริษัทแห่งหนึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเงินสนับสนุนในส่วนนี้ไว้ว่า “สตรีมเมอร์ตัวใหญ่ๆ อยู่ไม่ได้เลยถ้าไม่มี Minute Watch (หมายถึงรายได้ที่ได้จากเงินสนับสนุนตามเกณฑ์ของ Minute Watch) จากรายได้ครึ่งแสนถึงแสนจะเหลือไม่ถึงหมื่น หรือคนที่ได้โตะเนทเยอะๆ หน่อยก็คงสองหมื่น” (P เก็บข้อมูลเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2561) ด้วยยอดเงินที่สูงก็ทำให้สำหรับ B แล้ว เงินสนับสนุนที่ว่านี้หมายถึง “เงินเดือน” และยังเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เขามองว่าการพากย์เกมอย่างที่เป็นอยู่ทุกวันนี้คือ “อาชีพ” อีกด้วย ความสำคัญของเกณฑ์เรื่อง Minute Watch ได้แสดงออกอย่างชัดเจนผ่านสถานะบน facebook ส่วนตัวของคุณ B ที่พูดถึงข้อกังวลเกี่ยวกับยอดของ Minute Watch ในช่วงที่มีการแข่งขันน้อยลง (เนื่องจากคุณ B พากย์เกมเป็นหลัก การที่รายการแข่งขันมีน้อยในช่วงใดช่วงหนึ่งย่อมหมายถึงโอกาสในการถ่ายทอดสดที่น้อยลง แน่นอนว่าย่อมส่งผลกับยอด Minute Watch) หรือแม้แต่การพูดขอบคุณผู้ที่ทำการสมัครสมาชิกของช่องที่ช่วยในการเพิ่มยอด Minute Watch (เก็บข้อมูลวันที่ 20 ธันวาคม 2561) และเมื่อ B สามารถทำยอดได้ถึงกำหนด ความกดดันนี้ก็ผ่อนคลายลง สำหรับ B เกณฑ์เรื่อง Minute Watch แบบนี้ได้มอบ “ช่วงเวลาที่ยืดหยุ่น”

ให้แก่เขา กล่าวคือ หากทำครบตามยอดที่ได้ตกลงกันได้
ก็สามารถที่จะหยุดการทำงาน (การถ่ายทอดสด) หรือ
สามารถไปทำดีโอเนื้อหาหรือธุรกิจแบบอื่นๆ ได้

จำนวนของสตรีมเมอร์ในลักษณะที่มีทำสัญญากับ
Twitch TV เป็นกลุ่มคนที่มีจำนวนน้อยมาก B ให้ข้อมูลว่า
มีสตรีมเมอร์แบบนี้อยู่ประมาณ 10-20 คนจากจำนวน
ทั้งหมด และในจำนวนที่ว่ามีสตรีมเมอร์ที่พากย์เกมเป็น
หลักอยู่เพียง 4-5 คน

ผู้ชม (viewer)

Twitch TV เป็นการประกอบรวมกันของภาพ เสียง
และตัวอักษร หากสตรีมเมอร์คือผู้ใช้งานที่ผลิตสร้างภาพ
และเสียงแล้ว ตัวอักษรที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของพื้นที่
ก็มีที่มาจากบรรดาผู้ใช้งานที่เข้ารับชมการถ่ายทอดสด
(หรือแม้แต่คลิปวิดีโอ การเล่นเกมบันทึกการถ่ายทอดสด)
ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ต่อสตรีมเมอร์และระหว่างผู้ชมด้วยกันเอง
อย่างไรก็ตาม การเรียกว่า ผู้ชม ที่มีนัยถึงบรรดาผู้คนที่ทำ
หน้าที่เพียงนั่งรับชม จดจ่ออยู่กับการถ่ายทอดสดแต่เพียง
อย่างเดียว ก็เป็นสิ่งที่ไม่ตรงกับความเป็นจริงที่ปรากฏบน
พื้นที่ ผู้ชมไม่ใช่คนที่นั่งรับชมอยู่เฉยๆ หากแต่พวกเขา
ยังโต้ตอบ สนทนา เล่นมุกตลก ล้อเลียนกันในเรื่องต่าง ๆ
บนช่องทางการสนทนาผ่านตัวอักษร เราอาจกล่าวอีกนัยหนึ่ง

ได้ว่า ผู้ชมบนพื้นที่ Twitch TV มีปฏิสัมพันธ์ต่อผู้ใช้งานคนอื่น ๆ มิใช่เพียงรับชมอยู่เฉยๆ เท่านั้น

“Rerun เหรอ” “สดครับ” “ครับ” “รีโนเวทครับผม” “หลังๆ เดี่ยว live หรือ rerun แยกไม่ออก” “รีรัน” “แยกไม่ออกไปหาเพจที่ B นะครับ ถถถถ” “ถ้าอ่านหัวสตรีมสักนิดก็จะรู้ครับว่าสดไม่สด” “คนข้างบนสดครับลองได้” สิ่งเหล่านี้คือบรรทัดตัวอักษรที่ถูกส่งเข้ามาในช่องทางการสนทนา ขณะที่มีการถ่ายทอดสดของช่องคุณ B เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2561 บรรทัดตัวอักษรเหล่านี้ถูกส่งมาจากผู้ใช้งานที่แตกต่างกัน บรรทัดตัวอักษรทั้งเก้าเริ่มต้นด้วยคำถามเรื่องการถ่ายทอดสดในตอนนั้นเป็นการถ่ายทอดสดจริง ๆ หรือเป็นการแพร่ภาพซ้ำของการถ่ายทอดสดที่ถูกบันทึกเอาไว้ (เป็นความสามารถหนึ่งที่สตรีมเมอร์ระดับสูงก็และพันธมิตรสามารถทำได้ดังที่อธิบายไปแล้ว) แม้บรรทัดตัวอักษรที่ถูกพิมพ์ ส่งออก และแสดงผลบนช่องการสนทนาจะมีการแทนที่ของบรรทัดอย่างรวดเร็ว แต่ในกรณีนี้เป็นที่แน่ชัดว่าการพิมพ์บรรทัดตัวอักษรเหล่านี้วางอยู่บนการมีปฏิสัมพันธ์เพื่อตอบคำถามต่อผู้ใช้งานที่สงสัย ไม่ว่าจะเป็นการตอบและการถามจะเป็นไปในลักษณะจริงจังหรือยั่วล้อก็ตามที่บรรทัดตัวอักษรที่ไหลเคลื่อนหาได้แสดงให้เห็นแค่เพียงว่ามีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานเท่านั้น แต่บรรดาบรรทัดตัวอักษรบนช่องการสนทนายังมีผลกับสตรีมเมอร์ด้วย

เช่นเดียวกัน “สดไม่คืนนะครับ ป้องกันไว้ก่อนเพื่อความปลอดภัยของทรัพย์สิน” เสียงของสตรีมเมอร์ปรากฏขึ้นเพื่อโต้ตอบการสนทนาที่เกิดขึ้นบนช่องการสนทนา ดังนั้นเราจึงกล่าวได้ว่า บรรทัดตัวอักษรบนช่องการสนทนามีที่มาจากปฏิสัมพันธ์อย่างน้อยสองทิศทาง คือ ระหว่างผู้ชมด้วยกันและผู้ชมกับสตรีมเมอร์ และเมื่อการสนทนายาระหว่างผู้ใช้งานเป็นหนึ่งในส่วนสำคัญของการถ่ายทอดสด



ภาพที่ 2 ช่องทางการสนทนาที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ Twitch
ที่มา: ผู้เขียน

ความเป็นเจ้าของเหนือพื้นที่

ความเป็นเจ้าของเหนือพื้นที่เป็นสิ่งที่ปรากฏตัวผ่านบรรดาคำประกาศต่างๆ ที่ผู้ใช้งานต้องปฏิบัติตามเพื่อที่จะสามารถเข้ามาใช้งานในพื้นที่แห่งนี้ได้ คำประกาศว่าด้วย “ข้อตกลงการใช้งาน” (Twitch TV, 2018a) ได้แสดงไว้อย่างชัดเจนว่า บรรดาผู้คนที่เข้ามาใช้บริการของ Twitch TV ล้วนแล้วแต่เป็น ผู้ใช้งาน (user) ที่อยู่ภายใต้ข้อตกลงการใช้งานที่ได้ประกาศไว้ ไม่ว่าผู้ใช้งานคนนั้นจะลงทะเบียนเข้าใช้บริการหรือไม่ก็ตาม ดังนั้น บรรดาผู้ที่เข้าใช้งานพื้นที่ Twitch TV จึงเป็น “ผู้ใช้งาน” ภายใต้การกำกับควบคุมและข้อผูกมัดของ Twitch TV

หากพิจารณาจากความสามารถที่กำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ เหนือพื้นที่ก็จะเห็นได้ว่าคำประกาศข้อตกลงการใช้งานเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า พื้นที่แห่งนี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ดังนั้น เจ้าของสิ่งเหล่านี้ย่อมสามารถกระทำการใดๆ ต่อทรัพย์สินของตัวเองก็ได้ หรือเราอาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า คำประกาศข้อตกลงการใช้งานสิ่งนี้ได้เปลี่ยนให้พื้นที่กลายเป็นทรัพย์สินที่มีเจ้าของ

ดังนั้น พื้นที่ Twitch TV จึงไม่ได้เป็นแต่เพียงโครงสร้างพื้นฐานเชิงดิจิทัลที่ว่างเปล่าปราศจากข้อจำกัดใดๆ หากแต่มันเป็นพื้นที่ (ทรัพย์สิน) ซึ่งเต็มไปด้วยความเป็น

เจ้าของที่ไหลเวียนอยู่และคอยจัดวางตำแหน่งแห่งที่ของบรรดาผู้เข้าใช้งานบนพื้นที่แห่งนี้ หรือหากจะกล่าวให้ชัดไปกว่านั้น พื้นที่เป็นสิ่งที่ถูกบรรจุให้เต็มไปด้วยความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันของผู้คนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่

นอกจากพื้นที่ซึ่งกลายเป็นสิ่งที่มีกรรมสิทธิ์แล้ว เนื้อหาต่างๆ ที่ปรากฏขึ้นบน Twitch TV ก็ตกอยู่ในสถานะเดียวกันกับพื้นที่ กล่าวคือ เนื้อหาที่เกิดจากผู้เข้าใช้งานได้กลายเป็นสิ่งของที่มีกรรมสิทธิ์ ดังจะเห็นได้จากการที่ Twitch TV ได้อธิบายถึง สิทธิในการดำเนินการ (license) ของพวกเขาที่มีอยู่เหนือเนื้อหาข้อมูลที่ปรากฏอยู่บนพื้นที่และบริการซึ่งถูกจัดหาและให้บริการโดย Twitch TV เนื้อหาข้อมูลที่ว่านี้ถูกเรียกโดย Twitch TV ว่า “เนื้อหาผู้ใช้งาน” (User Content) Twitch TV อธิบายไว้ว่าพวกเขาได้จัดหาพื้นที่และบริการซึ่งอนุญาตให้ผู้เข้าใช้งานสามารถแพร่กระจาย การถ่ายทอดสด งานเชิงภาพ และเสียงที่ถูกบันทึกไว้ก่อน หรือแม้แต่บรรดาบริการไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย กระดานสนทนา และกิจกรรมอื่นๆ ที่ผู้ใช้งานอาจจะสร้าง โพสต์ (post) ถ่ายโอน แสดง หรือเก็บรวบรวมเนื้อหา ข้อความ อักษร เสียง ภาพ โค้ด (code) หรือสิ่งอื่นใดบนพื้นที่และบริการที่ถูกจัดหามาโดย Twitch TV โดยที่ผลลัพธ์ทั้งหมดที่กล่าวมาซึ่งปรากฏอยู่บนพื้นที่แห่งนี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ Twitch TV เรียกว่า เนื้อหาผู้ใช้งาน ซึ่งล้วนแต่

เป็นทรัพย์สินของเจ้าของเนื้อพื้นที่ในแง่จึงกล่าวอีกอย่างได้ว่า ไม่ใช่เพียงแค่พื้นที่หรือสื่อเท่านั้นที่เป็นทรัพย์สิน มีเจ้าของ ภาพ เสียง และตัวอักษรอันเป็นองค์ประกอบสำคัญของพื้นที่ก็เป็นทรัพย์สินที่มีเจ้าของ เพียงแต่ว่าในกรณีนี้เจ้าของกลับมิใช่ผู้ผลิต

จากการอภิปรายที่ผ่านมาได้ชี้ให้เห็นสองสิ่งที่สำคัญ คือ ประการที่หนึ่ง เกิดการขีดเส้นแบ่งแยกระหว่าง **เจ้าของเนื้อพื้นที่** และ **ผู้ใช้งาน**

เจ้าของเนื้อพื้นที่พวกเขาในฐานะผู้ถือครองกรรมสิทธิ์ คือผู้ที่มีความสามารถในการควบคุมพื้นที่ (และเนื้อหาผู้ใช้งาน) โดยที่สิ่งเหล่านี้ก็เป็นสิ่งที่อยู่ในสถานะของการเป็นทุนหรือปัจจัยการผลิตที่สำคัญในกระบวนการใช้แรงงาน (ซึ่งจะถูกอภิปรายในหัวข้อ กระบวนการใช้แรงงาน ต่อไป) ดังนั้นในแง่นี้เจ้าของเนื้อพื้นที่จึงหมายถึง นายทุน

ในทางกลับกัน ผู้เข้าใช้งานอยู่ในสถานะของการเป็น ผู้ที่ไม่มีความสามารถในการควบคุมเหนือทุนหรือปัจจัยการผลิตที่พวกเขาต้องใช้ในกระบวนการใช้แรงงาน และ ยังไม่มีความสามารถในการควบคุมเหนือผลผลิตจากกระบวนการใช้แรงงานอีกด้วย ด้วยลักษณะเช่นนี้เองที่ทำให้ นายทุนสามารถควบคุมเหนือผู้ใช้งานได้

ประการที่สอง การเกิดขึ้นของภาพ เสียง และตัวอักษร บนพื้นที่ Twitch TV เป็นสิ่งที่ถูกผลิตสร้างขึ้นมาจากผู้ใช้งาน สิ่งเหล่านี้คือกระบวนการใช้แรงงานของผู้ใช้งาน

จากการอธิบายข้างต้น เราสามารถตอบคำถามข้อแรก “เราจะทำความเข้าใจพื้นที่ Twitch TV อย่างไร” ได้ว่า พื้นที่ Twitch TV คือ ทุนประเภทหนึ่งที่มีนายทุนเป็นเจ้าของ และด้วยเหตุดังนั้น พื้นที่จึงมีใช้สิ่งของหรือสถานที่ซึ่งปราศจากความสัมพันธ์ทางอำนาจ หากแต่เป็นสิ่งที่ดำรงอยู่บนความสัมพันธ์ทางอำนาจที่ไม่เท่าเทียมระหว่างนายทุนผู้เป็นเจ้าของ ผู้มีสิทธิเหนือทรัพย์สินชิ้นนี้ กับแรงงานผู้เป็นแค่ผู้ใช้งานเท่านั้น

กระบวนการใช้แรงงาน

กรอบคิดว่าด้วยกระบวนการใช้แรงงานประกอบขึ้นมาจากองค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1) แรงงาน ในฐานะของความสามารถในการทำกิจกรรมบางประการเพื่อเปลี่ยนแปลงสิ่งอื่นให้อย่างมีเป้าหมาย 2) วัตถุของการใช้แรงงานหรือวัตถุดิบ และ 3) เครื่องมือที่จะถูกใช้ในการใช้แรงงาน โดยที่องค์ประกอบสองอย่างหลัง คือ ปัจจัยการผลิต (means of production) หรือทุนซึ่งถูกถือครองโดยนายทุน เราจะ

สำรวจถึงกระบวนการใช้แรงงานของทั้งสตรีมเมอร์ และผู้ชมเพื่อชี้ให้เห็นว่าพื้นที่หรือทุนอันเป็นกรรมสิทธิ์ของนายทุนเป็นสิ่งที่ดำรงอยู่ได้ด้วยกระบวนการใช้แรงงานของผู้ใช้งาน

กระบวนการใช้แรงงานของสตรีมเมอร์

ในกระบวนการใช้แรงงานเพื่อผลิตภาพและเสียงของสตรีมเมอร์ วัตถุประสงค์ในการใช้แรงงาน คือ 1) ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้เล่นเกมด้วยกันเองที่เกิดขึ้นบนเกม ในแง่หนึ่งแล้ว ความสัมพันธ์ดังกล่าวก็เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้เล่นกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้วย กล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า ภาพและเสียงที่จะถูกถ่ายทอดสดเป็นสิ่งที่เกิดจากกิจกรรมการแข่งขันภายในเกม และการแข่งขันเหล่านั้นคือความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากผู้เล่นที่เข้าร่วมการแข่งขันเกมนั้นเอง ในขณะเดียวกัน ภาพและเสียงยังมาจากบรรดาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ถูกตั้งค่าไว้ในเกม เช่น ระบบเวลาที่ถูกตั้งค่าไว้ซึ่งส่งผลให้เกิดกลางวันกลางคืนภายในเกม แม้แต่เสียงของฉากหลัง ต้นไม้ น้ำตก ตัวละคร ท่าทาง หรือความสามารถผู้เล่นก็ถูกกำหนดโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และแปรผันตามความสามารถของผู้เล่น 2) ความสัมพันธ์ของผู้ชมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ Twitch TV ภาพ เสียงของสตรีมเมอร์นอกจากจะเกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ในเกมแล้ว

ยังอาจเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวสตรีมเมอร์เองกับผู้อื่นก็ได้ เช่น การพูดคุยโต้ตอบคำถามกัน (จะถูกอภิปรายต่อไปในส่วนของกระบวนการใช้แรงงานของผู้ชม)

เครื่องมือที่จะถูกใช้ในการผลิตภาพและเสียงของสตรีมเมอร์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ 1) อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ 2) โปรแกรมที่จำเป็นต่อการถ่ายทอดสด

อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ B ผู้ที่ทำอาชีพหลักเป็นสตรีมเมอร์ได้ให้ข้อมูลว่า สำหรับตัวเขาจำเป็นต้องมีคอมพิวเตอร์ถึงสองเครื่องเพื่อความสะดวกในการถ่ายทอดสดเกม โดยที่เครื่องแรกใช้เพื่อเล่นเกม (ในที่นี้คือการที่เขาเข้าไปดูการแข่งขันในเกม) และเครื่องที่สองใช้เพื่อทำหน้าที่ใช้งานซอฟต์แวร์ที่จำเป็นต่อการถ่ายทอดสด คอมพิวเตอร์ถือเป็นอุปกรณ์ที่สำคัญมากในกิจกรรมการพากย์เกม สิ่งเหล่านี้เป็นอุปกรณ์ที่ใช้งานหนักมากเนื่องจากต้องเปิดใช้งานอยู่แทบจะทั้งวันทั้งคืน ทำให้ตัวของ B เองในช่วงเวลาไม่กี่ปีก็ต้องเปลี่ยนคอมพิวเตอร์ไปถึงสามรอบด้วยกันเพื่อการทํางานที่รวดเร็วของคอมพิวเตอร์ (B เก็บข้อมูลเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2561)

นอกจากตัวอุปกรณ์แล้ว คอมพิวเตอร์เพื่อการถ่ายทอดสดเกมยังจำเป็นที่จะต้องมียินเทอร์เน็ทเพื่อใช้แพร่กระจายภาพและเสียงด้วย B ให้ข้อมูลว่าตัวเขาใช้

อินเทอร์เน็ตรายเดือน เดือนละ 790 บาท สำหรับเขา
ความเร็วที่ได้รับจากราคาเท่านี้ก็เพียงพอต่อการถ่ายทอดสด
แล้ว แต่ปัญหาสำหรับเขาไม่ใช่เรื่องความเร็วแต่เป็นเรื่อง
การติดๆ ดับๆ ที่แม้ว่านานครั้งจะเกิดแต่เมื่อเกิดขึ้นก็ส่ง
ผลกระทบต่อการทำงานถ่ายทอดสด B ต้องการจะติด
อินเทอร์เน็ตจากผู้ให้บริการหลายๆ เจ้าเพื่อประกันว่า
เขาจะมีอินเทอร์เน็ตสำรองเมื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้เป็นหลัก
มีปัญหา อย่างไรก็ตามเขายังติดปัญหาในเรื่องที่פקที่เป็นคอนโด
จึงไม่สามารถติดอินเทอร์เน็ตได้ตามความต้องการของเขา
(B เก็บข้อมูลเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2561)

โปรแกรมที่จำเป็นสำหรับสตรีมเมอร์ คือ โปรแกรม
สำหรับจับภาพหน้าจอเพื่อที่จะส่งภาพเหล่านั้นไปยังพื้นที่
ในการถ่ายทอดสด แม้ว่าโปรแกรมจับภาพประเภทนี้จะอยู่
หลากหลายประเภทและอาจจะให้ใช้งานฟรี เช่น Streamlabs
OBS หรือ Open Broadcaster Software แต่ก็มีโปรแกรม
อีกบางส่วนที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เช่น โปรแกรม Xsplit
Broadcaster (ราคา 59.95 ดอลลาร์สหรัฐต่อ 1 ปี)
ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ B ใช้อยู่ด้วยเหตุผลว่ามีความสะดวก
และเคยชินกับมันมากกว่า

นอกจากโปรแกรมที่จำเป็นสำหรับการจับภาพหน้าจอโดยตรงแล้วยังมีโปรแกรมอีกจำนวนหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสด เช่น การสร้างป้ายแจ้งเตือนอย่างฉับพลัน² ไม่ว่าจะถูกใช้เพื่อสร้างความสวยงาม ความแตกต่างหรือเพื่อเป็นช่องทางการหารายได้ สิ่งเหล่านี้ล้วนต้องการโปรแกรมจำนวนหนึ่งเพื่อให้ปรากฏ (ผสานเข้ากับภาพ) ขึ้นมาบนหน้าจอแสดงผลได้ โปรแกรมเหล่านี้ อาจปรากฏออกมาในรูปแบบของชุดคำสั่งในโปรแกรมจับภาพหน้าจอหรืออาจจะอยู่ในรูปของบริการแยกต่างหาก (ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานผ่านโปรแกรมหรือบนหน้าเว็บไซต์) ที่สตรีมเมอร์จำเป็นต้องสมัครเข้าใช้งานบริการเหล่านั้น (ไม่ว่าจะเป็นบริการฟรีหรือเสียเงินก็ตาม) ดังเช่น Streamlab เป็นต้น

² ป้ายดังกล่าวอาจประกอบด้วยภาพหรือข้อความที่ปรากฏขึ้นบนหน้าจอการถ่ายทอดสด เช่น อาจเป็นข้อความแสดงการขอบคุณผู้ชมที่บริจาคเงินสนับสนุนสตรีมเมอร์ เป็นต้น



ภาพที่ 3 ป้ายแจ้งเตือนอย่างอัปพล้น
ที่มา: ผู้เขียน

นอกจากโปรแกรมจับหน้าจอแล้ว พื้นที่สำหรับการถ่ายทอดสดเพื่อเผยแพร่ภาพและเสียง ก็เป็นสิ่งสำคัญ พื้นที่เหล่านี้ยกตัวอย่าง เช่น Youtube หรือ Twitch TV โดยมากแล้วการถ่ายทอดภาพขึ้นไปบนพื้นที่มักจะทำผ่านตัวโปรแกรมจับหน้าจอ โดยที่พื้นที่เหล่านี้มักจะมอบรหัสผ่านลับประจำช่องให้กับสตรีมเมอร์เพื่อใช้ในการกรอกลงในโปรแกรมจับหน้าจอเพื่อระบุช่องทางการถ่ายทอดภาพและเสียงให้ไปปรากฏบนพื้นที่นั้นๆ พื้นที่เหล่านี้จึงเป็นส่วนประกอบสำคัญในการทำให้การถ่ายทอดภาพและเสียงเกิดขึ้นได้ หากไม่มีพื้นที่เหล่านี้ภาพที่ถูกโปรแกรมจับภาพจัดเก็บเข้ามาก็จะคงค้างอยู่ในหน่วยความจำของเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไปและไม่อาจถูกเผยแพร่ออกในวงกว้าง

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าทั้งวัตถุดิบและเครื่องมือจะมาบรรจบกันแต่ด้วยตัวของพวกมันเองก็ไม่สามารถผลิตสร้างภาพ และเสียง ออกมาได้ ดังจะเห็นได้จาก ภาพที่ปรากฏบนการถ่ายทอดสดคือการที่สตรีมเมอร์ทำการจับภาพการต่อสู้แข่งขัน (ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นที่เกิดขึ้นบนเกม) เพียงแต่มันไม่ใช่เป็นเพียงการทำซ้ำภาพเหล่านั้นโดยไม่เปลี่ยนแปลงอะไร สตรีมเมอร์เป็นผู้เลือกกว่าจากการต่อสู้ส่วนใดจะปรากฏขึ้นหรือไม่ปรากฏขึ้นมา ภาพการตัดสลับไปมาของการต่อสู้ในส่วนต่างๆ ของแผนที่บนเกม เป็นสิ่งที่พบเห็นได้ในการถ่ายทอดสดเกม หลังจากขั้นตอนการจับภาพ บรรดาภาพเหล่านั้นยังต้องถูกปรับเปลี่ยนโดยโปรแกรมที่สร้างแถบสถานะต่างๆ เพื่อบ่งบอกข้อมูลหรือสร้างความสวยงามให้กับการถ่ายทอดสดของสตรีมเมอร์ นอกจากนี้ เสียงที่ถูกพากย์ลงไปเพื่อบรรยายเหตุการณ์ การต่อสู้ที่เกิดขึ้นก็ถูกสร้างสรรค์ จัดเรียงขึ้นมาใหม่โดยสตรีมเมอร์ และในบางครั้งก็มีการสอดแทรกมุขตลกหรือมุกเฉพาะกลุ่มที่เข้าใจกันในหมู่ผู้ชมประจำก็ได้ นอกจากนี้ สตรีมเมอร์ยังอาจมีการโต้ตอบกับบทสนทนาที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ชมก็ได้ ดังนั้นต่อไปเป็นเกมการแข่งขันเกมเดียวกัน จากเดียวกัน แต่ด้วยสตรีมเมอร์ต่างคนกัน ก็ย่อมก่อให้เกิดเสียงที่ไม่เหมือนกัน และหากปราศจากสตรีมเมอร์ภาพ และเสียงที่ถูกผลิตขึ้นมานั้นก็คงไม่สามารถ

ถูกแพร่กระจายไปบนพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ชมเข้ามาเข้าชมได้ด้วยตัวของมันเอง

ด้วยเหตุดังนี้ แรงงานจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะขาดไปไม่ได้ในกระบวนการใช้แรงงานที่จะผลิตสร้าง ภาพ และเสียง ออกมา และแรงงานในกระบวนการผลิตนี้ก็มาจากความสามารถของสตรีมเมอร์ในการทำกิจกรรมบางประการเพื่อเปลี่ยนแปลงสิ่งอื่นอย่างมีเป้าหมายนั่นเอง

กระบวนการใช้แรงงานของผู้ชม

ในกระบวนการใช้แรงงานเพื่อผลิตตัวอักษรของผู้ชมวัตถุ癖ในการใช้แรงงานของพวกเขา คือ ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ใช้งาน (ระหว่างผู้ชมด้วยกัน และระหว่างผู้ชมกับสตรีมเมอร์) กับภาพ เสียง (อันเป็นผลผลิตของกระบวนการใช้แรงงานของสตรีมเมอร์) ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ Twitch TV โดยที่สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาผู้ใช้งาน

“morp roaming” “คิดไงเอา morp ไปเจอลิง” “มอฟโครตจน” “Mk ฟรี” “เหลวเป็นน้ำเลย morph อ่าวลืมนั่นเป็นน้ำอยู่แล้ว” บทสนทนาเหล่านี้ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ชมเพื่อพูดคุยถึงฟอร์มการเล่นที่ย่ำแย่ของผู้เล่นซึ่งกำลังควบคุม

ฮีโร่ที่ชื่อ Morphling³ อยู่ด้วยการล้อเลียน Morphling ซึ่งเป็นฮีโร่ที่มักอยู่ในตำแหน่ง carry⁴ ว่าเล่นตำแหน่ง roaming⁵ ย่อมแสดงให้เห็นถึงสภาพความย่ำแย่ของ Morphling ในขณะนั้นได้อย่างดี นอกจากนี้บทสนทนายังกล่าวเชิงตำหนิถึงการเลือกหยิบฮีโร่อย่าง Morphling มาสู้กับ Money King⁶ (หรือ Mk) ซึ่งในทัศนะของผู้ชมคนนี้ Morphling ยากที่จะสู้ตัวต่อตัวกับ Money King พร้อมทั้งล้อเลียนว่า Morphling ถูกฆ่าและไม่สามารถเก็บทอง ค่าประสบการณ์

- =====
- 3 ชื่อฮีโร่ของเกม Dota2 ที่ร่างกายประกอบขึ้นมาจากน้ำ
- 4 คำนี้หากแปลอย่างตรงตัวหมายถึงกริยาแบก คำนี้ถูกนำมาใช้เรียกผู้เล่นที่รับหน้าที่แบก ทั้งทีมเอาไว้ กล่าวคือผู้เล่นซึ่งกำลังควบคุมยูนิตฮีโร่ที่จะแสดงความสามารถได้ต่อเมื่อมีทอง ค่าประสบการณ์ และไอเทมจำนวนมาก ตำแหน่งนี้จึงมักได้รับการปกป้องดูแลจากเพื่อนร่วมทีมคนอื่นเพื่อให้สามารถเก็บรวบรวมทอง ค่าประสบการณ์ และไอเทมให้ได้มากที่สุดเพื่อที่จะพาทีมไปสู่ชัยชนะ
- 5 คำนี้หากแปลอย่างตรงตัวหมายถึงการเดินไปเรื่อย ๆ ในบริบทของการเล่น Dota2 นั้น ตำแหน่ง roaming หมายถึงผู้เล่นที่รับหน้าที่ในการเดินไปตำแหน่งต่างๆ ทั่วแผนที่เพื่อทำเกม สร้างสถานการณ์ให้เกิดประโยชน์ต่อฝั่งตัวเอง ตำแหน่งเช่นนี้ทำให้ผู้เล่นเหล่านี้มักจะไม่มีเวลาในการเก็บทองเพื่อซื้อไอเทมและยังเสี่ยงต่อการถูกฆ่าตายสูง ดังนั้นตำแหน่ง roaming จึงมีน้อยของการเป็นตำแหน่งที่มีเงินน้อยในระดับหนึ่งด้วย
- 6 ชื่อฮีโร่ของเกม Dota2 ซึ่งรูปร่างที่ได้รับแรงบันดาลใจจากขุนหอกคง

หรือไอเทมได้จนเหลวเหมือนน้ำอีกด้วย บทสนทนานี้เป็นตัวอย่างของความสัมพันธ์ทางสังคมที่ผู้ชมพูดคุยกันเกี่ยวกับภาพและเสียงของการแข่งขันที่ถูกถ่ายทอดบนพื้นที่

“อัตรู” คือ การบรรยายสภาพของฮีโร่ตัวหนึ่งเดินเข้าไปในซอกป่าแล้วไม่สามารถถลันออกมาได้เนื่องจากถูกฮีโร่อีกฝั่งปิดทางออกไว้ การบรรยายครั้งนี้ได้รับการตอบสนองโดยผู้ชมคนอื่นด้วยสัญลักษณ์รูปหน้ารุ่งที่สื่อถึงความหลากหลายทางเพศ โดยที่ในบริบทนี้พวกเขาต้องการสื่อถึงการร่วมเพศทางทวารหนัก นอกจากผู้ชมที่จะตอบสนองต่อการเปรียบเทียบในครั้งนี้แล้ว สตรีมเมอร์ก็พูดผ่านไมโครโฟนของเขาว่า “อัตรูแน่นอน” เป็นการตอบกลับสิ่งที่ผู้ชมในช่องเขากำลังสนใจกันอยู่ สิ่งนี้เป็นตัวอย่างแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ชมและสตรีมเมอร์ซึ่งล้วนแต่เป็นผู้ใช้งานบนพื้นที่

จากตัวอย่างเหล่านี้เราจะเห็นถึงความสัมพันธ์ทางสังคมที่ก่อตัวขึ้นบนพื้นที่ Twitch TV ซึ่งสุดท้ายจะปรากฏตัวอย่างเป็นรูปธรรมผ่านตัวอักษรบนช่องการสนทนา สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นวัตถุติบของการใช้แรงงาน

เครื่องมือที่จะถูกใช้ในการผลิตตัวอักษรของผู้ชมสามารถแบ่งออกเป็น อุปกรณ์ที่ใช้รับชม/สนทนา และโปรแกรมที่ใช้รับชมและสนทนา

อุปกรณ์ที่ใช้รับชม หากเราเจาะจงลงมาเฉพาะการถ่ายทอดสดบน Twitch TV ก็จะพบว่าอุปกรณ์ที่สามารถเข้าใช้งานบริการประเภทต่างๆ ได้นั้นอาจแบ่งออกเป็นสามประเภทใหญ่ๆ คือ 1) คอมพิวเตอร์ ในความหมายที่ครอบคลุมอุปกรณ์ที่สามารถเปิดใช้งานเว็บเบราว์เซอร์เพื่อเข้าใช้งานเว็บไซต์ Twitch TV ได้ 2) อุปกรณ์ที่สามารถเปิดใช้งานแอปพลิเคชัน Twitch TV ในระบบปฏิบัติการ Android หรือ IOS ได้ไม่ว่าจะเป็น สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตก็ตาม และ 3) สมาร์ททีวีที่สามารถเปิดแอปพลิเคชันในระบบปฏิบัติการอื่นๆ นอกจากข้อ 2

โปรแกรมที่ใช้รับชมและสนทนา หมายถึงโปรแกรมที่ใช้เพื่อเข้าถึงบริการของ Twitch TV ผู้ชมจำเป็นต้องอาศัยโปรแกรมเหล่านี้เพื่อดูภาพ เสียง รวมทั้งสานความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้ใช้งานคนอื่น และในท้ายที่สุดสิ่งเหล่านี้จะผลิตสร้างออกมาในรูปของตัวอักษรที่ปรากฏสนทนาโต้ตอบกันบนช่องการสนทนา

เมื่อพิจารณาจากจุดมุ่งหมายในกระบวนการใช้แรงงาน คือ ตัวอักษร ตัวบริการพื้นที่ Twitch TV ในฐานะโปรแกรมที่จำเป็นในการรับชมและสนทนาจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญมาก กล่าวคือ หากปราศจากโปรแกรมพวกนี้ตัวอักษรก็อาจจะปรากฏขึ้นมาได้

เช่นเดียวกับในกรณีของสตรีมเมอร์ การบรรจบกันของวัตถุดิบและเครื่องมือเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นแต่ด้วยตัวของมันเองก็ไม่อาจทำให้เกิดตัวอักษรขึ้นมาได้ มันต้องอาศัยแรงงานจากผู้ชมที่คอยประมวลเอาวัตถุดิบต่าง ๆ นั้นเข้ามาในหัวของพวกเขาเพิ่มเติม ปรับเปลี่ยนพวกมัน และทำให้ปรากฏในรูปของตัวอักษรผ่านเครื่องมือต่าง ๆ ภาพและเสียงที่เกิดจากสตรีมเมอร์ถูกผสมรวมเข้ากับไปกับตัวอักษรที่เกิดจากผู้ชมคนอื่นรวมทั้งประสบการณ์ กรอบคิดเชิงวัฒนธรรมบางประการ แล้วจึงถูกป้อนเข้าไปในพื้นที่ ดังนั้นแรงงานจึงเป็นสิ่งที่ขาดไปไม่ได้ในกระบวนการผลิตสร้างตัวอักษร

การอภิปรายถึงกระบวนการใช้แรงงานทั้งของสตรีมเมอร์และผู้ชมทำให้เราเห็นถึงลักษณะร่วมกันของกระบวนการใช้แรงงาน คือ

ประการที่หนึ่ง เกิดการกระจายตัวออกไปเชิงกายภาพของกระบวนการใช้แรงงาน สตรีมเมอร์และผู้ชมไม่จำเป็นต้องรวมตัวกัน ณ พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเพื่อทำการผลิตอีกต่อไป

ประการที่สอง ทั้งสตรีมเมอร์และผู้ชมต่างถือครองปัจจัยการผลิตบางส่วน เช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แต่ปัจจัยการผลิตที่สำคัญต่อการถ่ายทอดสดบน Twitch TV หรือพื้นที่ กลับเป็นกรรมสิทธิ์ของนายทุน

ประการที่สาม กระบวนการใช้แรงงานที่เกิดขึ้นเป็นกระบวนการที่ไม่อาจแยกวัตถุดิบและผลผลิตที่เกิดออกจากกันได้อย่างเด็ดขาด ผลผลิตที่เกิดจากสตรีมีเมอร์ได้กลับกลายเป็นวัตถุดิบตั้งต้นของผู้ชม และในขณะเดียวกันผลผลิตจากผู้ชมก็กลับกลายเป็นวัตถุดิบตั้งต้นของสตรีมีเมอร์เช่นกัน

ประการที่สี่ ผลผลิตที่ได้จากกระบวนการใช้แรงงานดำรงอยู่ในสภาพอวัตุ ผลผลิตดังกล่าวมีลักษณะที่ไม่มีคุณสมบัติสมบูรณ์ (หรือจุดสิ้นสุด) ในตัวเอง ในทางตรงกันข้าม ผลผลิตมีลักษณะเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ ซึ่งแตกต่างจากกระบวนการผลิตในแบบอื่นๆ ที่ผลผลิตมักปรากฏออกมามีลักษณะที่เป็นวัตถุซึ่งมีภาพสมบูรณ์พร้อมในตัวเอง ดังจะเห็นได้จากภาพ เสียง และตัวอักษร เมื่อถูกผลิตออกมาแล้วก็ถูกนำกลับเข้าไปในกระบวนการใช้แรงงานเพื่อผลิตสร้าง ปรับปรุง แก้ไขสิ่งเหล่านั้นออกมาอีกครั้ง มันเป็นสิ่งที่มิพลวัตไม่ใช่หยุดนิ่ง

ประการที่ห้า แรงงานเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการใช้แรงงานไม่ว่าจะเป็นกรณีของสตรีมีเมอร์หรือผู้ชมก็ตาม

การควบคุมผู้ใช้งาน

เพื่อให้กระบวนการใช้แรงงานที่มีเป้าหมายอยู่ที่การสะสมทุนสามารถดำเนินการต่อไปได้ นายทุนจำเป็นต้องเข้าควบคุมกระบวนการใช้แรงงานเพื่อประกันว่าความสามารถหรือของผู้ใช้งานจะถูกใช้ไปเพื่อการสะสมทุนของพวกเขา

หนึ่งในรูปแบบการควบคุมแรงงานคือการแยกการคิด (conception) ออกจากการดำเนินการ (execution) กระบวนการคิดหรือการวางแผนจัดการกระบวนการใช้แรงงานตกอยู่ในมือของบรรดานายทุนและผู้ใช้แรงงานก็มีหน้าที่เพียงดำเนินการตามคำสั่ง (Braverman, 1974: 85-121) อย่างไรก็ตาม จากการอภิปรายถึงกระบวนการใช้แรงงานของสตรีมเมอร์และผู้ชมจะพบว่า แม้นายทุนจะเป็นเจ้าของและสามารถควบคุมเหนือปัจจัยการผลิตได้ แต่การควบคุมที่เกิดขึ้นกลับไม่มีการแยกการคิดและการดำเนินการออกจากกัน ลักษณะเช่นนี้เป็นสิ่งที่พบเห็นได้ทั้งจากสตรีมเมอร์และผู้ชม ในกระบวนการใช้แรงงานของคนทั้งสองกลุ่ม พวกเขาต่างตัดสินใจกำหนดว่าจะกระทำสิ่งใดเป็นเรื่องที่พวกเขาต้องตัดสินใจเอง สตรีมเมอร์ไม่ได้ถูกนายทุนสั่งให้ต้องผลิตภาพและเสียงตามความต้องการของนายทุน (หรือลูกค้าของนายทุน) และผู้ชมก็ไม่ได้ถูกนายทุน

สั่งให้ต้องพูดคุยกับผู้ชมหรือสตรีมเมอร์ แรงงานในที่นี้
จึงยังคงเป็นความสามารถในการเปลี่ยนแปลงวัตถุต่าง ๆ
ด้วยเครื่องมือให้เป็นไปตามเป้าหมายของพวกเขาเอง

นอกจากการแยกการคิดออกจากการดำเนินการ
การควบคุมยังอาจปรากฏออกมาในรูปแบบการรวบรวม
แรงงานให้เข้ามาอยู่ในพื้นที่เดียวกันเพื่อสอดส่องและบังคับ
กระบวนการใช้แรงงาน ทว่าในบริบทของสตรีมเมอร์และ
ผู้ชมบนพื้นที่ Twitch TV กลับพบว่า กระบวนการใช้แรงงาน
ได้เกิดการกระจายออกไป (อย่างน้อยที่สุดในเชิงกายภาพ)
พวกเขาไม่มีความจำเป็นต้องมาอยู่ในพื้นที่และเวลาเดียวกัน
เพื่อทำการผลิต ลักษณะเช่นนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่นายทุน
ไม่ได้มีกรรมสิทธิ์เหนือปัจจัยการผลิตทั้งหมดเหมือนดัง
นายทุนโรงงานอุตสาหกรรม นายทุนจึงไม่อาจรวบรวม
บรรดาผู้ใช้งาน (ในฐานะแหล่งที่มาของแรงงาน) ให้เข้ามา
อยู่ในสถานที่เดียวกันและควบคุมกระบวนการใช้แรงงานได้
อีกต่อไป

หากเป็นเช่นนี้แล้ว พื้นที่ Twitch TV ปราศจาก
การควบคุมหรือ คำตอบคือไม่ ควบคุมด้วยกรรมสิทธิ์
ที่มีเหนือพื้นที่ Twitch TV อันเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ
ในการถ่ายทอดสด นายทุนผู้เป็นเจ้าของก็ยังสามารถทำการ
ควบคุมผู้ใช้งานผ่านพื้นที่แห่งนี้ได้ แม้บรรดาผู้ใช้งานจะถือ
ครองกรรมสิทธิ์ในปัจจัยการผลิตอื่นๆ อยู่บางส่วนก็ตาม

รูปแบบการควบคุมที่ปรากฏบน Twitch TV สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทได้ดังนี้ 1) การควบคุมในเชิงบีบบังคับ 2) การสร้างความยินยอม (อย่างไรก็ตามมิติการบังคับและความยินยอมนี้ก็ไม่ได้แยกขาดจากกันอย่างสมบูรณ์ หากแต่ซ้อนทับกันอยู่)

การควบคุมในเชิงบีบบังคับ หมายถึง การที่นายทุนใช้เครื่องมือกลไกต่างๆ ลงโทษผู้ใช้งานเพื่อประกันว่ากระบวนการใช้แรงงานจะถูกใช้ไปเพื่อการสะสมทุนของพวกเขา โดยที่เครื่องมือกลไกเหล่านั้นเกิดจากกรรมสิทธิ์เหนือพื้นที่ของพวกเขา เช่น กรณีของสตรีมเมอร์ที่ทำสัญญาโดยตรงกับ Twitch TV กล่าวคือ สตรีมเมอร์กลุ่มดังกล่าวจำเป็นต้องผลิตเนื้อหาการถ่ายทอดสดออกมาเพื่อให้มียอดเวลา (minute watch) ของผู้ชมให้ถึงกำหนด หากไม่สามารถทำได้พวกเขาก็จะไม่ได้รับค่าตอบแทนจาก Twitch TV อย่างไรก็ตามบรรดาข้อกำหนดและเป้าหมายในสัญญาเหล่านี้ก็ดูจะเป็นการกำกับควบคุมที่มีไว้เพื่อประกันระดับความเข้มข้นในการผลิตของสตรีมเมอร์เท่านั้น การควบคุมแบบนี้ไม่ได้ประสงค์เข้าไปควบคุมรูปแบบการผลิตหรือกล่าวให้ชัดเจนกว่านั้นมันไม่ได้ต้องการควบคุมเนื้อหา (ภาพ เสียง) ที่จะถูกผลิตออกมา หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า Twitch TV ให้ความสำคัญกับระดับความเข้มข้นอันหลากหลายของเนื้อหาที่ถูกผลิตสร้าง

และเผยแพร่มากกว่าจะให้ความสำคัญกับความเข้มข้นของเนื้อหาที่เหมือนๆ กัน

การควบคุมได้เกิดแค่เฉพาะกับสตรีมเมอร์เท่านั้น ผู้ชมก็ถูกควบคุมด้วยเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากการประกาศแนวทางปฏิบัติของชุมชนซึ่งกำหนดขอบเขตเนื้อหาและสิ่งที่ไม่สามารถกระทำบนพื้นที่ด้วยการวางหลักการกว้างๆ เช่น เนื้อหาจะต้องไม่ขัดต่อหลักกฎหมาย หรือไม่มีความรุนแรง เป็นต้น การควบคุมแบบนี้เป็นไปเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมหรือพื้นที่ให้เอื้อต่อกระบวนการใช้แรงงานของผู้ใช้งานนั่นเอง การลงโทษขั้นสูงสุดสำหรับการไม่ทำตามแนวทางที่ว่าคือ การระงับบัญชี (ผู้ใช้งาน) การลงโทษดังกล่าววางอยู่บนการใช้แรงกดดันจากปัจจัยทางสังคมในความหมายที่ว่า มันเป็นการนำเอาความสัมพันธ์ทางสังคมที่ผูกโยงอยู่กับบัญชีผู้ใช้งานมาเป็นหลักประกันให้บรรดาผู้ใช้งานต้องทำตามแนวทางปฏิบัติของชุมชน เนื่องจากว่าบนพื้นที่ Twitch TV การเชื่อมต่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นบนฐานของ “ชื่อ” บัญชี การระงับบัญชีผู้ใช้งานเท่ากับการลบชื่อและความสัมพันธ์ทิ้งไปนั่นเอง อย่างไรก็ตาม อาจมีข้อสงสัยที่เห็นแย้งกับประสิทธิภาพของแรงกดดันแบบนี้ว่า トラบใดที่ร่างกายเชิงกายภาพของพวกเรายังไม่ตาย เราก็สามารถสร้างบัญชีผู้ใช้งานใหม่และกลับเข้ามาภายในพื้นที่แห่งนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมชุดใหม่ขึ้นมา

อีกก็ครั้งก็ได้ แต่ก็ต้องไม่ลืมว่าการเปลี่ยนชื่อบัญชีผู้ใช้งาน ก็ไม่ต่างอะไรกับการเปลี่ยนตัวตนเปลี่ยนบุคคล การเปลี่ยน ดังกล่าวก็เหมือนการเริ่มต้นใหม่หมดในการทำความรู้จัก และสร้างความคุ้นเคยซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายตายนักที่จะกระทำ

การสร้างคามยินยอม หมายถึง การที่นายทุน ใช้สร้างเครื่องมือบางประการขึ้นมาเพื่อจูงใจให้ผู้ใช้งาน ใช้แรงงานของพวกเขาเพื่อก่อให้เกิดกระบวนการสะสมทุน อันเป็นผลประโยชน์ของนายทุน ในกรณีนี้เราอาจเห็น การควบคุมด้วยการสร้างความยินยอมผ่านการกำหนด กฎเกณฑ์การเลื่อนลำดับชั้น

นอกจากการควบคุมที่กระทำผ่านสัญญาจ้างปรากฏ การควบคุมผ่านกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณา การเปลี่ยนสถานภาพไปสู่การเป็น Twitch รูบี้ หรือ พันธมิตร Twitch บรรดาสตรีมเมอร์ธรรมดาหากพวกเขาเหล่านั้น ต้องการช่องทางการหารายได้จากการถ่ายทอดสดของเขา (ไม่ว่าจะประสงค์ให้เป็นแหล่งรายได้หลักในชีวิตหรือรายได้ เสริมก็ตาม) สิ่งที่พวกเขาต้องเร่งทำก็คือการไล่กวาดกฎเกณฑ์ การพิจารณาเลื่อนลำดับชั้นของการเป็นสตรีมเมอร์ไปสู่ขั้น ของรูบี้และขั้นของพันธมิตร ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดสด จนมีเวลารวม มีจำนวนวันที่ทำการถ่ายทอดสด และมีจำนวน ผู้เข้าชมถึงเกณฑ์ที่นายทุนเจ้าของ Twitch TV ได้ตั้งเอาไว้ ลำดับชั้นที่สูงขึ้นนั้นย่อมหมายถึงความสามารถในการเข้าถึง

เครื่องมือกลไกสำหรับการแสวงหารายได้ที่เพิ่มมากขึ้น เช่น สตรีมเมอร์ระดับสูงก็ไม่สามารถหารายได้จากส่วนแบ่งค่าโฆษณา แต่สตรีมเมอร์ระดับพันธมิตรสามารถหารายได้จากส่วนนี้ได้

อย่างไรก็ตามในบางกรณีการควบคุมทั้งสองแบบอาจการกระทำการต่อผู้ใช้งานคนใดคนหนึ่งพร้อมๆ กัน ทั้งสองลักษณะก็ได้ เช่น กรณีของสตรีมเมอร์ระดับพันธมิตรที่ต้องทำตามกฎเกณฑ์เพื่อเลื่อนขั้นและยังอยู่ภายใต้การควบคุมจากแนวทางปฏิบัติของชุมชนไปพร้อมๆ กัน เป็นต้น

ตารางที่ 3 ประเภทของการควบคุม

	ประเภทของการควบคุม	มีผลต่อ
การควบคุม ในเชิงบังคับ	สัญญา	สตรีมเมอร์ผู้ทำสัญญา โดยตรงกับ Twitch TV
	แนวทางปฏิบัติของชุมชน	สตรีมเมอร์และผู้ชม
การสร้าง ความยินยอม	การกำหนดกฎเกณฑ์ การเลื่อนลำดับขั้น	สตรีมเมอร์

ที่มา: ผู้เขียน

จากการอธิบายถึงการควบคุมที่มีต่อผู้ใช้งาน เราสามารถระบุถึงลักษณะการควบคุมได้ดังนี้

ประการที่หนึ่ง เครื่องมือกลไกในการควบคุมของ Twitch TV โดยมากแล้วมุ่งกระทำต่อผู้ใช้งานในส่วนของ

สตรีมเมอร์เป็นหลัก เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เป็น
ฐานสำคัญในการควบคุมนั้นย่อมมีผลต่อสตรีมเมอร์มากกว่า
(โดยเฉพาะบรรดาสตรีมเมอร์ที่หวังใช้การถ่ายทอดสดเป็น
ช่องทางหารายได้)

ประการที่สอง แต่การควบคุมสตรีมเมอร์เพื่อประกัน
ระดับความเข้มข้นในการผลิตก็ย่อมส่งผลต่อความเป็นไปได้
ที่จะมีผู้ชมเข้ามาใช้งานพื้นที่ Twitch TV มากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้
จะส่งผลต่อการดำรงอยู่ของพื้นที่ Twitch TV

แรงงานที่เปลี่ยนไป ผู้ใช้งานในฐานะกองแรงงาน

จากงานศึกษาของพัชณีย์ (ศึกษาแรงงานในโรงงาน
อุตสาหกรรม) และรวีวรรณ (ศึกษาแรงงานที่ทำหน้าที่เป็น
ความช้ำ) ได้ชี้ให้เห็นถึงการสร้างกรอบคิดว่าด้วย แรงงาน⁷
ผ่านลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ 1) การถือครอง

⁷ แม้ว่าในงานของพัชณีย์จะใช้คำว่า กรรมกรชีพ (working class)
และงานของรวีวรรณใช้คำว่า แรงงานรับจ้าง แต่สิ่งที่ทั้งสองคน
กำลังพูดถึง คือ ตำแหน่งแห่งที่ของความสัมพันธ์ที่ กรรมกรชีพ/
แรงงานรับจ้าง มีต่อนายทุนนั่นเอง

กรรมสิทธิ์เหนือปัจจัยการผลิต 2) การถูกควบคุม และ 3) รูปแบบของค่าแรง โดยที่เราสามารถสรุปออกมาเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 4 กรอบคิดว่าด้วยแรงงาน

	การถือครอง กรรมสิทธิ์เหนือ ปัจจัยการผลิต	การถูก ควบคุม	รูปแบบ ของค่าแรง
พณิชย์: แรงงานในโรงงาน อุตสาหกรรม	ไม่มีปัจจัย การผลิต	1) การแยกการคิด และการดำเนินการ ออกจากกัน 2) การรวบรวมเอา แรงงานให้เข้ามา อยู่ในพื้นที่เดียวกัน เชิงกายภาพ เพื่อควบคุม พื้นที่และเวลา ในกระบวนการ ใช้แรงงาน	ขึ้นอยู่กับเวลา ที่เป็นเส้นตรง ต่อเนื่อง เช่น จ้างเป็นรายเดือน หรือวัน เป็นต้น
รวิวรรณ: ความอยู่ข้าง	ไม่มีปัจจัย การผลิต	1) การแยกการคิด และการดำเนินการ ออกจากกัน	ขึ้นอยู่กับเวลา ที่เป็นเส้นตรง ต่อเนื่อง เช่น รายเดือน ครึ่งเดือน

ที่มา: ผู้เขียน

หากเรานำเอากรอบคิดเช่นนี้มาพิจารณาควบคู่กับ
ผู้ใช้งานในส่วนของสตรีมเมอร์ที่ใช้แรงงานบนพื้นที่ Twitch TV
จะพบถึงความแตกต่างอย่างสำคัญต่อลักษณะสำคัญของ
การเป็นแรงงานดังนี้

การถือครองกรรมสิทธิ์เหนือปัจจัยการผลิต สตรีมเมอร์ บน Twitch TV มีกรรมสิทธิ์เหนือปัจจัยการผลิตส่วนหนึ่ง และยังสามารถเข้าใช้งานปัจจัยการผลิตบางส่วนได้ถึงแม้ว่าพวกเขาจะไม่มีกรรมสิทธิ์เหนือมันก็ตาม หรือกล่าวอีกอย่างได้ว่าพวกเขามีผู้ใช้ที่ไร้กรรมสิทธิ์เหนือปัจจัยการผลิตโดยสิ้นเชิง

การถูกควบคุม สตรีมเมอร์ Twitch TV ไม่ได้ถูกควบคุมผ่านการรวบรวมพวกเขามาไว้ในพื้นที่เดียวกันเชิงกายภาพเพื่อควบคุมพื้นที่และเวลาในการผลิต หากแต่ถูกควบคุมผ่านเครื่องมือกลไกการลงโทษและจิตใจของนายทุนเจ้าของพื้นที่ Twitch TV ในแง่นี้ทำให้เห็นได้ว่านายทุนไม่จำเป็นต้องมีกรรมสิทธิ์เหนือปัจจัยการผลิตทุกประการ (ดังที่นายทุนอุตสาหกรรมมีเพื่อรวบรวมแรงงานให้เข้ามาอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเป็นการเฉพาะ เช่น โรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น) เพียงแต่นายทุนมีกรรมสิทธิ์เหนือปัจจัยการผลิตที่สำคัญที่สุดก็เพียงพอที่จะทำให้พวกเขาสามารถควบคุมกระบวนการใช้แรงงานได้แล้ว

รูปแบบของค่าแรง รายได้หรือค่าแรงของสตรีมเมอร์ที่เกิดจากการสมัครรับข้อมูล การเชียร์ การโฆษณา การบริจาค และสปอนเซอร์ สิ่งเหล่านี้ไม่ได้วางอยู่บนฐานคิดเรื่องเวลาที่เป็นเส้นตรงต่อเนื่อง หากแต่เป็นเรื่องระดับความเข้มข้น ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ต่างหาก ยกตัวอย่าง

เช่น เรื่อง Minute Watch ของสตรีมเมอร์ที่ทำสัญญาโดยตรง เราจะเห็นว่าสัญญานี้ไม่ได้สนใจเวลาการทำงาน ของสตรีมเมอร์ว่าทำนานเท่าไร แต่กลับสนใจความเข้มข้น ของเวลาที่ผู้ชมใช้ไป เราอาจกล่าว (อย่างสุดโต่ง) อีกอย่างได้ว่า แม้สตรีมเมอร์จะถ่ายทอดสดเป็นเวลา 30 วันต่อเนื่อง ไม่หยุดพัก แต่ระดับความเข้มข้นของผู้ชมไม่ถึงเกณฑ์ กี่ย่อมทำให้พวกเขาสูญเสียรายได้ เช่นเดียวกับกฎเกณฑ์ การเลื่อนลำดับชั้นของสตรีมเมอร์ในส่วนของจำนวน “ผู้ชม พร้อมกันเฉลี่ย” ที่แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับ ระดับความเข้มข้น ลักษณะการให้ความสำคัญกับระดับ ความเข้มข้นที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ Twitch TV เป็นสิ่งที่ คล้ายคลึงกับลักษณะของค่าแรงที่ให้แก่ศิลปินที่สังกัดค่ายเพลง ดังที่งานของ สาทร (2551: 134-135) ได้ชี้ไว้ว่า ต่าย อรทัย (นักร้องสังกัดค่ายเพลงจีเอ็ม เอ็ม แกรมมี่) ได้รับส่วนแบ่งจากยอดการจำหน่าย โดยได้ส่วนแบ่งประมาณ 4 บาทต่อหน่วย และในกรณีของนักแต่งเพลงที่มีชื่อเสียง ก็ได้รับส่วนแบ่ง 3% ต่อหนึ่งหน่วย เป็นต้น

ด้วยเหตุดังนั้น สตรีมเมอร์จึงเป็นแรงงานบนพื้นที่ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะเจาะจงไม่เหมือนกับแรงงานประเภทอื่น ลักษณะความเฉพาะดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนกรอบคิดว่าด้วยแรงงาน เช่น แรงงาน ไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่ไม่มีการมลสิทธิ์เหนือปัจจัยการผลิต

อย่างสิ้นเชิง หรือแรงงานไม่จำเป็นต้องถูกแยกกระบวนการคิดและการทำงานออกจากกันเพื่อให้นายทุนควบคุมได้โดยสะดวก

ความจำเป็นข้างต้นจะยิ่งปรากฏอย่างชัดเจนเมื่อพิจารณาถึงกระบวนการใช้แรงงานของผู้ชมและสตรีมเมอร์ธรรมดา หนึ่งในลักษณะสำคัญของการสร้างกรอบคิดด้วยแรงงานของพัชณีย์และรวีวรรณ คือ การผูกกรอบคิดว่าด้วยแรงงานไว้กับการได้รับค่าจ้าง แม้ว่าการสร้างกรอบคิดดังกล่าวจะมีคุณูปการต่อการพิจารณาถึงแรงงานในมิติต่างๆ อย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันก็สร้างข้อจำกัดให้กับกรอบคิดว่าด้วยแรงงานเช่นกัน ข้อจำกัดดังกล่าวคือค่าแรงกลายเป็นเงื่อนไขสำคัญในการพิจารณาว่าใครเป็นหรือไม่เป็นแรงงาน เมื่อพิจารณาว่าผู้ใช้แรงงานบนพื้นที่ Twitch TV ประกอบด้วยสองส่วนหลักๆ คือ สตรีมเมอร์ และผู้ชมแล้ว กลับพบว่ากรอบคิดว่าด้วยแรงงานซึ่งผูกกับค่าแรงสามารถอธิบายความสัมพันธ์ที่นายทุนมีต่อแรงงานได้เฉพาะแค่ในกรณีของสตรีมเมอร์ที่ทำสัญญาโดยตรงกับ Twitch TV สตรีมเมอร์ Twitch รู้จัก และพันธมิตร Twitch ซึ่งได้รับค่าแรงจากนายทุนโดยตรงเท่านั้น ส่วนกรณีของสตรีมเมอร์ธรรมดาและผู้ชมซึ่งพวกเขาไม่ได้รับค่าแรงกรอบคิดดังกล่าวกลับไม่สามารถอธิบายและมากไปกว่านั้นอาจนำไปสู่การพิจารณาว่าผู้คนเหล่านี้ไม่ใช่แรงงาน

เมื่อพิจารณาความสำคัญของสตรีมเมอร์ธรรมดา และผู้ชมที่มีต่อพื้นที่ก็จะพบว่า พวกเขากำลังใช้แรงงานเพื่อผลิตสร้างสิ่งต่างๆ ให้พื้นที่สามารถดำรงอยู่ได้ ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียง หรือตัวอักษร ดังจะเห็นได้จากกรณีของสตรีมเมอร์ธรรมดา ซึ่งเป็นอะไรที่ชัดเจนมากว่าพวกเขาคือผู้ที่สร้างภาพ เสียง และสิ่งเหล่านี้ยังก่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ใช้งานจนนำไปสู่การเกิดตัวอักษรขึ้นบน Twitch TV พวกเขาเป็นสตรีมเมอร์ที่ไม่สามารถเข้าถึงเครื่องมือกลไกสำหรับการแสวงหารายได้ที่ปรากฏบนพื้นที่ Twitch TV เช่น การสมัครรับข้อมูล⁸

⁸ การสมัครรับข้อมูล คือ การเสียค่าสมัครสมาชิกเป็นรายเดือน (ในราคาที่แตกต่างกันไป) ซึ่งจะทำให้สถานะของผู้ชมเปลี่ยนเป็นสมาชิกประจำช่อง สถานะดังกล่าวถูกเรียกอย่างล้าลองว่า “ซัพ” (มาจากคำว่า subscription) สถานะเหล่านี้จะปรากฏออกมาในรูปของเครื่องหมายสมาชิกประจำช่องซึ่งจะสร้างความแตกต่างจากบรรดาผู้ชมธรรมดาที่ไม่ได้เป็นสมาชิกประจำช่อง นอกจากนี้แล้ว ระยะเวลาในการสมัครรับข้อมูลที่ยาวนานก็ยิ่งทำให้เครื่องหมายสมาชิกที่ว่่านั้นเปลี่ยนไป เครื่องหมายสมาชิกของซัพที่จ่ายเงินมาเป็นระยะเวลานานอาจมีความสวยงามหรือหรูหรามากขึ้น เครื่องหมายดังกล่าวทำให้ซัพมีความแตกต่างจากผู้ชมทั่ว ๆ ไป จำนวนเงินที่ผู้ชมเสียไปในการสมัครรับข้อมูลจะถูกแบ่งให้สตรีมเมอร์กึ่งหนึ่งและที่เหลือตกเป็นของนายทุน

การเชียร์⁹ ในแง่นี้พวกเขาจึงเป็นผู้ใช้แรงงานที่ไม่ได้รับค่าแรงจากนายทุนเจ้าของพื้นที่ ในบางครั้งสตรีมเมอร์กลุ่มนี้มองว่าการผลิตสร้างภาพ เสียง ของพวกเขาเกิดจากความหลงใหลส่วนตัวของพวกเขา กิจกรรมเหล่านี้จึงเป็นไปเพื่อสนองตอบตัวของพวกเขาเองไม่ได้เป็นการทำเพื่อใครดังที่ P ซี้ให้เห็นว่าสำหรับเขาการทำงานพากย์เกม “passion”

⁹ การเชียร์ เป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏขึ้นบนพื้นที่ Twitch TV ซึ่งกระทำความผ่านสินค้าเสมือนจริงที่เรียกว่า Bits สินค้าเสมือนที่ว่านี้ ผู้ชมต้องจ่ายเงินเพื่อให้ได้มา การเชียร์แต่ละครั้งผู้ชมสามารถใช้จำนวน Bit ได้ตามความต้องการของพวกเขา เช่น 10 Bits หรือ 1,000 Bits จำนวน Bit ที่ต่างกันก็จะทำให้ป้ายแจ้งเตือนการเชียร์ที่จะปรากฏบนหน้าจอการถ่ายทอดสดแตกต่างกันไป นอกจากนั้นจำนวน Bit ที่สูงขึ้นทำให้ภาพสัญลักษณ์ Bit ที่แสดงมีความแตกต่างกัน ในขณะเดียวกันการเชียร์ให้กับสตรีมเมอร์ก็ทำให้ผู้ชมเหล่านั้นมีเครื่องหมายการเชียร์ปรากฏขึ้นข้างหน้าชื่อของพวกเขาบนช่องการสนทนา จำนวน Bit ยิ่งสูงมากขึ้นเท่าใด เครื่องหมายที่ว่านี้ก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย สิ่งเหล่านี้ยิ่งสร้างสถานะให้ผู้ชมเหล่านั้นดูแตกต่างจากผู้ชมคนอื่นๆ ที่เพียงแค่เข้ามาชมการถ่ายทอดสดเฉยๆ สตรีมเมอร์จะได้รับเงินเป็นจำนวน 1 เซนต์ต่อ 1 Bit ที่ถูกใช้ไปในการเชียร์ ซึ่งนั่นเท่ากับว่า 1.40 ดอลลาร์สหรัฐที่ถูกใช้ไปเพื่อซื้อ 100 Bits สามารถสร้างเงินให้กับสตรีมเมอร์ได้จำนวน 100 เซนต์หรือ 1 ดอลลาร์สหรัฐ และในทางกลับกันเงินอีก 0.40 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ 40 เซนต์ ก็จะเข้าสู่กระเป๋าของ Twitch TV ต่อการใช้งาน 100 Bits

หรือความหลงใหลเป็นสิ่งสำคัญ (P เก็บข้อมูลเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2562) แม้ P จะไม่ใช่แรงงานผู้ไม่ได้รับค่าแรง (เนื่องจากเขาเป็นสตรีมเมอร์พันธมิตรและเป็นพนักงานบริษัทที่ทำงานเกี่ยวกับเกมโดยที่เขาได้รับหน้าที่เป็นสตรีมเมอร์ประจำบริษัทแห่งนั้น) แต่สิ่งนี้ก็สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของความหลงใหลที่มีต่อสตรีมเมอร์ในวงกว้าง เช่นเดียวกับกระบวนการใช้แรงงานของผู้ชมจะเห็นได้ว่า ตัวอักษร อันเป็นผลผลิตของผู้ชมนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของกิจกรรมการพากย์เกม ด้วยเหตุนี้ผู้ชมจึงเป็นผู้ใช้แรงงานซึ่งไม่ได้รับค่าแรงเช่นกัน ลักษณะการใช้ความสามารถเพื่อนำทุนแต่กลับมองว่าเป็นเพียงการทำเพื่อความสุขความบันเทิงของตัวเองไม่ใช่สิ่งที่ปรากฏแต่ในกรณีของสตรีมเมอร์ธรรมดาเท่านั้น แต่ยังปรากฏให้เห็นได้ในกรณีของผู้ชมอีกด้วย ดังที่พวกเขา มักบอกว่าสิ่งที่พวกเขาได้รับตอบกลับจากการเข้าไปรับชมการพากย์เกมก็คือ “ความบันเทิง” (F เก็บข้อมูลเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2561) หรือมองว่าสิ่งเหล่านี้มันก็เป็นแค่กิจกรรมที่เราชอบ (CN เก็บข้อมูลเมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2561) อย่างไรก็ตาม อาจมีข้อเห็นแย้งว่าแท้จริงแล้วบรรดาความสุขหรือความหลงใหลเหล่านั้นก็เป็นค่าแรงต่อการผลิตของพวกเขาแล้วจะมามองว่าพวกเขาไม่ได้รับค่าแรงได้อย่างไร สำหรับผู้เขียนแล้วสองสิ่งนี้เปรียบเทียบกันได้ยากโดยเฉพาะในโลกปัจจุบันที่ขับเคลื่อน

ด้วยเงินตรา กล่าวคือ ทั้งสองสิ่งมีความสำคัญต่อมนุษย์
แน่นอน เพียงแต่ว่าเงินตราสามารถแลกเปลี่ยนเป็นปัจจัย
ดำรงชีพอื่นๆ ได้ แต่ความสุขหรือความหลงใหลไม่อาจ
แลกเปลี่ยนเป็นปัจจัยในการดำรงชีพอย่างตรงไปตรงมาได้

ทั้งสตรีมเมอร์ธรรมดาและผู้ชมโดยเนื้อแท้แล้ว
ต่างก็ผลิตภาพ เสียง และตัวอักษรไม่ต่างอะไรกันกับ
เหล่าแรงงานผู้ได้รับค่าแรง พวกเขาคือผู้ใช้ความสามารถ
ของพวกเขาเพื่อผลิตสร้างสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อ
การดำรงอยู่ของพื้นที่ไม่ต่างอะไรกับสตรีมเมอร์ที่ทำสัญญา
โดยตรงกับ Twitch TV Twitch รู้จัก พันธมิตร Twitch
ผู้ที่ได้รับค่าแรง ดังนั้น พวกเขาจึงสมควรถูกพิจารณาในฐานะ
ของการเป็นแรงงานผู้ไม่ได้รับค่าแรง

กระบวนการใช้แรงงานของแรงงานทั้งที่ได้และ
ไม่ได้รับค่าแรงทำให้เราจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกรอบคิด
ว่าด้วยแรงงาน โดยที่ไม่ใช่การปรับเปลี่ยนแค่เพิ่ม ลด หรือ
ปรับแต่งคุณลักษณะบางประการที่แรงงานต้องมี หากแต่
เป็นการปรับเปลี่ยนกรอบคิดทั้งกรอบคิด กล่าวคือ แรงงาน
ควรถูกพิจารณาในฐานะของความสัมพันธ์ที่ผู้คนมีต่อนายทุน
ซึ่งกำลังใช้แรงงานเพื่อผลิตสิ่งต่างๆ ซึ่งในท้ายที่สุดแล้ว
จะตกเป็นกรรมสิทธิ์ของนายทุน หรือกล่าวอีกอย่างได้ว่า
การพิจารณาว่าใครคือแรงงานควรตั้งประเด็นโดยดูจาก
ความสัมพันธ์ของกระบวนการใช้แรงงานที่พวกเขามีต่อ

นายทุน สิ่งนี้คือคำตอบต่อคำถามข้อที่สอง “กรอบคิดว่าด้วยแรงงานเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรภายใต้พื้นที่ Twitch TV”

สรุป

ข้อเสนอหลักของบทความชิ้นนี้คือ หนึ่ง พื้นที่ Twitch TV เป็นทุนประเภทหนึ่งที่มีนายทุนเป็นเจ้าของ ในแง่หนึ่ง พื้นที่จึงเป็นสิ่งที่ดำรงอยู่บนความสัมพันธ์ทางอำนาจที่ไม่เท่าเทียมระหว่างนายทุนผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ระหว่างผู้มีสิทธิเหนือทรัพย์สินกับแรงงานผู้เป็นแค่ผู้ใช้งาน พื้นที่แห่งนี้จึงมิใช่เป็นเพียงพื้นที่เพื่อความบันเทิง แต่ยังเป็นพื้นที่ของการผลิตซึ่งดอกผลที่เกิดขึ้นจะตกเป็นของนายทุน และนายทุนจะใช้สิ่งเหล่านี้เพื่อผลิตซ้ำให้ทุน (หรือพื้นที่) สามารถดำรงอยู่ต่อไปได้โดยกระบวนการดังกล่าวนี้เป็นส่วนสำคัญในกระบวนการสะสมทุน¹⁰ ของพวกเขา

¹⁰ กระบวนการสะสมทุนเป็นหัวใจสำคัญของระบบทุนนิยม กล่าวอย่างย่อ กระบวนการสะสมทุนคือ การเปลี่ยนมูลค่าส่วนเกินบางส่วนที่เกิดจากกระบวนการใช้แรงงานให้กลายเป็นทุนและเปลี่ยนสิ่งเหล่านี้ให้กลายเป็นส่วนตั้งต้นเพื่อก่อให้เกิดกระบวนการใช้แรงงานครั้งใหม่ (Marx, 2008: 299) (Fuchs, 2016: 183)

สอง การเกิดขึ้นของพื้นที่ Twitch TV หรือพื้นที่ดิจิทัล ส่งผลให้กระบวนการใช้แรงงานเกิดความเปลี่ยนแปลง ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงนี้ กรอบคิดว่าด้วยแรงงานที่ถูกใช้ เพื่อพิจารณาว่าใครเป็นหรือไม่เป็นแรงงานก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนด้วยเช่นกัน แรงงานไม่ใช่สิ่งที่ผูกโยงอยู่กับคุณลักษณะว่าด้วยสถานภาพที่ปราศจากปัจจัยการผลิต ทุนนายทุนควบคุม หรือแม้แต่ได้รับค่าแรงอีกต่อไป แรงงานเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ของผู้คนที่อยู่บนโครงสร้างอำนาจที่ไม่เท่าเทียม เป็นความสัมพันธ์ของผู้คนที่กำลังใช้แรงงานเพื่อผลิตสร้างสิ่งต่างๆ ให้แก่นายทุน ทั้งสตรีมเมอร์ ธรรมดาและผู้ชมต่างก็เป็นตัวอย่างที่สำคัญในการชี้ให้เห็นแง่มุมของแรงงานในรูปแบบดังกล่าว อย่างไรก็ตาม กรอบคิดว่าด้วยแรงงานในรูปแบบนี้ก็ไม่ใช่สิ่งที่สำคัญเฉพาะต่อกรณีแรงงานบนพื้นที่หรือแรงงานในโลกดิจิทัลเท่านั้น หากแต่เป็นกรอบคิดที่สำคัญต่อการพิจารณาแรงงานเป็นการทั่วไป เนื่องจากการเปลี่ยนกรอบคิดว่าด้วยแรงงานไปในทิศทางนี้ ทำให้เราสามารถพิจารณาจนสามารถมองเห็นบรรดาแรงงานที่ไม่ได้รับค่าจ้างจำนวนมหาศาลที่กำลังใช้แรงงาน

ผลิตสิ่งต่างๆ เพื่อให้ทุนสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้¹¹ ไม่ว่าสิ่งเหล่านั้นจะเป็นวัตถุหรือวัตถุก็ตาม ด้วยเหตุดังนี้ ทุนดำรงอยู่ได้ด้วยแรงงานจำนวนมากในสังคมไม่เฉพาะแค่แรงงานที่ได้รับค่าแรงจากนายทุน แต่ยังรวมถึงแรงงานที่ไม่ได้รับค่าแรงด้วย แรงงานคือส่วนประกอบสำคัญของทุน ดังเนื้อเพลง *The Internationale* ที่ปรากฏในตอนต้นของบทความ นอกจากนี้เราก็คอาจมองเห็นว่าในกระบวนการผลิตซ้ำทุน (ซึ่งเป็นหนึ่งในขั้นตอนที่สำคัญของกระบวนการสะสมทุน) ทุนพยายามกระจายอำนาจของตนเข้าไปในสังคมเพื่อทำให้สังคมกลายเป็นดังโรงงานของนายทุน (Cleaver, 2000) (เก่งกิจ, 2560) (Shaviro, 2015) สิ่งนี้คือความพยายามของทุนที่จะดูดกลืนทุก ๆ มิติของพื้นที่ในสังคมให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของทุนซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการดำรงไว้ซึ่งกระบวนการสะสมทุน

¹¹ ความสำคัญของแรงงานที่ไม่ได้รับค่าจ้างและแรงงานที่ไม่ถูกยอมรับว่าสิ่งที่ทำเป็นงานสามารถดูได้จากงานอภิปรายถึงขบวนการเรียกร้องค่าแรงสำหรับงานบ้าน (Federici, 2012) และการหวนกลับมาตีความกรอบคิดว่าด้วยการผลิตซ้ำทางสังคมอีกครั้ง (Bhattacharya, 2017)

บรรณานุกรม

- เก่งกิจ กิติเรียงลาภ. 2560. *Autonomia* ทุนนิยมความรับรู้
แรงงานอวัตถุ และการปฏิบัติของส่วนรวม. กรุงเทพฯ:
Illumination Editions.
- พัชณีย์ คำหนัก. 2548. รูปแบบการต่อสู้ในชีวิตประจำวัน
ของกรรมกรไทย: ศึกษากรณีโรงงานในจังหวัด
สมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการปกครอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รวีวรรณ บุญศิริธรรมชัย. 2548. การเมือง เรื่องช้าง: ศึกษา
กรณีหมู่บ้านตากกลาง ตำบลกะโป อำเภอนาทม
จังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการปกครอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาทร ศรีเกตุ. 2551. เศรษฐกิจการเมืองในกระบวนการ
ผลิตเพลงลูกทุ่งไทย. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการปกครอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bhattacharya, Tithi. 2017. How Not to Skip Class:
Social Reproduction of Labor and the Global
Working Class In Tithi Bhattacharya (ed.),
*Social Reproduction Theory: Remapping
Class, Recentering Oppression*. London:
Pluto Press.

- Braverman, Harry. 1974. *Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century*. New York: Monthly Review.
- Cleaver, Harry. 2000. *Reading Capital Politically*. California: AK Press.
- Edge, Nathan. 2013. "Evolution of the Gaming Experience: Live Video Streaming and the Emergence of a New Web Community," *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communication*, 4(2): 33-39.
- Esportsobserver. 2018. *Most Watched Twitch Content of the Week, January 22-28 2018*. วันที่สืบค้นข้อมูล 5 กุมภาพันธ์ 2561. เข้าถึงได้จาก <https://esportsobserver.com/toptwitch-content-jan-22-28>.
- Federici, Silvia. 2012. *Revolution at Point Zero: Housework, Reproduction, and Feminist Struggle*. Oakland: PM Press.
- Fuchs, Christian. 2016. *Reading Marx in The Information Age*. New York: Routledge.

- Galloway, Alexander R. 2006. *Gaming Essays on Algorithmic Culture*. Minneapolis: The University of Minnesota Press.
- Greenfield, Adam. 2017. *Radical Technologies: The Design of Everyday Life*. New York: Verso.
- Hamilton, A. William., Garretson, Oliver., & Kerne, Android. 2014. “*Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play within Live Mixed Media*.” Paper presented at the 32nd annual ACM conference on Human factors in computing systems, April 26 – May 1.
- Haraway, Donna. 2016. *Manifestly Haraway*. Minneapolis: the University of Minnesota Press.
- Mahanaim. 2018. *Twitch โดแรง! มียอดผู้ชมในเดือนมกราคมสูงแซงหน้าสื่อใหญ่ CNN, MSNBC*. วันที่สืบค้นข้อมูล 26 กุมภาพันธ์ 2561. เข้าถึงได้จาก <https://th.gamegeek.gg/25827/twitch-โดแรง-มียอดผู้ชมในเดือนมกราคมสูงแซงหน้าสื่อใหญ่-cnn-msnbc%C2%A0>.
- Marx, Karl. 2008. *Capital: An Abridged Edition (Oxford World's Classics)*. New York: Oxford University Press.

- Nguyen, Mai-Hanh. 2018. *See how much the top eSports teams, athletes, and their organizations make*. วันที่สืบค้นข้อมูล 13 กุมภาพันธ์ 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.businessinsider.com/top-esports-teams-players-salaries-2018-1>.
- Shaviro, Steven. 2015. *No Speed Limit: Three Essays on Accelerationism*. Minneapolis: University of Minnesota.
- Smith, Tom., Obrist, Marianna & Wright, Peter C. 2013. "Live-Streaming change the (video) game." Paper presented at the 11th European Conference on Interactive TV and Video, June 24-26.
- Superdataresearch. 2018. *Market Brief – 2017 Digital Games & Interactive Media Year in Review*. วันที่สืบค้นข้อมูล 5 กุมภาพันธ์ 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.superdataresearch.com/market-data/market-brief-year-in-review>.
- Twitch TV. 2018a. *Terms of Service*. วันที่สืบค้นข้อมูล 11 พฤศจิกายน 2018. เข้าถึงได้จาก <https://www.twitch.tv/p/legal/terms-of-service>.

Twitch TV. 2018b. *Twitch Affiliate Program*. วันที่
สืบค้นข้อมูล 11 พฤศจิกายน 2018. เข้าถึงได้จาก
<https://affiliate.twitch.tv>.

Twitch TV. 2018c. *Twitch Partner Program*. วันที่
สืบค้นข้อมูล 11 พฤศจิกายน 2018. เข้าถึงได้จาก
<https://www.twitch.tv/p/partners>.

สัมภาษณ์

B (นามสมมติ). สตรีมเมอร์ที่ทำสัญญาโดยตรงกับ Twitch TV.
(5 พฤศจิกายน 2561)

F (นามสมมติ). ผู้ชม Twitch TV. (23 ตุลาคม 2561)

CN (นามสมมติ). ผู้ชม Twitch TV. (26 ตุลาคม 2561)

P (นามสมมติ). สตรีมเมอร์ระดับพันธมิตร. (30 มีนาคม
2562)

Yo (นามสมมติ). ผู้จัดการ Twitch TV ประจำประเทศไทย.
(16 เมษายน 2561)

การบริโภคสินค้าของ แฟนสโมสรฟุตบอล Manchester United (ประเทศไทย)¹

ปัญญวิชญ์ เกระ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษเป็นที่นิยมของแฟนบอลไทยเป็นอย่างมาก การเติบโตของอุตสาหกรรมฟุตบอลอังกฤษส่งผลให้สโมสรชื่อดังอย่าง

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “กระบวนการสู่ความศิวิไลซ์ของแฟนบอลไทยที่เชียร์สโมสรฟุตบอลต่างประเทศ” หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา) คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยได้รับทุนสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์จากโครงการทุนวิจัยมหาบัณฑิต สกว. ด้านมนุษยศาสตร์-สังคมศาสตร์ รุ่นที่ 15 ประจำปีงบประมาณ 2562

Manchester United สโมสรที่มีฉายา “ผีแดง” หรือ “ปีศาจแดง” สนใจเข้ามาแสวงหาทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจในประเทศไทย² Manchester United เข้ามาติดต่อชมรมหวังแชมป์เพื่อเปลี่ยนสถานะชมรมให้เป็นชมรมที่สนับสนุนสโมสรฯ อย่างเป็นทางการ³ (Official Fan Club) การเปลี่ยนสถานะเป็นชมรมที่สนับสนุนสโมสรฯ อย่างเป็นทางการส่งผลให้วัฒนธรรมการบริโภคของแฟนบอลในชมรมเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ แฟนบอลในชมรมหวังแชมป์เริ่มเปลี่ยนวิธีการบริโภคจากการบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ไปสู่

ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้โครงการ
สหศาสตร์ สหศิลป์ กับชีวิตข้ามถิ่น ข้ามแดน ข้ามชาติ โดยมี
รศ.ดร.วสันต์ ปัญญาแก้ว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

² บทความนี้ผู้เขียนจะใช้คำว่า “สโมสรฯ” แทนคำว่า “สโมสร Manchester United” ในบางแห่งเพื่อความสั้นและกระชับของเนื้อหา

³ ชมรมหวังแชมป์คือ นามสมมติของชมรมแฟนบอลไทยที่เชียร์ Manchester United ชมรมก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2537 โดยแฟนบอลที่มีใจรัก Manchester United กลุ่มหนึ่ง ชมรมนี้เป็นพื้นที่ที่แฟนบอลมารวมตัวกันเพื่อชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันผ่านทางโทรทัศน์ และทำกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับสโมสรฯ หนึ่งชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดในบทความนี้ก็เป็นนามสมมติ

การบริโภคลินคัลลิสลิตี⁴ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการบริโภคเริ่มต้นจากกลุ่มแกนนำชมรม จากนั้นจึงกระจายไปสู่แฟนบอลกลุ่มอื่นๆ อย่างแฟนบอลเหนียวแน่นและแฟนบอลขาจร กล่าวอีกอย่างคือ แกนนำชมรมเป็นคณกลุ่มแรกที่ต้องปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการบริโภคเนื่องจากเป็นกลุ่มแฟนบอลที่มีสถานะใกล้ชิดกับสโมสรฯ มากที่สุด พวกเขาต้องทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการกระจายวัฒนธรรมการบริโภคลินคัลลิสลิตีไปสู่แฟนบอลคนอื่นๆ ในชมรม เพื่อช่วยให้สโมสรฯ แสวงหาทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจได้มากขึ้น (หารายได้จากการจำหน่ายสินค้าของสโมสรฯ) การโน้มน้าวโดยแกนนำชมรมจึงยังผลให้แฟนบอลกลุ่มอื่นในชมรมหวังแฮมป์รับเอาวัฒนธรรมการบริโภคลินคัลลิสลิตีไปปฏิบัติ

ถึงแม้ว่าแฟนบอลส่วนมากในชมรมหวังแฮมป์จะหันมาบริโภคลินคัลลิสลิตี แต่ความเข้มข้นในการบริโภคลินคัลลิสลิตีของแฟนบอลแต่ละกลุ่มกลับมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มแฟนบอลที่เข้าถึงการบริโภคได้อย่างเข้มข้นมากที่สุดคือ

4 ลินคัลในบริบทนี้หมายถึงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสโมสร Manchester United เช่น เสื้อผ้า ตัวชมเกมการแข่งขัน ของที่ระลึกต่างๆ รวมไปถึงการทำกิจกรรมร่วมกับสโมสรฯ

แกนนำชมรม รองลงมาคือกลุ่มแฟนบอลเหนียวแน่นและกลุ่มแฟนบอลชาจร ทั้งนี้ระดับความเข้มข้นของการบริโภคที่แตกต่างกันของแฟนบอลแต่ละกลุ่มยังผลให้พวกเขา มีระดับสถานภาพทางสังคมที่ไม่เท่ากัน กล่าวคือ พวกเขาจะมีสถานภาพทางสังคมที่สูงหรือต่ำนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการเข้าถึงการบริโภค ในบริบทนี้เราจึงกล่าวได้ว่ากลุ่มแกนนำชมรมเป็นกลุ่มแฟนบอลที่มีสถานภาพทางสังคมสูงที่สุด ตามมาด้วยกลุ่มแฟนบอลเหนียวแน่นและแฟนบอลชาจรตามลำดับ ปรากฏการณ์นี้ชี้ให้เห็นว่าการบริโภคได้กลายมาเป็นเครื่องมือสำหรับการแสดงสถานภาพทางสังคมของแฟนบอลชมรมห้วงแชมป์

ปีศาจแดงเชื่อมแฟนบอลไทย

ในช่วงเวลาที่ผ่านมาศวรรษที่ผ่านมา ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษเติบโตและได้รับความนิยมจากแฟนบอลชาวไทยเป็นอย่างมาก ผลสำรวจจากนิตาโพลระบุว่า ประชาชนไทยร้อยละ 22.60 ติดตามฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษปี ค.ศ. 2017 (พ.ศ. 2560) และสโมสรที่แฟนบอลชาวไทยชื่นชอบมากที่สุดคือ Manchester United (นิตาโพล, 2560)

การเติบโตและความนิยมฟุตบอลพรีเมียร์ลีก โดยเฉพาะความนิยมสโมสร Manchester United ของแฟนบอลชาวไทยยังสามารถพบได้จากค่าลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดที่เพิ่มสูงขึ้น การจับมือเป็นพันธมิตรระหว่างสโมสรกับบริษัทในไทย และการที่หลากหลายสโมสรชั้นนำรวมถึง Manchester United เข้ามาทำการแข่งขันที่ประเทศไทย

ประการแรก ค่าลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดที่พุ่งสูงขึ้นประเด็นนี้สามารถพิจารณาผ่านประวัติศาสตร์การประมูลลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ จากข้อมูลพบว่าเมื่อปี ค.ศ. 2007-2013 (พ.ศ. 2550-2556) บริษัททิวรีชั่นส์ จำกัด (มหาชน) ผู้ประกอบการโทรทัศน์ผ่านสายเคเบิลทั่วประเทศในเครือบริษัท ทูรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้รับสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่านการจ่ายค่าลิขสิทธิ์เป็นเงินจำนวน 38 ล้านปอนด์ หรือประมาณ 1,800 ล้านบาท สำหรับลิขสิทธิ์ในช่วงปี ค.ศ. 2010-2013 (พ.ศ. 2553-2556) ส่วนช่วงปีถัดมาคือ ค.ศ. 2013-2016 (พ.ศ. 2556-2559) บริษัท เคเบิลไทย โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) หรือซีทีเอช (CTH) ได้จ่ายค่าลิขสิทธิ์เป็นเงินจำนวน 202 ล้านปอนด์ หรือประมาณ 9,900 ล้านบาท ซึ่งเป็นค่าลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษที่แพงเป็นอันดับสองของโลก

โดยมีมูลค่าสูงขึ้นจากเดิมถึง 432%⁵ (ดิษยุตม์, 2561) ส่วนช่วงปี ค.ศ. 2016-2018 (พ.ศ. 2559-2561) (beIN Sports) ชนะการประมูลด้วยการจ่ายค่าลิขสิทธิ์เป็นจำนวน 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณกว่าหนึ่งหมื่นล้านบาท⁶ (Positioning, 2558; Thai PBS, 2558) และปัจจุบัน บริษัท ทูริชัန်းส์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้คว่ำลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษเป็นเวลาสามปี ตั้งแต่ ค.ศ. 2019-2021 (พ.ศ. 2562-2564) แต่มูลค่าการประมูลนั้นไม่ได้เป็นที่เปิดเผย (ไทยรัฐออนไลน์, 2562)

-
- ⁵ ควรกล่าวด้วยว่าข้อมูลแต่ละแห่งไม่ตรงกัน เช่น กรุงเทพธุรกิจ (2559) ระบุว่ามูลค่าลิขสิทธิ์ในช่วงปีดังกล่าวเป็นเงินจำนวนสูงถึงหนึ่งหมื่นล้านบาท ส่วน จะเรียม (2561) ระบุว่ามูลค่าลิขสิทธิ์ในช่วงปีดังกล่าวเป็นเงินจำนวน 1.01 หมื่นล้านบาท
- ⁶ ลิขสิทธิ์ในช่วงปีดังกล่าวมีมูลค่าน้อยกว่าที่ซีทีเอชประมูลไปเมื่อ 3 ปีก่อนประมาณ 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 1,750 ล้านบาท ดังนั้นผู้เชี่ยวชาญจึงคาดการณ์ว่ามูลค่าลิขสิทธิ์ในปี ค.ศ. 2013-2016 น่าจะเป็นเงินจำนวนประมาณหนึ่งหมื่นหนึ่งพันล้านบาท ส่วนมูลค่าลิขสิทธิ์ในปี ค.ศ. 2016-2019 น่าจะเป็นเงินจำนวนประมาณหนึ่งหมื่นล้านบาท

Manchester United ในปี พ.ศ. 2553 2554 และ 2556 ตามลำดับ⁷ (ไทยรัฐออนไลน์, 2553; ไทยรัฐออนไลน์, 2556ข; MGR Online, 2558)

ประการสุดท้าย การที่หลากหลายสโมสรเข้ามาทำการแข่งขันที่ประเทศไทย เมื่อกลางปี พ.ศ. 2556 สโมสรฟุตบอลชื่อดังจากทวีปยุโรปเข้ามาทำการแข่งขันในประเทศไทยหลายสโมสรประกอบด้วย Manchester United ลิเวอร์พูล เชลซี และบาร์เซโลนา⁸ ทั้งนี้จะพบว่า 3 ใน 4 สโมสรข้างต้นเป็นสโมสรที่ลงเล่นในพรีเมียร์ลีกอังกฤษ มีเพียงสโมสรบาร์เซโลนาเท่านั้นที่ลงเล่นอยู่ในลา ลีกา ลีก ประเทศสเปน การที่สโมสรต่างๆ เดินทางมาทำการแข่งขันในประเทศไทยยังมีความเชื่อมโยงกับการที่สโมสรเป็นพันธมิตรกับบริษัทในประเทศไทย อาทิ บริษัทพันธมิตรอย่างสิงห์ คอร์เปอเรชั่นได้เป็นผู้จัดการแข่งขันให้กับสโมสร Manchester United และเชลซี เพื่อฉลองครบรอบ 80 ปี บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด (ปี บางปะกง, 2556)

⁷ ปัจจุบันบริษัทบางแห่งมิได้เป็นพันธมิตรกับสโมสร Manchester United แล้ว

⁸ อันที่จริงแล้วในปี พ.ศ. 2556 สโมสรเรอัล มาดริดก็เกือบได้เข้ามาทำการแข่งขันที่ประเทศไทย (ไทยรัฐออนไลน์, 2556ก)

แนวโน้มของการเติบโตและความนิยมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษที่กล่าวมาข้างต้นมีส่วนกระตุ้นให้ Manchester United สนใจแสวงหาทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจในประเทศไทยมากขึ้น ดังนั้นสโมสรฯ จึงต้องหาดักลาสที่มีศักยภาพมากพอที่จะช่วยสโมสรฯ แสวงหาทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อเชื่อมโยงสโมสรฯ กับแฟน Manchester United ในประเทศไทย ทำให้ในปี พ.ศ. 2556 (ซึ่งเป็นปีที่ค่าประมูลลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์และเป็นปีที่หลากหลายสโมสรเดินทางเข้ามาทำการแข่งขันที่ประเทศไทย) Manchester United ได้ทำการรับรองสถานะให้ชมรมหวั่งแชมป์เป็นชมรมที่สนับสนุนสโมสรฯ อย่างเป็นทางการ นี่จึงทำให้ชมรมหวั่งแชมป์เป็นชมรมแรกและชมรมเดียวในประเทศไทยที่สนับสนุน Manchester United อย่างเป็นทางการ⁹

⁹ ชมรมหวั่งแชมป์มีศักยภาพมากพอที่จะช่วยสโมสร Manchester United ทหารายได้ในประเทศไทย เนื่องจากชมรมเป็นศูนย์รวมของแฟนบอลพันธุ์แท้และเป็นกลุ่มแฟนบอลที่มีเครือข่ายกว้างขวาง เช่น การมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องร่วมกับบริษัทพันธมิตรของ Manchester United อาทิ ลิงห์ คอร์เปอเรชั่น เอพี ฮอนด้า และธนาคารกรุงศรีอยุธยา การมีทีมงานชมรมเป็นทั้งนักแปลและคอลัมนิสต์ให้กับนิตยสาร Inside United ฉบับภาษาไทย การมี

ภายหลังจากที่ชมรมหวังแชมป์กลายเป็นชมรมที่สนับสนุนสโมสรฯ อย่างเป็นทางการ Manchester United ได้กลายมาเป็นตัวแสดงที่มีอำนาจในการโน้มน้าวและกระจายวัฒนธรรมการบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ให้กับชมรมกล่าวโดยนัยได้ว่า Manchester United มีส่วนทำให้ชมรมหวังแชมป์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มแกนนำชมรมต้องปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการบริโภคจากเดิมที่บริโภคสินค้าผิดลิขสิทธิ์ไปสู่การบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ เพื่อเป็นต้นแบบในการกระจายวัฒนธรรมการบริโภคดังกล่าวสู่แฟนบอลชาวไทยในลำดับถัดไป

เว็บไซต์อย่างเป็นทางการในการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมของชมรมและของสโมสรฯ และการมีผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ต่อวันในจำนวนมาก เป็นต้น



ภาพที่ 1 จดหมายแสดงความยินดีที่ Manchester United
ส่งมาหลังจากชมรมหวังแฮมป์มีสถานะเป็นชมรม
ที่สนับสนุนสโมสรอย่างเป็นทางการ
(ผู้เขียนขอขอบคุณรูปภาพจากเว็บไซต์ชมรมหวังแฮมป์)

การกระจายวัฒนธรรมการบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ สู่แฟนบอลชาวไทย

ภายหลังจาก Manchester United รับรองสถานะชมรมอย่างเป็นทางการให้กับชมรมหวังแชมป์วัฒนธรรมการบริโภคของแฟนบอล โดยเฉพาะแกนนำชมรมได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ แกนนำชมรมถูกไถ่ถอนจากสโมสรฯ ให้เปลี่ยนรูปแบบการบริโภคจากเดิมที่บริโภคสินค้าผิดลิขสิทธิ์ไปสู่การบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ เนื่องจากการบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์จะทำให้สโมสรฯ ได้รับทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจที่มาจากการจำหน่ายสินค้าของสโมสรฯ¹⁰ ลำดับถัดไปผู้เขียนจะฉายภาพว่าชมรมหวังแชมป์มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการบริโภคโดยพิจารณาจาก หนังสือสัญญา¹¹ หนังสือประวัติชมรม

¹⁰ แกนนำชมรมเป็นแฟนบอลกลุ่มแรกที่เปลี่ยนมาบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับสโมสรฯ และจำเป็นต้องปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างให้กับแฟนบอลกลุ่มอื่น

¹¹ หนังสือสัญญาเป็นเอกสารที่ Manchester United ระบุนโยบายและกฎกติกาเพื่อให้ชมรมหวังแชมป์ดำเนินการ อีกทั้งยังระบุสิทธิพิเศษที่ชมรมหวังแชมป์จะได้รับหากมีสถานะเป็นชมรมที่สนับสนุนสโมสรฯ อย่างเป็นทางการ

หวังแชมป์¹² การโน้มน้าวโดยบริษัทพันธมิตรของสโมสรฯ และการนำเสนอเนื้อหาโดยแกนนำชมรมหวังแชมป์¹³

ประการแรก หนังสือสัญญาเราจะพบว่า Manchester United ใช้ชมรมหวังแชมป์เป็นตัวกลางเพื่อกระตุ้นแฟนบอลชาวไทยสมัครเป็นสมาชิกกับสโมสรฯ (Official Member) และส่งเสริมให้แฟนบอลชาวไทยเดินทางไปชมเกมการแข่งขันฟุตบอลที่ประเทศอังกฤษ ในขั้นแรก สโมสรฯ ต้องการให้ชมรมหวังแชมป์กระตุ้นให้แฟนบอลสมัครเป็นสมาชิกกับสโมสรฯ จำนวนอย่างน้อย 50 คน (หรือการหาตัวปี 50 คน) ก่อนเปิดฤดูกาลหรือก่อนเดือนสิงหาคมของแต่ละปี¹⁴

12 หนังสือประวัติชมรมหวังแชมป์คือเอกสารที่ระบุประวัติและกิจกรรมของชมรมหวังแชมป์

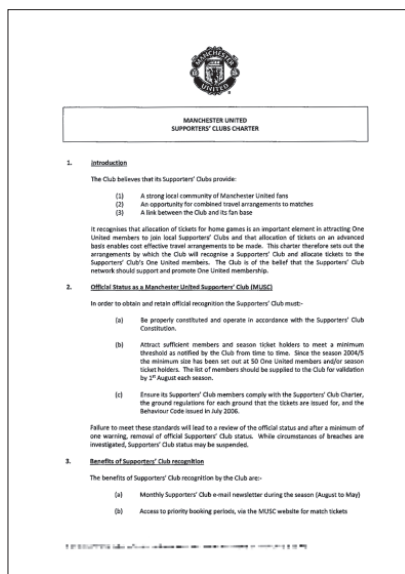
13 แกนนำชมรมหวังแชมป์มีทั้งหมดสามคนได้แก่ พี่ป้อง พี่เต้ และพี่แดง 1) พี่ป้อง อายุ 38 ปี ดำรงตำแหน่งประธานชมรม 2) พี่เต้ อายุ 42 ปี ดำรงตำแหน่งเหรัญญิกทำหน้าที่ดูแลบัญชีชมรม 3) พี่แดง อายุ 35 ปี ดำรงตำแหน่งเลขานุการชมรม ทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารกับ Manchester United

14 แฟนบอลที่เป็นสมาชิกกับสโมสรฯ ต้องทำการสมัครสมาชิกโดยตรงผ่านทางสโมสรฯ ซึ่งแต่ละแพ็คเกจมีราคาแตกต่างกันออกไป ราคาแพ็คเกจสมาชิกผู้ใหญ่จะอยู่ที่ 20 และ 32 ปอนด์ (ราคาในฤดูกาล 2018/2019) ทั้งสองแพ็คเกจเข้าถึงสิทธิที่ทางสโมสรฯ มอบให้เหมือนกัน เช่น การได้รับตั๋วเข้าชมการแข่งขันนัดเหย้าในราคา 2,500 บาท หรือได้รับส่วนลดเมื่อเยี่ยมชม

ยิ่งไปกว่านั้น สโมสรฯ ยังส่งเสริมให้แฟนบอลชาวไทยชมเกมการแข่งขันของสโมสรฯ ผ่านการจัดสรรโควตาตัวที่นั่งให้กับแฟนบอลที่สมัครเป็นสมาชิกสโมสรฯ โดยชมรมจะได้รับโควตาตัว 1 ใบ ต่อสมาชิก 10 คน (หากชมรมมีสมาชิกจำนวน 100 คน ชมรมจะได้รับโควตาตัวที่นั่งมากที่สุดจำนวน 10 ใบต่อหนึ่งแมตช์การแข่งขัน)¹⁵

พิพิธภัณฑหรือสนามฟุตบอล อย่างไรก็ตาม สองแพ็กเกจนี้ต่างกันตรงที่แพ็กเกจหลังมีของที่ระลึกจากสโมสรฯ ประกอบไปด้วยผ้าพันคอ ที่เปิดขวด หมวกไหมพรม ปากกา เข็มกลัด ที่รองแก้ว ฯลฯ โดยของที่ระลึกจะแตกต่างกันไปในแต่ละฤดูกาล ทั้งนี้แฟนบอลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกับสโมสรฯ ก็สามารถเข้าร่วมกิจกรรมที่ชมรมจัดขึ้นได้เพียงแต่บางครั้งสิทธิ์ในการร่วมลุ้นรับรางวัลพิเศษมักถูกสงวนไว้แค่สมาชิกสโมสรฯ เท่านั้น

- ¹⁵ ควรกล่าวเพิ่มเติมว่า 1) ฤดูกาล 2018/2019 โควตาบิกแมตช์แบ่งออกเป็น A1 และ A2 กลุ่ม A1 คือแมตช์ระหว่างทอตนัมฮอตสเปอร์ อาร์เซนอล และลิเวอร์พูล ได้โควตา 1 ต่อ 13 (นับจากจำนวนสมาชิกสโมสรที่ลงทะเบียนกับชมรมภายใน 31 กรกฎาคม 2561) ซึ่งรวมทั้งสิ้น 25 ใบต่อ 1 แมตช์ ส่วนกลุ่ม A2 คือ แมตช์ระหว่างแมนเชสเตอร์ซิตี เชลซี และคาร์ดิฟฟ์ ซิตี้ (แมตช์สุดท้ายในบ้าน) ได้โควตา 1 ต่อ 15 ต่อ 1 แมตช์ (นับจากจำนวนสมาชิกสโมสรที่ลงทะเบียนกับชมรมภายใน 31 มกราคม 2562) ซึ่งรวมทั้งสิ้น 29 ใบ ส่วนแมตช์นอกเหนือจากนี้ไม่มีโควตาที่นั่งจำกัด อย่างไรก็ตาม ชมรมหวังแฮมป์ยังมีตั๋วปี (Season Ticket) อีกจำนวน 2 ใบ ซึ่งทำให้มีโควตา



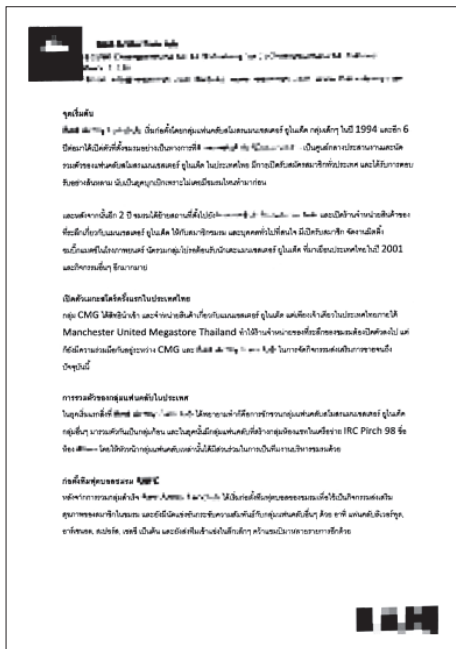
ภาพที่ 2 หนังสือสัญญาที่ระบุเนื้อหาเกี่ยวกับ การสมัครสมาชิกกับ Manchester United

แต่ละแมตช์เพิ่มขึ้น 2 ที่นั่งรวมถึงบอลด้วยอีกด้วย (ผู้เขียน ขอขอบคุณข้อมูลจากกลุ่มเฟซบุ๊กชมรมหัวงแฮมป์) 2) แฟนบอล ที่สมัครสมาชิกกับสโมสรฯ จะได้รับสิทธิพิเศษมากมายโดยเฉพาะ อย่างยิ่งการการันตีตัวเข้าชมการแข่งขัน ในราคา 2,500 บาทต่อใบ (หากซื้อตัวผ่านสโมสรฯ จะต้องจ่ายในราคาประมาณ 1,800 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ถูกลงกว่า อย่างไรก็ดีตาม โอกาสได้ตัวจะยากมาก เนื่องจากต้องเข้ากระบวนการรอคิวและระบบลุ่มกับสโมสรฯ) (สัมภาษณ์ฟ้บอง 27 ตุลาคม 2561)

ประการที่สอง หนังสือประวัติชมรมหวังแชมป์
หลักฐานชิ้นนี้ระบุว่าชมรมหวังแชมป์เคยมีร้านจำหน่าย
สินค้าที่เกี่ยวข้องกับ Manchester United แบบผลิตลิขสิทธิ์
แต่ปัจจุบันร้านค้าได้ปิดตัวลงไปแล้ว¹⁶ การปิดร้านขายสินค้า
ผลิตลิขสิทธิ์ลงเป็นหลักฐานชิ้นแรกๆ ที่แสดงให้เห็นว่าแกนนำ
ชมรมเริ่มหันไปบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ กล่าวคือ ภายหลังจาก
ที่แกนนำชมรมปิดร้านค้าลงพวกเขาได้หันมาสนับสนุน
ร้านเมกา สโตร์ ไทยแลนด์ ซึ่งเป็นร้านขายสินค้าลิขสิทธิ์
ของสโมสรฯ เพื่อแลกกับการได้รับของสมนาคุณตอบแทน
สถานการณ์นี้ทำให้ตีความได้ว่าแกนนำชมรมต้องปรับเปลี่ยน
วัฒนธรรมการบริโภคที่จากเดิมบริโภค (และจำหน่าย) สินค้า
ผลิตลิขสิทธิ์มาสู่การเป็นผู้บริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ อันเป็น
ผลมาจากการมีปฏิสัมพันธ์กับร้านเมกา สโตร์ ไทยแลนด์
ที่เปรียบเสมือนเครือข่ายหรือตัวแสดงของ Manchester
United กระนั้นก็ควรกล่าวไว้ด้วยว่าการมีปฏิสัมพันธ์ของ
ทั้งสองฝ่ายเกิดขึ้นก่อนปี พ.ศ. 2556 ซึ่งเป็นปีที่ชมรม
หวังแชมป์ได้รับการรับรองสถานะให้เป็นชมรมที่สนับสนุน
สโมสรฯ อย่างเป็นทางการ

¹⁶ ร้านค้าปิดตัวลงเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2545-2546 (สัมภาษณ์
พี่ป๋อง 27 ตุลาคม 2561)

[เดิมทีชมรมมีร้าน] “ขายของที่แบบไม่ได้มี
ลิขสิทธิ์ [เป็น] ของมาจากจีน [ของ] พวกนี้
มันจะไม่ใช้ของลิขสิทธิ์ พวกแกว่ะใช้อย่างนี้
กระป๋องอย่างนี้ มีบางอย่างที่ลิขสิทธิ์ก็พวก
นาฬิกา โมเดล ถุงเท้า... แหมนัช ยูไนเต็ดชอป
[เมกา สโตร์ ไทยแลนด์] ขึ้นมา [เปิดตัว]
ก็ต้องปิดเพราะว่าเราไปขายของเขาไม่ได้...
ที่มงาน [เมกา สโตร์ ไทยแลนด์] เขาให้ของ...
เขาโละสต็อกมาแจก เป็นพวกพวกกุญแจ
พวกของสะสมแหมนัช ยูไนเต็ด... ของที่เขาโละทิ้ง
แบบว่า... เหมือนฤดูกาลใหม่อย่างนี้ เขาก็โละ
ของเก่าออกมา มาเซลส์บ้าง มาอะไรบ้าง
บางที่เขาก็ให้มาแจก” (สัมภาษณ์ฟ็อง
27 ตุลาคม 2561)



ภาพที่ 3 หนังสือประวัติชมรมหวังแฮมป์
 ที่เผยให้เห็นถึงการปิดตัวลงของร้านค้าชมรมหวังแฮมป์

ประการที่สาม การโน้มน้าวโดยบริษัทพันธมิตรของ Manchester United บริษัทพันธมิตรของสโมสรฯ มีส่วนโน้มน้าวให้ชมรมหวังแฮมป์บริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ ยกตัวอย่างเช่น บริษัทพันธมิตรอย่างธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่มอบเสื้อลิขสิทธิ์สโมสรฯ พร้อมลายเซ็นนักเตะและใบรับรองเพื่อเป็นของรางวัลที่ระลึกให้แก่ชมรมหวังแฮมป์ โดยแกนนำ

ชมรมมักจะนำของรางวัลพิเศษมอบให้กับแฟนบอลผู้โชคดีจากการเล่นเกมชิงรางวัลเมื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ กับชมรม¹⁷

“ธนาคารกรุงศรีฯ เขาก็เป็นสปอนเซอร์แมนฯ
อยู่ในเต็ดยู่ ทำบัตร [เครดิตและเดบิต] ลายแมนฯ
อยู่ในเต็ดยู่... เขาก็จะให้ของมาแจก... พวกของ
รางวัลใหญ่ ๆ พวกเสื้อพร้อมลายเซ็นอะไร
พวกนี้” (สัมภาษณ์ฟ็อง 27 ตุลาคม 2561)

ประการสุดท้าย การนำเสนอเนื้อหาโดยแกนนำชมรมหวังแชมป์ การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการบริโภคของแฟนบอลเหนียวแน่นและแฟนบอลขาจรในชมรมส่วนหนึ่งเกิดจากการนำเสนอเนื้อหาโดยแกนนำชมรม¹⁸ การนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่มักอยู่ในช่องทางออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ และยูทูบ เนื้อหาส่วนใหญ่มักสอดแทรกวัฒนธรรม

¹⁷ นอกจากบริษัทพันธมิตรอย่างธนาคารกรุงศรีอยุธยายังมีบริษัทพันธมิตรของสโมสรฯ อีก เช่น Gulf หรือ Chivas Regal ที่มอบสินค้าถูกลิขสิทธิ์ให้กับชมรมหวังแชมป์ โดยสินค้าส่วนใหญ่ มักเป็นเสื้อลิขสิทธิ์สโมสรฯ

¹⁸ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์เริ่มเข้มข้นขึ้นหลังจากชมรมได้รับการรับรองสถานะให้เป็นชมรมที่สนับสนุนสโมสรฯ อย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2556

การบริโภคลินคัลลิตี ยกตัวอย่างเช่น การส่งเสริมให้แฟนบอลสมัครสมาชิกและชมการแข่งขันที่ประเทศอังกฤษ การแนะนำลินคัลลิตีส์โมสรฯ การนำเสนอของสะสมที่ระลึก การทำกิจกรรมพบปะนักเตะ (Meet and Greet) การต้อนรับนักเตะ การแนะนำขั้นตอนการเตรียมตัวเพื่อชมฟุตบอลที่ประเทศอังกฤษ หรือการถ่ายทอดสดบรรยากาศภายในสนาม Old Trafford ที่เป็นสนามเหย้าของ Manchester United เป็นต้น

“[การทำให้แฟนบอลรู้จักสโมสร] มันจุดประสงค์ของเราอยู่แล้ว เราอยากทำอะไรที่มันเกี่ยวกับสโมสรฯ ไปก่อน [นักสะสม] พวกนั้นก็มาจากคอนเนกชั่นที่คิดว่าพวกนี้เป็นอะไรที่น่าสนใจ คนรู้ในวงแคบไป” (สัมภาษณ์พี่เต้ 30 มีนาคม 2562)

สืบเนื่องจากข้างต้นจะพบว่า Manchester United พยายามแสวงหาทรัพยากรเชิงเศรษฐกิจในไทยผ่านการโน้มน้าวให้แฟนบอลชมรมหวังแชมป์หันมาบริโภคลินคัลลิตี โดย (แกนนำ) ชมรมจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการกระจายวัฒนธรรมการบริโภคดีงกล่าวไปสู่แฟนบอลชาวไทยต่อไป การบริโภคลินคัลลิตียังมีนัยสำคัญ

เนองจากมันช่วยให้แฟนบอลสามารถแสดงและปรับเปลี่ยนสถานภาพทางสังคมของตนได้ อยางไรก็ดี แฟนบอลชมรมหวังแชมป์แต่ละกลุมกลับมีสถานภาพทางสังคมอยูในระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากระดับความเข้มข้นของการบริโภคที่ไม่เท่ากันของแฟนบอลแต่ละกลุม



ภาพที่ 4 เสื้อ Manchester United ถูกฉลึงสิทธิ์
ที่เป็นจอรรางวัลที่ระลึกสำหรับแฟนบอล

แกนนำชมรม: การบริโภคน้ำตาลเพื่อให้ได้รับการยอมรับจาก Manchester United

แกนนำชมรมบริโภคน้ำตาลลิขลิทธิในระดับที่เข้มข้นกว่าแฟนบอลกลุ่มอื่นด้วยเหตุที่แกนนำชมรมเป็นกลุ่มแฟนบอลที่มีความใกล้ชิดกับสโมสรฯ มากที่สุด การเข้าถึงการบริโภคที่เข้มข้นกว่าของแกนนำชมรมจึงมีส่วนให้พวกเขาได้รับการยอมรับให้เป็นส่วนหนึ่งของสโมสรฯ และมีสถานภาพทางสังคมที่เหนือกว่าแฟนบอลกลุ่มอื่นในชมรม¹⁹ ทั้งนี้เราจะพบว่าแกนนำชมรมบริโภคน้ำตาลลิขลิทธิอย่างเข้มข้นและสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็น การพบกับประสบการณ์ใหม่หรือการได้รับสิทธิพิเศษจากสโมสรฯ²⁰

¹⁹ การเป็นผู้จัดการชมรมและการมีเครือข่ายทางสังคมกว้างขวางก็เป็นเงื่อนไขที่ทำให้แกนนำชมรมมีสถานภาพทางสังคมเหนือกว่าแฟนบอลกลุ่มอื่น อย่างไรก็ตาม ประเด็นข้างต้นไม่สามารถอภิปรายได้ในบทความนี้

²⁰ แกนนำชมรมหวังแชมป์เข้าถึงการบริโภคที่เข้มข้นกว่าแฟนบอลกลุ่มอื่นเนื่องจากแกนนำชมรมเป็นผู้ติดต่อสื่อสารกับสโมสร Manchester United โดยตรง อีกทั้งเราควรกล่าวด้วยว่าการถูกยอมรับให้เป็นส่วนหนึ่งของสโมสรฯ เกิดขึ้นจากความต้องการของแกนนำชมรม กล่าวอีกอย่างคือ แกนนำชมรมต้องการถูกยอมรับให้เป็นส่วนหนึ่งของสโมสรฯ ดังนั้นพวกเขาจึงเลือกที่จะบริโภคน้ำตาลลิขลิทธิอย่างเข้มข้นเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว

แกนนำชมรมพบกับประสบการณ์ใหม่หลากหลายรูปแบบ เช่น การประชุมร่วมกับเจ้าหน้าที่สโมสรฯ และการได้ยินเสียงประกาศชื่อระหว่างพักชมการแข่งขัน ประสบการณ์แรกคือ การประชุมร่วมกับกัปตันสโมสรฯ ที่จัดขึ้นในสถานที่พิเศษอย่าง VIP Box ที่ตั้งอยู่สนาม Old Trafford ซึ่งทำให้แกนนำชมรมตื่นเต้นกับสถานที่และบรรยากาศของพื้นที่พิเศษ

“มันมีอยู่ทริปหนึ่งเจ้าหน้าที่ Marketing ดูแลฝ่ายการตลาด เขาติดต่อเข้ามา แล้วก็ให้เข้าไปคุยในสโมสรฯ วันธรรมดา แล้วห้องที่จัดมีตั่งเตียง ห้องที่คุยกับเขามันเป็นห้อง VIP Box ที่ปกติให้แบบคนเสียเงินรายปี เราก็ได้เข้าไปคุยกับเขาในห้องนั้น อันนั้นอะตื่นเต้นจริง คือมันเหมือนกับว่าไม่ได้ตื่นเต้นกับการคุยกับคน [เจ้าหน้าที่สโมสรฯ] แต่มันตื่นเต้นกับสถานที่กับประสบการณ์ที่แบบว่า... คือมันเหมือนกับแบบตื่นเต้นกับประสบการณ์ใหม่ ๆ มันเหมือนกับว่าไม่ได้ตื่นเต้นกับการคุยกับคน” (สัมภาษณ์พี่เต้ 30 มีนาคม 2562)

อีกประสบการณ์หนึ่งคือ การได้ยินเสียงประกาศชื่อที่สนาม Old Trafford เหตุการณ์นี้เกิดขึ้นระหว่างช่วงพักครึ่งการแข่งขันเมื่อครั้งที่แกนนำชมรมชมการแข่งขันที่ประเทศอังกฤษครั้งแรก โดยแกนนำชมรมรู้สึกตื่นเต้นเมื่อได้ยินโฆษกสนามประกาศรายชื่อตนและสมาชิกชมรมแต่ละประเทศที่เข้ามาชมการแข่งขันนัดดังกล่าว

“ไปครั้งแรกคิดดูดี นั้ๆ อยู่อย่างนี้ พักครึ่งโฆษกสนามประกาศชื่อเราสามคน หึ้ย! โคตรตื่นเต้นเลย พอหลังๆ ไปก็เออ... แม่ก็ประกาศไปอย่างนั้นแหละ แรกๆ ก็ตื่นเต้นใจ หลังๆ ก็ [ประกาศ] อีกแล้ว” (สัมภาษณ์พี่เต้ 30 มีนาคม 2562)

ในส่วนของการได้รับสิทธิพิเศษจากสโมสรฯ พบว่าแกนนำชมรมได้รับสิทธิพิเศษสองประเภทคือ สิทธิพิเศษทางตรงและสิทธิพิเศษทางอ้อม สิทธิพิเศษทางตรงเป็นสิทธิที่สโมสรฯ เชียนไว้อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรในหนังสือสัญญา และ แบบร่างก่อตั้งชมรม²¹ สิทธิพิเศษ

²¹ แบบร่างก่อตั้งชมรมคือ เอกสารที่ Manchester United ระบุนโยบายและกฎกติกาเพื่อให้ชมรมหวังแชมป์ปฏิบัติตาม

ที่แค้นนำชมรมได้รับมีมากมาย อาทิ การได้รับข่าวสารรายเดือนช่วงเปิดฤดูกาล (เดือนสิงหาคมถึงเดือนพฤษภาคม) การได้สิทธิเข้าร่วมสัมมนาในกลุ่มแฟนบอลทุกสองปีที่สนาม Old Trafford การมีชื่อของชมรมปรากฏอยู่ในหนังสือรายปีของสโมสรฯ (Year Book)²² และการมีสิทธิถูกเสนอชื่อเป็นตัวแทนสมาคมกลุ่มแฟนบอล Manchester United

ส่วนสิทธิพิเศษทางอ้อมเป็นสิทธิที่แค้นนำพลอยได้รับหรือได้จากการร้องขอกับสโมสรฯ ยกตัวอย่างเช่น การที่สโมสรฯ เสนอให้แค้นนำชมรมถ่ายรูปพร้อมกับกับอดีตนักเตะหรือการเข้าถึงระบบไมโครไซต์ (Microsite) ที่เป็นระบบหลังบ้านที่มีไว้สำหรับทำรายการระหว่างแค้นนำชมรมกับสโมสรฯ เช่น การจองและจ่ายเงินค่าตั๋วชมเกมการแข่งขันให้กับแฟนบอล เป็นต้น

²² หนังสือรายปีคือหนังสือรวบรวมผลงานสโมสรฯ ตลอดช่วงฤดูกาลที่ผ่านมา ประกอบด้วยผลการแข่งขัน ตารางคะแนน รวมถึงข่าวสารเกี่ยวกับทีมชุดเล็ก ในท้ายหนังสือจะมีรายชื่อกลุ่มแฟนคลับผู้สนับสนุนสโมสรฯ อย่างเป็นทางการปรากฏอยู่

“มันเป็นอะไรที่มัน Exclusive มาก เพราะว่าส่วนใหญ่เขาให้แต่แขก VIP แล้วอันนี้คือแบบ... เขาก็เรียกร็อบบี้ [Bryan Robson] มา ก็ไปถ่ายรูปข้างสนามกับร็อบบี้... รูปที่ถ่ายกับร็อบบี้ [สโมสกร ก็เอา] ไปลง Yearbook” (สัมภาษณ์พี่เต้ 30 มีนาคม 2562)

มากกว่านั้น แคนนำชมรมยังเป็นผู้ริโภคอย่างเข้มข้น และมีความใกล้ชิดกับสโมสกร ผ่านการได้รับสิทธิพิเศษหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น การขอลายเซ็นนักเตะ การเข้าชมสนามซ้อม การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สโมสกร หรือการจัดทัวร์พิเศษสำหรับชมรมโดยเฉพาะ

“เวลาเราไปทัวร์ไปอะไรอย่างนี้ ขอ [อะไร] เขาก็ให้นะ... ขอเข้าห้อง ห้องแบบห้องวีไอพีของนักเตะ เขาก็จะมีพวกของสะสมของนักเตะอะไรอย่างนี้มาให้ดู” (สัมภาษณ์พี่ป๋อง 27 ตุลาคม 2561)

จะฉายภาพว่าแฟนบอลเหนียวแน่นบริโภคลินคอล์นลิทธีหลากหลายรูปแบบ เช่น การซื้อตั๋วชมเกมการแข่งขัน การร่วมกิจกรรมพบปะนักเตะ การสวมเสื้อลิทธีส์สโมสร รวมไปถึงการอุทิศตนทำงานร่วมกับชมรมหวังแชมป์²³

ประการแรก การซื้อตั๋วชมเกมการแข่งขัน เมื่อปี พ.ศ. 2556 แฟนบอลเหนียวแน่นต้องการกลับไปชมเกมการแข่งขันของสโมสร ที่ประเทศอังกฤษอีกครั้ง ดังนั้นเขาจึงต้องหาช่องทางซื้อตั๋วชมการแข่งขันในราคาถูก ซึ่งนี่เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เขารู้จักและทำการติดต่อซื้อตั๋วชมเกมการแข่งขันกับชมรมหวังแชมป์เป็นครั้งแรก

“มันต้องมีวิธีที่ซื้อตั๋วยากกว่านี้ล่ะวะ ก็เลย Google หา ดู มันก็แบบ อ้าว! เรามีชมรมนี้ด้วยหรอวะ แล้วก็เพิ่งรู้ว่าจริง ๆ Follow เฟซบุ๊กของชมรมนี้มานานแล้ว แล้วก็เพิ่งรู้

²³ ฟีชี หนู่มวัย 31 ปีคือ ชายหนุ่มผู้หลงรัก Manchester United มาเป็นเวลายาวนานกว่ายี่สิบปี ปัจจุบันเขาเป็นหนึ่งในแฟนบอลเหนียวแน่นที่สังกัดชมรมหวังแชมป์ เนื่องด้วยเขาเป็นสมาชิกชมรมยาวนานมากกว่า 7 ปี อีกทั้งยังคอยเข้าร่วมกิจกรรมกับชมรมและสโมสร อย่างต่อเนื่อง รวมถึงในบางโอกาสเขายังช่วยงานภายในชมรม เช่น การเป็นช่างภาพและการออกแบบเกมสำหรับเล่นเพื่อชิงของรางวัล เป็นต้น

มันมีสิทธิพิเศษในการซื้อตั๋วอะไรอย่างนี้ได้
ก็แบบ เออมันเป็นอีกวิธีหนึ่งที่เราจะได้ไปดูบอล
แบบไม่ต้องไปลุ้นซื้อตั๋วผี” (สัมภาษณ์พีซี
8 ธันวาคม 2561)

ประการที่สอง การร่วมกิจกรรมพบปะนักเตะ
การที่แฟนบอลเหนียวแน่นเข้าร่วมกิจกรรมพบนักเตะ
Manchester United พร้อมกับชมรมหวังแชมป์สะท้อนให้
เห็นอย่างชัดเจนว่าเขากำลังถูกแกนนำโน้มน้าวให้กลายเป็น
แฟนบอลที่ต้องบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์อย่างเข้มข้น

“Meet and Greet เคยไปสักสองสามงานมั้ง
ตอนที่ Teddy Sheringham ที่นั่ง Mikaël
Silvestre, Bryan Robson... Silvestre น่าจะ
สองที่ด้วยมั้ง ครึ่งสุดท้ายน่าจะตอน Teddy
Sheringham ที่ไปที่แจ้งวัฒนะตอนนั้น”
(สัมภาษณ์พีซี 8 ธันวาคม 2561)

ประการที่สาม การสวมเสื้อลิขสิทธิ์สโมสร แฟนบอล
เหนียวแน่นเคยกล่าวกับผู้เขียนว่าเขาจำเป็นต้องสวมเสื้อ
ลิขสิทธิ์สโมสร มาร่วมกิจกรรมกับชมรมหวังแชมป์ เนื่องจาก
เขาจะรู้สึกอายหากสวมเสื้อผิดลิขสิทธิ์มาทำกิจกรรม

ร่วมกับชมรมหวังแชมป์ ประเด็นนี้สะท้อนว่าการบริโภคสินค้าผิดลิขสิทธิ์เป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยงเมื่อมีปฏิสัมพันธ์กับชมรมหวังแชมป์ กล่าวอีกอย่างคือ มาตรฐานของชมรมหวังแชมป์คือการที่แฟนบอลต้องบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์

“ที่บ้านพี่ก็ไม่ได้มีแต่เสื้อแท้อย่างเดียว คือมันก็มีเสื้อปลอม บางตัวแม่หาเสื้อแท้ไม่ได้แล้ว แต่คืออยากเก็บ... ไม่กล้าใส่ไปนะเว้ย ไม่กล้าใส่ [เสื้อปลอม] ไปนะ พี่ว่าคนในชมรมแม่งดูออก... มันดูออกเว้ย ฉะนั้นเราไม่กล้าใส่เสื้อปลอมไปแน่ๆ เว้ย” (สัมภาษณ์พี่ซี 8 ธันวาคม 2561)



ภาพที่ 6 แฟนบอลเหยี่ยวแพน (จวาสุด)
สวมเสื้อลิขสิทธิ์มาร่วมกิจกรรมประชุมประจำปี 2561

ประการสุดท้าย การอุทิศตนทำงานเพื่อชมรมหวัง
แชมป์ นอกเหนือจากการบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์แฟนบอล
เหนียวแน่นยังอุทิศตนเพื่อช่วยกิจกรรมชมรม ไม่ว่าจะเป็น
การถ่ายภาพระหว่างทำกิจกรรม การออกแบบเกมสำหรับ
เล่นเพื่อชิงรางวัล หรือการประชุมวางแผนร่วมกับแกนนำ
ชมรม

“อย่างเขาหาคนไปช่วยงาน เราก็เสนอตัวไป
ก็ไปช่วยงานเขา เขาก็ไวใจ ก็นั่นแหละ
เขาประชุม เราก็ไปช่วยทำงาน... พวกเกม
อะไรต่างๆ ก็เป็นคนช่วยคิดกันนะ อย่างพี
ก็ทำเกมเกมหนึ่ง เพื่อออกแบบเกมเกมหนึ่ง
ไปแล้วก็ไม่ว่าเขาได้เล่นกันหรือเปล่า... ไอ้เกม
ที่ทายภาพนักเตะที่ให้ไปคำ” (สัมภาษณ์พีซี
29 มิถุนายน 2562)

สืบเนื่องจากข้างต้นจะพบว่าแฟนบอลเหนียวแน่น
ปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการบริโภคไปสู่การบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์
อย่างเข้มข้นหลังจากที่มีปฏิสัมพันธ์กับชมรมหวังแชมป์
อย่างเหนียวแน่นและยาวนาน อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรม
การบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปของแฟนบอลเหนียวแน่นส่งผล
ให้เขามีอำนาจในการต่อรองเพื่อปรับเปลี่ยนสถานภาพ

ทางสังคมให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น โดยในบริบทนี้แฟนบอล
เหนียวแน่นพยายามเลื่อนสถานะภาพทางสังคมไปสู่ตำแหน่ง
แห่งที่สูงกว่าคือ การเป็นแกนนำชมรมหวังแชมป์

“เรา [แฟนบอลเหนียวแน่น] ก็อยากเป็นส่วนหนึ่งในชมรมว่าแบบ เฮ้ย อย่างน้อยถ้าชมรมนี้ไต่ขึ้น เราก็กุมใจนะ... ด้วยความรู้สึกของเราคือ เราอยากจะ engage เข้ากับชมรมคือเราก็เป็นส่วนหนึ่งที่ชอบแมนฯ ยูไนเต็ดมาก ๆ เราก็ออยากให้ชมรมแมนฯ ยูไนเต็ดในไทยมันโต” (สัมภาษณ์พีซี 8 ธันวาคม 2561)

ทั้งนี้แฟนบอลเหนียวแน่นมองว่าหากเขาดำรงตำแหน่งแกนนำชมรม ผลตอบแทนที่เขาจะได้รับคือสิทธิพิเศษ ความสุข และเครือข่ายทางสังคม ประการแรกสิทธิพิเศษ อย่างที่ทราบกันดีว่าแกนนำชมรมได้รับสิทธิพิเศษมากกว่าแฟนบอลกลุ่มอื่นเนื่องจากเป็นกลุ่มแฟนบอลที่มีสถานะใกล้ชิดกับสโมสรฯ มากที่สุด ดังนั้นหากแฟนบอลเหนียวแน่นดำรงตำแหน่งแกนนำชมรมหวังแชมป์เขาจะได้รับสิทธิพิเศษจาก Manchester United เหมือนกับที่กลุ่มแกนนำชมรมได้รับ

“มันอาจจะมื้ตอน Meet and Greet เราอาจจะได้ลัทธิอะไรบางอย่าง มากกว่าเขาอะไรอย่างนี้... แต่มันคือความภูมิใจ (เน้นโดยผู้เขียน) มากกว่า การที่เราแบบ เฮ้ย! ภูเป็นส่วนหนึ่งของ [ชมรม] Official นะเว้ย ภูเป็นของแมนฯ ยูไนเต็ด... มี Official ในไทยนะเว้ย ชมรมอื่นไม่มีนะเว้ย... คือความที่เราภูมิใจในสโมสรฯ มันคือลัทธิที่เราชอบ มันก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งไ้ มันน่าจะเป็นความสุขทางใจ มากกว่าไ้ได้มีผลว่าแบบ เฮ้ยฉันเป็น Official แล้วเงินเดือนภูจะเพิ่มขึ้นในบริษัทแม่งไ้เกี่ยว” (สัมภาษณ์ฟั้ซี่ 8 ธันวาคม 2561)

ประการต่อมา ความสุข ในแง่นี้ความสุขของแฟนบอลเหนียวแน่นหมายถึงการรวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมที่สนุกสนานและเฮฮาร่วมกันระหว่างกลุ่มแฟนบอลที่ชื่นชอบและมีใจรัก Manchester United

“มันเป็นความสุขอีกอย่างหนึ่ง คือนอกจากเรื่องงานก็ต้องมีเรื่องให้มีความสุข... ก็เออ ก็หาบอลดู หากนร่วมเชียร์บอลด้วยก็เป็นความสุข... คือบางอย่างมันก็ไ้ได้จำเป็น

ต้องมีเงินเข้ามาเกี่ยว ความสุขก็เป็นกำไร
อย่างหนึ่ง” (สัมภาษณ์พีซี 29 มิถุนายน
2562)

ประการสุดท้าย เครือข่ายทางสังคม ความปรารถนา
ที่จะดำรงตำแหน่งแกนนำชมรมหวังแชมป์ของแฟนบอล
เหนียวแน่นยังเชื่อมโยงอยู่กับการต้องการสร้างเครือข่าย
ทางสังคมให้กับตนเอง เนื่องด้วยเครือข่ายทางสังคมอาจสร้าง
ประโยชน์กลับมาสู่ตัวแฟนบอลเหนียวแน่นในภายหลัง

“ทุกคนมา [ชมรม] ก็เพราะแมนฯ ยูไนเต็ด
ไม่ได้มีคิดถึงเรื่องของแบบ... เรียกว่ายังงี้คืออะ
เออ มาแล้วทำเพื่อสร้างคอนเนคชั่น มาทำ
ธุรกิจ ไม่ได้มีอารมณ์แบบนั้นอะ เพราะว่า
เราทำงานก็ไม่ได้เป็นฝ่ายที่แบบต้องไปเจอ
ลูกค้าอะไรแบบนี้อยู่แล้ว แต่ก็นะ เพื่อไว้
อนาคต รู้จักกัน สร้างคอนเนคชั่น (เน้นโดย
ผู้เขียน)” (สัมภาษณ์พีซี 29 มิถุนายน 2562)

ด้วยเหตุที่แฟนบอลเหนียวแน่นบริโภคนิสัยค้ำลิขลิทธิ
และอุทิศตนช่วยงานชมรมอย่างเข้มข้นนั้นจึงส่งผลให้ความฝัน
ที่แฟนบอลเหนียวแน่นต้องการดำรงตำแหน่งแกนนำชมรม

(อาจจะ) เป็นจริง หลักฐานชิ้นหนึ่งชี้ว่าแฟนบอลเหนียวแน่นเคยถูกเลือกให้เป็นตัวแทนชมรมเพื่อไปร่วมกิจกรรมกับชมรมที่สนับสนุน Manchester United ที่ประเทศมาเลเซีย ประเด็นนี้แสดงให้เห็นว่าการลงทุนบริโภคสินค้าและอุทิศตนทำงานให้กับชมรมคือเงื่อนไขสำคัญที่ช่วยให้แฟนบอลเหนียวแน่นปรับเปลี่ยนสถานภาพทางสังคมให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นจากการเป็นเพียงแฟนบอลเหนียวแน่นไปสู่การถูกยอมรับให้เป็นส่วนหนึ่งของแกนนำชมรม²⁴

“เราหาคนไป มันเป็นงานที่ทางมาเลเซีย
เขาจัดครับ คราวนี้เขาก็เลยหาคนที่พูดภาษา
อังกฤษคล่องๆ ไปเที่ยวต่างประเทศได้พี่ก็เลย
อาสาไป” (สัมภาษณ์พีซี 29 มิถุนายน
2562)

²⁴ ควรกล่าวในที่นี้ด้วยว่า 1) แกนนำชมรมให้สัมภาษณ์กับผู้เขียนว่าอันที่จริงใครจะมาช่วยงานชมรมก็ได้แต่ขอให้มาด้วยใจไม่ใช่แค่ต้องการมีชื่อตอนประดับอยู่ในชมรมแต่กลับไม่ได้ช่วยทำอะไรให้ชมรม (สัมภาษณ์พีแดง วันที่ 30 มีนาคม 2562) 2) การที่พีซีเป็นตัวแทนชมรมหวังแชมป์เพื่อไปทำกิจกรรมที่ประเทศมาเลเซียส่วนหนึ่งเป็นเพราะแกนนำชมรมติดภารกิจในประเทศไทย (สัมภาษณ์พีซี วันที่ 29 มิถุนายน 2562)

แฟนบอลจาร: กลุ่มแฟนบอลที่มีสถานภาพทางสังคมต่ำที่สุดในชมรมหวังแชมป์

แฟนบอลจารในชมรมหวังแชมป์สามารถแบ่งออกเป็นสองกลุ่มพิจารณาจากระยะเวลาที่แฟนบอลมีปฏิสัมพันธ์กับชมรมหวังแชมป์ แฟนบอลจารกลุ่มแรกคือ แฟนบอลที่มีปฏิสัมพันธ์กับชมรมหวังแชมป์อยู่ในระดับหนึ่ง ส่วนอีกกลุ่มคือ แฟนบอลที่เพิ่งรู้จักชมรมหวังแชมป์ การแบ่งกลุ่มแฟนบอลจารออกเป็นสองกลุ่มมีวัตถุประสงค์เพื่อพิจารณาวัฒนธรรมการบริโภคและการแสดงสถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกันของแฟนบอลจารแต่ละกลุ่ม

แฟนบอลจารกลุ่มแรกเป็นแฟนบอลที่เข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับชมรมหวังแชมป์เป็นครั้งคราว²⁵ กระนั้น การเข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับชมรมหวังแชมป์มีส่วนช่วยให้เขาเปลี่ยนวัฒนธรรมการบริโภคจากการบริโภคสินค้า

²⁵ ฟินด์ อายุ 28 ปี คือชายหนุ่มผู้เริ่มดูฟุตบอลจริงจังและชื่นชอบ Manchester United ตั้งแต่ชั้นประถมศึกษาตอนปลาย เขาเข้าร่วมกิจกรรมปาร์ตี้ชมฟุตบอลสดฤดูกาล 2018/2019 กับชมรมเพียงสองครั้ง ปัจจุบันเขาได้เป็นสมาชิกกับสโมสร และชมรมหวังแชมป์ (ฤดูกาล 2019/2020) ดังนั้นเราจึงพบว่าปฏิสัมพันธ์ที่แฟนบอลจารมีต่อชมรมหวังแชมป์อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับแฟนบอลเหนียวแน่น

ผลิตลิขสิทธิ์มาสู่การบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ อาทิ การซื้อเสื้อสโมสรฯ ถูกลิขสิทธิ์ การชมการแข่งขันของสโมสรฯ และการสะสมสินค้าลิขสิทธิ์

ประการแรก การซื้อเสื้อสโมสรฯ ถูกลิขสิทธิ์ แฟนบอลชาวอังกฤษซื้อเสื้อลิขสิทธิ์ชิ้นแรกในชีวิตเมื่อครั้งที่เขาเดินทางไปชมเกมการแข่งขันที่ประเทศอังกฤษ การซื้อเสื้อลิขสิทธิ์สะท้อนการรับเอาวัฒนธรรมการบริโภคที่ Manchester United และชมรมหวังแชมป์โน้มน้าวให้แฟนบอลปฏิบัติตาม

“พอไปโน่น [อังกฤษ] ก็แค่อยากซื้อ [เสื้อสโมสรฯ] ก็เลยซื้อสักตัวหนึ่ง เพราะไม่เคยมีของแท้ ตอนแรกก็ไม่ว้าวราคาที่ไหนถูกกว่ากัน แล้วก็เห็นที่สโมสรฯ ก็เลยอยากซื้อจะได้ถูก [สโมสรฯ] ได้อะไรด้วย” (สัมภาษณ์พินัด 9 กรกฎาคม 2562)

ประการถัดมา การชมการแข่งขันที่ประเทศอังกฤษ การชมการแข่งขันที่ประเทศอังกฤษทำให้เขาต้องลงทะเบียนสมัครสมาชิกกับ Manchester United และชมรมหวังแชมป์เพื่อซื้อตั๋วชมเกม ซึ่งตั๋วที่ซื้อจากชมรมเป็นสินค้าถูกต้องตามลิขสิทธิ์แตกต่างจากตั๋วผีที่เป็นสินค้าผลิตลิขสิทธิ์

“ก็เห็น [ชมรม] จากเว็บไซต์ เห็นจากคนที่แชร์ไปร่วมกิจกรรมอะไรอย่างนี้ ก็ดูในเพจเฟซบุ๊ก ดูอะไรมาก็ลองศึกษา... จริง ๆ มันต้องสมัครสมาชิกของสโมสรฯ ก่อนแล้วก็เอาบัตรมาซื้อ...ตอนนั้นไปเรียนที่อังกฤษก็ติดต่อขอซื้อตัว...พี่ไปดูบอลช่วง [ปี] 2015-2016” (สัมภาษณ์พินัด 21 กุมภาพันธ์ 2562)

ประการสุดท้าย การสะสมสินค้าลิขสิทธิ์ แฟนบอล ขาจรเริ่มสะสมสินค้าลิขสิทธิ์เมื่อไม่นานมานี้ ซึ่งเงื่อนไขสำคัญที่กระตุ้นให้แฟนบอลขาจรต้องการสะสมสินค้าลิขสิทธิ์คือ การรับชมเนื้อหาผ่านทางช่องทางออนไลน์ของ แคนนำชมรมหวังแชมป์

“เพ็ง [เริ่มสะสมสินค้าสโมสรฯ] ไม่ก็ปีนี่เอง... ก็มีพวกผ้าพันคอ มีหมวก มีถุงเท้า มีอะไรอย่างนี้ กระเป๋า... เริ่มเก็บทุกอย่างที่เป็นยูไนเต็ด... วันนั้นประมูลเอาขวดน้ำแมชชยูไนเต็ตมา... น่าจะมี [ของสะสม] แบบ 40-50 ชิ้นนะ ถ้าวรว ๆ แล้ว” (สัมภาษณ์พินัด 21 กุมภาพันธ์ 2562 และ 9 กรกฎาคม 2562)

การมีปฏิสัมพันธ์กับ Manchester United และชมรม หวังแฮมป์ในระดับหนึ่งยังผลให้แฟนบอลชาจรเปลี่ยนรูปแบบ การบริโภคจากเดิมที่บริโภคสินค้าผิดลิขสิทธิ์ไปสู่การบริโภค สินค้าถูกต้องลิขสิทธิ์ ฉะนั้นแฟนบอลชาจรจึงแสดงความแตกต่างเชิงสถานภาพกับแฟนบอลกลุ่มอื่นได้ เช่น การมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งซื้อขายหรือวิธีการประมูลสินค้าหรือการแนะนำ สินค้าให้แก่ผู้ที่สนใจ อีกทั้งการบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ยังทำให้ แฟนบอลชาจรสามารถ “พูดถึง [กับเพื่อน] ได้อะไรอย่างนี้ ว่า [เรา] มี [ของสะสม]” (สัมภาษณ์พี้นัด 14 กรกฎาคม 2562) กล่าวโดยง่าย แฟนบอลชาจรบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ เพื่อแสดงสถานภาพทางสังคมที่เหนือกว่าแฟนบอลที่ไม่มีได้ บริโภคสินค้าลิขสิทธิ์หรือแฟนบอลที่บริโภคสินค้าผิดลิขสิทธิ์ กระนั้นปฏิบัติการของแฟนบอลชาจรมิได้เผยให้เห็นความ ต้องการการยอมรับจากกลุ่มทางสังคมที่เหนือกว่าดังเช่น ที่แกนนำชมรมต้องการจากสโมสรฯ หรือที่แฟนบอล เหนียวแน่นต้องการจากแกนนำชมรมหวังแฮมป์

“ก็ขึ้นอยู่กับเขาว่ามีทุนทรัพย์แค่ไหนอะ ถ้าเกิดเขามีทุนทรัพย์น้อย เขาจะซื้อของที่มัน ก๊อบเกรดเอ ก็อย่างน้อยเขาก็รักแมนฯ ยูไนต์ดี เขาไม่ได้ซื้อของแท้ก็ไม่ใช่ไร แต่ว่า ถ้ามีโอกาสก็อยากให้เขาซื้อของแท้ (เน้นโดย

ผู้เขียน)... ถ้าส้นบสนุนของปลอมก็จะมี
ไปเรื่อย” (สัมภาษณ์พินัด 14 กรกฎาคม
2562)

ในส่วนของแฟนบอลที่เพิ่งรู้จักชมรมหวังแชมป์²⁶
จะพบว่าแฟนบอลกลุ่มนี้มิได้บริโภคสินค้าลิขสิทธิ์เหมือนกับ
แฟนบอลกลุ่มอื่นในชมรม โดยเห็นได้จากการที่แฟนบอล
ชาวจีนได้สวมเสื้อ Manchester United เข้ามาร่วมกิจกรรม
ประชุมประจำปี (2562) อีกทั้งยังบางครั้งยังสวมเสื้อ
สโมสรฯ ผิดลิขสิทธิ์มาร่วมกิจกรรมกับชมรม การบริโภค
สินค้าผิดลิขสิทธิ์สะท้อนว่าแฟนบอลกลุ่มนี้ยังมิได้มีความ
สัมพันธ์กับชมรมหวังแชมป์อย่างเหนียวแน่นมากพอ และ
ยังมิได้ตระหนักว่าการบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์เป็นมาตรฐาน
ที่แฟนบอลชมรมหวังแชมป์ควรปฏิบัติ

ถึงแม้แฟนบอลชาวจีนกลุ่มนี้จะมีได้บริโภคสินค้า
ลิขสิทธิ์ ทว่าเขาก็มิได้ต่อต้านวัฒนธรรมการบริโภคสินค้า
ลิขสิทธิ์แต่อย่างใด ในทางกลับกัน เขามองว่าแฟนบอล

²⁶ พิกาน หนุ่มอายุ 30 ปี ชายหนุ่มผู้หลงรัก Manchester United
มาเป็นเวลากว่าสิบปี แฟนบอลชาวจีนที่เพิ่งรู้จักและเคยร่วม
กิจกรรมกับทางชมรมหวังแชมป์ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2562

Manchester United ควรที่จะบริโภคลินคาลิซลิตีร์ของ
สโมสรัฯ โดยครั้งหนึ่งตัวเขาเองก็ยิ่งอยากได้ของรางวัล
ซึ่งก็คือ “เสื้อที่มีลายเซ็นป็อกบา [Paul Pogba] นั้นแหละ...
แต่ไม่ได้ชอบป็อกบา ชอบที่ว่าเป็นเสื้อแท้แค่นั้นเอง”
(สัมภาษณ์ฟีกาน 19 สิงหาคม 2562) โดยเสื้อดังกล่าว
เป็นของรางวัลชิ้นใหญ่สำหรับแฟนบอลเมื่อครั้งที่ชมรม
จัดกิจกรรมประชุมประจำปี 2562

“มันคือความชอบ [แมนฯ ยูไนเต็ด] ของเรา
อยู่แล้วใจ เราก็ชอบ ก็บอกแล้วว่าดูมาตั้ง 20 ปี
ก็นั้นแหละ มันก็... คือมีมันก็เป็นความสุข
ทางใจของเราอย่างหนึ่งด้วยใช่ปะ บางทีอะ
มันก็... ถ้ามีคนซื้อให้อะ ดีใจเลยนะบอกเลย”
(สัมภาษณ์ฟีกาน 19 สิงหาคม 2562)

นอกจากนี้ แฟนบอลชาวยังต้องการแสดงความ
ใกล้ชิดกับสโมสรัฯ ผ่านการชมเกมการแข่งขันที่ประเทศ
อังกฤษเช่นที่แฟนบอล Manchester United หลายคนไฝ่ฝัน

“บางทีก็ด้วยภาวะเศรษฐกิจ ในความเป็นจริง
มันก็แบบนี้ ไม่จั้นพีไปแล้ว เห็นเพื่อน ๆ
ไปกัน เพื่อนพีคนหนึ่งคือไปทัวร์เอง ไปโอลด์

แทรฟฟอร์ดแบบไม่ได้ไปทริป คือแบบไปเองเลย
เราก็คิดว่าถ้าเกิดเรามี [เงิน] แบบนั้นก็คงไป”
(สัมภาษณ์พี่กาน 19 สิงหาคม 2562)

สิ่งที่ผู้เขียนอภิปรายข้างต้นแสดงให้เห็นว่าแฟนบอล
ชากรในชมรมหวังแฮมป์ยังคงถูกตัวแสดงต่างๆ ได้แก่ สโมสร
Manchester United บริษัทพันธมิตรของสโมสรฯ และ
แกนนำชมรมหวังแฮมป์โน้มน้าวให้บริโภคลินค้าลิขสิทธิ์
แต่ถึงอย่างนั้นแฟนบอลชากรก็ยังไม่ได้รับวัฒนธรรม
การบริโภคที่เป็นมาตรฐานของชมรมไปปฏิบัติ เราจึงกล่าว
ได้ว่าแฟนบอลชากรเป็นแฟนบอลที่มีสถานภาพต่ำที่สุด
ในชมรมหวังแฮมป์ และไม่มีอำนาจต่อรองหรือปรับเปลี่ยน
สถานภาพทางสังคมให้สูงขึ้นได้ ทั้งนี้ทั้งนั้นควรกล่าวด้วยว่า
หากแฟนบอลชากรมีปฏิสัมพันธ์กับชมรมหวังแฮมป์อย่าง
สม่ำเสมอต่อไปแฟนบอลชากรอาจมีการเปลี่ยนวัฒนธรรม
การบริโภคไปสู่การบริโภคลินค้าลิขสิทธิ์ได้ดังเช่นที่แฟนบอล
กลุ่มอื่นปฏิบัติ



ภาพที่ 7 แพนบอลจรร (ซ้ญญ) มญได้สวมสื้อลญญญญ
มรรวมกญญกรรมประชุมประจ้ญญ 2562

สรุป

การปฏิบัติตามวัฒนธรรมการบริโภคที่กำหนดโดยสโมสร Manchester United หรือการบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์เป็นเครื่องมือที่แฟนบอลชมรมหวังแซมพ์ใช้เพื่่อตอรองและปรับเปลี่ยนสถานภาพทางสังคมของตนให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น การเลื่อนหรือปรับเปลี่ยนสถานภาพทางสังคมจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้นพิจารณาได้จากการที่กลุ่มทางสังคมที่มีสถานภาพเหนือกว่าให้การยอมรับกลุ่มทางสังคมที่มีสถานภาพต่ำกว่า ดังที่ Manchester United

ยอมรับให้แก่นำชมรมเป็นส่วนหนึ่งของสโมสรฯ เนื่องจาก
 แก่นำบริโกลินค้าลิขสิทธิ์อย่างเข้มข้น หรือการที่แก่นำ
 ชมรมยอมรับให้แฟนบอลเหนียวแน่นเป็นส่วนหนึ่งของ
 แก่นำชมรม เนื่องด้วยแฟนบอลเหนียวแน่นบริโกล
 ลินค้าลิขสิทธิ์และอุทิศตนช่วยเหลือชมรมอย่างต่อเนื่อง
 สถานการณ์นี้บ่งชี้ว่าแฟนบอลที่เชียร์หรือสนับสนุนสโมสร
 เดียวกันมิได้มีสถานภาพทางสังคมที่อยู่ในระนาบเดียวกัน
 เสมอไป เพราะหากพิจารณากรณีของชมรมหวังแชมป์
 จะพบว่าแฟนบอลที่มีสถานภาพทางสังคมสูงที่สุดคือ
 แก่นำชมรม และแฟนบอลที่มีสถานภาพต่ำกว่าคือ
 แฟนบอลเหนียวแน่นและแฟนบอลขาจรตามลำดับ ทั้งนี้
 สถานภาพทางสังคมที่สูงต่ำแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความ
 สามารถในการเข้าถึงการบริโภคและสถานะความใกล้ชิด
 กับ Manchester United กล่าวอีกอย่างคือ หากแฟนบอล
 ปราชญ์น่าที่จะมีสถานภาพทางสังคมที่สูงขึ้นและได้รับการ
 ยอมรับจากกลุ่มทางสังคมอื่นที่อยู่เหนือกว่า พวกเขาจำเป็นต้อง
 ขวนขวายเพื่อบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ของ Manchester
 United อย่างเต็มที่สุดความสามารถ

บรรณานุกรม

- กรุงเทพมหานคร. 2559. “ซีทีเอช” แบกหนี้ 2 หมื่นล้านปิดฉาก
เคเบิลทีวี. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: [https://
www.bangkokbiznews.com/news/detail/
709952](https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/709952). (สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2561)
- จะเรียม ล่ำรวจ. 2561. เฟซบุ๊กเนื้อหอม ฟรีทีวีสนถ่าย
ฟรีเมียร์ลีก. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: [https://www.
posttoday.com/economy/news/558902](https://www.posttoday.com/economy/news/558902).
(สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2561)
- ดิษยุตม์ ธนบุญชัย. 2561. *Sky Sports และ BT Sport*
คว่ำลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดพรีเมียร์ลีก อังกฤษ มูลค่า
4.46 พันล้านปอนด์. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา:
[https://thestandard.co/sky-sports-btsport-
deal-premier-league-tv-games/](https://thestandard.co/sky-sports-btsport-deal-premier-league-tv-games/). (สืบค้นเมื่อ
2 พฤศจิกายน 2561)
- ไทยรัฐออนไลน์. 2553. ‘เบียร์สิงห์’ ทุ่มอีก! จับมือเป็น
สปอนเซอร์เชลซี. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: [https://
www.thairath.co.th/content/101244](https://www.thairath.co.th/content/101244). (สืบค้น
เมื่อ 21 ตุลาคม 2561)

ไทยรัฐออนไลน์. 2556ก. กกท.พร้อมรับ 4 สโมสรใหญ่
ไม่แข่งไทยช่วงปิดฤดู. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา:
<https://www.thairath.co.th/content/329142>.
(สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2561)

ไทยรัฐออนไลน์. 2556ข. ทูรุ่มฟเอช คว่าคอนเทนดัลลิตีลิตี
พร้อมบริการเสริมเอาใจแฟน ‘ผีแดง’. (ระบบออนไลน์)
แหล่งที่มา: <https://www.thairath.co.th/content/354694>. (สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561)

ไทยรัฐออนไลน์. 2562. “ทรวู้ชั่นส์” ถ่ายสดพรีเมียร์ลีก
3 ฤดูกาล ประเดิมคู่หงส์แดง-นกขมิ้น 9 ส.ค. นี้.
(ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: <https://www.thairath.co.th/sport/others/1632590>. (สืบค้นเมื่อ 16
กันยายน 2562)

นิด้าโพล. 2560. การติดตามฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษและ
ฟุตบอลไทยลีก 2017. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา:
<http://nidapoll.nida.ac.th/index.php?op=polls-detail&id=534>. (สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2561)

บี บางปะกง. 2556. ผีแดงเยือนไทย. (ระบบออนไลน์)
แหล่งที่มา: <https://www.thairath.co.th/content/356237>. (สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2561)

MGR ONLINE. 2558. รถคู่ใจแฟนหงส์-สาวกผี ฮอนด้า
เคาะราคา 51,400 บาท. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา:

พนันออนไลน์และการทำลาย อธิปไตยรัฐยุค Cyber

วสันต์ ปัญญาแก้ว

บทนำ

มายาคติที่หล่อเลี้ยงการมีชีวิตของผู้คนในโลกยุคสังคมเสี่ยง ก็คือ “การบริโภคโอกาส” หรือการที่คนเรามีความหวังกับการชนะรางวัลใหญ่ เช่น คนไทยในวันหวยออกจำนวนไม่น้อยกว่าครึ่งประเทศ หวังว่าตนจะถูกหวยรัฐบาลรางวัลที่ 1 (ทั้ง ๆ ที่โอกาสที่จะถูกรางวัลที่ 1 หากคนคนหนึ่งซื้อลอตเตอรี่ 1 ใบนั้นคือ 1 ในล้าน) โอกาสที่แทบทุกคนเฝ้าถวิลหาคือผลผลิตของทุนนิยมความฝัน ที่ถูกเสกสรรปั้นแต่ง มายาคติที่ผู้คนมีต่อการจะชนะรางวัลใหญ่ ซึ่งกลายเป็นวาทกรรมสังคมที่เผยแพร่ผ่านสื่ออยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน มีบทบาทอย่างสำคัญต่อกระบวนการสะสมทุนของเศรษฐกิจ

ยุคเสรีนิยมใหม่ มันคือกลไกการขูดรีด ที่แสดงปาฏิหาริย์ ผ่านการทำให้บริการการเล่นพนันกลายเป็นเรื่องของการค้าพาณิชย์ ณ จุดนี้เองจึงอาจกล่าวได้ว่าการพนันคือพื้นที่ที่ทำให้เราเห็นกระบวนการที่ความปรารถนาที่ซ่อนเร้นอยู่ของปัจเจกถูกกระตุ้นไว้และควบคุมโดยรัฐหรือทุนเอกชน ที่มุ่งผลิตหากำไรจากความปรารถนาและบันเทิงเริงรมย์

การที่กิจกรรมการพนัน หรือการชิงรางวัลใหญ่ อย่างถูกกฎหมาย เป็นที่ยอมรับและกลายเป็นกระแสสังคม ดังกรณีตัวอย่างของหวยรัฐบาลในสังคมไทยนั้น ได้ทำให้การพนันกลายเป็นสิ่งค้าจนผลิตซ้ำ จริยธรรมของการบริโภคแบบใหม่ ซึ่งให้ค่ากับสิ่งที่เรียกว่าการเสี่ยงโชค โดยเฉพาะชนชั้นกลางที่มักจะกระโจนเข้าหากิจกรรม การเล่นเกม เล่นพนัน หรือการเสี่ยงทาย เช่น การเล่นหุ้น ในนามของการลงทุน คนรุ่นใหม่แสวงหากำไรด้วยการ “เทรด” อัตรากแลกเปลี่ยนเงินตราจนไปถึงสินทรัพย์ดิจิทัล (Digital asset) การเล่นเกมชิงรางวัล การหย่อนบัตรชิงโชค การรีวิวลุ้นเหรียญเพื่อสะสมชอปปิงออนไลน์ หรือแม้แต่การลุ้นรางวัลรับแจกจากคูปองร้านอาหาร

ความหวังที่จะเอาชนะได้รางวัลใหญ่ เหมือนการถูกหวยรางวัลที่หนึ่ง กลายเป็นประหนึ่ง “วัฒนธรรมนิยม” ในสังคม กระนั้นสิ่งที่ผู้คนมักประสบอยู่ในชีวิตจริงก็คือการถูกหวยรางวัลที่ 1 นั้นอันที่จริงเป็นเรื่องของปาฏิหาริย์

การพนันไม่ใช่กิจกรรมทางสังคมของมนุษย์ที่มีความเป็นสากล ภาพสร้างความเข้าใจที่ว่าการเล่นพนันเป็นสิ่งที่มีความคุ้มค่ากับอารยธรรมของมนุษย์นั้น แท้ที่จริงแล้วคือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและแพร่กระจายผ่านโฆษณาชวนเชื่อของอุตสาหกรรมการเล่นพนัน ซึ่งมุ่งที่จะแสวงหากำไรจากการให้บริการและจำนวนเงินน้อยนิดที่ลงเดิมพนันเล่นพนันกันไปของผู้คนจำนวนมาก การเล่นพนันขั้นต่อไป มักจะถูกสร้างภาพว่าเป็นเรื่องที่มีมาตามธรรมชาติ เป็นความธรรมดาสามัญของมนุษย์ ด้วยเหตุนี้ การพนันจึงมักจะถูกมองว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต เป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิต การใช้ชีวิตของมนุษย์

การเปลี่ยนแปลง ปฏิวัตินวัตกรรมด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร เข้าสู่โลก Cyber การแพร่กระจายของอุปกรณ์การสื่อสาร เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์เชื่อมต่อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สาย ยิ่งปรับเปลี่ยน หรือเร่งเร้าการเปลี่ยนแปลงแบบแผนความสัมพันธ์ การดำเนินชีวิตของผู้คน ตลอดจนพฤติกรรม การใช้ชีวิต การบริโภค การเดินทาง การพักผ่อนหย่อนใจ รวมจนไปถึงการบริโภคสื่อ การเกิดพื้นที่บันเทิง พื้นที่พนัน และการเล่นพนันรูปแบบใหม่

ในสังคมไทย แม้ว่าการพนันและพื้นที่พนันอาจยังคงดำเนินไปตามครรลองที่พัฒนาสืบต่อมานานในอดีต

เช่น การเล่นพนันตามเทศกาล งานบุญ งานศพ งานบวช การเล่นเกมใต้ดิน การซื้อหวยรัฐบาล สลากธนาคาร และการเดินทางข้ามแดนไปเล่นพนันในบ่อนคาสิโนตามพื้นที่ชายแดนของประเทศเพื่อนบ้าน การเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและแพร่กระจายของอุปกรณ์สื่อสารที่เข้าถึงผู้คนได้อย่างง่ายดาย กำลังท้าทายและนำการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบและพื้นที่ของการเล่นพนันที่เคลื่อนย้ายไปสู่เครือข่ายความสัมพันธ์บนโลกออนไลน์

พนันออนไลน์ (online gambling) หรือระบบของการแลกเปลี่ยนแบบใหม่ กำลังท้าทายอำนาจรัฐโดยก่อตัวขึ้นอย่างรวดเร็วและสลับซับซ้อน เพราะระบบดังกล่าวสามารถตัดข้ามทั้งชุมชน สังคม ไปสู่ความสัมพันธ์ในระดับข้ามชาติ อีกทั้งยังอาจตัดข้ามพื้นที่ระหว่างวัย เพศและชนชั้นทางสังคม

แบบแผนของธุรกิจการพนัน พฤติกรรมของการเล่นพนัน ตลอดจนการแลกเปลี่ยนของธุรกิจพนันที่เคลื่อนย้ายเปลี่ยนแปลงในเชิงพื้นที่กายภาพ กลายเป็นการพนันออนไลน์ ทำลายเส้นแบ่งระหว่างการเล่นเกมกับการเล่นพนันบนโลกออนไลน์ที่เลือนรางมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจพนันกีฬา เช่น ฟุตบอล แข่งม้า คริกเก็ต ชกมวย รถแข่ง และ คาสิโนออนไลน์ ซึ่งเป็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นระดับโลก

การพนันยุค Cyber

เมื่อโลกเคลื่อนเข้าสู่ยุคของเครือข่ายการสื่อสารอินเทอร์เน็ต “ไร้พรมแดน” หลายประเทศพยายามที่จะจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างการเล่นพนันกับสังคมใหม่ ด้วยการออกกฎหมาย หรือทำให้กิจกรรมการพนันกลายเป็นเรื่องที่มีการจัดระเบียบ ดำเนินการอย่างถูกต้องภายใต้การกำกับของรัฐ ในทางกลับกันอีกหลายประเทศก็ใช้มาตรการต่าง ๆ เพื่อที่จะจัดการกับ “ปัญหาการพนัน” เช่น ในสหรัฐอเมริกา (United States) หลาย ๆ มลรัฐยังคงมีกฎหมายต่อต้าน หรือห้ามไม่ให้มีการเล่นพนัน การพนันถูกมองว่าเป็นเรื่องผิดศีลธรรม มักเกี่ยวข้องกับอาชญากรรมองค์กรนอกกฎหมาย ภาพลักษณ์ของการพนันดังกล่าว ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านเรื่องกลุ่มอิทธิพลมาเฟียที่ใช้ความรุนแรงในการจัดการปัญหา ดังสะท้อนผ่านมหากาพย์ The Godfather และมาเฟียยังเป็นกลุ่มที่ผูกขาดควบคุมวงการพนัน อย่างไรก็ตามการที่รัฐบาลกลางอเมริกันพยายามออกกฎหมายต่อต้านและปราบปราม (การเล่นพนัน) กลับยิ่งเป็นผลให้กิจกรรมการพนันถูกผลักดันให้กลายเป็นเรื่อง “ใต้ดิน” เกี่ยวข้องกับกลุ่มอาชญากรรมนอกกฎหมาย กระทั่งราวทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา รัฐเนวาดาจึงได้ออกกฎหมายอนุญาตให้มีการเปิดคาสิโน

อย่างไรก็ตามกลุ่มองค์กรนอกกฎหมายนั้นเองที่เป็นกลุ่มแรก ๆ ซึ่งเข้ามาดำเนินธุรกิจการพนันในสหรัฐอเมริกา ในทำนองเดียวกันกับกรณีของสหราชอาณาจักร (United Kingdom) รัฐก็พยายามที่จะเข้ามากำกับควบคุมการพนัน (ผ่านการออกกฎหมาย) เพื่อที่จะป้องกันการผูกขาด เอารัดเอาเปรียบ ลดปัญหาอันเป็นผลมาจากการที่คนเล่นพนัน ที่จะเกิดขึ้นในสังคม ในกรณีของสหราชอาณาจักร ความจำเป็นที่บรรดานายจ้าง โรงงาน ต้องการแรงงาน ซึ่งมีวินัย นับตั้งแต่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ราวศตวรรษที่ 19 รัฐจึงจำเป็นต้องออกกฎหมายห้ามมิให้มีการเล่นพนัน เพื่อแก้ปัญหาอาชญากรรมออกจากชนชั้นแรงงาน

อย่างไรก็ตาม การพนันกับปัญหาอาชญากรรมก็เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันมาโดยตลอด นับจากต้นทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา สิ่งที่เราเรียกว่าการพนันเชิงพาณิชย์ได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องในสังคมตะวันตก ส่วนหนึ่งเพราะการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจเสรีนิยมใหม่ในหลายประเทศ และการเติบโตมั่งคั่ง วัฒนธรรมบริโภค ซึ่งมีส่วนอย่างสำคัญต่อการแพร่กระจายของการพนันในฐานะที่เป็นความบันเทิง ด้วยเหตุนี้เอง ช่วงปลายศตวรรษที่ 20 รัฐบาลหลายประเทศจึงเริ่มดำเนินนโยบายที่นำมาสู่การลดความเข้มงวดในการกำกับควบคุมการพนัน มีการเปิดเสรีให้กับเศรษฐกิจการพนันมากขึ้น

ปัจจุบันทั้งในทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ และออสเตรเลีย กฎหมายที่มุ่งต่อต้าน หรือกำกับควบคุมการพนันอย่างเคร่งครัดได้ถูกปรับเปลี่ยน รัฐได้ดำเนินการปฏิรูปกฎหมายการพนัน อันเป็นแนวโน้มที่สัมพันธ์ไปกับการขยายตัวของชนชั้นกลางและจริยธรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ท่าทีของรัฐและสังคมที่มีต่อการพนันได้ปรับเปลี่ยนไปอย่างลึกซึ้งกว้างขวาง การพนันกลายเป็นอุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์ระดับโลกและเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยมของการใช้เวลาพักผ่อนหย่อนใจ

ธุรกิจการพนันสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจหลายพันล้านให้กับอุตสาหกรรมบันเทิงและวัฒนธรรมการพักผ่อนหย่อนใจ (leisure culture) ท่ามกลางบรรยากาศการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว กิจกรรมการพนันจึงมีแนวโน้มกลายเป็นเรื่องที่ถูกกฎหมายและชอบธรรมมากขึ้น สินค้าและบริการเกี่ยวกับการพนันเป็นสิ่งที่ผู้คนเข้าถึงได้ง่าย และเป็นที่นิยมบริโภคกัน ตัวอย่างรูปธรรมที่อาจใช้เป็นตัวชี้วัดได้คือการที่คาสิโนซึ่งเคยดำเนินการและผูกขาดโดยกลุ่มอิทธิพลนอกกฎหมายในสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันได้กลายมาเป็นธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดการเงินและมีกลุ่มผู้บริหารผู้ถือหุ้นใหญ่จากนานาชาติ สำหรับหลายประเทศ การพนันกลายเป็นกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจในวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นโดยวัยรุ่น คนหนุ่มสาว ผู้หญิง และ

ชนชั้นกลาง อย่างไรก็ตามในอีกหลายประเทศ การเล่นพนันก็ยังถูกมองว่าเป็นกิจกรรม “สีเทา” อยู่ระหว่างเรื่องของพฤติกรรมที่ถูกและผิดกฎหมาย แม้แต่ในประเทศที่การพนันแทบทุกชนิดถูกทำให้ถูกกฎหมาย (หมายถึงมีการจัดระเบียบและกำกับควบคุมโดยรัฐ) การเล่นพนันก็ยังถูกมองว่าเป็นเรื่องของความผิดบาป และมีการตีตราทางสังคม เช่น การพนันเป็นเรื่องของคนข้างถนน เป็นอาการของโรคชนิดหนึ่งที่เรียกว่า “ผีพนัน” เป็นเรื่องของ “คนต่างชาติ” การพนันจึงมักจะเป็นสิ่งที่อยู่บนรอยต่อระหว่างอาชญากรรมกับความบันเทิง ไม่ว่าจะถูกหรือผิดกฎหมาย การพนันยังคงถูกมองว่าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรมและศีลธรรมสังคม

กระนั้น ทศวรรษที่ผ่านมา ความหมายและการรับรู้เกี่ยวกับการพนันในโลกตะวันตกเริ่มปรับเปลี่ยนไป จากกิจกรรมที่สังคมให้ค่าว่า ผิดบาปพัวพันไปกับศีลธรรม การพนันกลายมาเป็นกิจกรรมความบันเทิงชนิดหนึ่งของผู้บริโภค การเปิดเสรีเชิงการค้าพาณิชย์และการที่รัฐลดความเข้มงวดการกำกับควบคุม ควบคู่ไปกับการเติบโตของวัฒนธรรมบริโภคนิยมได้ช่วยค้ำจุนสนับสนุนให้การพนันกลายเป็นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องไปกับการที่สังคมสมัยใหม่ได้สถาปนาและสร้างความหมายต่อสิ่งที่เรียกว่า “ความเสี่ยง” ให้กลายเป็น

หลักการสำคัญ หรือเงื่อนไขพื้นฐานของการดำเนินชีวิต
 ของผู้คน กล่าวคือ ความเสี่ยงกลายเป็นเรื่องปกติจำเป็น
 ที่ต้องได้รับการจัดการ เช่น สำหรับชนชั้นกลางในเมืองใหญ่
 การซื้อประกันรถยนต์ การทำประกันชีวิต หรือประกันอุบัติเหตุ
 อื่นๆ นั้นเป็นสิ่งจำเป็น การเติบโตของอุตสาหกรรม
 การพนันออนไลน์ จะว่าไปจึงเป็นเรื่องเดียวกันกับการ
 แพร่กระจายเชิงพื้นที่และการขยายตัวของสังคมเสี่ยง
 และโลกาภิวัตน์ทางการเงิน อันเป็นผลมาจากการปฏิวัติ
 เทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อดิจิทัล

กีฬาและอุตสาหกรรมพนัน

ปัจจุบันการพนันกลายเป็นอุตสาหกรรมระดับโลก
 คิดเป็นมูลค่าเชิงเศรษฐกิจประมาณ 0.6% ของมูลค่า
 การค้าโลกทั้งหมด ในจำนวนนี้ “พนันกีฬา” (Sport Betting)
 ถือเป็นสัดส่วนสำคัญของการพนันทั้งหมด โดยมีมูลค่าที่คิด
 เป็นผลกำไร ราวๆ 1 ใน 7 ของธุรกิจการพนัน

ในประเทศพัฒนาแล้ว พนันกีฬามักเป็นกิจการ
 ที่ดำเนินการอย่างถูกกฎหมาย ซึ่งหมายถึง การวางเดิมพัน
 (wagering) ใช้เงินทำนายผลการแข่งขันกีฬาชนิดต่าง ๆ
 กับบริษัทรับแทงพนัน (หรือเจ้ามือ) ที่ได้รับอนุญาต ซึ่งจะ

เป็นผู้กำหนดประเภทกีฬาและรูปแบบการพนัน ราคาพนัน การวางเดิมพัน (ภายใต้การกำกับควบคุมและตามที่ได้รับอนุญาต) ไม่ว่าจะในระดับท้องถิ่น (เช่น การแข่งขันชกมวย หรือการแข่งขันม้า ที่ในกรณีของประเทศไทยก็เป็นพนันกีฬาที่ได้รับอนุญาต) ระดับชาติ (เช่น รักบี้ Footies ของออสเตรเลีย) และระดับนานาชาติ (เช่น การแข่งขันฟุตบอลคริกเก็ต เทนนิส รถแข่ง เป็นต้น) ด้วยเหตุที่การเล่นพนันกีฬาดังกล่าวต้องวางเดิมพันกับเจ้ามือ ซึ่งมีทั้งที่เป็นร้านรับแทงพนันโดยตรง (หรือ bookmaker ที่ในสังคมไทยอาจเรียกว่า “โต๊ะพนัน”) ร้านค้ารายย่อยทั่วไปที่รับแทงพนันได้ หรือ “ตัวแทน” ของบริษัทเจ้ามือรับแทงพนันพนันกีฬาโดยพื้นฐานจึงเกี่ยวข้องไปกับชีวิตความบันเทิงของผู้คนในเมืองใหญ่ การติดต่อสื่อสารสมัยใหม่และอุตสาหกรรมสื่อกีฬา

ก่อนที่จะมีการเล่นพนันกีฬาออนไลน์ (จะขยายความข้างหน้า) การวางเดิมพัน หรือแทงพนันกีฬา มักมีแบบแผนและรูปแบบที่ดำเนินไปตาม “การพนันดั้งเดิม” กล่าวคือ เริ่มจากการที่ผู้เล่นเดินทางไปวางเดิมพัน แทงพนันผ่านโต๊ะพนัน หรือร้านค้าตัวแทน หรืออาจแทงพนันผ่านการติดต่อทางโทรศัพท์กับ “ตัวแทน” ต่อมาเมื่อมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแพร่กระจายเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะนับจากต้นศตวรรษที่ 21 เป็นต้นมา การเล่นพนันกีฬาจึงเริ่ม

เคลื่อนย้ายเข้าสู่พื้นที่พหุออนไลน์ โดยเริ่มแรกเป็นการเล่นพนันผ่านเว็บไซต์รับแทงพนัน ที่เปิดระบบขึ้นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Hing, Russell, Vitastas and Lamont, 2015: 626) อย่างไรก็ตาม การเกิดขึ้นของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนอกจากจะสร้าง “ระบบนิเวศ” ของการสื่อสารและการพนันออนไลน์ขึ้น ยังได้สร้างการพนันรูปแบบใหม่ให้เกิดขึ้นอย่างแตกต่างหลากหลาย จนทำให้หลายประเทศทั่วโลก เช่น ในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป อังกฤษ และออสเตรเลีย ได้บัญญัติกฎหมายขึ้นมากำกับควบคุมและทำให้พนันกีฬาออนไลน์กลายเป็นกิจกรรมที่ถูกกฎหมาย ทั้งนี้การทำให้การพนันออนไลน์ถูกกฎหมายโดยพื้นฐานก็เพื่อที่จะใช้ “กฎหมาย” และนโยบายมาตรการต่างๆ ของรัฐ ดำเนินการสร้างกลไกและบังคับใช้กฎหมายกำกับ ตรวจสอบ ควบคุม ให้กิจกรรมการเล่นพนันกีฬาโปร่งใส เป็นธรรม และไม่มีการแทรกแซงองค์การกีฬาหรือระบบการจัดการแข่งขันกีฬาอาชีพประเภทนั้นๆ เพื่อกำหนดผลการแข่งขันล่วงหน้า

การกำกับควบคุมการพนันออนไลน์นั้น แม้จะเป็นเรื่องยากลำบากในการบังคับใช้กฎหมายและการกำกับดูแลทว่าประโยชน์ของการที่รัฐสามารถเข้าไปกำกับควบคุมดูแลการพนันออนไลน์ได้นั้นก็คือ การลดความรุนแรงของปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการพนันให้เบาบางลง และการที่รัฐนั้น

จะได้ประโยชน์จากการจัดเก็บภาษี (Gainsbury, Russeel, Hing, Wood, Lumanma and Blaszczynski, 2015) และคืนรายได้เหล่านั้นกลับสู่สังคมในรูปแบบต่างๆ เช่น การตั้งมูลนิธิต่อความช่วยเหลือสนับสนุนวงการกีฬาอาชีพ หรือการส่งเสริมกิจกรรมสาธารณกุศลต่างๆ

ปัจจุบันท่าทีของรัฐส่วนใหญ่ที่มีต่อ “พนันกีฬา” ก็คือการพนันกับการแข่งขันกีฬานั้นเป็นสิ่งที่ดำรงคงอยู่คู่กัน การเล่นพนันกีฬาสำหรับผู้คนจำนวนมากไม่ถือเป็นกิจกรรมที่เป็นไปเพื่อความบันเทิง และแน่นอนว่าก็หวังผลรางวัลจากการวางเดิมพันนั้นๆ ด้วย พนันกีฬาเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาของการพักผ่อนหย่อนใจ และด้วยเหตุนี้ พนันกีฬาจึงกลายเป็นกิจกรรมที่เป็นที่นิยมของผู้คนนับล้านทั่วโลก เพราะการเล่น “พนันกีฬา” นั้นคือการผสมผสานกันระหว่าง การวางเดิมพัน (ทำนายผลการแข่งขัน) และติดตามชมเกมการแข่งขันกีฬาที่พวกเขาชื่นชอบไปพร้อมๆ กัน

พนันกีฬาคือธุรกิจที่มีมูลค่าโดยรวมมากมายมหาศาล ดังปรากฏผ่านรายงานที่ตีพิมพ์เผยแพร่ของคณะกรรมการกำกับควบคุมการพนันของสหราชอาณาจักร (UK Gambling Commission, 2009) ในสายตาของนักเศรษฐศาสตร์ พนันกีฬาถือเป็นธุรกิจที่ต้องดำเนินการโดยเอกชน (ที่รับใบอนุญาต หรือสัมปทานจากรัฐ) เป็นอุตสาหกรรมความบันเทิงที่เกี่ยวข้องไปกับวัฒนธรรม

การบริโภคสื่อ การใช้เวลาว่างและการพักผ่อนหย่อนใจของ
ผู้คน การทำให้เป็นธุรกิจในตัวของมันเองของ “พนันกีฬา”
จึงถือเป็นสิ่งสำคัญ (Ian S. Blackshaw, 2012: 1-8)

ท่าทีของรัฐสมัยใหม่ส่วนใหญ่ที่มีต่อการเล่นพนัน
กีฬา (ซึ่งปัจจุบันเกือบทั้งหมดกลายเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้น
ในโลกของการสื่อสารออนไลน์) ก็คือ พนันกีฬานั้นก็เหมือน
กับกิจกรรมอื่นๆ ของมนุษย์ ที่หากไม่มีการกำกับควบคุม
ย่อมเปิดโอกาสให้มีการคอร์รัปชัน หรือการแทรกแซง
ทั้งในระดับปัจเจก และระดับองค์กร เช่น การจ้างล้ม
การกำหนดผลการแข่ง (จากกลุ่มผู้มีอิทธิพล เจ้ามือ
ร้านพนัน บริษัทรับพนัน หรือกลุ่มบริษัทนายทุนที่เกี่ยวข้อง
พัวพัน) จนไปถึงตัวนักกีฬาเอง และกรรมการผู้ตัดสิน
ที่เห็นแก่ผลประโยชน์ส่วนตนประพฤติดำเนินทางที่ผิด

ในแง่นี้ การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร
ที่กำกับการกีฬา กับวงการธุรกิจการพนัน จึงเป็นเรื่อง
สำคัญ แม้ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทั้งสองจะเป็นไป
ในลักษณะที่ย้อนแย้ง กล่าวคือต่างต้องพึ่งพาอาศัยกัน
แต่ก็ไม่สามารถที่จะกลายเป็น “ระบบ” ที่เป็นอันหนึ่ง
อันเดียวกันได้ อย่างไรก็ตามปัญหาที่มักเกิดขึ้นในความ
เป็นจริงก็คือ ความสัมพันธ์ที่ไม่ลงรอยกัน ทว่าต่างต้อง
พึ่งพาอาศัยกัน ระหว่างวงการกีฬากับวงการพนันนั้น
มักนำไปสู่แนวโน้มที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะมีอิทธิพลเหนือกว่า

ฝ่ายหนึ่ง หรือดำเนินการแทรกแซงอีกฝ่ายหนึ่งเสมอ เช่น การล็อกผลการแข่งขัน (match fixing) ทั้งนี้เพราะผลการแข่งขันนั้นเกี่ยวพันไปกับการออกราคาพนันขั้นต่อของเจ้ามือ (ที่มักจะสอดคล้องไปกับผลการแข่งขันที่รู้ว่าจะเกิดขึ้น) การล็อกผลการแข่งขันจึงมักจะเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่ในแวดวง การกีฬาสมัยใหม่ เช่น ฟุตบอลกับการล้มบอล นักมวยกับ “การล้มมวย” เป็นต้น

กล่าวได้ว่า “กีฬากับการพนัน” นั้นแยกออกจากกัน ได้ยากยิ่ง ทว่า เมื่อต่างเป็นธุรกิจอุตสาหกรรม ต่างก็จำเป็นต้องอาศัยกันและกัน และอีกทั้งยังมีลักษณะร่วมกันคือ ต่างต้องอาศัยกฎระเบียบ กฎหมายเพื่อสร้างความเป็นมืออาชีพ (Professionalization) “ความเป็นธุรกิจ” และ ลักษณะของความเป็นกลไกเชิงสถาบันเพื่อสร้าง “ความไว้วางใจกัน” ด้วยเหตุนี้ นโยบายต่าง ๆ ของรัฐและการบัญญัติกฎหมายขึ้นเพื่อกำกับควบคุมการพนันออนไลน์ในปัจจุบัน ในตัวของมันเองจึงถือเป็นกลไกสำคัญที่จะพยายามกำกับควบคุมให้ “กีฬาและการพนัน” นั้นเป็นกิจกรรมเชิงธุรกิจ ที่ควรต้องดำเนินควบคู่กันไปอย่างเปิดเผย เป็นธรรม เน้นความโปร่งใส และเป็นอิสระจากกัน

ธุรกิจพนันและการท้าทายอธิปไตยรัฐยุค Cyber

การเติบโตอย่างรวดเร็วของการพนันออนไลน์ที่รัฐพยายามควบคุมในสังคมตะวันตก อาจดูได้จากสัดส่วนของประชากรราว ๆ 80-90% ในสังคมลัทธิบริโภคนิยมที่หรือพัวพันกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพนันเสี่ยงโชค การแพร่กระจายของเทคโนโลยีการสื่อสารทางไกลในรูปแบบของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ ทีวีดิจิทัล สิ่งเหล่านี้คืออุปกรณ์ที่เป็นเสมือนกลไกขับเคลื่อนการเข้าถึงการพนันได้ง่าย อย่างไรก็ตาม การแพร่กระจายของการพนันออนไลน์ไปทั่วโลกนั้นก็ไม่ได้มีลักษณะเป็นสากลหรือกลายเป็นแบบเดียวกันไปหมด ในโลกยุคปัจจุบันการพนันออนไลน์คืออุตสาหกรรมขนาดใหญ่หลายพันล้านที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นอกจากจะเกี่ยวพันกับการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตแล้ว การพนันออนไลน์ยังกลายเป็นพื้นที่บันเทิงใหม่ที่คนจำนวนมากเข้าถึงได้ง่าย อย่างไรก็ตาม นโยบายกำกับควบคุมของรัฐตามแบบเดิมในหลายประเทศมักไม่ประสบความสำเร็จที่จะต่อการกับการพนันที่เกิดขึ้นบนเครือข่ายการสื่อสารอินเทอร์เน็ต หลาย ๆ ประเทศยังแทบที่จะไม่มีการคิดถึงกฎหมายที่จะตอบสนองต่อการขยายตัวของการพนันออนไลน์ ขณะที่ในอีกหลายประเทศยังคงเพียงคิดที่จะจัดระเบียบและจัดการการพนันรูปแบบใหม่นี้

บนพื้นฐานของกฎหมายเก่าที่เป็นเรื่องของ “การพนันบนดิน” (Land based Gambling)

รัฐของหลายประเทศเริ่มดำเนินนโยบายการออกกฎหมายและการกำกับควบคุมการพนันออนไลน์ ทว่าในแต่ละประเทศก็มีนโยบายการกำกับควบคุมการพนันที่แตกต่างกันหลากหลาย เช่น ในสหรัฐอเมริกา ขณะที่รัฐบาลกลางยังคงมีนโยบายใช้กฎหมายต่อต้านการพนัน (Prohibition) แต่ในระดับมลรัฐเริ่มมีการออกกฎหมายใหม่ที่จะจัดระเบียบหรือดำเนินมาตรการให้การพนันออนไลน์เป็นสิ่งที่อยู่ภายใต้การกำกับควบคุมตามกฎหมาย ในกรณีของประเทศออสเตรเลีย การพนันออนไลน์ยังถือเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย ในเขตแดนอิตาลี กระนั้นรัฐบาลออสเตรเลียนั้นมีนโยบายต่อการพนันกีฬาออนไลน์ ซึ่งถูกทำให้เป็นสิ่งที่ถูกกฎหมายตั้งแต่ปี 1996 เป็นต้นมา ในขณะที่หลาย ๆ ประเทศพยายามที่จะออกกฎหมายควบคุมการพนันออนไลน์ ผ่านการให้ใบอนุญาตและการกำกับควบคุมบริษัท หรือองค์กรที่ได้รับอนุญาตให้ดำเนินกิจการในประเทศของตน การปรากฏขึ้นของเว็บไซต์การพนันที่อยู่นอกเขตแดนอิตาลีของประเทศ และการที่กฎหมายของประเทศนั้น ๆ ไม่สามารถเอาผิดบริษัทพนัน ผู้ให้บริการการพนันออนไลน์จากนอกประเทศนั้นได้ กลายเป็นปัญหาการควบคุมการพนันออนไลน์ที่เราเห็นอยู่ในปัจจุบัน ช่องว่างที่เกิดขึ้นนี้มีแนวโน้มที่จะนำ

ไปสู่การเอารัดเอาเปรียบ (ระหว่างองค์กรมิจนาซีฟ หรือบริษัทพนันกับลูกค้าผู้ใช้บริการ) และการเพิ่มขึ้นของปัญหาอาชญากรรมและความรุนแรงในสังคม อันเป็นผลพวงมาจากกิจกรรมการเล่นพนัน

การเติบโตของเครือข่ายการสื่อสารข้ามทวีปและจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั่วโลก ตลอดจนอุปกรณ์สื่อดิจิทัลทำให้อินเทอร์เน็ตกลายมาเป็นทั้งสื่อสาธารณะ และกลไกการค้าของโลกยุคเสรีนิยมใหม่ อินเทอร์เน็ตคือจุดเปลี่ยนสำคัญที่สนับสนุน หรือก่อให้เกิดกิจกรรมการพนันออนไลน์ ว่ากันว่าการคิดค้นโปรแกรมการเล่นเกมพนันครั้งแรกเกิดขึ้นโดย Microgaming ในปี 1994 และการคิดค้นเทคโนโลยีการเข้ารหัสสื่อสารซึ่งทำให้การแลกเปลี่ยนเงินตราออนไลน์เกิดขึ้นได้ในปี 1995 โดย Cryptologic ทำให้บริษัทพนันชื่อ InterCasino ซึ่งมีฐานตั้งอยู่ในหมู่เกาะ Antigua ทางแถบทะเลแคริบเบียนกลายเป็นเว็บไซต์การพนันทางอินเทอร์เน็ตรายแรกที่ก่อตั้งขึ้นในเดือนมกราคม 1996 (Williams and Wood, 2007) ก่อนหน้านั้นบริษัทพนันกีฬา เช่น Ladbrokes Intertop Casino and Sports Book ได้เริ่มให้บริการแทงพนันผ่านเว็บไซต์และบริการโทรศัพท์ให้นักพนันสามารถใช้ติดต่อวางเดิมพันได้แล้ว และขณะเดียวกันก็เริ่มมีการเปิดให้บริการเล่นเกมการพนันฟรีแก่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ในปี 1996 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของพนันออนไลน์ ปรากฏรายงานมีเว็บไซต์พนันออนไลน์เปิดขึ้นประมาณ 15 แห่ง ทว่าเพิ่มเป็น 200 แห่งทันทีในปีถัดไป โดยเฉพาะการพนันกีฬา พนันม้าแข่ง (race) และการเล่นคาสีโนออนไลน์ ซึ่งมีบริษัทตั้งขึ้นทั้งในแถบทะเลแคริบเบียน อเมริกากลาง ยุโรป และออสเตรเลีย ในช่วงแรกนั้นกลุ่มผู้ประกอบการซึ่งพยายามมองหาข้อได้เปรียบจากการที่รัฐทั่วโลกยังออกใบอนุญาตที่จำกัด การเก็บภาษีที่ต่ำ จนไปถึงเรื่องของการบังคับใช้กฎหมายที่ยืดหยุ่นในบางประเทศ พวกเขาจึงมุ่งไปที่แถบอเมริกากลาง ไม่ว่าจะเป็นสาธารณรัฐโดมินิกัน คอสตาริกา ปานามา เป็นต้น

ในสหราชอาณาจักร กลุ่มผู้ประกอบการบริษัทพนันบนดินได้เริ่มขยายบริการของตนไปสู่โลกออนไลน์ในปี 1996 โดยเริ่มจากบริษัท Euro Bet ซึ่งให้บริการพนันม้าแข่งและพนันกีฬา ตามด้วยบริษัทพนัน William Hill ในปี 1998 และ Ladbrokes ในปี 2000 ในขณะที่ในออสเตรเลีย บริษัท Centre Bet คือผู้ได้รับใบอนุญาตเปิดให้บริการแทงพนันกีฬาในปี 1996 และสองสามปีต่อมา มีอีกอย่างน้อย 13 บริษัทที่ได้รับใบอนุญาตประกอบการพนันกีฬาอย่างถูกกฎหมาย ในเขตรัฐทั้ง 6 ของประเทศ คือ Australian Capital Territory, New South Wales, Victoria, Queensland, Adelaide, Tasmania, Northern Territory

ในขณะที่ตามภูมิภาคอื่นๆ ของโลก เว็บไซต์พนันออนไลน์ได้เติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดดจาก 250 รายในปี 1999 กลายเป็น 1,800 รายในปี 2002 ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นเว็บไซต์ที่ได้รับใบอนุญาตให้เปิดบริการเล่นพนันกีฬาและคาสีโน ขณะเดียวกัน ลอตเตอรี่ ไพ่โป๊กเกอร์ และบิงโกออนไลน์ ก็เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน ในสหรัฐอเมริกา ไพ่โป๊กเกอร์ออนไลน์กลายเป็นที่การพนันที่นิยมอย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อมีการถ่ายทอดสดการชิงรางวัลทางโทรทัศน์ในปี 2003

อุตสาหกรรมการพนันออนไลน์กลายเป็นกิจการระดับโลก นอกจากจะแพร่กระจายอย่างกว้างขวาง ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าขนาดใหญ่มาก กล่าวคือ วงการพนันออนไลน์นั้นประกอบไปด้วย เว็บไซต์พนันออนไลน์ที่ได้รับใบอนุญาตอย่างถูกกฎหมาย มีไม่น้อยกว่า 2,300 ราย ซึ่งแยกเป็นคาสีโน 798 ราย, ไพ่โป๊กเกอร์ 474 ราย, พนันกีฬา 350 ราย, พนันอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา 13 ราย เว็บพนันบิงโก 347 ราย, การพนันเกมอาคัยทักษะ 31 ราย, ลอตเตอรี่ออนไลน์ 94 ราย, Backgammon 8 ราย, Mahjong and Rummy 17 ราย (Casino City, 2013) ข้อมูลยังยืนยันว่า การพนันกีฬา คือรูปแบบของการพนันออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุด โดยคิดเป็นสัดส่วน 41.5% ของอุตสาหกรรมการพนันออนไลน์ ในปี 2012 ขณะที่

คาสีโนและโป๊กเกอร์นั้นคิดเป็น 18.6% การพนันทางอินเทอร์เน็ต 11.5% บิงโกออนไลน์ 5.9% การพนันเกมหรือการเล่นเกมส์สังคม (Social gaming) 5.2% และการพนันชนิดอื่นๆ รวม 17.3%

บริษัทพนันออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก (ข้อมูลในปี 2012) คือ BwinParty Digital Entertainment (Bwin) มีสัดส่วนคิดเป็น 3.2% ของอุตสาหกรรมการพนันออนไลน์ทั้งหมด ในขณะที่ Betfair และ William Hill คือบริษัทพนันกีฬาที่มีมูลค่ารวมรองลงมา ซึ่งมีสัดส่วนเป็น 1.9% บริษัทพนันเหล่านี้ล้วนเกี่ยวข้องกับวงการฟุตบอล หรือการให้บริการเล่นพนันบอล เช่น Bwin เคยเป็นสปอนเซอร์ใหญ่ให้กับทีมฟุตบอล Real Madrid ของสเปน และ Bayern Munich ของประเทศเยอรมนี ทั้งสองสโมสรนอกจากจะเป็นสโมสรฟุตบอลชั้นนำในยุโรป ล่าสุดยังเป็นทีมใหญ่ที่ได้แชมป์ลีกอาชีพสูงสุดของประเทศด้วย

การพนันออนไลน์ถือเป็นอุตสาหกรรมซึ่งมีพลังดึงดูดและนำลงทุน นอกจากรายได้มหาศาล วงการอุตสาหกรรมบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ ยังยอมรับกันว่าการเปิดเว็บไซต์พนันออนไลน์เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนน้อยกว่าการให้บริการการพนันบนดิน เช่น การเปิดคาสีโน (บนดินแห่งหนึ่ง) อาจจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนราว 300 ล้านบาท และพนักงานนับพัน ในทางตรงกันข้าม การทำธุรกิจการพนัน

ออนไลน์อาจต้องการเงินลงทุนเพียง 1% จากมูลค่าที่ลงทุน ในการเปิดคาสีโนบนดินดังกล่าว

อุตสาหกรรมพนันออนไลน์กำลังเติบโตอย่างมาก ควบคู่ไปกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมนี้ประชากรโลก ส่วนใหญ่ก็มีโอกาสที่จะเข้าถึงเว็บพนันออนไลน์ได้มากขึ้น ตามไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นการที่เครื่องคอมพิวเตอร์พกพา เครือข่ายการสื่อสารอินเทอร์เน็ตเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก กับผู้ใช้มากขึ้นด้วย การแพร่กระจายของอุปกรณ์ เช่น สมาร์ทโฟน ยังได้เพิ่มโอกาสให้กับผู้บริโภคสามารถเข้าสู่ วงการพนันออนไลน์โดยไม่จำเป็นต้องระบุตัวตนจริง ไม่ว่าจะเป็นเล่นพนันจากบ้าน ที่ทำงาน หรือที่ไหนในโลก การคาดการณ์จำนวนคนที่เล่นพนันออนไลน์ที่แท้จริงน่าจะเป็นเรื่องยากที่เราจะประมาณการได้ อย่างไรก็ตามอาจจะ กล่าวได้ว่า ราวๆ 30% ของกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานนั้น ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเล่นพนันออนไลน์

เมื่อพิจารณาจากแนวโน้มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ทั่วโลก เราจะพบว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีสัดส่วนของ มูลค่าจากอุตสาหกรรมพนันออนไลน์มากที่สุด คือ 36.1% ขณะที่ในยุโรปมีสัดส่วนเป็นอันดับสองรองลงมาคือ 34% ส่วนในสหรัฐอเมริกาคิดเป็น 16.4% ในแอฟริกาและ ตะวันออกกลาง คิดเป็น 13.5%

กล่าวอีกอย่างหนึ่ง ความนิยมในการเล่นพนันออนไลน์นั้นเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในทวีปเอเชียและแปซิฟิก ส่วนหนึ่งเพราะธุรกิจการพนันออนไลน์นอกจากจะสามารถให้บริการหรือเล่นได้ตลอด 24 ชั่วโมงและเข้าถึงได้ง่ายขึ้นแล้ว ปัจจุบันพนันออนไลน์ยังกลายเป็นการเล่นพนันอย่างมีปฏิสัมพันธ์ การพนันออนไลน์นั้นตั้งอยู่บนหลักการพื้นฐาน 3 ประการสำคัญ คือ

1. เป็นรูปแบบการเล่นพนันที่เข้าถึงได้ง่าย (Accessibility)
2. ไม่จำเป็นต้องวางเดิมพัน หรือใช้เงินเยอะ ทว่าเล่นได้ง่าย (Affordability) และที่สำคัญที่สุด
3. ผู้เล่นพนันไม่จำเป็นต้องระบุตัวตนจริง (Anonymity) หรือสามารถปลอมตัว กลบเกลื่อน เพื่อหนีข้อครหาเชิงศีลธรรม หรือการจับกุมได้

ด้วยเหตุที่กระแสนิยมที่ผู้คนมีต่อการพนันและความบันเทิงออนไลน์ ซึ่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตลาดการเล่นเกมออนไลน์ (ซึ่งนอกจากจะเป็นการพนันชนิดหนึ่ง ในหลายกรณีเกมออนไลน์ยังมีการพนันแฝงอยู่ในเกมนั้นด้วย) ได้กลายเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่ดึงดูดให้นักพัฒนาโปรแกรมซอฟต์แวร์ ผู้ประกอบการกิจการการพนันบนดิน คาสีโน และบริษัทตัวแทน จนรวมไปถึงนักลงทุนรายใหม่ เข้ามาดำเนินการต่อยอด จนมันกลายเป็น

เครือข่ายเศรษฐกิจดิจิทัลที่เติบโตอย่างรวดเร็วและล้น
 ้นขึ้น

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยี
 และการขยายของอุตสาหกรรมการพนันออนไลน์ดังกล่าว
 ก็ไม่ได้เป็นสิ่งที่ประเทศต่าง ๆ และสังคมยอมรับอย่างไร
 การตอบโต้ หรือตั้งคำถาม

ราวทศวรรษที่ผ่านมา มิงงานวิจัยจำนวนไม่น้อย
 ที่นำเสนอและสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบทางสังคม และ
 ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องพัวพันไปกับการพนันออนไลน์
 ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางเศรษฐกิจที่เป็นผลมาจากการเล่น
 พนันออนไลน์ การติดพนัน การเล่นพนันในหมู่คนหนุ่มสาว
 และเยาวชน และปัญหาการก่ออาชญากรรมรูปแบบใหม่
 ปรากฏการณ์ดังกล่าวนำไปสู่ข้อถกเถียงและความจำเป็น
 ที่รัฐในประเทศต่าง ๆ จำต้องมีการคิดถึงกลไกการกำกับ
 ควบคุม และมาตรการทางกฎหมาย (Legislation) เพื่อที่จะ
 หาทางป้องกันและลดผลกระทบอันเป็นผลมาจากการพนัน
 ออนไลน์ ที่จะมีต่อความปลอดภัยของสังคมและระบบ
 สุขภาพสาธารณะ (Public Health)

รัฐของบรรดาประเทศต่าง ๆ กำลังตื่นตัวอย่างหนัก
 ที่จะหาทางออกกฎหมาย หรือการดำเนินมาตรการต่าง ๆ
 ทั้งในทางเทคโนโลยีและนโยบายสาธารณะ เพื่อกำกับ
 ควบคุมปริมาณของการพนันออนไลน์ที่ปัจจุบัน นอกจาก

จะกลายเป็นสิ่งที่ติดตามจับต้องได้ยากมากขึ้น ยิ่งดำรง
อยู่เหนืออำนาจอธิปไตยและเขตแดนของรัฐชาติ กฎหมาย
แบบดั้งเดิมไม่สามารถใช้บังคับได้ ปัญหาใหญ่ที่สุดของ
การควบคุมพนันออนไลน์ก็คือ กฎหมายการพนันที่แทบ
ทุกประเทศใช้กันอยู่ทุกวันนี้ยังเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
และวางอยู่บนหลักการของ “การพนันบนดิน”

สรุป

การทำนายขยายตัวของเครือข่ายพนันกีฬาออนไลน์
ซึ่งแทบจะทุกสายพันธุ์ก่อเกิดและปฏิบัติการบนเครือข่าย
เทคโนโลยีการสื่อสาร อินเทอร์เน็ตออนไลน์มาแต่แรกเริ่ม
กลายเป็นเรื่องที่แต่ละประเทศมีนโยบายและมาตรการ
ตอบโต้ต่อการคุกคามจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี
และการขยายตัวของอุตสาหกรรมการพนัน หรือระบบ
ของการแลกเปลี่ยนแบบใหม่นี้ หลายประเทศยังแทบไม่มี
กฎหมายใดๆ ที่จะนำมาใช้ดำเนินการกับการพนันทาง
อินเทอร์เน็ต และการแลกเปลี่ยนซื้อขายสกุลเงินจนไปถึง
เหรียญดิจิทัลที่กลายเป็น “สินทรัพย์ดิจิทัล” (Digital asset)
ด้วยเหตุนี้การพนันออนไลน์จึงกลายเป็นพื้นที่เป้าหมาย
ของบรรดาผู้ประกอบการธุรกิจพนัน ที่จะเข้ามาครอบงำ

แสวงหาผลประโยชน์จากความกำกวมและลักลั่นของกฎหมายที่รัฐตามไม่ทัน ดังเช่นที่เกิดขึ้นกับกรณีของประเทศไทย ซึ่งเว็บพนันออนไลน์ โดยเฉพาะการพนันผลการแข่งขันฟุตบอล หรือที่เรียกกันว่า “พนันบอล” นั้น เปิดให้บริการอย่างเปิดเผย (และรัฐยังไม่สามารถเอาผิดกับผู้ประกอบการได้อย่างเด็ดขาด) ในขณะที่บางประเทศพยายามที่จะดำเนินมาตรการปิดกั้น (เช่นใช้เทคโนโลยีปิดกั้นเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของเว็บพนัน ผ่านการบังคับควบคุมผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ISP) และมีนโยบายต่อต้านปราบปรามห้ามเล่นการพนันออนไลน์ทุกรูปแบบ เช่น ในกลุ่มประเทศรัฐอิสลาม ที่นอกจากจะต่อต้านและสั่งห้ามเล่นการพนันทุกรูปแบบอยู่แล้ว จึงรวมไปถึงการห้ามการพนันทางอินเทอร์เน็ตด้วย ทว่าในทางกลับกันในอีกหลายประเทศ (คือในยุโรปและออสเตรเลีย) รัฐกลับอนุญาตให้มีการพนันออนไลน์เกิดขึ้นได้ไม่ว่าจะโดยการที่รัฐเข้าไปกำกับควบคุมผ่านการให้ใบอนุญาต หรือการปล่อยให้เป็นเรื่องของกลไกตลาดการค้าเสรีที่จะควบคุมตัวมันเอง (ผ่านเรื่องการแข่งขัน การลงทุน การขาดทุน การได้กำไร) โดยทั่วไปรัฐบาลของหลายประเทศ (เช่น อังกฤษและออสเตรเลีย) มักจะอนุญาตและกำกับควบคุมให้ธุรกิจการพนันออนไลน์บางชนิดดำเนินการต่อไปได้ ในขณะที่การพนันออนไลน์อีกหลายประเภท (ทั้งที่ให้บริการและเล่นนอกเขตอธิปไตย

ของรัฐ) เป็นสิ่งที่ถูกห้าม และเชื่อมโยงไปกับเรื่องของปัญหาการกระทำผิดและการก่ออาชญากรรม (Banks, 2014)

หลายประเทศดำเนินการมาตรการทางเทคโนโลยีและมีนโยบายตามกฎหมายห้ามไม่ให้พลเมืองของตนเองเข้าถึงเว็บไซต์พนันออนไลน์ที่ทั้งตั้งอยู่ในประเทศและมาจากนอกประเทศ เช่น ประเทศจีนใช้โปรแกรม The Great Wall ปิดกั้นและควบคุมสอดส่องการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนอกประเทศของประชาชนพลเมืองบนผืนแผ่นดินใหญ่ ในขณะที่บางประเทศปล่อยให้พลเมืองเข้าถึงเว็บไซต์พนันออนไลน์ที่มีแม่ข่ายและบริษัทจดทะเบียนอย่างถูกกฎหมายตั้งอยู่นอกประเทศของตนได้ แต่พยายามออกกฎหมายและบังคับใช้ห้ามไม่ให้ประชาชนของตนเองเล่นพนันออนไลน์และถือว่าเป็นเรื่องผิดกฎหมาย เช่น ในกรณีของประเทศสิงคโปร์ การพนันเล่นได้เฉพาะในคาสิโนที่รัฐอนุญาตเท่านั้น กระนั้นในบรรดาประเทศที่มีการอนุญาตให้เล่นการพนันออนไลน์ได้อย่างถูกกฎหมายก็ยังมีมาตรการการกำกับควบคุมที่แตกต่างกันไป เช่น สิงคโปร์และออสเตรเลียจะออกใบอนุญาตดำเนินการให้กับบริษัทของรัฐบาลหรือรัฐวิสาหกิจที่รัฐบาลตั้งขึ้นเท่านั้น ในขณะที่รัฐของบางประเทศจะใช้ระบบผูกขาดการตลาด ออกใบอนุญาต

ให้กับเอกชนบางราย ในขณะที่อีกหลายประเทศใช้ระบบ
ผสมผสาน และบางประเทศไปไกล มีนโยบายอนุญาต
ให้บริษัทต่างชาติสามารถเข้ามาดำเนินกิจการให้บริการ
เล่นพนันออนไลน์นี้ให้แก่พลเมืองของตนเองได้

กล่าวได้ว่านโยบายการกำกับควบคุม โดยอาศัย
เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เช่น การใช้โปรแกรมปิดกั้น
เครือข่ายการสื่อสาร การตรวจสอบและห้ามธุรกรรมการ
เงิน การปิดเว็บไซต์ และการสร้างโปรแกรมป้องกันมิให้เด็ก
และเยาวชนเข้าถึงเว็บพนัน และการทำให้การพนันออนไลน์
กลายเป็นเรื่องที่ถูกกฎหมายนั้นเป็นแนวทางจัดการกับ
ปัญหาการพนันออนไลน์ที่นิยมกันมากในประเทศกลุ่ม
สหภาพยุโรป สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย แนวคิด
เบื้องหลังนโยบายดังกล่าวคือ การที่รัฐต้องสร้างระบบ หรือ
หลักประกันให้กับกิจกรรมการพนันว่าจะต้องดำเนินการไป
อย่างโปร่งใสและยุติธรรมระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ
กลไกดังกล่าวอาจดำเนินการผ่านการที่รัฐติดตามตรวจสอบ
การแลกเปลี่ยน ธุรกรรมการเงินที่เกิดขึ้นจากการพนัน
ออนไลน์ การทดสอบและให้ใบรับประกันต่อเทคโนโลยี
การพนัน ที่ใช้ป้องกัน จนไปถึงการที่รัฐคอยติดตามกำกับ
ดูแลให้บริษัทรับพนันที่ได้รับใบอนุญาตดำเนินการตาม
มาตรการและขอบเขตที่รัฐกำหนด การให้ใบอนุญาตและ

การจัดเก็บภาษีจึงเป็นแกนกลางของการดูแลตรวจสอบและกำกับควบคุมให้การพนันออนไลน์นั้นเป็นสิ่งที่ดำเนินไปตามกฎหมายและเพียงธรรม

แม้กระนั้น การกำกับควบคุมผู้ให้บริการการพนันออนไลน์ โดยเฉพาะบรรดาเว็บไซต์หรือระบบการให้บริการที่ตั้งอยู่นอกเขตแดนรัฐชาติของประเทศนั้นๆ นับว่าเป็นประเด็นท้าทายอย่างยิ่ง เช่น ในหลายประเทศที่การพนันถูกมองว่าเป็นสิ่งต้องห้าม (เช่นประเทศไทยและประเทศจีน) เราจะพบว่าจะมีบรรดาผู้ประกอบการ หรือบริษัทพนันตั้งแม่ข่ายอยู่นอกประเทศ นอกดินแดนอธิปไตยของประเทศนั้น และพยายามกระจายเครือข่ายสาขาพัฒนาปรับเปลี่ยนระบบการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเล่นพนันออนไลน์ เช่น การพนันทายผลการแข่งขันฟุตบอลในประเทศไทยที่มีบริษัทรับแทงที่ดำเนินการอย่างถูกกฎหมายตั้งอยู่นอกประเทศมาช้านานกว่า 2 ทศวรรษ เป็นอย่างน้อย

ด้วยเหตุที่อุตสาหกรรมพนันเกมกีฬาออนไลน์ยังอยู่ในช่วงขาขึ้น ควบคู่ไปกับเครือข่ายออนไลน์ การแพร่กระจายของสื่อและอุปกรณ์ดิจิทัลที่เข้าถึงได้อย่างง่ายดายในปัจจุบัน กลไกการกำกับควบคุมของรัฐที่มีอยู่กลับยังคงเป็นอยู่ในช่วงของการพัฒนา หลายๆ ประเทศพยายามออกกฎหมายสร้างมาตรการ หรือทบทวนกฎหมายการพนันเดิม เพื่อที่

จะใช้เป็นมาตรการโต้ตอบต่อการคุกคามประเทศในรูปแบบใหม่และเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัล (ที่มาจากภายนอก?) ในนามของเกมกีฬาและการพนัน ไม่ว่าจะเป็นการเปิดเสรี และการกำกับควบคุมอย่างเข้มงวด การพยายามหาทางป้องกันปัญหา ผลกระทบทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นตามมา และอีกนานาสารพัน เหล่านี้ล้วนเป็นเรื่องที่ทำทนายอำนาจ อธิปไตยรัฐยุค Cyber

บรรณานุกรม

- Anderson, Paul M., Ian S. Blackshaw, Robert C. R. Siekmann, and Janwillem Soek. Editors. 2012. *Sport Betting: Law and Policy*. Springer.
- Banks, James. 2014. *Online Gambling and Crime*. Surrey. Ashgate.
- Blackshaw, Ian S. 2012. "Introductory Remarks". In Paul M. Anderson, Ian S. Blackshaw, Robert C. R. Siekmann, and Janwillem Soek (Editors), *Sport Betting: Law and Policy*. Springer.
- Gainsbury, M. Sally, Alex M.T. Russell, Nerille Hing, Robert Wood, Dan Lubman and Alex Blaszczynski. 2015. "How the Internet is Changing Gambling". *Journal of Gambling Studies*, Vol. 31: 1-15.
- Hing, Nerille, Alex M.T. Russell, Peter Vitartas and Matthew Lamont. 2015. "Demographic, Behavioural and Normative Risk Factors for Gambling Problems Amongst Sports Bettors". *Journal of Gambling Studies*, Vol. 32: 625-641.

Lopez-Gonzalez, Hibai, Frederic Guerrero-Sole, Ana Estevez and Mark Griffiths. 2018. "Betting is Loving and Bettors are Predators". *Journal of Gambling Studies*, Vol. 34: 709-726.

ปัญญาประดิษฐ์

มานุษยวิทยา



ศูนย์วัฒนธรรมศึกษาและเมืองร่วมสมัย
ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
Thailand Science Research and Innovation (TSRI)