



ระดับของการตีตราทางเพศ ที่เกิดขึ้นกับนักเรียนข้ามเพศในเชียงใหม่

Level of Sexual Stigma Among
Transgender Students in Chiang Mai

กิตติวิมล เดชชวานากร

Kittiwin Dhedchawanagon



ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระไตรปิฎก

Sufficiency Economy Philosophy According
to the Tripitaka

พระครูวินัยธรสฤษดิ์ชัย ญาณวิโร (ทิพย์โอสธ)

Phrakhru Vinaidhorn Sanchai Nāṇavīro (Thip-osot)

พระมหาสหัสชาชัย รัตน์ลันติ

Phramaha Sahassachan Rattanasanti



โปเกมอนโก : แรงงานดิจิทัล ความเป็นทรนเนอร์ และการแสวงหาผลประโยชน์ จากแรงงานในการเล่น

Pokémon GO :
Digital Labor Becoming Trainer
and Play-Bour

ปกรณ์ คงสวัสดิ์*

Pakorn Kongsawat

รับบทความ 5 มีนาคม 2564

แก้ไขบทความ 4 มิถุนายน 2564

ตอบรับบทความ 24 สิงหาคม 2564

* นักวิชาการอิสระ

Corresponding author e-mail: pkorny@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้ต้องการกล่าวถึงเกมโปเกมอนโกในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของ
ธุรกิจดิจิทัล (digital economy) ที่กำหนดและสร้างรูปแบบทางวัฒนธรรม
แบบหนึ่งขึ้นมา

โปเกมอนโกเป็นตัวอย่างของเกมที่สร้างความเข้าใจแบบใหม่เกี่ยวกับการ
ศึกษาเกมและธุรกิจดิจิทัล ผู้ศึกษานำแนวคิดวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ศึกษา (science and technology studies) และแรงงานดิจิทัล (digital labor)
มาอธิบายเกมดังกล่าว โดยเฉพาะประเด็นเรื่องปัญญาประดิษฐ์ (AI) ว่าเข้ามา
มีบทบาทสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมของผู้คนที่ประสานตัวเองเข้ากับเครื่องกล
หรือที่เรียกว่าไซบอร์ก (cyborg) อย่างไร

ในอีกด้านหนึ่งของเกมโปเกมอนโก ผู้ศึกษาพิจารณาเกมดังกล่าวว่า
มีนัยแฝงด้านธุรกิจ โดยผู้เล่นกลายเป็นแรงงาน (play-bour) ให้กับบริษัทธุรกิจ
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

คำสำคัญ

เกม แรงงานดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ แรงงานจากการเล่น

Abstract

This article aims to analyze how games and digital economy
become a way of life in determining and creating cultural group.

Pokémon GO is an important example of game which creates
new understanding of video games and digital economy. This article
uses Science and Technology Studies (STS) to understand Artificial
intelligence (AI) and digital labour which plays a role in creating
virtual animals in the game world as well as how humans are
Cyborgs when connected to a machine.

Moreover, Pokémon GO can be considered a form of
exploitation of labour which players are “play-bour”, playing video
games as a disguise for performing labour makes the profit of the
information industry.

Keyword

game, digital labor, artificial intelligence, play-bour

บทนำ

ธุรกิจดิจิทัลขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 (COVID-19) ทั้งในงานบริการจัดส่งอาหารและบริการโลจิสติกส์ต่าง ๆ ธุรกิจดังกล่าวเริ่มแพร่หลายตั้งแต่ ค.ศ.2008-2010 เป็นต้นมาด้วยเหตุผลที่คนทั่วโลกเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน จึงทำให้คนส่วนใหญ่ได้รู้จักกับธุรกิจแพลตฟอร์มซึ่งครอบคลุมในหลายกลุ่มบริการ เช่น จัดหาที่พัก จัดส่งอาหาร และงานบริการต่าง ๆ เป็นต้น

ต้นทางการศึกษาเรื่องกลุ่มคนที่ทำงานกับธุรกิจแพลตฟอร์มหรือที่เรียกว่าแรงงานดิจิทัล (digital labor) มาจากกลุ่ม autonomist และ workerist ของอิตาลี การเคลื่อนไหวในเรื่องสิทธิแรงงานในช่วงระหว่าง ค.ศ. 1960-1970 และในปี ค.ศ.1972 ไปจนถึงการเคลื่อนไหวเกี่ยวกับค่าจ้างสำหรับงานภายในบ้านโดย เซลมา เจมส์ (Selma James) มีผู้เสนอว่าแนวคิดแรงงานดิจิทัลเกิดจากงานที่ได้เคลื่อนตัวจากโรงงานไปยังพื้นที่ทางสังคม โดยกลุ่ม autonomist อธิบายแรงงานในลักษณะดังกล่าวว่าเกิดจากรูปแบบการใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตทางสังคม (social factory) โดยเฉพาะความคิดสร้างสรรค์ในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ถูกสร้างขึ้นโดยผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้ใช้งานในแพลตฟอร์มดังกล่าวจึงถูกพิจารณาในฐานะแรงงานดิจิทัลบนแพลตฟอร์มแบบหนึ่ง (Castronova, 2005) ตัวอย่างเช่น Lazzarato (1996) อธิบายแรงงานไร้รูปแบบ (immaterial labor) ที่เกิดจากตัวเนื้อหาหรือคอนเทนต์ (content) ได้กลายเป็นสินค้าแบบหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับการเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างกิจกรรมการผลิตคอนเทนต์ ด้านแพชชั่นรสนิยม มาตรฐานการบริโภคหรือกระแสสังคมของสาธารณชนที่แรงงานไร้รูปแบบมักจะเกี่ยวข้องกักิจกรรมที่ไม่ถูกตระหนักว่าเป็นงาน

แพลตฟอร์มธุรกิจแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ หนึ่งคือกลุ่มแพลตฟอร์มที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก (online web-based platform) เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ จีเมล เป็นต้น สองคือกลุ่มแพลตฟอร์มที่มีเครือข่ายเฉพาะประเทศ (locations-based platform) เช่น บริการส่งอาหาร บริการรถแท็กซี่ เป็นต้น

แพลตฟอร์มแรงงานในระบบดิจิทัล (digital labor platform) สามารถแบ่งรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างแพลตฟอร์มกับคนงานได้เป็น 2 ลักษณะลักษณะที่หนึ่ง คนงานฝากประวัติไว้ที่แพลตฟอร์ม แพลตฟอร์มเป็นคนกลางระหว่างแรงงานกับนายจ้าง โดยนายจ้างจะเข้ามา ในแพลตฟอร์มเพื่อเลือกบุคคลที่เหมาะสมกับงาน เช่น แพลตฟอร์มจัดหาคนทำความสะอาด ลักษณะที่สอง แพลตฟอร์มทำหน้าที่เป็นนายจ้างและส่งงานให้กับแรงงาน เช่น แพลตฟอร์มรับจัดส่งอาหาร เป็นต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างแพลตฟอร์มกับคนงานในแบบแรกเกิดจากในปัจจุบันบริษัทขนาดใหญ่ต้องการลดรายจ่ายจึงต้องการจ้าง outsourcing มาทำงานในส่วนที่ล้นเกินไปจากงานปกติของบริษัท นายจ้างค้นหาคนทำงานจากแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยจะพบกันในโลกดิจิทัลตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ ซึ่งการค้นหาแรงงานเพื่อจ้างงานนั้นทำผ่านระบบดิจิทัลทั้งหมดแพลตฟอร์มดังกล่าวใช้ระบบอัลกอริทึม (algorithm) จับคู่ทักษะของแรงงานให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า ระบบจัดหางานดังกล่าวจะตอบกลับนายจ้างแบบทันทีเมื่อระบบการจ้างงานเสร็จสิ้น ตัวอย่างกลุ่มบริษัท outsourcing เช่น การทำคอนเทนต์รีวิวสินค้า เป็นต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างแพลตฟอร์มกับคนงานในแบบที่สอง คือ แพลตฟอร์มมีลักษณะเสมือนเป็นนายจ้างที่จะคอยแจกจ่ายงานให้กับคนงานซึ่งแรงงานส่วนใหญ่เป็นชายในประเทศกำลังพัฒนามีอายุไม่เกิน 35 ปี (ILO Flagship Report, 2021) รายได้เมื่อเทียบกับเวลาที่ใช้ในการทำงาน ในกลุ่มงานลักษณะ

ดังกล่าวอาจไม่คุ้มค่าเหนื่อย เพราะไม่ได้รับเงินค่าล่วงเวลา ที่สำคัญเมื่อแรงงานมีจำนวนมากกว่าการจ้างงานจึงทำให้เกิดการแข่งขันจนทำให้แรงงานต้องเพิ่มศักยภาพในการทำงานและต้องเพิ่มชั่วโมงการทำงานต่อสัปดาห์เพื่อรับค่าแรงที่เพียงพอกับค่าครองชีพ แรงกดดันดังกล่าวเพิ่มความเสี่ยงที่จะบาดเจ็บหรือเสียชีวิตจากการทำงาน นอกจากนี้แรงงานไม่สามารถยกเลิกหรือเลือกงานได้เพราะจะกระทบกับเรตติ้ง (หรือการให้ดาวของลูกค้า) ในการทำงานที่เกิดจากการคำนวณของระบบอัลกอริทึม ผลที่ตามมาคือ คนจ้างงานจะไม่เลือกแรงงานที่มีเรตติ้งต่ำซึ่งจะกระทบไปถึงโอกาสการได้งาน โบนัส เงินชดเชย ถึงแม้ว่าแรงงานได้รับการปฏิบัติไม่ดีจากลูกค้า พวกเขาก็ไม่มีช่องทางในการร้องเรียน ที่สำคัญแรงงานในแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ได้รับการคุ้มครองทางกฎหมาย (ILO Flagship Report, 2021)

ในบริบทนโยบายระดับประเทศโดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา แรงงานดิจิทัลกลายเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายของประเทศด้วยการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสร้างระบบธุรกิจดิจิทัลและเพิ่มโอกาสการสร้างงานทั้งกับกลุ่มแรงงานไร้ฝีมือที่ไม่ได้รับการจ้างงานประจำและกลุ่มแรงงานมีฝีมือที่มีบริษัทต้องการจ้างงานแบบ outsourcing คนที่ได้งานกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีทักษะสูง ในงานศึกษาบางชิ้นที่เกี่ยวกับแรงงานดิจิทัลได้กล่าวถึงแรงงานดังกล่าวในฐานะคนงานในยุคสมัยแห่งการล่าอาณานิคมใหม่ (neocolonial) ที่กำลังเกิดขึ้นทั่วโลก เช่น Casilli (2017) กล่าวถึงธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระจายตัวไปทั่วโลกซึ่งเกิดขึ้นจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เข้าถึงกลุ่มประเทศกำลังพัฒนามากขึ้น จากการมาถึงของกลุ่มธุรกิจดังกล่าว รัฐบาลท้องถิ่นเข้าไปมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้ประชากรของตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของแรงงานในธุรกิจดังกล่าวได้ โดยเจ้าของกลุ่มธุรกิจดังกล่าวคือนายทุนจากประเทศพัฒนาแล้วซึ่งเข้ามาหยิบฉวยใช้แรงงานแบบ outsourcing ในประเทศกำลังพัฒนา ด้วยเหตุผลที่ว่า

ราคาค่าแรงไม่แพงและไม่ต้องรับผิดชอบสวัสดิการต่าง ๆ หรือสิทธิในแรงงานด้านต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมกันที่เกิดขึ้นในระดับโลก

ธุรกิจแพลตฟอร์มเติบโตอย่างรวดเร็วด้วยเหตุผล 3 ประการ หนึ่ง ความคล่องตัวในการรับสมัครคนงาน สอง ลดต้นทุนในการบริหารบุคลากรและสาม เพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มแรงงานประเทศยากจนที่มีทักษะที่เหมาะสมด้วยราคาค่าบริการที่ไม่แพงเมื่อเทียบกับรายได้ขั้นต่ำในประเทศพัฒนาแล้ว สำหรับด้านบวกของธุรกิจแพลตฟอร์ม คือธุรกิจสตาร์ทอัพ (startup) หรือกลุ่มธุรกิจท้องถิ่นเกิดใหม่สามารถขยายฐานลูกค้าโดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการค้นหากลุ่มลูกค้าและเกิดธุรกรรมในการซื้อขายสินค้าในที่สุด (ILO Flagship Report, 2021)

นอกจากแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นตัวกลางในการจัดหางานหรือเป็นเครื่องมือเพื่อบริหารจัดการแรงงานแล้ว ในอีกด้านหนึ่งแพลตฟอร์มยังกลายเป็นเครื่องมือขูดรีดแรงงานผู้ใช้งานในลักษณะที่คนใช้ไม่รู้เนื้อรู้ตัว เช่น Fuch (2013) นำแนวคิดของ คาร์ล มาร์กซ์ (Karl Marx) มาวิเคราะห์คนใช้งาน โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก โดยมองว่าคนใช้งานได้สร้างมูลค่าการใช้ (use value) และผู้บริโภคหรือผู้ใช้งานกลายเป็นผู้สร้างสรรค์กิจกรรมทางสังคมในแพลตฟอร์มดังกล่าวด้วยการแชร์ (sharing) การโพสต์ (post) การเชื่อมต่อกันในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างมูลค่าการใช้งาน เช่น ผู้ใช้งานได้สร้างคอนเทนต์ใหม่ ๆ เพื่อทำให้เกิดกลุ่มแฟนคลับในการติดตามหรือนำแพลตฟอร์มดังกล่าวไปใช้เพื่องานโฆษณา ความคิดสร้างสรรค์ดังกล่าวเป็นรูปแบบของแรงงานและกลายเป็นสินค้าซึ่งเจ้าของแพลตฟอร์มดังกล่าวขูดรีดแรงงานโดยไม่ต้องจ่ายเงินค่าแรง

ดังนั้น แรงงานดิจิทัลจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารซึ่งทำให้เกิดการจ้างงานแบบใหม่ขึ้นมา

กลุ่มแรงงานธุรกิจแพลตฟอร์มอาจไม่ใช่รูปแบบเดียวที่สร้างรายได้ให้กับธุรกิจดังกล่าว สิ่งที่น่าดูเหมือนว่าไม่อาจมีประสิทธิผลในการผลิตอย่างเช่นการเล่น โดยเฉพาะการเล่นเกม ก็กลายเป็นส่วนหนึ่งในการผลิตของระบบทุนนิยมในยุคดิจิทัลด้วยเช่นกัน

การเล่น การทำงาน ความหมายที่พร่าเลือน เมื่อเกมกลายเป็นงาน

“การเล่น” เป็นธรรมชาติที่เกิดขึ้นได้ทั้งในมนุษย์และสัตว์ ในคำอธิบายเกี่ยวกับการเล่นในทางมานุษยวิทยาในช่วงแรก มองว่าการเล่นคือกระบวนการขัดกลมเกลียวทางสังคม (socialization) เพื่อให้เด็กเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ภายในทางสังคม เช่น การแบ่งเพศทางสังคม ชนชั้น ปฏิสัมพันธ์ การเรียนรู้ และสวมบทบาททางสังคม (Hamayon, 2016)

คำอธิบายเกี่ยวกับการเล่นส่วนใหญ่ในอดีตมักเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในช่วงเวลาว่างหรือนันทนาการเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (non-work) กระทั่งหลังหลังทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา การเล่นถูกอธิบายในลักษณะการตีความเพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ เช่น ในงานของ คลิฟฟอร์ด เกียร์ตซ์ (Clifford Geertz) อย่าง “*Deep play: Notes on the Balinese Cockfight*” การเล่นแสดงให้เห็นรูปแบบของวัฒนธรรม เช่น การเล่นพนันที่มีการเดิมพันสูงเกินจริงหรือใช้เงินจำนวนมากในบริบทของชาวบาหลิ อย่างการเล่นพนันไก่ชนไม่ได้หมายความว่าพวกเขาไม่ใส่ใจเรื่องเงินทอง แต่การพนันชนไก่นั้น เป็นเรื่องของหน้าตาและการแสดงฐานะทางสังคม (Geertz, 2005) การเล่นไม่สามารถแยกฝั่งออกเป็นการเล่นและการทำงานได้อย่างชัดเจน เช่น การเล่นไพ่จนกระจอกก็แสดงออกถึงการเล่นที่จริงจัง (serious game) และเป็นการต่อสู้เพื่อให้อยู่ใน

ตำแหน่งของความเป็นชายหนุ่มแบบคนได้หัววัน (Malaby, 2009)

การทำงานและการเล่นเป็นสิ่งที่ยากจะแบ่งแยกได้อย่างชัดเจน เดิมนั้นเคยเข้าใจว่าการเล่นต้องเป็นกิจกรรมในเวลาว่างหรือเป็นกิจกรรมที่ทำแบบไม่จริงจัง แต่ในข้อเท็จจริงแล้ว การเล่นบางครั้งก็มีลักษณะที่จริงจังและสร้างความคาดหวังหรือความหมายให้กับผู้เล่นไม่ต่างจากการทำงานโดยตัวอย่างกิจกรรมการเล่นที่เดิมเคยเข้าใจว่าเป็นการพักผ่อน แต่ในปัจจุบันกลายเป็นงานที่สำคัญ ก็คือ การเล่นเกม

ในการศึกษาเกี่ยวกับเกมที่ผ่านมานี้ เกมถูกพิจารณาว่าเป็นกิจกรรมที่ไร้ผลผลิตทาง เศรษฐกิจและผูกติดกับความเด็ก แต่กรอบวิธีคิดดังกล่าวเริ่มถูกตั้งคำถามเพราะกลุ่มของคนเล่น เกมมีอายุที่เพิ่มขึ้นและคนเล่นเกมก็มีทั้งในส่วนที่เป็นนักกีฬาอีสปอร์ต และนักแคสเกม จนกระทั่งพวกเขากลายเป็นคนที่ชื่อเสียงและสร้างรายได้หลายล้านเหรียญดอลลาร์ต่อปี ในปัจจุบันอุตสาหกรรมเกมมีมูลค่าทางการตลาดในอันดับต้น ๆ ของอุตสาหกรรมบันเทิง (Research and Markets, 2019)

ประวัติของเกมนั้นเริ่มต้นจากเป็นเครื่องมือทางการทหารในยุคสงครามเย็น (Crogan, 2011) กระทั่งได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมของเล่นเด็กและเป็นสื่อบันเทิงที่เกิดจากการพัฒนาของบริษัทในกลุ่มประเทศโลกที่หนึ่ง อาทิ อเมริกา ญี่ปุ่น อุตสาหกรรมดังกล่าวเริ่มต้นด้วยการ ผลิตและพัฒนาสินค้าขึ้นภายในประเทศของตนเองและส่งสินค้าดังกล่าวออกไปขายทั่วโลก จนกระทั่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมดังกล่าวต้องการลดต้นทุนในการผลิตด้วยการส่งต่อขั้นตอนการผลิตไปยังประเทศกำลังพัฒนาในลักษณะรับจ้างเหมาอุตสาหกรรมเกมแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ งานด้านฮาร์ดแวร์ (hardware) คือเครื่องเกมและอุปกรณ์เสริม และงานด้านซอฟต์แวร์ (software) คือโปรแกรมที่ถูกเขียนขึ้นสำหรับใช้ภายในเกม งานทั้งสองส่วนถูกส่งไปผลิตและพัฒนาที่ประเทศ

อินเดียและเวียดนามเป็นหลัก ส่วนแหล่งทรัพยากรที่นำมาใช้ในการผลิตฮาร์ดแวร์ (hardware) โดยเฉพาะส่วนแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์นั้นมาจากเหมืองแร่ในประเทศคองโกซึ่งใช้แรงงานเด็ก เป็นส่วนใหญ่จนกระทั่งฮาร์ดแวร์ของเกมพังเสียหายและจบลงกลายเป็นขยะดิจิทัล ขยะดังกล่าวก็ถูกส่งไปยังประเทศไนจีเรีย อินเดีย เพื่อคัดแยกและรีไซเคิลชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป เครือข่ายการผลิตอุตสาหกรรมเกมกระจายตัวไปทั่วโลกสร้างความมั่งคั่งและความเจ็บปวดให้กับคนหลายกลุ่ม (Dyer-Witheford & de Peuter, 2009)

ในปัจจุบันเกมได้รับความสนใจในการศึกษา ผู้ศึกษาเกมบางส่วนพิจารณาเกม เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างอุดมการณ์ทางสังคม เช่น ประเทศเกาหลีได้สร้างอำนาจอ่อน (soft power) ผ่านเกมออนไลน์ (Kerr, 2006) รัฐบาลเกาหลีได้สร้างอิทธิพลทางธุรกิจและภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้หลายด้านโดยหนึ่งในนั้นคือเกมที่มีเรื่องเล่าเกี่ยวกับตำนานอันยิ่งใหญ่ของประเทศตนเองโดยมีประเทศเกาหลีได้เป็นศูนย์กลางของจินตนาการดังกล่าว นอกจากนี้เกาหลีได้ยังให้ความสำคัญกับประเทศที่ตนเข้าไปเปิดบริการเกมออนไลน์และนำเสนอสัญลักษณ์ท้องถิ่น เช่น สถานที่สำคัญ บุคคลสำคัญ ให้มาเป็นส่วนหนึ่งของเกม เป็นต้น

นอกจากนี้เกมได้กลายเป็นช่องทางทำกิจกรรมต่าง ๆ เสมือนเป็นโลกใบใหม่หรือเรียกว่า ชีวิตที่สอง (second life) (Steinkuehler, Squire, & Barab, 2012) ชีวิตในโลกเสมือนกลายเป็น ชีวิตอีกด้านหนึ่งของผู้เล่น ซึ่งเกิดจากการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นด้วยกัน การศึกษา เกมยังเกี่ยวข้องกับเรื่องแรงงานและการใช้เวลาว่าง ในงานของ Kücklich (2005) กล่าวถึงคนเล่นเกมในฐานะเป็นแรงงานทางด้านอารมณ์และความคิดสร้างสรรค์ โดยเหล่าผู้เล่นเกมมือสมัครเล่นมีส่วนในการปรับเปลี่ยนตัวเกม (modding) ซึ่งเกิดจากบริษัทเกมเปิดกว้างให้ผู้เล่นเข้าไปปรับเปลี่ยนองค์ประกอบของเกมบางส่วน เช่น ออกแบบฉาก ออกแบบตัวละคร เป็นต้น การนำความคิดสร้างสรรค์ไปปรับเปลี่ยน

เกมนั้นเป็นการทำงานให้กับเจ้าของบริษัท ผู้ศึกษาเรียกการชูดิจิทัลดังกล่าวว่า แรงงานที่เกิดจากการเล่น (play-bour) ดังนั้นการศึกษาเกมจึงมีความสำคัญ เกมไม่ใช่เพียงแค่เครื่องมือเพื่อสร้างความสนุกให้กับเด็กอีกต่อไป แต่เป็นสิ่งที่มาพร้อมกับอุดมการณ์ทางสังคมและสร้างวิถีชีวิตทางสังคมแบบใหม่ให้กับผู้เล่น

สำหรับโปเกมอนโก (Pokémon GO) เป็นเกมที่มีความแตกต่างจากเกมทั่วไป คือ ผู้สร้างเกมต้องการให้ผู้เล่นสัมผัสกับโลกเสมือนและโลกจริงไปพร้อมกัน โดยผู้เล่นต้องออก เดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อจับสัตว์โลกเสมือน งานที่ศึกษาเกมโปเกมอนโกที่ผ่านมาแบ่ง ออกเป็น 3 ลักษณะ คือ หนึ่ง เกมสร้างสำนึกในการรับรู้แบบใหม่ ซึ่งเกิดจากเกมมีระบบที่เรียกว่า ความเป็นจริงเสริมหรือ AR (augmented reality) เกมได้สร้างสัตว์โลกเสมือนให้มีชีวิตและกำหนดให้เกิดตามสถานที่ต่าง ๆ ทำให้ผู้เล่นรับรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ในมุมมองใหม่ เช่น สวนสาธารณะ โบราณสถาน อนุสาวรีย์ สอง เกมส่งเสริมการท่องเที่ยว เกมดังกล่าวทำให้ทุกพื้นที่ในโลกเป็นส่วนหนึ่งของเกม ทำให้ผู้เล่นต้องการออกเดินทางท่องเที่ยวไปจับสัตว์โลกเสมือน ตามสถานที่ต่าง ๆ และ สาม เกมสร้างเครือข่ายปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและกลุ่มคนที่ชอบในสิ่งเดียวกัน โดยผู้เล่นนำโปรแกรมสนทนาออตส์แอปป์ (WhatsApp) เข้ามาใช้ในการสื่อสารระหว่างคนในกลุ่ม (Denyer-Simmons, 2016)

ในการศึกษาโปเกมอนโก ผู้ศึกษานำแนวทางการศึกษาของกลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีศึกษา (Science and Technology Studies หรือ STS) มาใช้ ซึ่งแนวทางการศึกษาดังกล่าวให้ความสำคัญกับความรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่เคยเข้าใจว่าเป็นสิ่งที่โปร่งใส แต่แท้จริงแล้วความรู้ดังกล่าวไม่ต่างจากความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริบททางสังคม การเมืองและนโยบายสาธารณะอย่างแนบแน่น นอกจาก human ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างสังคมและวัฒนธรรมแล้ว ในการศึกษาด้วยแนวคิด เครือข่าย (actor-network-

theory) โดย Latour (1987) ยังให้ความสำคัญกับสิ่งที่เรียกว่า nonhuman ในฐานะที่เป็นผู้กระทำการ (actor) แบบหนึ่งซึ่งมีสถานภาพเท่าเทียมกับ human โดย Latour เสนอว่าทั้งผู้คน องค์กร เทคโนโลยี ธรรมชาติ การเมือง กฎระเบียบทางสังคม ได้เข้ามาปฏิสัมพันธ์กันจนเกิดเป็นเครือข่ายผู้กระทำกร ที่หลากหลาย (heterogeneous) (Latour, 1987) โดยเกมโปเกมอนโก มีเทคโนโลยีหรือ nonhuman ที่สำคัญและมีบทบาทในการกำหนดทิศทาง และกิจกรรมภายในเกม คือ artificial intelligence (AI) หรือที่เรียกว่า ปัญญาประดิษฐ์

ปัญญาประดิษฐ์ : Non-human กับการทุจริตแรงงาน

ปัญญาประดิษฐ์ คือระบบซอฟต์แวร์ที่มีพฤติกรรมเลียนแบบ ตรรกะ ความคิด การตัดสินใจ เสมือนมนุษย์ กระบวนการทำงานของปัญญาประดิษฐ์ เริ่มจากการรับรู้ข้อมูลโดยจะแปลง ข้อมูลต่าง ๆ ให้กลายเป็นระบบสัญลักษณ์ และตัวเลขฐานสองที่ใช้สัญลักษณ์เพียง 0 กับ 1 เพื่อนำข้อมูลมาสร้างแบบจำลอง หลังจากนั้นปัญญาประดิษฐ์จะใช้แบบจำลองดังกล่าว มาสร้างแผนการทำงาน และดำเนินการ (sense-model-plan-act) ภายในปัญญาประดิษฐ์มีอัลกอริทึม สำหรับเรียนรู้ (machine learning) และหาคำตอบได้มากกว่าหนึ่งวิธี เทียบเคียงได้กับสมองมนุษย์ (Brighton & Selina, 2013)

มีงานศึกษาที่กล่าวถึงปัญญาประดิษฐ์และหุ่นยนต์ว่ามีผลกระทบใน ด้านลบ โดยเฉพาะการแย่งงานมนุษย์ เช่น *Life 3.0: Being Human in the Age of Artificial Intelligence* กล่าวถึงยุคสมัยของมนุษย์ว่าแบ่งออกเป็น 3 ยุค ยุคที่หนึ่ง ร่างกายและวัฒนธรรมของมนุษย์เริ่มต้นวิวัฒนาการจาก สัตว์เซลล์เดียวจนกลายเป็นมนุษย์ ในปัจจุบัน ยุคที่สอง วัฒนธรรมของมนุษย์

เริ่มวิวัฒนาการและสร้างอุปกรณ์ต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เอง และ ในยุคที่สาม เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกำหนดวิถีชีวิต และแย่งงานมนุษย์ (Tegmark, 2017)

รูปแบบการทำงานของปัญญาประดิษฐ์ในธุรกิจดิจิทัลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ หนึ่ง ปัญญาประดิษฐ์ควบคุมแรงงาน สอดส่องการทำงานของแรงงาน เช่นงานของ Rosenblat (2016) ศึกษาธุรกิจแพลตฟอร์มอุเบอร์ (Uber) แม้ว่า แนวคิดหลักที่บริษัทดังกล่าวจะบอกกับสังคมว่าลักษณะงานมีความอิสระและ ยืดหยุ่น แต่บริษัทใช้ประโยชน์จากอัลกอริทึมที่อยู่ในแอปพลิเคชัน (application) ของมือถือในการควบคุมพฤติกรรม สอดส่องตำแหน่งของคนขับ โดยแพลตฟอร์ม ดังกล่าวไม่มีความเป็นกลาง เพราะแรงงานไม่มีช่องทางร้องเรียนหากคนขับรถ พบกับลูกค้าที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม สอง ปัญญาประดิษฐ์ถูกสร้างขึ้นเพื่อ อำนาจความสะดวกให้กับแรงงานเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และทุจริตแรงงาน โดยที่บริษัทไม่ต้องจ่ายค่าแรงหรือสวัสดิการ อาทิเช่น งานของกลุ่มนักคิด สายมาร์กซิสม์ (Marxism) อย่าง Fuchs (2014) กล่าวถึงอุตสาหกรรม สารสนเทศมีต้นทุนการผลิตสินค้าที่แบ่งได้สองส่วนคือ ทุนคงที่ (constant capital) ซึ่งเป็นทุนที่ใช้จ่ายไปกับอุปกรณ์การผลิต เช่น เครื่องกล วัตถุดิบ ปัญญา ประดิษฐ์ เป็นต้น และทุนผันแปร (variable capital) ซึ่งเป็นทุนที่ใช้จ่ายไปกับ แรงงาน ทุนทั้งสองประเภทมีบทบาทต่างกันในการผลิตมูลค่าส่วนเกิน (surplus value) ความมั่งคั่งของเจ้าของทุนนั้นมีได้เกิดจากกำไร (profit) ของการขาย สินค้าซึ่งกำไร นั้นถูกบวกเข้าไปในราคาสินค้าแล้วก่อนการแลกเปลี่ยน หากแต่ ความมั่งคั่งของนายทุนมาจากมูลค่าส่วนเกิน โดยเฉพาะผลผลิตที่เกิดจากทุน ผันแปรที่คนงานได้ใส่แรงงาน ของเขาเข้าไปในสินค้า ในช่วงเริ่มต้นนั้นบริษัท เทคโนโลยีในซิลิคอนแวลลีย์ (Silicon Valley) จะเปลี่ยนเงินให้กลายเป็น โครงสร้างพื้นฐาน เช่น สร้างแพลตฟอร์มที่เปิดให้คนใช้ฟรี หลังจากนั้น ผู้ใช้

บริการจะกลายเป็นแรงงานที่ทำงานให้กับบริษัทพร้อมกันทั่วทุกมุมโลกผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผู้ใช้บริการสร้างและเชื่อมโยงข้อมูลส่วนบุคคลโดยข้อมูลดังกล่าวถูกขายให้กับบริษัท โฆษณาเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมในเชิงธุรกิจ ดังนั้นผู้ใช้แรงงานจึงกลายเป็นผู้เสพและสร้างข้อมูล (prosumer) ในระดับบิ๊กดาต้า (big data) ให้กับบริษัทซึ่งบริษัทไม่ต้องจ่ายค่าแรงให้กับผู้ใช้แรงงานที่สร้างมูลค่าส่วนเกินจากแรงงานที่ได้เปล่า (Fuchs, 2014; รวิพล ลีมิ่งสวัสดิ์, 2561)

อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้แรงงานกลายเป็นผู้เสพและสร้างข้อมูลด้วย ในงานของ Ritzer (2010) มีลักษณะที่แตกต่างออกไป โดยเฉพาะความเป็นอิสระและความคิดสร้างสรรค์ของแรงงาน กล่าวคือ บริษัทที่ลงทุนเพื่อควบคุมการผลิตทุกขั้นตอนจะทำให้ได้รับผลผลิตที่เป็นไปตามระบบสายพานการผลิตแบบระบบฟอร์ด (Fordism) แต่ในบริบทการผลิตแบบหลังระบบฟอร์ด (Post-Fordism) (Ritzer, 2008) โดยเฉพาะในธุรกิจแบบแพลตฟอร์มดิจิทัลบางสายงานจะมีลักษณะที่แตกต่างออกไปเพราะบริษัทส่งเสริมให้ผู้ใช้แรงงานกลายเป็นผู้เสพและสร้างข้อมูล ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมย่อมเป็นสิ่งสำคัญและไม่สามารถเกิดขึ้นได้จากการควบคุมแบบเบ็ดเสร็จ บริษัทธุรกิจดิจิทัลจึงไม่พยายามที่จะควบคุมหรือคาดการณ์ล่วงหน้าว่าแรงงานจะสร้างคอนเทนต์จากเครื่องมือที่บริษัทสร้างขึ้นจึงทำให้ผู้ใช้แรงงานกลายเป็นผู้เสพและสร้างข้อมูลที่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นอิสระและความคิดสร้างสรรค์ของผู้บริโภค

ดังนั้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัญญาประดิษฐ์และผู้คนจึงเกิดลักษณะที่สำคัญ 2 ลักษณะ หนึ่งคือสอดส่องควบคุมการทำงานของแรงงาน และ สองคืออำนวยความสะดวกเพื่อเอื้อให้แรงงานเกิดความคิดสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับเกมโปเกมอนโกที่ได้นำปัญญาประดิษฐ์มาสร้างความสมจริงและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัญญาประดิษฐ์กับแรงงานให้เกิดขึ้นในเกมทั้งสองลักษณะ

มารู้จักโปเกมอนโก

การตูนโปเกมอนเกิดมาจากการอดิเรกสะสมแมลงของฮะโตะชิ ทะจิริ กรรมการบริหาร บริษัทโปเกมอนจนกระทั่งกลายมาเป็นการตูนญี่ปุ่นซึ่งได้รับความนิยมทั่วโลก (Mochizuki, T, 2016) โปเกมอนไม่ได้เป็นสิ่งแปลกใหม่สำหรับประเทศไทยเพราะการ์ตูนดังกล่าวเป็นเรื่องเล่าของคนยุคเจนเอ็กซ์และเจนวาย (Generation X Generation Y) ผ่านรายการช่อง 9 การ์ตูนทุกวันเสาร์และอาทิตย์ รวมถึงสิ่งของสะสมในแฟรนไชส์โปเกมอนทุกเวอร์ชันทั้งวิดีโอเกม ซีรีส์อะนิเมะ มังงะ และโปเกมอนเทรดดิ้งการ์ดเกม (Pokémon Trading Card Game) ผู้เล่นโปเกมอนโกบางคนตอบรับการมาถึงของเกมดังกล่าวเพื่อเติมเต็มความฝันในวัยเด็ก และมีผู้เล่นอีกส่วนหนึ่งที่ไม่เคยรู้จักการ์ตูนมาก่อนแต่เห็นว่าโปเกมอนเป็นสิ่งที่มีความน่ารักและแปลกใหม่

โปเกมอนโก เป็นเกมที่เกิดจากความร่วมมือในการพัฒนาระหว่างบริษัท ไอนี และบริษัท เกมขนาดใหญ่อย่างไนแอนติก¹ (Niantic) นินเทนโด (Nintendo) และกูเกิล (Google) เกมให้ ผู้เล่นหรือที่เรียกว่า “เทรนเนอร์” มี ตัวตนในโลกเสมือนผ่านการอวตารลงไปในเกมที่เรียกว่า อาร์พีจี (Role Player

1 ซีอีโอคนปัจจุบันของไนแอนติกคือจอห์น ฮันเค John Hanke เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเกมออนไลน์และการสร้างแผนที่เรียนจบจากมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย เบิร์กลีย์ เมื่อปี 1996 เคยทำงานให้รัฐบาลสหรัฐฯ มาก่อนจากนั้นจึงออกไปก่อตั้งบริษัทของตัวเองชื่อว่า Keyhole เมื่อปี 2001 และสร้างโปรแกรมที่มีชื่อว่า Earth Viewer ซึ่งเป็นโปรแกรมสำรวจโลกผ่านทางภาพถ่ายดาวเทียมเทคโนโลยีแผนที่สามมิติ จนกระทั่งในปี 2004 กูเกิลซื้อกิจการของบริษัท Keyhole ในราคา 35 ล้านดอลลาร์ และเปลี่ยนชื่อโปรแกรม Earth เป็นโปรแกรม Google Earth

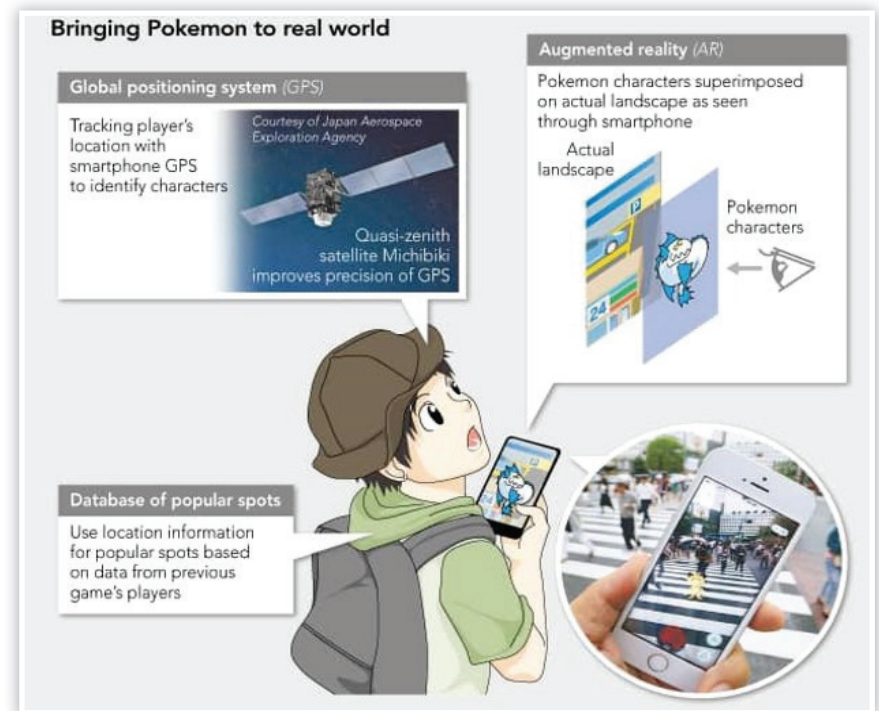
ฮันเคทำงานเป็นหัวหน้าของทีม Google Geo ตั้งแต่ปี 2004-2010 มีหน้าที่สร้างผลิตภัณฑ์ที่สำคัญอย่างระบบแผนที่ Google Maps และระบบภาพถ่ายประกอบแผนที่ Google Street View ในระหว่างที่ทำงานอยู่กับกูเกิลเขาได้รวบรวมลูกทีมเพื่อตั้ง ไนแอนติกแล็บส์ (Niantic Labs) ในปี 2012 ฮันเค ให้กำเนิดเกมออนไลน์ที่อ้างอิงจากตำแหน่งแผนที่จริงขึ้นมาเป็นเกมแรก นั่นคือ “Ingress” ที่ตัวเกมมีเหตุการณ์และเนื้อหาที่ซ้อนบนแผนที่โลกของความเป็นจริง

รูปแบบของเกมโปเกมอนโก เกิดจากแรงบันดาลใจระหว่างที่ฮันเคเดินทางจากบ้านไปทำงานที่กูเกิลเขาสร้างเกมขึ้นมาจากข้อมูลตำแหน่งพิกัดแผนที่ที่มีอยู่ นอกจากนี้ฮันเคเห็นการเติบโตของสมาร์ทโฟนที่แพร่หลายอย่างรวดเร็ว เขาจึงคิดว่าถึงเวลาแล้วที่จะมีเกมผจญภัยที่จำลองขึ้นมาจากโลกจริง ๆ ตัวเกม Ingress ค่อย ๆ เติบโตและกระจายไปทั่วโลก มีผู้เล่นจำนวนมากสร้างจุดตำแหน่งสำคัญเพื่อใช้เล่นในเกมขึ้นมาเป็นจำนวนมากซึ่งต่อมาคือกำลังสำคัญในการสร้างเกมโปเกมอนโก

โปรเจกต์สร้างโปเกมอนโกเกิดจากในวัน April Fool's เมื่อปี 2014 ที่กูเกิล และโปเกมอนคอมปานีร่วมมือกันให้ผู้ใช้งาน Google Maps สามารถจับโปเกมอนที่ปรากฏอยู่ในแผนที่ได้ ถือเป็น April Fool's Day ยอดนิยมในช่วงนั้น จาก April Fool's Day นี้ที่ได้รับความนิยมทั่วโลก จึงเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างเกมแบบนี้ให้เกิดขึ้นจริง

จากนั้นฮันเคเริ่มพัฒนาตัวเกมโปเกมอนโก โดยทีมงานใช้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในมืออยู่แล้ว นั่นคือ นำportal จุดสำคัญต่าง ๆ ในเกม Ingress ที่มีผู้เล่นขึ้นมาจากสถานที่จริงมาใช้เป็นโปเกสตอปหรือตำแหน่งแจกไอเท็มในเกม และ Gym ที่เป็นฐานหลักของแต่ละทีมที่ส่งโปเกมอนมาสู้และยึดเป็นฐานของตนเอง ตัวเกม Ingress จึงเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้การพัฒนาเกม Pokémon Go มีประสิทธิภาพและช่วยให้ทีมงานซ้อนเอาโลกของโปเกมอนเข้ากับโลกจริงได้อย่างลงตัวที่สุด ทางไนแอนติกแล็บส์ (Niantic Labs) ได้ประกาศเปิดตัวเกมโปเกมอนโก ในช่วงปลายปี 2015 ทำให้ได้รับเงินทุนเพิ่มจาก กูเกิล, นินเทนโด, โปเกมอน คอมปานี และนักลงทุนอื่น ๆ รวมแล้วกว่า 25 ล้านดอลลาร์ และเพิ่มจำนวนทีมงานพัฒนาอีกมากกว่า 40 คนมาช่วยกันสร้างเกมให้สามารถเปิดตัวได้ทันภายในปี 2016 (ไอที 24 ชั่วโมง, 2559ข)

Game: RPG) เกมใช้เทคโนโลยีที่ผสานพื้นที่จริงและโลกเสมือนด้วยการ ใช้ระบบตรวจจับพิกัดตำแหน่งบนโลก (GPS) และสมาร์ทโฟนที่ต้องมีกล้องหน้าเพื่อรองรับ ความเป็นจริงเสริมหรือ AR (augmented reality) ซึ่งไนแอนติกได้ซื้อบริษัทชื่อ Escher Technologies เป็นบริษัทสตาร์ทอัพที่มีเทคโนโลยีในการสร้าง AR สำหรับใช้งานกับผู้เล่นหลายคนพร้อมกัน (เออาร์นิวส์, 2561,) เกมให้ผู้เล่นจับสัตว์ในโลกเสมือนมาฝึกฝนต่อสู้โดยเทรนเนอร์ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเล่นเกimdังกล่าว



ภาพที่ 1 รูปแบบการทำงานของระบบเกมโปเกมอนโก

ที่มา: ไอที 24 ชั่วโมง (2559ก)

นอกจากอุปกรณ์ที่ใช้เล่นเกมที่ประกอบด้วยสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เน็ตตลอดเวลาแล้วบริษัทยังได้ผลิตอุปกรณ์เสริม เช่น Pokémon GO Plus สายรัดข้อมือที่ ช่วยแจ้งเตือนด้วยการสั่นและแสงไฟ LED เมื่อโปเกมอนเกิดขึ้นบริเวณใกล้ตัว จึงทำให้เทรนเนอร์ ไม่ต้องมองหน้าจอสมาร์ทโฟนตลอดเวลา

สำหรับวิธีการจับเหล่าโปเกมอน เริ่มต้นเทรนเนอร์ต้องเดินทางไปยังจุดที่โปเกมอนปรากฏตัวในแผนที่ของเกม จากนั้นเทรนเนอร์จะสัมผัสหน้าจอเมื่อถือไปที่ตัวโปเกมอน และโยนโปเกบอล (PokeBall) เพื่อจับสัตว์โลกเสมือนสำหรับโปเกบอลและไอเทมอื่น ๆ ผู้เล่นจะได้รับจากการหมุนโปเกสต็อป (PokéStop) ที่ปรากฏในแผนที่ของเกมโดยแผนที่ดังกล่าวซ้อนทับกับวัตถุหรือสถานที่จริง เช่น รูปปั้น ศาลพระภูมิ ศาลาริมน้ำ เป็นต้น เมื่อเทรนเนอร์มีเลเวล 5 ขึ้นไป พวกเขาต้องเลือกทีม คือ Team Instinct (ทีมสีเหลือง Thunder) Team Mystic (ทีมสีฟ้า Freezer) Team Valor (ทีมสีแดง Fire) แต่ละทีมมีความสามารถแฝงที่แตกต่างกัน

ภารกิจของเทรนเนอร์ในช่วงแรกมี 2 ภารกิจหลักคือ การจับโปเกมอนตามสถานที่ต่าง ๆ โดยโปเกมอนมีธาตุประจำตัว เช่น ธาตุไฟ น้ำ พืช พลังจิต ดิน เป็นต้น ปัญญาประดิษฐ์ มีบทบาทสำคัญในการกำหนดธาตุของโปเกมอนให้สัมพันธ์กับสถานที่จริงเช่นจะเกิดสัตว์ธาตุน้ำจำนวนมากบริเวณริมแม่น้ำ ทะเลในโลกจริง เกมให้เทรนเนอร์จับสัตว์โลกเสมือนตามพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลก จึงทำให้โลกทั้งใบกลายเป็น ส่วนหนึ่งของเกม ที่สำคัญเกมยังมีความพิเศษอีกอย่างหนึ่งคือ แต่ละทวีปในโลกจริงจะมีสัตว์โลกเสมือนประจำถิ่น จึงทำให้เทรนเนอร์จากต่างประเทศต้องการเดินทางเข้ามาจับโปเกมอนประจำถิ่นในทวีปต่าง ๆ



ภาพที่ 2 ปัญญาประดิษฐ์คัดเลือกให้สัตว์โลกเสมือนเกิดขึ้นในพื้นที่ที่เหมาะสมกับธาตุ

ที่มา: Pokemon Go Thailand Fanclub (2560)

ภารกิจอีกอย่างหนึ่งของเทรนเนอร์คือ นำโปเกมอนของตนเองไปต่อสู้กับโปเกมอนของเทรนเนอร์คนอื่นเพื่อยึดยิมโดยยิมดังกล่าว อยู่ในแผนที่ภายในเกม ซึ่งตั้งซ้อนทับอยู่กับสถานที่สำคัญในโลกจริง เช่น อนุสาวรีย์โบราณสถานที่ทางสรรพสินค้า เป็นต้นผู้ร่วมเผ่ายิมต้องเป็นทีมเดียวกันเทรนเนอร์จะได้รับโปเกคอยน์หรือสกุลเงินภายในเกมเป็นค่าตอบแทนและจากการเผ่ายิมตามเวลาที่เกมกำหนด พวกเขาจะนำเงินสกุลดังกล่าวไปซื้อสินค้าและไอเทม (Items) ภายในเกม

ปัญญาประดิษฐ์ยังปรับให้เกมมีช่วงเวลาทั้งกลางวันและกลางคืน รวมทั้งมีฤดูกาลซึ่งสัมพันธ์กับโลกจริงมากที่สุด เพื่อให้สัตว์โลกเสมือนปรากฏตัวเหมาะสมกับช่วงเวลา และสภาพอากาศของโลกจริง อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของมนุษย์เช่นปัญญาประดิษฐ์นั้นมียอดคิดของผู้สร้างโดยเฉพาะผลประโยชน์ทางธุรกิจ

อาทิ ปัญญาประดิษฐ์เลือกให้สัตว์โลกเสมือนเกิดขึ้นตามสถานที่ท่องเที่ยว ห้างร้าน ย่านธุรกิจ หรือในเขตเมือง เพื่อส่งเสริมการขายให้กับบริษัทที่เข้าร่วมโครงการ

สำหรับประเทศไทย บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) คุณลิขิตสิทธิ์ของเกม โปเกมอนโกแต่เพียงผู้เดียว ในด้านธุรกิจโปเกมอนโกช่วยกระตุ้นยอดขายให้กับร้านค้า เช่น ร้านอาหารปล่อยลัวร์ (LURE)² เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามานั่งทานอาหาร และจับสัตว์โลกเสมือน อันเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับร้านเกมดังกล่าวยังสามารถต่อยอด เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจจนทำให้เกิดธุรกิจพาจับโปเกมอนตามสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ.2559 นายยุทธศักดิ์ สุภสรณ์ ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวว่า จากกระแสเกมโปเกมอนโกที่กำลังมาแรง จึงนำเกมดังกล่าวมาศึกษาและได้เลือก ตัวโปเกมอนหายากที่เตรียมนำไปปล่อยในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่ง ในจังหวัดที่อยู่ในโครงการ “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” และ “12 เมืองต้องห้าม...พลาดพลัส” รวมทั้งโครงการ “วันธรรมดาน่าเที่ยว” เพื่อแก้ปัญหาการท่องเที่ยวที่กระจุกตัวเฉพาะช่วงวันหยุดและเมืองหลัก เป็นต้น (ข่าวต่างประเทศ โพสต์ทูเดย์, 2559)

เทรนเนอร์: กลุ่มคนและวัฒนธรรมของเหล่าไซบอร์ก

การที่บุคลลธรรมดากลับเปลี่ยนให้กลายเป็นเทรนเนอร์ได้นั้น พวกเขาต้องประสานตัวเองเข้ากับเครื่องกลจนกลายเป็นสิ่งที่ Haraway (1991) เรียกว่า ไซบอร์ก (cyborg) ซึ่งในบริบทของเกมโปเกมอนโกหมายถึงบุคคลที่ประสาน

2 LURE คือไอเทมที่ผู้เล่นใช้เสริมพลังให้เสาโปเกสตอป การติดตั้งลัวร์จะดึงดูดโปเกมอนมายังเสาโปเกสตอปมากกว่าปกติ

ตัวเองเข้ากับมือถือ ระบบอินเทอร์เน็ต จีพีเอส และปัญญาประดิษฐ์ โดยเฉพาะปัญญาประดิษฐ์ซึ่งจะพัฒนาตัวของมันเองตลอดเวลาด้วยการเรียนรู้จากการเก็บข้อมูลการเล่นของเทรนเนอร์

เทรนเนอร์มีความหลากหลายทั้งอาชีพ (มอเตอร์ไซค์รับจ้าง ช่างแต่งหน้า ครู อาจารย์มหาวิทยาลัย และแพทย์) ช่วงอายุ (ประมาณ 9-70 ปี) และเพศ (ชาย หญิง และข้ามเพศ) ในช่วงแรกกลุ่มเทรนเนอร์เป็นกลุ่มคนที่ทำงานที่เดียวกันและหากิจกรรมทำร่วมกัน กระทั่งในช่วงประมาณปี พ.ศ.2560 เป็นต้นมา ระบบเกมเพิ่มกิจกรรมให้เทรนเนอร์จับสัตว์หายากหรือที่เรียกว่า บอส (boss) ซึ่งเกิดขึ้นตามยิมต่าง ๆ ลักษณะของเกมและระบบปัญญาประดิษฐ์บังคับให้ เทรนเนอร์ต้องรวมกลุ่มกันไม่น้อยกว่าเจ็ดคน เพื่อต่อสู้กับบอสด้วยโปเกมอนที่เทรนเนอร์เลี้ยงเอาไว้ เมื่อเหล่าเทรนเนอร์ช่วยกันต่อสู้กับบอสเรียบร้อยแล้ว เทรนเนอร์แต่ละคนจะจับ บอสซึ่งปัญญาประดิษฐ์กำหนดให้เทรนเนอร์จับโปเกมอนดังกล่าวได้เพียงสองถึงสามตัวต่อหนึ่งครั้ง

หลังจากเหล่าเทรนเนอร์พบเจอกันตามยิมที่เกิดโปเกมอนหายากจึงเริ่มต้นสร้างกลุ่มผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ขึ้นมา กลุ่มเครือข่ายของเทรนเนอร์มีจุดร่วมที่สำคัญคือ ทำงาน เรียน หรือพักอาศัยอยู่ในย่านเดียวกัน ซึ่งเห็นได้จากชื่อกลุ่มในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น กลุ่มพระนคร คือกลุ่มเทรนเนอร์ที่ทำงานหรือพักอาศัยอยู่แถวสนามหลวง อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย เสาชิงช้า เป็นต้น

เทรนเนอร์มีลักษณะการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ เฟซบุ๊กและไลน์ ที่ต่างกัน สำหรับ เฟซบุ๊กจะเป็นสื่อกลางระหว่างกลุ่มเทรนเนอร์ในย่านต่าง ๆ เพื่อแนะนำข่าวสารเกี่ยวกับเกม หรือเทรนเนอร์ประกาศหากกลุ่มที่เล่นเกมในย่านเดียวกัน ส่วนโปรแกรมไลน์มีความเฉพาะพื้นที่ โดยส่วนใหญ่เทรนเนอร์จะมาเจอกับสมาชิกของกลุ่มดังกล่าวตามสถานที่เล่นเกมแล้วจากนั้น จึงขอเป็นเพื่อนในกลุ่มไลน์ ลักษณะการแชร์ข้อมูลในกลุ่มไลน์ของเทรนเนอร์มีลักษณะที่

สำคัญ คือสมาชิกกลุ่มไลน์จะส่งสถานที่เกิดบอสเพื่อขอความช่วยเหลือจากเทรนเนอร์คนอื่นในกลุ่ม เส้นทางรวดเร็วที่สุดในการเดินทางร้านอาหารน่าสนใจ ในย่านที่ เทรนเนอร์เดินทางเข้าไปจับโปเกมอน อุปกรณ์เพื่อช่วยเล่นเกม เทคนิคในการจับสัตว์โลกเสมือน คู่อริของกลุ่มเทรนเนอร์ อาทิ ยามประจำสถานที่ที่ เทรนเนอร์เดินทางเข้าไปจับสัตว์โลกเสมือนและ เทรนเนอร์เจ้าถิ่นที่ไม่ยอมให้ เทรนเนอร์จากที่อื่นเข้ายึดนิม

นอกจากนี้การแชร์ข้อมูลในกลุ่มไลน์ของเทรนเนอร์บางครั้งอาจไม่เกี่ยวข้อง กับการเล่นเกมโดยตรง แต่เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้เฉพาะด้าน เช่น ราคาน้ำมัน ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย เป็นต้นสมาชิกภายในกลุ่มไลน์อาจแนะนำหรือโฆษณาตัวเองในฐานะเป็นผู้ประกอบการรายย่อยในชื่อที่เข้าร่วม กลุ่มไลน์ เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ เช่น yoyo make up เป็นต้น กล่าวได้ว่าโปรแกรม ไลน์ เป็นแพลตฟอร์มที่เหล่าเทรนเนอร์เลือกใช้โดยมีลักษณะสนิทสนมมากกว่าในกลุ่มเฟซบุ๊กเพราะคนที่เข้าร่วมกลุ่มไลน์ต้องพบกับคนที่ เป็นสมาชิกเพื่อขอ เข้ากลุ่มก่อนและทำกิจกรรมร่วมกัน

เทรนเนอร์บางคนเห็นว่าโปเกมอนเป็นเหมือนไดอารี่การเดินทางส่วนตัว ของพวกเขา เพราะสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญมักเป็นที่เกิดของสัตว์โลกเสมือน เช่น เทรนเนอร์ท่านหนึ่งกล่าวถึงโปเกมอนของเขาว่า “ไม่เคยเล่นเกมมือถือนี่แล้ว ติดขนาดนี้ ชอบที่ได้เดินทาง แพลกแหวกแนวเหมือนสะสมแสตมป์ สะสมแมลง และด้วยการอัปเดตโปเกมอนใหม่ ๆ มาให้และทำให้เราเดินทางและเจออะไรใหม่ ๆ” (ฟ้าใส แสงสุวรรณ, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2560)

โปเกมอนก็ยังเป็นสื่อกลางในการกระชับความสัมพันธ์และสร้างเครือข่าย ใหม่ ๆ ของกลุ่มคนในบริบทของสังคมเมืองในปัจจุบันซึ่งบังคับให้เครือข่ายต้อง ห่างกัน ออกไปเพราะลักษณะงานที่ต่างกัน สถานที่ทำงานที่ไกลกัน และภาระ ครอบครัว โปเกมอนโกสร้างบทสนทนาและกระชับความสัมพันธ์คนภายใน

ครอบครัว และสร้างพื้นที่พบปะกับญาติมิตรตามสถานที่ต่าง ๆ ที่เกิดโปเกมอน หรือเข้าร่วมในอีเวนต์ (event) ที่เกมสร้างขึ้นในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เช่น ครอบครัวหนึ่งเล่นโปเกมอนกันทั้งครอบครัว พวกเขาบอกว่า “บ้านเรา gen x สองคน (พ่อแม่) และgen z อีกหนึ่งคนคะ (ลูกชาย) ลูกชายอยากเล่นพ่อแม่ ก็ต้องเล่นตามเพื่อจะได้เป็นทีมคะ เล่นด้วยกันเขาจะได้มีเพื่อนและพ่อแม่ เป็นคนพาไปตีบอสตีนิม คือพ่อแม่ต้องการมี ประสบการณ์สนุก ๆ กับลูกนะคะ” (รักษนก เพิ่มทรัพย์, สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2560)

นอกจากโปเกมอนโกช่วยเชื่อมความสัมพันธ์ให้กับครอบครัวแล้วเกม ยังสร้างเครือข่ายใน ระดับย่านและชุมชนที่เกิดขึ้นใหม่ โดยเฉพาะย่านชานเมือง ซึ่งเป็นหมู่บ้านหรือบ้านจัดสรรที่เกิด ขึ้นใหม่และมีคนกลุ่มใหม่เข้ามาพักอาศัย และทำงาน คนในย่านเดียวกันเริ่มรู้จัก กันผ่านเกมและเข้ามาเป็นสมาชิก กลุ่มไลน์ของเหล่าเทรนเนอร์ในย่านดังกล่าว เหล่าเทรนเนอร์พบปะช่วยเหลือ กันในการตีบอสตามสถานที่ต่าง ๆ จนพัฒนาความสัมพันธ์เสมือนเป็นญาติมิตร กัน เช่น กลุ่มโปเกมอนเมืองทองธานี ซึ่งเป็นเครือข่ายที่จัดตั้งขึ้นโดยเทรนเนอร์ ที่พักอาศัยหรือทำงานอยู่ในหมู่บ้านเมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี มีสมาชิก ทั้งหมดประมาณ 300 คน เป็นต้น



ภาพที่ 3 มิตรภาพที่เกิดขึ้นจากเกมทำให้เกิดงานแต่งงาน
ของเทรนเนอร์คู่บ่าวสาวและร่วมงานศพของเทรนเนอร์
ที่มา: Pokemon Go Thailand Fanclub (2560)

เกมโปเกมอนโกมีโปรแกรมให้เทรดเดอร์ส่งมอบโปเกมอนหรือสิ่งของต่าง ๆ ให้แก่กัน ดังนั้นโปเกมอนจึงมีความพร่าเลือนของการเป็นทั้งสินค้า (commodity) และของขวัญ (gift) กล่าวคือ โปเกมอนถูกซื้อขายเป็นสินค้า โดยเกิดขึ้นในกลุ่มโปเกมอนโกในแพลตฟอร์มของเฟซบุ๊ก ราคาของ โปเกมอนที่ซื้อขายกันจะขึ้นอยู่กับความหายาก เช่น โปเกมอนต่างทวีปสีพิเศษ ค่าพลัง เป็นต้น แต่ในอีกด้านหนึ่งโปเกมอนกลายเป็นของกำนัลระหว่างเทรดเดอร์เมื่อเหล่าเทรดเดอร์ส่งโปเกมอน ให้เพื่อนในที่ทำงานหรือกลุ่มเทรดเดอร์ในย่านเดียวกันนั้นก็ยังทำให้เกิดการรวมตัวกันเล่นเกมดังกล่าวเพิ่มขึ้น

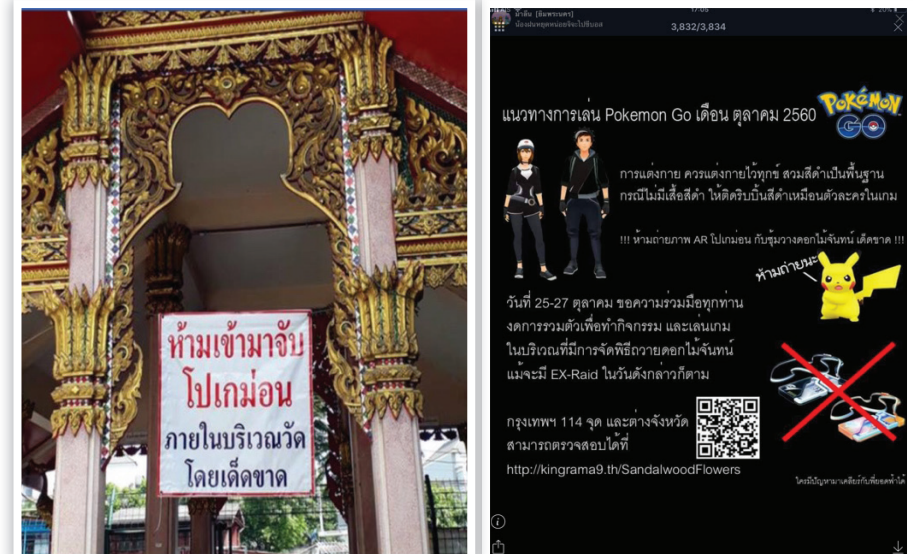
เกมและผู้เล่นได้ร่วมกันสร้างความหมายใหม่ให้กับสวนสาธารณะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ บ้านบุคคลสำคัญ ด้วยเรื่องเล่าประจำกลุ่มเทรนเนอร์ที่ซื่อสัตย์กับโลกจริง และความทรงจำทางประวัติศาสตร์ชาติ อาทิ ป้อมพระสุเมรุ ในโลกจริงป้อมดังกล่าวสร้างขึ้น ในสมัยรัชกาลที่ 1 เพื่อป้องกันพระนคร แต่สำหรับเทรนเนอร์ได้ให้ความหมายใหม่กับโบราณสถานดังกล่าว ในฐานะพื้นที่จับบอสและเป็นที่รวมตัวทำกิจกรรม แลกเปลี่ยนข่าวสารเกี่ยวกับโปเกมอน จนกระทั่งสถานที่ดังกล่าวกลายเป็นสัญลักษณ์ประจำกลุ่ม ที่ถูกผลิตซ้ำผ่านเสื้อทีมและตราประจำกลุ่ม

ถึงแม้ว่ากิจกรรมของกลุ่มทรนเนอร์มีความทันสมัย แต่ในอีกด้านหนึ่งพวกเขายังเชื่อ ในเรื่องโชคกลาง ตัวอย่างเมื่อทรนเนอร์ไม่สามารถจับสัตว์โลกเสมือนได้ พวกเขาจะส่งโทรศัพท์มือถือให้เพื่อนที่จับสัตว์โลกเสมือนได้มาช่วยจับ เพราะถือว่าเพื่อนโชคดีกว่าตนเอง หรือในงาน Community Day ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทางบริษัทในแอนติก จัดขึ้นเพื่อปล่อยโปเกมอนตัวพิเศษ ทรนเนอร์บางกลุ่มนำงาน Community Day ของบริษัทเกมมาจัดงานกิจกรรมเพื่อการกุศล เจ้าภาพของงานเป็นกลุ่มทรนเนอร์ในย่านเดียวกันที่นำสิ่งของมาร่วมงาน และช่วยเหลือกัน เช่น งานผ้าป่า โดยทรนเนอร์เจ้าภาพ ช่วยกันบริจาคเงินให้กับองค์กรการกุศลตามจำนวนโปเกมอนตัวพิเศษที่ทรนเนอร์ผู้เข้าร่วมงานจับได้ เป็นต้น



ภาพที่ 4 เกมสร้างความหมายใหม่ให้กับพื้นที่
ที่มา: ปกรณ์ คงสวัสดิ์ (2561)

แม้ว่าเกมโปเกมอนโกถูกสร้างมาเพื่อความสนุกสนานและน่าจะมีอิสระในการเล่น แต่ในบริบทของสังคมไทย อุดมการณ์ของโลกจริงได้พยายามเข้ามาควบคุมโลกเสมือนโดยภายในกลุ่มเทรนเนอร์พยายามตั้งกฎระเบียบขึ้นมา เช่น เทรนเนอร์ตั้งข้อบังคับพิเศษในช่วงงานถวาย พระเพลิงพระบรมศพในหลวงรัชกาลที่ 9 โดยห้ามติยิมบริเวณใกล้สถานที่จัดงาน กลุ่มเทรนเนอร์ ให้เหตุผลถึงความไม่เหมาะสมของการเล่นเกมในช่วงเวลาดังกล่าว นอกจากนี้กลุ่มเทรนเนอร์ย่านโรงพยาบาลศิริราชซึ่งส่วนใหญ่เป็นบุคลากรทางการแพทย์ได้ขอความร่วมมืองดไปยิมโลกเสมือนบริเวณสนามหลวงและโรงพยาบาลศิริราชในช่วงวันถวายพระเพลิงพระบรมศพ เป็นต้น



ภาพที่ 5 กฎระเบียบโลกจริงเข้ามาควบคุมโลกเสมือน
ที่มา : Pokemon Go Thailand Fanclub (2560)

ดังนั้นเทรนเนอร์จึงกลายเป็นสิ่งมีชีวิตที่ก้ำกึ่งระหว่างความเป็นมนุษย์และเครื่องจักรหรือเรียกว่า ไฮบอร์ก (cyborg) พวกเขาเชื่อมต่อตัวเองเข้ากับเครื่องกล อินเทอร์เน็ต ระบบจีพีเอส และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อสัมผัสกับประสบการณ์โลกเสมือนที่คู่ขนานไปกับโลกจริงพร้อมกับสร้าง วัฒนธรรมของกลุ่มตนเองขึ้นมา

เมื่อการละเล่นกลายเป็นงาน: การผลิตและแรงงานที่ได้เปล่าจากการเล่น

มีแนวคิดที่กล่าวว่าการเล่นได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตเพื่อทุนนิยม อย่างเช่น ในงานของ Mirrlees (2016) ที่มองว่าแต่เดิมการเล่นไม่เคยถูกจัดว่าเป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน แต่ในปัจจุบันการเล่นได้กลายเป็นแรงงาน (playbour) ให้กับบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศบริษัท เกมสร้างอีเวนต์ขึ้นมาเพื่อให้กลุ่มทรนเนอร์ที่ประสานตัวเองเข้ากับเครื่องกลได้เล่นและใช้เวลาในการสร้างรูปแบบวิถีชีวิต โดยเป็นกิจกรรมการเล่นที่เกิดขึ้นพร้อมกันทั่วโลก จึงทำให้เห็นว่า การทำงานมิใช่เพียงกิจกรรมเดียวที่เป็นส่วนหนึ่งของการผลิตและสะสมทุนในยุคปัจจุบัน

ตามที่บริษัทซูเปอร์ดาต้า (SuperData) ซึ่งเป็นบริษัทจัดเก็บข้อมูลและวิจัยชั้นนำของโลกได้เผยแพร่สถิติ ในปี 2017 เกมโปเกมอนโกกวาดรายได้ไป 890 ล้านดอลลาร์ (pokemongotrainerthai, 2561)

บริษัทมีรายได้จากเกimdังกล่าวแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ส่วนแรกทรนเนอร์จ่ายเงินให้กับบริษัทเพื่อซื้อไอเทมที่ทางบริษัทสร้างขึ้นผ่านระบบเติมเงิน ส่วนที่สองบริษัทได้รับเงินค่าลงโฆษณา ซึ่งป้ายโฆษณาสินค้าดังกล่าวอยู่ที่โปเกสตอป (Pokastop) ในพื้นที่โลกเสมือนภายในเกมและในส่วนที่สามบริษัท เกมสร้างอีเวนต์ขึ้นมาเพื่อให้ทรนเนอร์ใช้เวลาเล่นเกมให้นานที่สุด โดยบริษัทจะได้รับเงินส่วนแบ่ง การตลาดจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยกิจกรรมดังกล่าวแบ่งออกเป็น 2 ส่วน หนึ่ง อีเวนต์ที่ต้องการให้ ทรนเนอร์ทั้งโลกทำงานร่วมกัน เมื่อทรนเนอร์ร่วมกันทำงานตามเงื่อนไขที่บริษัทเกมตั้งเอาไว้แล้ว เหล่าทรนเนอร์จะได้รับโปเกมอนตัวพิเศษเป็นสิ่งตอบแทน และอีกส่วนหนึ่งเป็นอีเวนต์ที่บริษัทเกมสร้างขึ้นในสัปดาห์ เพื่อปล่อยโปเกมอนตัวพิเศษเป็นระยะเวลาสามชั่วโมง

บริษัทผลิตเกมขึ้นเพื่อประโยชน์ทางด้านธุรกิจ โดยกลุ่มทุนในซิลิคอนแวลลีย์ ใช้แรงงานจากทั่วทุกมุมโลกพร้อมกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในลักษณะที่ผู้ใช้บริการ ไม่รู้เนื้อรู้ตัว บริษัทเทคโนโลยีเปลี่ยนเงินให้กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สร้างแพลตฟอร์มที่เปิดให้คนใช้ฟรีด้วยกลุ่มคนเล่นเกมดังกล่าวมีความหลากหลายทั้งในเรื่องอายุ อาชีพ ไลฟ์สไตล์ จึงทำให้เกิดกลุ่มคนหรือแรงงานที่เข้ามาช่วยกันสร้างสรรค์ข้อมูลส่วนบุคคลขึ้นในแพลตฟอร์มดังกล่าวหลังจากนั้นผู้เล่นเกมกลายเป็นแรงงานที่สร้างและเชื่อมโยงเนื้อหาข้อมูลส่วนตัว ความสนใจ อุปนิสัยของแต่ละคน ภาพถ่ายจาก Google Street View เช่น รูปแบบการเดินทางของผู้เล่นที่ถูกบันทึกจากจุดโปเกสตอป (Pokastop) ที่ตั้งอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ ในโลกเสมือนที่ซ้อนทับกับโลกจริงโดยทุกครั้งที่มีผู้เล่นหมุนโปเกสตอป (Pokastop) ตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในช่วงวันทำงานหรือท่องเที่ยว ทำให้รู้ทันที่ว่ารูปแบบการเดินทางของผู้เล่นมีลักษณะอย่างไร หรือการถ่ายรูปสัตว์เสมือนตามสถานที่ต่าง ๆ ภาพในสถานที่ดังกล่าวก็ถูกบันทึกเอาไว้ เป็นต้น ดังนั้นทรนเนอร์จึงกลายเป็นผู้เสพและสร้างข้อมูล (prosumer) ในระดับบิกดาต้า ให้กับบริษัทโดยที่บริษัทไม่ต้องจ่ายเงินค่าแรง

ผู้เล่นบางส่วนพยายามนำเสนอตัวตนผ่านสื่อในสังคมออนไลน์ทั้งเฟซบุ๊ก ไลน์ และยูทูปเกี่ยวกับโปเกมอนที่จับได้มีค่าพลังสูงหรือได้โปเกมอนตัวพิเศษก่อนใคร ลักษณะการนำเสนอตัวเองในสื่อออนไลน์ดังกล่าวมีส่วนทำให้ผู้เล่นคนอื่น ๆ พยายามที่จะเดินทางไปจับ โปเกมอนตามสถานที่ดังกล่าวและนำไปอวดกันในกลุ่มเครือข่ายสังคมออนไลน์เมื่อจับโปเกมอนได้เพื่อแสดงออกถึงความ เป็นตัวจริงหรือแฟนพันธุ์แท้ เช่น ยูทูปเบอร์บางคนนำเสนอวิธีการเล่น สถานที่เกิดโปเกมอนหายาก และแสดงความเป็นตัวจริงในเรื่องเกimdังกล่าว เป็นต้น ทำให้เกมถูกนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ซึ่งคนเล่นเกมกลายเป็นตัวแทนของการ

โฆษณาเกม โดยที่บริษัทเกมไม่ต้องลงทุนจ่ายค่าจ้าง คล้ายกับในงานของ Scholz (2013) ที่กล่าวถึงแรงงานยุคดิจิทัล (digital labor) ว่าแพลตฟอร์มสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ได้กำไรจากแรงงานที่ได้เปล่า (free labor) ผู้ใช้งานกลายเป็นรายได้ส่วนเกิน (surplus) เพราะผู้ใช้งานใช้เวลาในการเล่นสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยบริษัทสร้างพื้นที่ดังกล่าวเสมือนว่าให้ผู้เล่น (user) เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสังคมในพื้นที่ดิจิทัลดังกล่าวขึ้นมา ทั้งการกดไลค์ กดแชร์สิ่งที่น่าสนใจแต่แท้จริงแล้วบริษัทอำพรางปิดบังไม่ให้ผู้เล่น รู้สึกตัวว่าผู้ใช้งานได้กลายเป็นแรงงานให้กับบริษัท (not feeling like labor) ข้อมูลผู้ใช้งานถูกขายเป็นสินค้า สูญเสียความเป็นส่วนตัว โดยไม่ตระหนักว่ากำลังถูกขูดรีดแรงงานลักษณะการขูดรีดดังกล่าวได้กระจายตัวไปทุกหนแห่งด้วยการเป็นแรงงานที่ไม่ต้องจ่ายค่าแรงเพราะเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นข้ามรัฐชาติ

นอกจากนี้เทรนเนอร์ได้ร่วมกันสร้างสังคมของการเล่นหรือสร้างอเวนต์ต่าง ๆ ขึ้นมาเอง ส่วนหนึ่งพวกเขาต้องการให้มีจำนวนผู้เล่นเพิ่มขึ้นเพื่อสร้างโอกาสในการให้บริษัท ไนแอนดิกสนใจประเทศไทยในการจัดอเวนต์ที่เรียกว่า Pokémon GO Safari Zone บริษัทจะสร้างสถานที่จำลองที่มีขอบเขตชัดเจนให้กลายเป็นป่าในโลกเสมือน ซึ่งสถานที่จัดงานส่วนใหญ่ คือสวนสาธารณะ บริษัทขายบัตรเข้างานให้เทรนเนอร์เข้าไปจับสัตว์โลกเสมือนที่มีเฉพาะในกิจกรรมดังกล่าว เช่นที่เคยจัดขึ้นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ครั้งแรกที่เกาะเซนต์ปาล ประเทศสิงคโปร์ ลักษณะการได้แรงงานแบบได้เปล่าของบริษัทเกมคล้ายกับที่ Terranova (2004) และ Jin (2015) กล่าวว่า แรงงานฟรีถูกตีความว่าเป็นแรงงานที่ไม่ต้องจ่ายค่าแรง คือ เป็นอาสาสมัครทำงานด้วยความเต็มใจ แรงงานฟรีเป็นช่วงเวลา ที่การรับรู้เกี่ยวกับการบริโภคทางวัฒนธรรมถูกแปลความให้กลายเป็นกิจกรรมการผลิตที่ล้นเกิน ซึ่งแรงงาน

ก็เต็มใจและไม่เงินอายุที่จะถูกขูดรีดในกิจกรรมอาสาสมัครที่ตนเข้าร่วมโดยถูกประสานเข้ากับ กระบวนการทำให้กลายเป็น สินค้าในฐานะเป็นสื่อหรือเป็นตัวแทนโฆษณา

ลักษณะการใช้แรงงานหรือการเล่นจนกลายเป็นแรงงานได้ขยายจากโรงงานอุตสาหกรรมเข้ามาอยู่ในพื้นที่ทางสังคมตั้งแต่ในระดับครัวเรือนที่กลุ่มครอบครัวต่างรวมตัวกันออกเดินทางไปเล่นตามสถานที่ต่าง ๆ ไปจนถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในระดับชุมชนหรือข้ามโลกซึ่งทำให้เกิดการขูดรีดและใช้แรงงานในทุกระดับทุกหนแห่งและตลอดเวลาโรงงานที่เกิดขึ้นในสังคม (social factory) จึงไม่เคยมีวันหยุด อาจกล่าวได้ว่าการขูดรีดแรงงานดังกล่าวได้เคลื่อนตัวออกไปทั่วโลกแบบเจ้าอาณานิคมที่ปกครองในทวีปต่าง ๆ จนได้รับการขนานนามว่าเป็นจักรวรรดิที่พระอาทิตย์ไม่เคยตกดิน เช่นเดียวกับบริษัทเกมดังกล่าวที่เปิดตลอดเวลาและใช้แรงงานจากคนทุกมุมโลกเหมือนกับเจ้าอาณานิคมยุคใหม่

ภาพการเล่นในความหมายที่เราเคยเข้าใจกันว่าเป็นสิ่งที่ไร้มูลค่าในการผลิตและเกี่ยวข้องกับความเป็นเด็กเริ่มถูกตั้งคำถาม เพราะในบริบทของเกมโปเกมอนโกเป็นสิ่งที่แตกต่างออกไป การเล่นไม่ใช่เพียงกิจกรรมของเด็ก ๆ แต่ยังเกี่ยวข้องกับวัยรุ่น คนสูงอายุ โดยที่การเล่น ไม่ใช่เพียงแค่การพักผ่อน แต่เป็นกิจกรรมที่เหล่าเทรนเนอร์ร่วมกันสร้างเกมและเครือข่ายความสัมพันธ์ขึ้นมา นอกจากนี้การเล่นยังกลายเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตให้กับบริษัทข้ามชาติ

บทสรุป

ธุรกิจดิจิทัลเติบโตอย่างก้าวกระโดด เพราะเกิดการขยายเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้าไปในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลกกลุ่มธุรกิจดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการจ้างงานและส่งผลกระทบต่อชีวิตแรงงาน อย่างไรก็ตาม กลุ่มธุรกิจดังกล่าวนอกจากมีรูปแบบการทำงานที่ชัดเจนอย่างเช่นธุรกิจการส่งสินค้าหรือการรับจ้างแบบ outsourcing แล้ว “การเล่น” กลายเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานด้วยเช่นกันกลุ่มเทรนเนอร์โปเกมอนโกเป็นกลุ่มทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการประสานมนุษย์เครื่องจักร และโครงสร้างพื้นฐานในยุคดิจิทัล ในแง่หนึ่งปัญหาประดิษฐ์ได้ทำงานร่วมกับมนุษย์ในการสร้างวัฒนธรรมและสร้าง เครือข่ายทางสังคมขึ้นมา แต่ในอีกด้านหนึ่งปัญหาประดิษฐ์ และโครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับเกมก็เป็นเครื่องมือในการสร้างผลผลิตให้กับนายทุน ผ่านการเล่นที่เชื่อมโยงเนื้อหาและสร้างข้อมูลส่วนตัวเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านธุรกิจ



เอกสารอ้างอิง

วารสาร

- ทีมข่าวต่างประเทศโพสต์ทูเดย์. (2559, 14 สิงหาคม). บริษัทผู้พัฒนา “โปเกมอน โก” สร้างรายได้จากเกมวันละเกือบ 350 ล้าน. โพสต์ทูเดย์. สืบค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2560, จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/448548>
- รวีพล ลิ้มสวัสดิ์. (2561). จากการผลิตและการบริโภค สู่การผลิตในการบริโภค: แม่แบบบางประการ
- ว่าด้วยการอุปมาและการอุปไมยในยุคดิจิทัล. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 14(1), 79-96.
- เออาร์นิวส์. (2561). Niantic บริษัทผู้สร้าง Pokémon GO ซื้อบริษัทสตาร์ทอัพอย่าง Escher Reality, สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2561, จาก https://www.ar.co.th/news_content/en/787
- ไอที 24 ชั่วโมง. (2559ก). เบื้องหลังเทคโนโลยีภายในเกม Pokemon GO!. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <https://www.it24hrs.com/2016/pokemon-go-technology-pokemon-go/>
- ไอที 24 ชั่วโมง. (2559ข). รู้จักบริษัท Niantic จากทีมย่อยของ Google ก้าวสู่ความโด่งดังจาก Pokemon GO! สืบค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2560, จาก <https://www.it24hrs.com/2016/about-niantic-pokemon-go-google-ingress/>
- pokemongotrainerthai. (2561). Pokémon GO กวาดรายได้ 890 ล้านเหรียญในปี 2017. สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2561, จาก <https://pokemotrainer.in.th/pokemon-go/454-pokemon-go-earns-890m-2017.html>

ภาษาอังกฤษ

- Brighton, H., & Selina, H. (2013). *Introducing artificial intelligence*. London: Icon Books.
- Casilli, A. A. (2017). Digital labor studies go global: Toward a digital decolonial turn. *International Journal of Communication*, 11(1), 3934-3954.
- Castronova, E. (2005). *Synthetic worlds: The business and culture of online games*. Chicago: University of Chicago Press.
- Crogan, P. (2011). *Gameplay mode: War, simulation, and technoculture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Denyer-Simmons, H. (2016). Pokemon Go & placemaking: Positive side effects of using augmented reality applications. *Journal of Visual and Media Anthropology*, 2(1), 55-63.
- Dyer-Witheford, N., & de Peute, G. (2009). *Games of empire: Global capitalism and video games*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Fuchs, C., & Sevignani, S. (2013). What is digital labour? what is digital work? what's their difference? and why do these questions matter for understanding social media? *tripleC*, 11(2), 237-293.
- Fuchs, C. (2014). *Digital labour and Karl Marx*. New York: Routledge.
- Hamayon, R. (2016). Why we play: An anthropological study [Jouer: Une Étude Anthropologique] (Damien Simon, tran.). Chicago: University of Chicago Press. (original version published 2012).
- Haraway, D. (1991). A cyborg manifesto: science, technology, and socialist-feminism in the late twentieth century. In *Simians, cyborgs, and women: The reinvention of nature* (pp. 149-181). New York: Routledge.

- International Labour Organization. (2021). *World employment and social outlook 2021: The role of digital labour platforms in transforming the world of work*. Geneva: ILO.
- Jin, D. Y. (2015). Critical analysis of user commodities as free labour in social networking sites: A case study of Cyworld. *Continuum*, 29(6), 938-950.
- Kerr, A. (2006). *The business and culture of digital games: Gamework/ gameplay*. California: Sage.
- Kücklich, J. (2005). Precarious playbour: Modders and the digital games industry. *The Fibreculture Journal*, Retrieved December 1, 2019, from <https://five.fibreculturejournal.org/fcj-025-precarious-playbour-modders-and-the-digital-games-industry/>
- Latour, B. (1987). *Science in action: How to follow scientists and engineers through society*. Cambridge: Harvard University Press.
- Lazzarato, M. (1996). 'Immaterial Labor' ['Le cycle de la production immatériel'], (P. Colilli, & E. Emery, trans.). In *Radical thought in Italy: A potential politics*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press. (original version published 1993).
- Mirrlees, T. (2016). Pokémon Go's precarious "play-bour": Real work, augmenting the economy. Retrieved December 9, 2019, from <http://www.durhamregion.com/opinion-story/6787664-pok-mon-go-s-precarious-play-bour-real-work-augmenting-the-economy/> Google Scholar
- Mochizuki, T. (2016). In 'Pokémon Go' craze, how much profit does Nintendo capture? *Wall Street Journal*. Retrieved December 9, 2019, from <https://www.wsj.com/articles/pokemon-go-fueled-nintendo-just-keeps-going-1468302369>

Research and Markets. (2019). Video game market report: Trends, forecast and competitive analysis. Retrieved December 7, 2019, from <https://www.researchandmarkets.com/reports/4772861/video-game-market-report-trends-forecast-and>

Ritzer, G. (2008). *The McDonaldization of society 5*. Los Angeles, Calif.: Pine Forge Press.

Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36.

Steinkuehler, C., Squire, K., and Barab, S. (2012). *Games, learning, and society: Learning and meaning in the digital age*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tegmark, M. (2017). *Life 3.0: Being human in the age of artificial intelligence*. New York: Alfred A. Knopf.

Terranova, T. (2004). *Network culture: Politics for the information age*. New York: Pluto Press.

สัมภาษณ์

ฟ้าใส แสงสุวรรณ. (12 มกราคม 2560), สัมภาษณ์ส่วนตัว.

รักชนก เพิ่มทรัพย์. (22 เมษายน 2560), สัมภาษณ์ส่วนตัว.



ส่วนผสมของมิกซ์ : ปรากฏการณ์ และอัตลักษณ์ของแฟนคลับ มิกซ์ สหภาพ บนชุมชนออนไลน์

Mixxiw : Phenomenon and Identity
of Mix Sahaphap Fanclub on Online Community

พิชณิพัทธ์ วิชัยโน*

Pychaniphat Wichaino

รับบทความ 5 สิงหาคม 2564

แก้ไขบทความ 1 ตุลาคม 2564

ตอบรับบทความ 25 ตุลาคม 2564

* นักศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาเพื่อการพัฒนา ภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Corresponding author e-mail: pychaniphat.wichaino@gs.swu.ac.th

หมายเหตุ : บทความนี้ปรับปรุงจากผลงานในรายวิชา สด. 353 วัฒนธรรมศึกษาในสังคมสมัยใหม่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาเพื่อการพัฒนา ภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้เขียนขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.สายชล ปัญญชิต อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินบทความ สำหรับคำแนะนำในการปรับปรุงเนื้อหาขอบทความให้มีความสมบูรณ์และได้มุมมองที่กว้างมากขึ้น และขอขอบคุณ แฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ ที่กรุณาให้ข้อมูลที่สำคัญสำหรับการเขียนบทความในครั้งนี้ รวมไปถึงคำพูดในทวีตเตอร์ต่างๆ ที่ถูกนำมาวิเคราะห์ให้เกิดประโยชน์ต่อทางวิชาการและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นแฟนคลับ