

การสื่อสารของผู้เล่นเกมออนไลน์ผ่านอวาตาร์
Communication via Avatar amongst Online Gamers



การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ปีการศึกษา 2551

ชื่อเรื่อง	การสื่อสารของผู้เล่นเกมออนไลน์ผ่านอวาตาร์
ผู้วิจัย	วรรณรัตน์ รัตนวรงค์
สถาบัน	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ปีที่พิมพ์	2554
สถานที่พิมพ์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
แหล่งที่เก็บรายงานฉบับสมบูรณ์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
จำนวนหน้างานวิจัย	131 หน้า
คำสำคัญ	การสื่อสารระหว่างบุคคล อัตลักษณ์ เกมออนไลน์ อวาตาร์
ลิขสิทธิ์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในกลุ่มผู้เล่นเกมออนไลน์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์เสมือนจริง (อวาตาร์) ของผู้เล่นเกมออนไลน์ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคิดสร้างอัตลักษณ์เสมือนจริง (อวาตาร์) การวิจัยนี้ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ แนวคิดที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยแนวคิดการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม อัตลักษณ์ เกมออนไลน์ และสื่อใหม่ โดยในกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลจากผู้เล่นเกมออนไลน์จำนวน 1,080 คน ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 75 เป็นผู้ชาย และส่วนใหญ่อายุ 15-19 ปี ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 45.5 มีตัวละครออนไลน์ (อวาตาร์) 4 ตัว ด้านรูปแบบการสื่อสาร พบว่า ผู้เล่นเกมออนไลน์สื่อสารแบบกลุ่มมากกว่าสื่อสารสองคน และมีวิธีทำความรู้จักอวาตาร์อื่น 3 ชั้น คือชั้นแรก ชั้นคัดเลือกเพื่อทำความรู้จัก ในชั้นนี้ผู้เล่นเกมออนไลน์จะพิจารณาจากภาพลักษณ์ที่ปรากฏภายนอกของอวาตาร์ ชั้นที่สอง ชั้นดำรงความสัมพันธ์ ผู้เล่นเกมออนไลน์จะพิจารณาจากบุคลิกภาพภายในของอวาตาร์ตัวอื่นในด้านของความสามารถในการพิชิตเป้าหมาย ความสำเร็จ ชัยชนะ ชั้นที่สาม ชั้นเปิดเผยตัวตน ผู้เล่นเกมออนไลน์จะเริ่มสะท้อนตัวตนที่แท้จริงของตนเอง ซึ่งพบว่าคำพูด นิยาย พฤติกรรมของอวาตาร์จะมีลักษณะเช่นเดียวกับผู้เล่นเกมออนไลน์ ส่วนด้านอิทธิพลต่อการคิดสร้างอวาตาร์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการอวาตาร์คือเพื่อนในโลกของความจริง เพราะการสื่อสารในเกมออนไลน์ยังคงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน

Research Title	Communication via Avatar amongst Online Gamers
Researcher	Wannarat Rattanawarang
Institution	Huachiew Chalermprakiet University
Year of Publication	20011
Publisher	Huachiew Chalermprakiet University
Sources	Huachiew Chalermprakiet University
No. of Pages	131 pages
Keywords	interpersonal communication, identity, online game, avatar
Copyright	Huachiew Chalermprakiet University

Abstract

The objectives of this research were to study patterns of communication amongst online gamers, to explore online gamers' identities and to investigate factors affecting online identity creation (avatar). The concepts of interpersonal communication, identity, online game and new media were used to explain the phenomena. This research was conducted in Bangkok. Questionnaires were used to collect data from 1,079 online gamers. Qualitative data was derived from 3 focus group discussions. The findings show that 75 percent of respondents were male. The percentage of gamers in age group 15-19 was 45.7. Most online gamers (45.5%) have 4 avatars.

For communication patterns, small group communication was found more than interpersonal communication. There are 3 stages of communication via avatar. First, gamers make friends with another avatar by consideration outside personality such as clothing, wealthness, handsome or beautifulness. Second, inside personality of avatar will be concerned. The ability of avatar such as skills to win the target is most appreciated. Third, gamers start to show real identity or personality via avatars' behaviors and words. For factor affecting avatar creation, friends in real world are found to be most influence. The major reason of avatar creation was gamers' satisfaction.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง การสื่อสารของผู้เล่นเกมออนไลน์ผ่านอวาตาร์นี้ จัดทำขึ้นโดยมีความตั้งใจที่จะพัฒนาองค์ความรู้เรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งเกิดขึ้นในการสื่อสารของอวาตาร์ในเกมออนไลน์ โดยมุ่งศึกษาแนวทางการสื่อสารที่อวาตาร์ใช้แทนการสื่อสารระหว่างบุคคลโดยตรง

ผู้วิจัยหวังว่ารายงานฉบับนี้จะช่วยให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจแนวทางการสื่อสารในเกมออนไลน์ผ่านอวาตาร์ได้ชัดเจนมากขึ้น และสามารถใช้เป็นฐานในการพัฒนาองค์ความรู้เรื่องการสื่อสารต่อไปในอนาคต

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่สละเวลาให้เพื่อสร้างความรู้ให้วงการสื่อสาร ขอขอบคุณบริษัท บริษัท โซวี่ไรซ์ จำกัด ผู้จัดงานไทยแลนด์เกมโชว์ 2009 ที่ให้ความร่วมมือในการเปิดให้เก็บข้อมูลจากผู้เล่นเกมออนไลน์ทั่วประเทศ และท้ายที่สุดนี้ ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ที่สนับสนุนงบประมาณส่วนหนึ่งในการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัย