

## การคุ้มครองเด็กจากการถูกหลอกลวงให้ซื้อในเกมออนไลน์โดย Dark Patterns : กรณีคณะกรรมการการค้าแห่งสหรัฐอเมริกา\*

จากข่าวเมื่อช่วงกลางเดือนมกราคมที่ผ่านมาที่ว่าบริษัทผู้พัฒนาเกม Genshin Impact ยอมจ่ายค่าปรับ 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อยุติข้อกล่าวหาของคณะกรรมการการค้าแห่งสหรัฐอเมริกา (Federal Trade Commission (FTC)) ว่าบริษัทละเมิดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทางออนไลน์ของเด็ก (Children's Online Privacy Protection Act (COPPA)) และหลอกลวงเด็กให้ซื้อในเกมอันเนื่องมาจากการออกแบบที่อาจทำให้เกิดการซื้อโดยไม่ตั้งใจโดยใช้ Dark Patterns นั้น นอกจากประเด็นการละเมิด COPPA แล้วเห็นว่า ประเด็นการคุ้มครองเด็กจากการถูกหลอกลวงให้ซื้อโดย Dark Patterns ในเกมออนไลน์เป็นเรื่องที่น่าสนใจเช่นกัน บทความนี้จะจึงจะทำการสำรวจความหมายและรูปแบบของ Dark Patterns และการดำเนินการของ FTC ในประเด็นดังกล่าวกับกรณีของเกมออนไลน์

### 1. ความหมายของ Dark Patterns<sup>1</sup>

คำว่า “Dark Patterns” ถูกกำหนดขึ้นโดย Harry Brignull นักออกแบบ UX<sup>2</sup> ในปี ค.ศ. 2010 หมายถึง อินเทอร์เฟซที่ออกแบบมาเพื่อทำให้ผู้ใช้เข้าใจผิดหรือหลอกล่อให้ตัดสินใจในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อเจ้าของธุรกิจ แต่ไม่จำเป็นต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ ซึ่ง Dark Patterns จะใช้ประโยชน์จากอคติทางความคิด โดยใช้ประโยชน์จากการกระตุ้นทางจิตวิทยาให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ในลักษณะที่อาจมองไม่เห็นในทันที

สำหรับ Dark Patterns ในเกม คือ กลยุทธ์การออกแบบที่ใช้เทคนิคทางจิตวิทยาเพื่อชักจูงผู้เล่นให้ตัดสินใจในสิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง เช่น การซื้อภายในเกมหรือการเก็บข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งจะมีผลกระทบต่อประสบการณ์การเล่นเกมและความเป็นส่วนตัวของผู้เล่น

### 2. ตัวอย่างรูปแบบของ “Dark Patterns” ในเกม<sup>3</sup>

2.1 กล่องสุ่ม (Loot Boxes) และการเติมเงินเพื่อปลดล็อกของในเกม (Microtransactions) ซึ่งเกมจำนวนมากมีกล่องสุ่มหรือกล่องไอเทมที่คล้ายกับกล่องสุ่ม เพื่อจูงใจให้ผู้เล่นใช้เงินเพื่อรับรางวัลแบบสุ่ม ระบบนี้

---

โดยนางสาวฉันทพิมพ์ บรรจงจิตร ผู้อำนวยการฝ่ายค้นคว้าและเปรียบเทียบกฎหมาย กองกฎหมายต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

<sup>1</sup>Dark Patterns: Social Media, Gaming, and E-Commerce, สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2568

(<https://www.fairpatterns.com/post/dark-patterns-social-media-gaming-and-e-commerce>)

<sup>2</sup>User Experience Design (UX) คือ ประสบการณ์ของผู้ใช้งานต่อการใช้งานของตน (Usability) และการเข้าถึง (Accessibility) โดยทั่วไปมักจะเชื่อมโยงในความหมายของการใช้งานของระบบงาน ที่มองถึงประสบการณ์การสร้างปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งาน (User) ต่อการใช้งานระบบงานและต่อ User Interface (UI) ซึ่งจะหมายถึงความถึงความง่าย ความยากในการใช้งานของผู้ใช้งาน (Usability) การเข้าถึง (Accessibility) ทั้งที่เป็นรูปแบบของ Web Site, Web Application หรือ Apps เป็นต้น (ข้อมูลจาก : <https://www.9experttraining.com/articles/ux-design>)

<sup>3</sup>อ้างอิงแล้ว, โปรดดูเชิงอรรถที่ 1

มักออกแบบมาเพื่อใช้ประโยชน์จากแนวโน้มทางจิตวิทยาของผู้เล่น เช่น ความกลัวที่จะพลาดโอกาสหรือความตื่นเต้นในการเล่นนั้น

2.2 ตัวขัดขวางความคืบหน้า (Progress Blockers) โดยเกมบางเกมได้รับการออกแบบให้ยากขึ้นหรือใช้เวลานานขึ้นตามความคืบหน้าของตัวผู้เล่น ทำให้ผู้เล่นต้องซื้อเงินในเกมหรือไอเท็มในเกมเพื่อให้สามารถก้าวหน้าไปได้เร็วขึ้น เหล่านี้เป็นการสร้างสถานการณ์เพื่อให้เกิด “การจ่ายเพื่อชนะ (pay-to-win)”

2.3 ข้อเสนอจำกัดเวลา (Time-Limited Offers) ในเกมมักจะมีการเสนอข้อเสนอที่จำกัดเวลาให้กับผู้เล่น เพื่อสร้างความรู้สึกเร่งด่วนและผลักดันให้ผู้เล่นซื้อของตามอารมณ์ ข้อเสนอเหล่านี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อใช้ประโยชน์จากความกลัวของผู้เล่นที่จะพลาดโอกาส (fear of missing out (FOMO))

2.4 Forced Continuity คือ การทำให้ยากต่อการยกเลิกการสมัครสมาชิกหรือบริการเมื่อผู้เล่นต้องการยกเลิกบางครั้งอาจมีขั้นตอนที่ยุ่งยากหรือซับซ้อน ทำให้ยังคงต้องอยู่ในระบบแม้จะไม่ต้องการ

2.5 Confirmsaming คือ การใช้เทคนิคที่ทำให้ผู้เล่นรู้สึกผิดหากเลือกไม่เข้าร่วมกิจกรรมหรือข้อเสนอ เช่น การแสดงข้อความที่ทำให้รู้สึกว่าเป็นคนไม่ดีหากไม่ยอมรับข้อเสนอ

2.6 Privacy Zuckering คือ การชักจูงผู้เล่นให้แชร์ข้อมูลส่วนบุคคลมากกว่าที่ตั้งใจ โดยอาจมีข้อเสนอหรือรางวัลที่ดูน่าสนใจ แต่จริงๆ แล้วเป็นการเก็บข้อมูลที่ไม่จำเป็นสำหรับการใช้งานเกม

### 3. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกรณี Dark Patterns

สหรัฐอเมริกามีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองเด็กและการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงประเด็นการล่อลวงผู้ใช้ผ่าน Dark Patterns ในกรณีเกมออนไลน์นี้จำนวน 2 ฉบับ ได้แก่ กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทางออนไลน์ของเด็ก (Children's Online Privacy Protection Act) หรือ COPPA และกฎหมายคณะกรรมการการค้าแห่งสหรัฐอเมริกา (Federal Trade Commission Act) หรือ FTC Act ดังนี้

3.1 COPPA เป็นกฎหมายที่มีผลใช้บังคับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของเด็ก และเป็นเครื่องมือให้ผู้ปกครองใช้ควบคุมดูแลข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากบุตรหลานของตนทางออนไลน์ ซึ่งรวมถึงเกมออนไลน์ด้วย กฎหมายดังกล่าวกำหนดให้ FTC ออกระเบียบข้อบังคับที่กำหนดให้ผู้ให้บริการเว็บไซต์เชิงพาณิชย์และบริการออนไลน์ที่มีเป้าหมายเป็นเด็กอายุต่ำกว่า 13 ปี หรือผู้ที่มีเจตนารวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจากเด็กที่อายุต่ำกว่า 13 ปี จะต้องดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนด โดยต้อง (ก) แจ้งให้ผู้ปกครองทราบเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับข้อมูลของตน (ข) ขอความยินยอมจากผู้ปกครองที่สามารถตรวจสอบได้สำหรับการรวบรวม การใช้ หรือการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก (ค) อนุญาตให้ผู้ปกครองป้องกันไม่ให้มีการบำรุงรักษา การใช้ หรือการรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของบุตรหลานในอนาคต (ง) ให้ผู้ปกครองเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของบุตรหลานได้ (จ) ไม่บังคับให้เด็กให้ข้อมูลส่วนบุคคลมากกว่าที่จำเป็นอย่างสมเหตุสมผลเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม และ (ฉ) รักษาขั้นตอนที่เหมาะสมเพื่อปกป้องความลับ ความปลอดภัย และความสมบูรณ์ของข้อมูลส่วนบุคคล<sup>4</sup>

<sup>4</sup>Children's Online Privacy Protection Act, สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2568

(<https://www.ftc.gov/legal-library/browse/statutes/childrens-online-privacy-protection-act#:~:text=This%20Act%20protects%20children's%20privacy,websites%20compliance%20with%20the%20Rule.>)

3.2 FTC Act เป็นกฎหมายมีผลใช้บังคับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1914 มีวัตถุประสงค์เพื่อทำหน้าที่ดูแลกิจการพาณิชย์ของประเทศ และคุ้มครองการแข่งขันทางการค้าระหว่างเอกชนให้มีความเป็นธรรม และกำหนดให้มีคณะกรรมการว่าด้วยการค้าแห่งสหพันธรัฐ (Federal Trade Commission (FTC)) ซึ่งมีหน้าที่และอำนาจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตลอดจนการสอบสวนการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม โดยสามารถดำเนินการที่เหมาะสมเมื่อพบการกระทำหรือการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม (unfair) หรือหลอกลวง (deceptive) ตามมาตรา 5<sup>5</sup> ของกฎหมายดังกล่าว

#### 4. หลักเกณฑ์การพิจารณาว่าเป็นการหลอกลวง (Deceptive)<sup>6</sup>

มาตรฐานทางกฎหมายสำหรับการกระทำหรือการปฏิบัติที่หลอกลวงขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงแต่ละเรื่อง โดยการกระทำหรือการปฏิบัติที่ถือเป็นการหลอกลวง เมื่อ

- การแสดง การละเว้น หรือการปฏิบัติที่ทำให้เข้าใจผิดหรือมีแนวโน้มที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด
- การตีความของผู้บริโภคเกี่ยวกับการแสดง การละเว้น หรือการปฏิบัตินั้นถือว่าสมเหตุสมผลภายใต้สถานการณ์นั้น ๆ และ
- การแสดง การละเว้น หรือการปฏิบัติที่ทำให้เข้าใจผิดถือเป็นสาระสำคัญ

ดังนั้น การพิจารณาว่าการใช้ Dark Patterns เข้าข่าย “การหลอกลวง” ในเกมจะพิจารณาจาก (ก) การให้ข้อมูลที่เป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิด กล่าวคือหากการออกแบบทำให้ผู้เล่นไม่สามารถรับรู้ข้อมูลที่แท้จริงหรือเข้าใจผิดเกี่ยวกับการใช้จ่ายภายในเกม (ข) เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะเด็กซึ่งอาจไม่มีความสามารถเพียงพอในการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลเกี่ยวกับการใช้จ่าย (ค) การใช้วิธีที่ไม่เป็นธรรม เช่น การออกแบบที่บีบบังคับให้เด็กซื้อสินค้าโดยไม่ตั้งใจ

#### 5. คดีตัวอย่างการฟ้องเกมออนไลน์ของ FTC ในประเด็น Dark Patterns

FTC ได้มีการดำเนินคดีต่อบริษัทเกมที่ใช้ Dark Patterns ในการล่อลวงเด็กให้ซื้อสินค้าในเกม โดยขอยกตัวอย่างเกม Fortnite และเกม Genshin Impact ดังนี้

##### 5.1 เกม Fortnite<sup>7</sup>

ในปี ค.ศ. 2022 บริษัท Epic Games ผู้พัฒนาเกม Fortnite ซึ่งเป็นหนึ่งในเกมที่ได้รับความนิยมสูงสุดในโลก มีผู้เล่นจำนวนมากที่เป็นเด็กและวัยรุ่น ถูก FTC ฟ้องร้องว่าละเมิดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทางออนไลน์ของเด็ก (Children's Online Privacy Protection Act) หรือ COPPA และมีการออกแบบ

<sup>5</sup>FTC Act, [https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/statutes/federal-trade-commission-act/ftc\\_act\\_incorporatingus\\_safe\\_web\\_act.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/statutes/federal-trade-commission-act/ftc_act_incorporatingus_safe_web_act.pdf)

<sup>6</sup>Federal Trade Commission Act Section 5: Unfair or Deceptive Acts or Practices, สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มกราคม 2568 (<https://www.federalreserve.gov/boarddocs/supmanual/cch/200806/ftca.pdf>)

<sup>7</sup>Fortnite Video Game Maker Epic Games to Pay More Than Half a Billion Dollars over FTC Allegations of Privacy Violations and Unwanted Charges, สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2568 ([https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2022/12/fortnite-video-game-maker-epic-games-pay-more-half-billion-dollars-over-ftc-allegations?utm\\_source=govdelivery](https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2022/12/fortnite-video-game-maker-epic-games-pay-more-half-billion-dollars-over-ftc-allegations?utm_source=govdelivery))

อินเทอร์เน็ตของเกมที่หลอกลวงและชักจูงให้ผู้เล่นเสียเงินซื้อของในเกมด้วย Dark Pattern ซึ่งทำให้เกิดธุรกรรมโดยผู้เล่นไม่ได้ตั้งใจ เช่น การวางปุ่ม “Purchase” (ซื้อ) ไว้ข้างปุ่ม Preview Styles และไม่มี การยืนยันการซื้อขาย หรือการซื้อในเกมสามารถทำได้เมื่อทำการปลูกเกมจากโหมดสลิป หรือระหว่างการโหลดหน้าจอตัวยุติ สุดท้ายบริษัท Epic Games ถูกปรับเป็นเงินจำนวน 520 ล้านดอลลาร์ (ประมาณหนึ่งหมื่นแปดพันล้านบาท) โดยแบ่งเป็นในส่วนของกรมการละเมิดกฎหมาย COPPA 275 ล้านดอลลาร์และการใช้ Dark Pattern จำนวน 245 ล้านดอลลาร์ และถูกสั่งให้ปรับเปลี่ยนขั้นตอนในการซื้อของในเกม

## 5.2 เกม Genshin Impact<sup>๑</sup>

บริษัทผู้พัฒนาเกม Genshin Impact ซึ่งเป็นเกมแนวผจญภัยในโลกกว้างที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลกถูกกล่าวหาว่า ถูก FTC ฟ้องใน 2 ประเด็นใหญ่ ๆ คือ ประเด็นการละเมิดกฎหมาย COPPA โดยการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กโดยไม่ได้ได้รับความยินยอมจากผู้ปกครอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อภายในเกม และประเด็นการล่อลวงโดยใช้ Dark Patterns

สำหรับประเด็นการล่อลวงโดยใช้ “Dark Patterns” นั้น FTC ฟ้องว่าเกม Genshin Impact ในระบบกล่องสุ่ม (Loot Boxes) หรือกาชา (Gacha System) ที่ทำให้เด็กเข้าใจผิดเกี่ยวกับโอกาสได้รับไอเทมหายากและมีการซื้อโดยไม่ได้ตั้งใจ โดยเกิดจากกระบวนการซื้อฮีโร่ระดับ 5 ดาวของ Genshin Impact ที่จะได้มาโดยการเปิดกล่องสุ่มเท่านั้น ทั้งนี้ โดยที่กระบวนการซื้อฮีโร่ดังกล่าวมีระบบที่ซับซ้อนนี้ทำให้ผู้เล่นเข้าใจผิดเกี่ยวกับจำนวนเงินที่ผู้เล่นใช้จ่ายกับกล่องสุ่มสำหรับไอเทมทั่วไปกับไอเทมพิเศษ นอกจากนี้ บริษัทยังกระตุ้นความต้องการของผู้เล่นให้ซื้อกล่องสุ่มของ Genshin Impact ผ่านช่องทางส่งเสริมการขายต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกเกม และมีการโฆษณาว่าของรางวัลหรือไอเทมที่ต้องการจะมีให้เฉพาะในระยะเวลาจำกัด รวมถึงมีการใช้ “แบนเนอร์กิจกรรม” ในเกมเสมือนจริงเพื่อส่งเสริมการขาย ตลอดจนมีการใช้ผู้มีอิทธิพลบนโซเชียลมีเดียเพื่อกระตุ้นความตื่นตัวของการเล่นกล่องสุ่ม รวมทั้ง Genshin Impact ยังใช้กราฟิกการ์ตูนสีสันสดใสและตัวละครหลายตัวที่มีการพูดหรือลักษณะเหมือนเด็กเพื่อดึงดูดเด็ก และจ้างผู้มีอิทธิพลบนโซเชียลมีเดียซึ่งเป็นที่ยอมรับในหมู่เด็ก ๆ เพื่อโฆษณาเกมให้กับผู้ชมที่เกี่ยวข้องบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น YouTube TikTok และ Twitch ซึ่งเป็นเว็บไซต์สตรีมมิงวิดีโอเกม สุดท้ายเพื่อยุติข้อกล่าวหาของ FTC ผู้พัฒนาเกม Genshin Impact ยอมจ่ายค่าปรับ 20 ล้านดอลลาร์ (ประมาณหกหรือเจ็ดสิบล้านบาท) และห้ามเด็กอายุต่ำกว่า 16 ปีซื้อสินค้าในเกมโดยไม่ได้ได้รับความยินยอมจากผู้ปกครอง

## 6. แนวทางการแก้ไขปัญหาทางกฎหมาย

การใช้ Dark Patterns ในเกมออนไลน์ โดยเฉพาะเกมที่มีผู้เล่นเป็นเด็ก อาจเข้าข่ายละเมิดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เช่น COPPA และ FTC Act ซึ่ง FTC ได้มีแนวทางบังคับใช้กับบริษัทเกมที่ใช้กลยุทธ์ดังกล่าวในการล่อลวงเด็กให้ใช้จ่ายในเกม เพื่อป้องกันการใช้ Dark Patterns ที่ละเมิดกฎหมาย บริษัทเกมต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่โปร่งใส เช่น (ก) แจ้งข้อมูลอย่างชัดเจนโดยการ

<sup>๑</sup>Genshin Impact Game Developer Will be Banned from Selling Lootboxes to Teens Under 16 without Parental Consent, Pay a \$20 Million Fine to Settle FTC Charges

[https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2025/01/genshin-impact-game-developer-will-be-banned-selling-lootboxes-teens-under-16-without-parental?utm\\_source=govdelivery](https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2025/01/genshin-impact-game-developer-will-be-banned-selling-lootboxes-teens-under-16-without-parental?utm_source=govdelivery)

ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสได้รับไอเทมจากระบบกล่องสุ่มหรือกาชา และค่าใช้จ่ายที่แท้จริงของสินค้าในเกม  
(ข) ขอความยินยอมจากผู้ปกครอง โดยหากผู้เล่นเป็นเด็กต้องมีระบบที่ให้ผู้ปกครองควบคุมการซื้อสินค้า  
(ค) ออกแบบ UI/UX ที่โปร่งใส โดยหลีกเลี่ยงการใช้ข้อความหรือปุ่มที่บิดเบือนความเข้าใจของผู้เล่น ดังนั้น  
หากปฏิบัติตามแนวทางที่โปร่งใสและยุติธรรมดังกล่าวก็จะเป็นสิ่งสำคัญในการป้องกันการละเมิดกฎหมาย  
และสร้างความไว้วางใจจากผู้เล่นได้

---