**สื่อสังคม ทุนนิยมสอดส่องและเครื่องมือทางการเมือง:   
มุมมองในทางรัฐศาสตร์**

**Social Media, Surveillance Capitalism and Political Instrument:  
Perspectives on Political Science**

สัพพัญญู วงศ์ชัย[[1]](#footnote-1)  
Sappanyu Wongchai[[2]](#footnote-2)

**บทคัดย่อ**

สื่อสังคมมักถูกมองว่าเป็นเครื่องมือของภาคประชาสังคม เพื่อเรียกร้องประเด็นที่ถูกรัฐปิดกั้นตามสื่อกระแสหลัก และเป็นพื้นที่ในการแสดงความเห็นเพื่อต่อต้านระบอบการเมือง แต่ทว่าในงานศึกษาจำนวนหนึ่งมีข้อเสนอตรงกันข้ามกับในที่กล่าวมานี้ โดยมองว่าแท้จริงแล้วสื่อสังคมเป็นพื้นที่ของการช่วงชิงความหมายและผลประโยชน์ บทความนี้ได้พยายามอธิบายบทบาทของสื่อสังคมในสองมิติได้แก่ 1. มิติทางด้านสังคม ที่เกิดจากผลพวงของทุนนิยมสอดส่องที่เข้ามามีบทบาทกำกับ ทิศทางและรูปแบบความคิดของสังคมผ่านโครงสร้างของสื่อสังคมรูปแบบต่างๆ และ2. มิติทางด้านการเมือง ที่รัฐเข้ามามีบทบาทในการใช้สื่อสังคมเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงของระบอบการเมืองและสร้างฉันทามติของสังคมให้คล้อยตามไปกับรัฐ ซึ่งในบทความนี้พบว่ารัฐได้เปลี่ยนกระบวนคิดจากการปฏิเสธและปิดกั้นข้อมูลในสื่อสังคม ไปสู่การใช้สื่อสังคมให้เป็นช่องทางของการเก็บเกี่ยวข้อมูลจากประชาชน และกลายเป็นตัวแสดงที่สำคัญอย่างยิ่งในสื่อสังคม

**คำสำคัญ:** สื่อสังคม, ทุนนิยมสอดส่อง, เครื่องมือทางการเมือง, วาทกรรม, โฆษณาชวนเชื่อ

**Abstract**

Social media is often seen as a tool for civil society, to use it for discuss on issue that was blocked in the mainstream media. And as the sphere for anti-regime movements. But several studies have an explanation in contrast. They see that social media is an area of political contestation. This article attempts to explanation the roles of social media in two dimensions. First, social dimension, that makes the new way of thinking in issue of economic and social structure in “surveillance capitalism” era. And second, political dimension that government use social media to maintain national security and regime resilience. In this article, it was found that government had changed the paradigm about social media, from blocking information to use social media as a channel for collecting people’s data. And at the same time, the government became an important factor on social media platforms.

**Keywords:** Social Media, Surveillance Capitalism, Political Instrument, Discourse, Propaganda

**บทนำ**

จากปรากฏการณ์ทางการเมืองที่สำคัญ ได้แก่ การปฏิวัติในอียิปต์ในปี ค.ศ. 2011 เพื่อโค่นล้มประธานาธิบดี มูบารัก (Hosni Mubarak) การเคลื่อนไหวครั้งนี้เกิดจากผลพวงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เฉกเช่นกับการปฏิวัติที่เกิดขึ้นทั่วโลก แต่ทว่าตัวแสดงสำคัญที่เป็นสิ่งใหม่ในโลกของการปฏิวัติในทางการเมือง ได้แก่ บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter, Blogs และ YouTube ซึ่งในช่วงเวลาของการปฏิวัติมีการใช้เครือข่ายเหล่านี้ ในการติดต่อสื่อสารและเผยแพร่ประเด็นในทางการเมือง โดยมีการปรากฏเรื่องราวเหล่านี้ใน Facebook มากกว่า 34 ล้านครั้ง และในท้ายที่สุดมันก็กระจายออกไปกลายเป็นกระแสทั่วโลกอย่างรวดเร็ว (Bakr, 2012: 68) จนทำให้เกิดกระแสต่อต้านรัฐบาลอย่างรุนแรงผ่านการระดมมวลชน ที่ใช้เครือข่ายสื่อสังคมเหล่านี้เป็นตัวขับเคลื่อน จนถูกเรียกว่าเป็นการปฏิวัติสมัยใหม่หรือแบบ 2.0 (Revolution 2.0) (ดู Ghonim, 2012) ซึ่งในขณะนั้นมีแนวโน้มว่าสังคมได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของบทบาทในทางการเมืองของสื่อสังคม ที่สามารถสร้างแรงกระเพื่อมของกระแสประชาธิปไตยได้

แต่อย่างไรก็ดี ข้อเสนอที่ว่าสื่อสังคมสมัยใหม่นั้น อาจกลายเป็นเครื่องมือสำคัญของภาคประชาสงคม (Civil Society) เพื่อใช้ขับเคลื่อนประเด็นทางด้านการเมืองและสังคมโดยรวม อาจเป็นข้อสรุปที่รวดเร็วเกินไป จริงอยู่ว่าพื้นที่สังคมที่ผู้คนมีอิสระภายใต้ตัวตนใหม่นั้น ได้มอบอิสระในการแสดงความเห็นและการแลกเปลี่ยนข้อเสนอในทางการเมืองให้แก่สมาชิกในสังคมอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน หรือกล่าวคือเป็นเครื่องมือสำหรับสังคมในการผลักดันประเด็นทางด้านการเมืองที่ถูกกลบฝังออกไปจากหน้าสื่อ ทำให้มันปรากฏบนเครือข่ายสื่อสังคมและกดดันให้รัฐบาลรับผิดชอบในแต่ละประเด็น หรืออาจใช้เป็นช่องทางในการสร้างกระแสของการต่อต้านระบบ (Antisystem) หรือกล่าวคือเป็น “เทคโนโลยีของการปลดปล่อย (Liberation Technology)” (Tucker et al., 2017: 47)

แต่ในข้อเท็จจริงแล้วเทคโนโลยีเหล่านี้ก็ไม่ได้อยู่อย่างเป็นเอกเทศ พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้เป็นดินแดนอันเสรีอย่างที่หลายฝ่ายเข้าใจกัน แต่หากมีตัวแสดงสำคัญอย่างน้อย 2 ตัวที่นับวันยิ่งเผยบทบาทมากขึ้นเรื่อยๆ ได้แก่ 1. กลุ่มธุรกิจสื่อสังคมออนไลน์ใช้การตรวจตราข้อมูลมหาศาลจากผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทั่วไปหรือเชิงลึก สาธารณะหรือส่วนตัว เพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลในการทำการโฆษณาให้แก่บริษัทอื่นๆ เพื่อผลกำไรทางธุรกิจ หรือเรียกว่าเป็น “เศรษฐกิจแบบสอดส่องข้อมูลส่วนตัว/ทุนนิยมสอดส่อง (Personal-data Surveillance Economy/Surveillance Capitalism)” (Deibert, 2019: 26) และ2. หน่วยงานของรัฐ ที่เข้ามากำกับควบคุมพื้นที่สังคมเหล่านี้และแปรสภาพไปสู่แนวทางที่เอื้อให้แก่การทำให้ภาคประชาสังคมสั่นไหว ซึ่งจะอภิปรายทั้งสองรูปแบบนี้ในส่วนต่อไป

บทความนี้จึงต้องการเสนอมุมมองในทางการเมือง ที่เกิดขึ้นในพื้นที่สื่อสังคมในสองมิติได้แก่ 1. มิติของรูปแบบของสื่อสังคมที่ถูกออกแบบมาให้กลายเป็นเครื่องมือแสวงหากำไรของกลุ่มทุนที่เกี่ยวข้อง และ  
2. มิติของรัฐที่เข้ามาเป็นผู้เล่นในทางการเมืองบทหน้าสื่อสังคม โดยต้องการชี้ให้เห็นถึงผลกระทบและบทบาทของมิติทั้งสองที่สอดรับซึ่งกันและกัน ผ่านข้อเสนอจากบทความวิชาการ การวิพากษ์ของสื่อในระดับสากล และกรณีศึกษาบางประการที่เกี่ยวข้อง ว่าได้ส่งผลอย่างไรบ้างต่อความมั่นคงของสังคมและรัฐชาติ

**พื้นที่สื่อสังคม: ทุนนิยมสอดส่องและการใช้เป็นเครื่องมือในทางการเมือง**

เทคโนโลยีสื่อสังคม (Social Media Technology) แม้ว่าจะเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นได้ไม่นานมากนัก แต่มันได้สร้างผลสะเทือนและมีบทบาทอย่างมากในหลายมิติ และที่สำคัญมันได้กลายมาเป็นพื้นที่ในการถกเถียงในทางการเมืองมากขึ้นเรื่อยๆ (Tucker et al., 2017: 47) และมิติที่ไม่อาจมองข้ามได้เลยก็คือเหล่าบริษัทยักษ์ใหญ่ผู้ถือครองกรรมสิทธิ์ของสื่อสังคมทั้งหลายนี้ ได้กลายมาเป็นบริษัทที่ทำรายได้สูงมากขึ้นเรื่อยๆ จึงนำมาสู่คำถามพื้นฐานว่า ทุนและการแสวงหารายได้ของเจ้าของสื่อสังคมเหล่านี้ทำอย่างไร?

**ทุนนิยมสอดส่องคืออะไร?**

ในงานของ Shoshana Zuboff นักจิตวิทยาสังคมชาวอเมริกันแห่งมหาวิทยาลัยฮาวาร์ด เรื่อง *The Age of Surveillance Capitalism* (2019) ได้อธิบายให้เห็นถึงรูปแบบของการแสวงหาผลประโยชน์และขูดรีดเอามูลค่าออกมาจากผู้ใช้เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ โดยเฉพาะในยุคที่แนวคิดปัจเจกชนนิยม (Individualism) และการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี (Technology Revolution) ภายใต้กระแสเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมใหม่ (Neo-liberalism) สอดรับกันอย่างพอดี

โดยเธอได้เริ่มจากการอธิบายให้เห็นถึงผลกระทบของการพัฒนาความรู้ว่าด้วยทุน (Capital) ของมนุษย์ว่า แท้จริงแล้วการขยับของทุนใหญ่บางรายก็สามารถส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างได้เช่นกัน เช่น การที่บริษัทรถยนต์ของ เฮนรี่ ฟอร์ด (Henry Ford) ได้เริ่มใช้ระบบของการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) โดยการแบ่งตามสถานีหรือที่เรียกว่าเป็นลัทธิฟอร์ด (Fordism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานและสามารถผลิตสินค้าจำนวนมากชิ้น (Mass Production) กว่าในอดีต แต่แนวคิดเหล่านี้ภายหลังมันได้กระจายไปสู่สังคมนอกโรงงานประกอบรถยนต์ของฟอร์ด มันก่อให้เกิดวิถีการผลิตแบบใหม่ในการทำให้เป็นอุตสาหกรรม (Industrialization) ที่มีการจัดระบบแรงงานอย่างซับซ้อน และการแบ่งงานกันทำอย่างทั่วกันในทั้งสังคมอุตสาหกรรม จนทำให้เกิดกระบวนทัศน์เปลี่ยนแปลง (Paradigm Shift) สังคมมนุษย์จำต้องปรับให้เข้ากับ เทคนิควิธี การบริหารจัดการแรงงาน และระบบทุนนิยมแบบใหม่นี้ (Zuboff, 2019: 18-19)

Zuboff เห็นว่า บริษัทแอปเปิล (Apple) ก็ได้ทำสิ่งนี้ให้เกิดขึ้นเช่นกัน โดยการทำให้ทุกสิ่งที่มนุษย์ต้องการถูกย่อส่วนลงมาอยู่ในอุปกรณ์ขนาดย่อม ที่สามารถตอบสนองผู้คนได้อย่างหลากหลายว่าต้องการอะไร *“เหมือนกับฟอร์ด ที่ทำให้เราติดอยู่กับการบริโภคสินค้าจำนวนมาก (Mass Consumption) แอปเปิลก็คือหนึ่งในผู้ที่ทำให้เราก้าวไปสู่สังคมใหม่ที่ปัจเจกสามารถสนองตอบได้ต่อความต้องการบริโภคส่วบุคคล (Individualized Consumption) …”(Ibid: 18)* นั่นหมายความว่า ในยุคที่ปัจเจกชนมีลักษณะของการบริโภคที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งอาจหมายถึงการที่มีรสนิยมอย่างหลากหลายจนไม่อาจจำแนกได้อีกต่อไป บริษัทเทคโนโลยีเหล่านี้เป็นสะพานที่เชื่อมให้ปัจเจกชนเหล่านั้น สามารถเชื่อมต่อกับตลาดสินค้าทั่วทุกมุมโลกที่เปิดกว้างผ่านแนวคิดเรื่องเสรีทางการค้าและการเงินของลัทธิเสรีนิยมใหม่ ซึ่งสอดรับกับเครือข่ายออนไลน์และอุปกรณ์ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับความหลากหลายในรูปแบบ ‘all in one’

ผลกระทบเหล่านี้ส่งผลให้วิถีชีวิตของปัจเจกภายในสังคมเปลี่ยนแปรไป ทำให้มนุษย์แอบอิงและเชื่อมต่อกับโลกดิจิทัลอยู่ตลอดเวลา จนทำให้วิถีชีวิตจริงกับโลกเสมือนแทบจะกลืนเป็นเนื้อเดียวกันจนขาดความตระหนักถึงแง่มุมอื่นของเทคโนโลยีเหล่านี้ ซึ่งแน่นอนว่าเปิดทางให้บริษัทสื่อสังคมทั้งหลายฉกฉวยความไม่ตระหนักนี้ในการเก็บเกี่ยวข้อมูลของผู้ใช้งาน (Ibid: 28) และทำให้มนุษย์เคลื่อนเข้าสู่ยุคสมัยของทุนนิยมสอดส่อง โดยทุนนิยมชนิดนี้อาศัยพื้นฐานที่มนุษย์ต้องพึ่งพิงเทคโนโลยีในนามของการทำให้ชีวิตของมนุษย์ดีกว่าเดิม ในขณะเดียวกันก็ยินยอมให้ข้อมูลทั้งหลายไหลบ่ามาสู่ผู้ใช้ทั้งหลายและเลือกสรรมันอย่างบรรจง เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว ในขณะนั้นเองที่การสอดส่องสอดแนมของระบบได้ทำงานเพื่อเก็บเกี่ยวข้อมูลของผู้ใช้งานรายบุคคล ทั้งพฤติกรรมส่วนตัว การซื้อขาย ความสนใจ รสนิยม ฯลฯ และนั่นเองคือ “จุดที่ทุนนิยมสอดส่องกลายมาเป็นรูปแบบทุนนิยมที่ครอบงำมนุษย์ในยุคสมัยนี้” (Ibid: 31) ที่มีกลวิธีแยบยลมากกว่าเดิม จากการขูดรีดมูลค่าส่วนเกินจากแรงงาน (Surplus Values) ตามทฤษฎีของมาร์กซ (Karl Marx) แต่ทว่าใช้วิธีการเก็บเกี่ยวมูลค่าส่วนเกินของพฤติกรรม (Behavioral Surplus) เข้ามาแทน (Ibid: 38)

ซึ่งช่องทางที่ง่ายและได้ผลที่สุดในการเก็บเกี่ยวข้อมูลของผู้ใช้งานก็คือ พื้นที่ที่ผู้ใช้ยินดีที่จะมอบข้อมูลของพวกเขาลงไปอย่างเต็มใจ พื้นที่เหล่านั้นไม่ใช่อื่นใดเลยนอกเสียจากพื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีจำนวนมากมายหลายร้อยหลายพันล้าน อีกทั้งพื้นที่เหล่านั้นยังออกแบบมาเพื่อส่งเสริมให้ผู้ใช้อัปโหลดและแสดงความเคลื่อนไหวในประเด็นส่วนตัวอยู่อย่างต่อเนื่อง และแทบจะกลายเป็นวิถีชีวิตใหม่ของสังคมที่ต้องมีตัวตนสองพื้นที่ได้แก่ ตัวตนจริงในพื้นที่ทางกายภาพและตัวตนสมมติในพื้นที่ออนไลน์ ช่องทางเหล่านี้เองที่ทำให้สื่อสังคมกลายเป็นแหล่งของการเก็บเกี่ยวข้อมูล และกลายเป็นพื้นที่ที่มีอิทธิพลในทางสังคมและทางการเมือง

ในงานของ Ronald Deibert เรื่อง *The Road to Digital Unfreedom: Three Painful Truths About Social Media* (2019) ได้อธิบายฉายภาพให้เราเห็นถึงผลกระทบของสื่อสังคมเหล่านี้ต่อสังคม โดยเริ่มอธิบายจากรูปแบบการทำงานของโปรแกรมหรือแอพพลิเคชั่นทั้งหลาย ว่ามันได้ถูกออกแบบมาเพื่อเป้าประสงค์ในการแสวงหาข้อมูลของผู้ใช้ (Users Data) ผ่านการจับจ้อง (Monitoring) ผู้ใช้งานในรูปแบบต่างๆ เพื่อนำพฤติกรรมของผู้ใช้งานไปใช้ประโยชน์ในการผลิตโฆษณาสินค้าและบริการ ตัวอย่างเช่น Facebook เป็นตัวอย่างที่เห็นชัดที่สุด โดยใน Facebook นั้นผู้ออกแบบทำให้มันเป็นพื้นที่ให้ผู้ใช้งานเป็นฝ่ายมอบข้อมูลให้แก่พวกเขาในนามของ “ผู้ใช้บริการ” ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลพื้นฐานอย่าง เพศ การศึกษา อายุ ตลอดจนข้อมูลส่วนตัว เรื่องความสัมพันธ์ เครือข่ายทางสังคม รสนิยม ตลอดจนวิถีชีวิต ข้อมูลเหล่านี้ผู้ใช้งานเป็นผู้มอบให้แก่ Facebook เองอยู่ตลอดทุกเมื่อเชื่อวัน (Deibert, 2019: 26-28)

ข้อมูลของผู้ใช้ที่ถูกเก็บจะกลายเป็นขุมทรัพย์ให้แก่บริษัทวิเคราะห์ข้อมูล (Analytics Business) ที่จะนำเอาข้อมูลเหล่านี้ไปวิเคราะห์เพื่อหาแนวโน้มของรสนิยม กระแสสังคมและแนวการบริโภคทั้งหลาย ในการสร้างโฆษณา ตลอดจนสินค้าและบริการในหลากรูปแบบ ซึ่งหลายครั้งการ “สูบ” เอาข้อมูลส่วนตัวไปนั้นก็อาจเกิดขึ้นโดยที่ผู้ใช้งานไม่ทันได้รู้ตัว หรืออาจเป็นการยินยอมโดยไม่ทันได้สังเกต เนื่องจากการออกแบบของข้อตกลงการใช้งานนั้นเป็นไปอย่างแยบยล ใช้ข้อความที่ครุมเครือมีขนาดเล็กเล็กและยาวเกินกว่าที่ผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะสนใจอ่านและกด “คลิก” ยอมรับเงื่อนไขโดยไม่ทันได้ตรวจสอบอย่างละเอียด จนกลายเป็นช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้อย่างง่ายดาย (Ibid: 28-31)

ข้อเสนอที่สำคัญอีกประการคือ การที่สื่อสังคมเป็นตัวทำให้สังคมขาดไร้ซึ่งการไตร่ตรองและไม่สามารถรู้เท่าทันสื่อได้ เนื่องจากปัจจัยเรื่องของสถาพแวดล้อมของข้อมูล โดยเกิดจากพื้นที่สื่อสังคมสมัยใหม่ในปัจจุบันมีข้อมูลจำนวนมหาศาลวิ่งไกลผ่านระบบอินเตอร์เน็ต พุ่งตรงไปสู่ผู้ใช้งานอย่างมากมายและรวดเร็วเกินไป หรือกล่าวว่าเป็นคลื่นยักษ์ของข้อมูลอย่างฉับพลัน (Real-time Tsunami of Data) หรือการทำให้เกิดกระแส (Viral) อย่างรวดเร็ว (Ibid: 31: Tucker et al., 2017: 49) ส่งผลให้กระบวนการคิดและตัดสินใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งมักเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทันใด ซึ่งโดยส่วนมากแล้วมักไม่ได้ผ่านกระบวนการคิดอย่างซับซ้อนและหาข้อมูลมาเสริม ประกอบกับการที่ข้อมูลในสื่อสังคมสมัยใหม่โดยมากแล้ว มีการตัดสินและใส่ความคิด อคติ และกรอบมโนทัศน์บางอย่างของผู้ผลิตสื่อ ลงไปในเนื้อหาข้อมูลอยู่แล้ว ด้วยเหตุนี้หลายครั้งส่งผลให้มันเป็นข้อมูลที่นำเอาข้อเท็จจริงมาผูกติดกับเรื่องแต่ง กล่าวคือ เป็นการสร้างข้อมูลเท็จ (Misinformation) หรือบางครั้งอาจเลวร้ายถึงขั้นเป็นการเจตนาสร้างข่าวปลอม (Fake-news) ที่เผยแพร่กันอยู่อย่างมากมาย ด้วยสภาพแวดล้อมเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ที่เกิดจากสื่อสังคมทั้งหลาย ที่ก่อให้เกิดวิธีคิดและพฤติกรรมการตัดสินใจเชื่อข้อมูลอย่างรวดเร็ว (Deibert, 2019: 31-34)

และเงื่อนไขสำคัญอีกประการคือ กระบวนการทำงานของรูปแบบ (Platform) โปรแกรมหรือเว็บไซต์สื่อสังคม ที่ต้องการรวบรวมข้อมูลผ่านการคำณวนทางคณิตศาสตร์แบบอัลกอลริทึมส์ (Algorithms) คำนวณผ่านสูตรทางตัวเลขเพื่อคัดสรรข้อมูลที่รวบรวม รสนิยม ค่านิยม ความเชื่อและการสั่งซื้อ ที่เป็นไปในทางเดียวกันเพื่อนำเสนอให้แก่ผู้บริโภคในเชิงโฆษณารายบุคคล ส่งผลให้ข้อมูลจากฝ่ายหรือกลุ่มเดียวกันถูกคัดกรองและลำเลียงไหลบ่ามาสู่ผู้ใช้ ชุดความเชื่อและความคิดทั้งหลายได้เกิดกระบวนการผลิตซ้ำ (Reproduction) ทำให้เกิดเป็นโลกใบเล็กคับแคบของผู้ใช้แต่ละราย ให้จมปลักอยู่กับความจริงบางชุดจากผู้ผลิตสื่อรายเดิมๆ เท่านั้น มันจึงเป็นส่วนผสมที่ลงตัวให้แก่รัฐบาล กลุ่มคณะบุคคล (Aristocrats) และกลุ่มผลประโยชน์ทั้งหลาย ช่วงชิงขุมกำลังนี้ออกจากภาคประชาสังคม และแปรเปลี่ยนมันมาเป็นพลังทางการเมือง โดยใช้สื่อสมัยใหม่ที่มีลักษณะดังที่กล่าวมาในข้างต้น สร้างข้อมูลข่าวสารที่เอื้อประโยชน์ให้แก่ตน ตัวอย่างเช่น ในสาธารณะรัฐประชาชนจีน รัฐบาลได้ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ Alibaba ในการเก็บรวมรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการสร้างระบบตรวจสอบและสอดส่องประชาชนภายในประเทศ อีกทั้งยังมีกฎหมายควบคุม ปิดกั้น และเปิดพื้นที่สื่อสำหรับการส่งต่อข้อมูลที่รัฐบาลเห็นด้วยเท่านั้น ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทข้ามชาติอย่างเช่น Google และ Apple ได้ทำข้อตกลงในการปรับตัวไปตามนโยบายของจีน เพียงเพื่อต้องการเจาะตลาดการบริโภคอันมหึมาในจีนจึงกล่าวได้ว่า แทนที่มันจะกลายเป็นตัวบ่อนเซาะทำลายอำนาจนิยม แต่มันกลับกลายเป็นเครื่องมือของรัฐอำนาจนิยม ที่คำนึงถึงเพียงผลประกอบการทางธุรกิจเท่านั้น (Ibid: 32-35)

ตัวอย่างของผลกระทบของการใช้สื่อสังคมต่อภาคประชาสังคมและในทางการเมืองนั้น ผู้เขียนจะขอยกตัวอย่างของบริษัทวิเคราะห์ข้อมูลชื่อดัง นามว่า เคมบริดจ์ อนาไลติกา (Cambridge Analytica (CA)) โดยบริษัทนี้ถูกกล่าวหาว่าได้แอบซื้อขายข้อมูลของผู้ใช้ Facebook ไปหลายล้านรายเพื่อใช้ในการทำแคมเปญหาเสียงให้กับนักการเมืองจำนวนมาก เช่น ประเด็นของการหาเสียงของ ทรัมป์ (Donald Trump) ในสหรัฐอเมริกา และโครงการแยกออกจากสหภาพยุโรป (Leave EU/Brexit) ซึ่งถูกมองว่าเป็นการใช้ข้อมูลในการก่อให้เกิดกระแสการโจมตีคู่แข่งทางการเมือง การสร้างข้อมูลอื้อฉาว (Scandal) เช่น การหาเสียงภายใต้แคมเปญ “Crooked Hillary” ของทรัมป์ (The Independent, 19 April 2019) เหล่านี้ กลุ่มบริษัทวิเคราะห์ข้อมูลได้เข้ามามีส่วนในการผลิตสร้างวาทกรรม (Discourse) และโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) จนเกิดเป็นกระแสประชานิยม (Populism) ในหน้าสื่อสังคมออนไลน์ ที่อาจออกไปในแนวแบบอำนาจนิยม ผ่านวาทกรรมของการหาเสียงแบบเหยียดเชื้อชาติ การกีดกันแรงงานข้ามชาติ อำนาจของคนขาว (White Supremacy) และการเสริมสร้างกองทัพ (Militarization) ในนามของแคมเปญ “make America great again” (Gounari, 2018: 207-208) จนถึงขั้นมีการนิยามว่าเป็น ลัทธิเผด็จการประชานิยม (Authoritarian Populism) ตลอดจนการปลุกกระแสนีโอฟาสซิสม์ (Neofascism) (Kellner, 2018: 72)

ประเด็นเหล่านี้ก่อให้เกิดกระแสขบวนการต่อต้านในนามแคมเปญ “Not My President” ของผู้ต่อต้านทรัมป์ในสหรัฐอเมริกา (Reuters, 21 February 2017) ความแตกแยกของภาคประชาสังคมอย่างสุดโต่งนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากสิ่งที่ผู้เขียนได้พยายามบอกคือ การที่สื่อสังคมได้มีวิธีการทำงานที่ทำให้เกิดเป็นโลกส่วนบุคคลขึ้นมา ทำให้กระบวนการคิด ความเชื่อ และค่านิยม ถูกหล่อหลอมผลิตซ้ำแล้วซ้ำเล่า จนกลายเป็นเจตคติของปัจเจกผู้ยึดมั่นถือมั่นในความจริงของตน

แคโรล แคดวัลลาร์ด (Carole Cadwalladr) นักข่าวของสื่อใหญ่ในสหราชอาณาจักร ผู้เป็นส่วนหนึ่งของการแฉ Facebook ที่ขายข้อมูลให้แก่บริษัท Cambridge Analytica เพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลในทางการเมือง ไม่เพียงในสหรัฐอเมริกาหรืออังกฤษเท่านั้น แต่มันถูกใช้ทั่วโลกในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และมันได้ผลอย่างน่าทึ่ง ทั้งยังเป็นเครื่องเตือนให้เราเห็นถึงจุดอ่อนของระบบเลือกตั้งของแต่ละประเทศ (The Guardian, 4 January 2020) เธอได้กล่าวในรายการ TED talk ความว่า

*“ระหว่างการเลือกตั้งมีโฆษณามากมายถูกซื้อบน Facebook และไม่สามารถรู้ถึงที่ไปที่มาของมันได้...โฆษณาเหล่านั้นมีตั้งแต่ข่าวปลอมของชาวตุรกีที่อยู่ในอังกฤษจำนวนมาก ซึ่งนั่นไม่จริงเลย...ความกลัวและความเกลียดชังถูกผลิตสร้างในโลกออนไลน์ทั่วโลก...ผู้ก่อตั้ง Facebook และ Google…และทั้งผู้ร่วมก่อตั้ง Twitter ดิฉันต้องขอกล่าวว่าพวกคุณได้เอื้อให้เกิดอาชญากรรมหลายครั้งในการทำประชามติของสหภาพยุโรป...พวกคุณเผยแพร่ความเท็จอยู่ในเงามืด รับเงินอย่างผิดกฎหมาย (เลือกตั้ง-ผู้แปล) จากแห่งหนที่มีเพียงพระเจ้าเท่านั้นจะรู้ได้...ฉันไม่คิดว่าจะสามารถเกิดการเลือกตั้งที่อิสระและเป็นธรรม (Free and Fair Elections) ได้อีกต่อไป เสรีประชาธิปไตยได้พังลงแล้ว และพวกคุณคือผู้ทำลายมัน...โลกจะจดจำพวกคุณในฐานะผู้รับใช้ของอำนาจนิยมที่เกิดขึ้นทั่วโลก...เราไม่อาจปล่อยให้บริษัทเทคโนโลยีมีอำนาจที่ตรวจสอบไม่ได้นี้อีกต่อไป”*

(The Guardian, 21 April 2019)

กล่าวคือ สื่อสังคมได้ถูกออกแบบมาเพื่อเก็บเกี่ยวข้อมูลของผู้ใช้เพื่อสร้างผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจโดยมีบริษัทวิเคราะห์ข้อมูลเป็นตัวแสดงสำคัญ แต่ทว่ารูปแบบของการวางอัลกอลริทึมส์นั้นกลับส่งผลแก่ภาคสังคมอย่างน้อย สามประการ ประการที่ 1 คือการทำให้สภาพแวดล้อมทางข้อมูลในสังคมเกิดภาวะของความล้นเกินของข้อมูล (Information Overload) ส่งผลให้การสร้างข้อมูลเท็จหรือข่าวปลอมเกิดขึ้นได้ง่าย และสามารถแพร่กระจายไปในสังคมได้ง่ายเช่นเดียวกัน

ประการที่ 2 คือส่งผลให้เกิดพื้นที่ทางสังคมที่เฉพาะจากการที่สื่อสังคมพยายามคัดแยกและจัดวางข้อมูลเพื่อให้ตอบสนองความสนใจและความคิดของผู้ใช้งาน ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้เกิดชุดความรู้และความจริงอันจำกัดที่เป็นไปในทางเดียวกันผ่านข้อมูลบางชุดอย่างไม่รอบด้าน

และประการที่ 3 คือการทำให้สื่อสังคมกลายเป็นกลยุทธ์ในทางการเมืองที่ส่งผลให้สังคมเกิดความปั่นป่วนจากการสร้างชุดข้อมูลที่ไม่ตรงกันจนกลายเป็นความแตกแยกกันภายในภาคประชาสังคมเอง สื่อสังคมได้กลายเป็นเครื่องมือของชนชั้นนำทางการเมือง ในการสร้างความชอบธรรมในทางการเมือง และในขณะเดียวกันมันก็ได้ทำลาย ลดทอน คุณค่าของคู่ต่อสู้ในทางการเมืองลงไปด้วย ส่งผลให้เกิดลักษณะของการแบ่งแยกภายใน ระหว่างผู้ที่สนับสนุนและต่อต้าน ที่ต่างได้รับข้อมูล โฆษณาชวนเชื่อ วาทกรรมทางการเมือง ที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากความจงใจของบริษัทวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้ ที่จะสร้างชุดความคิดบางอย่างขึ้นมา เพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง มันทำให้ภาคประชาสังคมเกิดความขัดแย้ง ซ้ายกับขวา คนขาวกับชาวผิวสี กลุ่มชาตินิยมกับโลกานิยม ประชาธิปไตยกับเผด็จการ ที่เกิดขึ้นทั่วโลกจากกระบวนการสร้างข้อมูลโฆษณาชวนเชื่อในทางใดทางหนึ่ง เพื่อสร้างแรงสนับสนุนทางการเมือง

**เมื่อสื่อสังคมไม่ได้ถูกรัฐต่อต้าน แต่กลายมาเป็นผู้เล่นตัวสำคัญ**

จากตัวอย่างในข้างต้นจะเห็นว่า รูปแบบของเครือข่ายสื่อสังคมได้ถูกปรับใช้ได้ในหลากลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจและการเมือง โดยแต่เดิมสื่อสังคมถูกมองว่าเป็นเครื่องมือในการเรียกร้องความเป็นธรรมและแสดงความเห็นทางการเมืองอย่างเสรี แต่ทว่ารัฐชาติ (Nation State) เป็นตัวแสดงที่คำนึงถึงความมั่นคงเป็นหลัก แน่นอนว่าไม่อาจปล่อยให้เกิดความเคลื่อนไหวอย่างเสรีภายใต้โครงสร้างทางสังคมออนไลน์ได้อย่างเต็มที่ รัฐจำเป็นต้องเข้ามากำกับควบคุมโดยเฉพาะรัฐแบบที่เป็นอำนาจนิยมและเป็นรูปแบบระบอบผสม (Autocracy and Hybrid Regime) ซึ่งโดยปกติแล้วรัฐที่ต้องการควบคุมสื่อสังคมมักจะใช้รูปแบบของการปิดกั้น (Block) ปกปิด (Censor) และลดระดับของการเคลื่อนไหลของข้อมูล (Suppress the Flow of Information) เพื่อดำรงไว้ซึ่งระบอบและระเบียบการเมืองเดิมจากการถูกโจมตี (Gunitsky, 2015: 42)

แต่ในขณะเดียวกันกับที่ภาคประชาสังคมกำลังเติบโตผ่านพื้นที่สื่อสังคม ที่เป็นตัวกลางที่ประสานเอาความคิดเห็นและประเด็นในสังคมมาตีแผ่ ขณะนั้นเองรัฐก็ได้ทำการปรับตัวให้สามารถมีบทบาทในการกำกับควบคุม (Manipulation) สังคมในพื้นที่สื่อสังคมด้วย โดยผ่านการอาศัยทรัพยากรที่มีในการจัดการกับมวลชนที่ก่อตัวในรูปแบบใหม่นี้ โดยมีรูปแบบของการจัดการสามระดับด้วยกัน ได้แก่

1. การป้องกันและจำกัดการเข้าถึงข้อมูลจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ ตัวอย่างที่ชัดเจนได้แก่ “Great Firewall of China” โดยการใช้เทคโนโลยีคัดกรองเนื้อหาต่างๆ ไม่ให้ประชาชนภายในประเทศสามารถเข้าถึงได้ ซึ่งในแต่ละประเทศนั้นมีความแตกต่างหลากหลายในเชิงเนื้อหา เช่น ประเด็นเรื่องศาสนา เพศ และวัฒนธรรม เป็นต้น 2. คือการควบคุมข้อมูลในสังคมผ่านตัวบทกฎหมาย ซึ่งพบเห็นได้อย่างกว้างขวางทั่วโลกในนามของการปกป้องความมั่นคงแห่งชาติและการสู้รบกับอาชญากรรมทางไซเบอร์ (Cybercrime) เช่น กฎหมายอาชญากรรมทางไซเบอร์ในประเทศไทย ในรูปแบบของ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ที่ได้ให้สิทธิอำนาจรัฐในการเข้าถึงอีเมล บันทึกการโทร และคอมพิวเตอร์ โดยไม่ต้องใช้คำสั่งศาลแต่อย่างใด เป็นต้น ด้วยเทคนิคในทางกฎหมายนี้เอง มันได้ทำให้รัฐมีสิทธิอำนาจในการเข้าแทรกแซงเอกชนได้มากยิ่งขึ้นด้วย ตัวอย่างเช่น การเจรจาในทางกฎหมายระหว่างรัฐบาลแคนนาดากับบริษัท BlackBerry โดยรัฐยื่นข้อเสนอว่าหาก BB ไม่ใช้เครือข่ายฐานข้อมูล (Host Data) ภายในประเทศ ก็จะไม่ให้ผู้บริการเข้ามาทำการค้า เหล่านี้เป็นต้น ภายใต้บริบทเช่นนี้ รัฐได้ปรับตัวและได้มีอำนาจภายใต้ความชอบธรรมแบบใหม่ เพื่อเข้าแทรกแซงกิจการของเอกชนได้อย่างละเอียดแยบยลมากยิ่งขึ้นและ 3. คือการที่รัฐใช้การสอดแนมทางไซเบอร์ (Cyberespionage) โดยรัฐได้ใช้เครื่องมือและทรัพยากรในการเข้าถึงข้อมูลของเอกชน ซึ่งในขั้นนี้ยังหมายรวมถึงการที่รัฐบาลได้เกณฑ์เอา “กองทัพไซเบอร์ (Cyber/Electronics Armies)” ที่เข้ามาใช้พื้นที่สู้รบในสื่อสังคม โดยการขับเคลื่อนความเห็นทางการเมืองและโจมตีนักเคลื่อนไหว (Activist) คนดัง (Influencer) หรือกลุ่มต่างๆ ที่อยู่ตรงข้ามรัฐ หรือทำการวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล โดยการลดทอนความน่าเชื่อถือ (Discredit) และข่มขู่คุกคาม (Intimidate) (Deibert, 2015: 65-70)

นอกจากนี้ในงานของ Keremoğlu & Weidmann (2020) ได้จำแนกแจกแจงว่ารัฐเผด็จการ (Autocrat) ใช้เครื่องมืออินเตอร์เน็ตในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระดับโครงสร้างพื้นฐาน (The Infrastructure Layer) ได้แก่ อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และการวางเครือข่าย ต่อมาคือระดับเครือข่าย (The Network Layer) ได้แก่ ชุดข้อมูล ที่ดึงมาจากจุดเครือข่ายต่างๆ และระดับแอพพลิเคชั่น (The Application Layer) ที่ใช้เครื่องมือซอฟท์แวร์ในการทำให้ผู้ใช้ส่งต่อข้อมูล และรับข้อมูลภายใต้เครือข่ายนั้นๆ โดยในระดับที่สามนี้เองจะเกิดขึ้นได้เมื่อเผด็จการเข้าควบคุมอินเตอร์เน็ตและควบคุมเนื้อหาบางอย่าง สามารถเข้าไปอ่านข้อความและลบออกไปจากฐานข้อมูลได้ ต่อจากนั้น รัฐบาลจึงลงไปเป็นผู้เล่นเองด้วยการสร้างข้อมูลในการสนับสนุนรัฐบาล ทั้งความสามารถ ผลงาน และความนิยมชมชอบ ในต่อมารัฐบาลจะใช้กระบวนการควบคุมตรวจสอบการใช้งานของพลเมือง และพยายามสร้างระบบการควบคุมตนเอง (Self-Censorship) ผ่านการแสดงให้เห็นว่ารัฐบาลสามารถมองเห็นข้อมูลทั้งหมดได้ ทำให้ทั้งเหล่านักเคลื่อนไหว ขบวนการต่อต้านรัฐ หรือแม้แต่การวิพากษ์วิจารณ์รัฐลดลงไปเอง และในท้ายที่สุดรัฐเผด็จการอาจใช้ฐานข้อมูลอันมหาศาลในการปรับนโยบายและตอบสนองข้อเสนอจากข้อเรียกร้องในอินเตอร์เน็ตเหล่านั้นด้วย แม้แต่ในกรณีของการร้องเรียนการทุจริตต่างๆ (E. Keremoğlu & N. B. Weidmann, 2020: 1-6)

นอกจากนี้แล้ว จากบทเรียนของรัสเซียและสาธารณะรัฐประชาชนจีน พบว่า รัฐบาลทั้งสองประเทศได้พัฒนาข้ามผ่านการปิดกั้นและห้ามใช้เครือข่ายสื่อสารในรูปแบบออนไลน์ แต่ทว่าปรับให้การสื่อสารเหล่านั้นอยู่ภายใต้การตรวจตราโดยรัฐ เช่นในกรณีของเว็บไซต์ Weibo ในประเทศจีนก็ถูกรัฐบาลตรวจสอบเพื่อรับรู้ข้อเรียกร้องและปัญหาที่ประชาชนได้รับ และสามารถใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการปรับแนวนโยบายและการจัดการต่อกรณีของการทุจริตในแต่ละระดับได้ เช่นเดียวกันกับรัสเซียในเว็บไซต์ VKontakte กล่าวคือ เครือข่ายสื่อสังคมเหล่านี้ถูกใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากภาคประชาสังคมให้แก่รัฐ เพื่อที่รัฐจะสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างทันท่วงที เพื่อชะลอความไม่พอใจต่อตัวระบอบ ส่งผลให้ระบอบการเมืองในแนวอำนาจนิยมเหล่านี้สามารถอยู่รอดได้อย่างแข็งแรงและชอบธรรมมากขึ้น อีกทั้งมันยังทำให้การต่อต้านในทางกายภาพ เช่น การประท้วงบนท้องถนนเพื่อเรียกร้องต่อรัฐบาล ถูกลดทอนไปสู่การเคลื่อนไหวผ่านความคิดและความเห็นในทางโลกออนไลน์แทน (Gunitsky, 2015: 44-47)

ขยายความกรณีของ Weibo หรือชื่อเต็มคือ the Sina Weibo เป็นบริการสื่อสังคมคล้ายกับ Twitter ที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก โดยใช้ภาษาจีนเป็นภาษาหลักภายในเว็บไซต์และแอพพลิเคชั่น แม้ว่ารัฐบาลจีนจะช่วงชิงใช้พื้นที่ในเว็บไซต์นี้เพื่อรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้ แต่ก็ไม่ได้มีการปล่อยให้เกิดข้อมูลที่เคลื่อนไหลอย่างมีอิสระมากนัก ยังคงมีการ “ควบคุมการเคลื่อนไหวของข้อมูล (Information Flow-control)” ในประเทศจีนก็เช่นกัน รัฐบาลได้ทำการเปิดเสรีให้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ยังคงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลอยู่อย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้เกิดการจัดวางนโยบายการควบคุมอินเตอร์เน็ต การปิดกั้นและการเซ็นเซอร์ภายในเว็บไซต์ Weibo เองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ไม่เกิดข้อความหรือเนื้อหาที่เป็นภัยต่อความมั่นคงของรัฐ (Vuori & Paltemaa, 2015: 402-404)

ในส่วนของ VKontakte ก่อตั้งขึ้นในปี 2006 ในรูปแบบที่คล้ายคลึงกับ Facebook โดยในรัสเซียนั้นใช้วิธีการในทางกฎหมายที่เรียกว่า “ชุดกฎหมายยาโรวายา (Yarovaya)” คือเป็นกฎหมายที่บังคับให้ทุกเว็บไซต์หรือแอพพลิเคชั่น ต้องสามารถบันทึกและกู้คืนทุกการสื่อสารและกิจกรรมของผู้ใช้ทุกคนได้ และสร้างพื้นที่จัดเก็บข้อมูลที่บันทึกเหล่านั้นให้รัฐบาลสามารถเข้าถึงได้เมื่อต้องการ ตลอดจนรูปแบบของสื่อสังคมในระดับโลกด้วย นอกจากนี้ก็ใช้การควบคุมเนื้อหาบางประการด้วย เช่นการถอดเนื้อหาบางอย่างออกจาก Facebook เนื่องจากมีความไม่เหมาะสม หรือการจัดตั้งเครือข่ายของ Google เองภายในรัสเซียเอง เป็นต้น (Akbari & Rashid, 2019: 226)

ต่อมา ประเด็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งคือ การที่รัฐใช้พื้นที่สื่อสังคมในการสร้างวาทกรรมทางการเมือง (Political Discourse) หรือโฆษณาชวนเชื่อของรัฐบาล (Government Propaganda) เพื่อสนับสนุนระบอบการเมืองของตน ตัวอย่างที่น่าสนใจอย่างยิ่งคือ กรณีของเกาหลีเหนือ ที่ปิดกั้นการรับรู้ทางด้านสื่อสารสนเทศภายในประเทศมาอย่างยาวนาน เมื่ออนุญาตให้ประชาชนเข้าถึงโทรศัพท์มือถือและเครือข่ายสื่อสารมากขึ้นในหลักล้านคนในปัจจุบัน กลับพบว่ารูปแบบของโฆษณาชวนเชื่อที่เคยมีมานั้นสามารถทำงานได้อย่างดีขึ้น รวดเร็ว และแพร่ขยายได้ผลกว่าเดิม (Gunitsky, 2015: 45) โดยในเกาหลีเหนือมีการให้ใช้สมาร์ทโฟนได้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008 แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าไม่เกิดการรวมกลุ่มเคลื่อนไหวในทางการเมืองผ่านเครือข่ายโทรคมนาคมได้เลย นั่นก็เพราะว่าการออกแบบเครืองมือสื่อสารและแอพพลิเคชั่นล้วนออกแบบมาให้อย่างจำกัด อีกทั้งยังถูกควบคุมอย่างเข้มงวดผ่านการตรวจตราผู้ใช้ ผ่านทั้งกระทรวงความมั่นคงและกลไกของตำรวจ ทั้งที่เป็นทางการและแบบลับ ที่ทำหน้าที่ดักฟังและเฝ้าระวังตลอดเวลา ประกอบกับการใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านสารสนเทศเพื่อจับข้อความที่มีคำสำคัญแบบทันที (Real-time) ที่ข้อความถูกส่งต่อ อดีตสายลับคนหนึ่งกล่าวว่า โทรศัพท์มือถือนั้นเป็นเสมือน “กระดิ่ง (Cowbell)” ทางที่ปลอดภัยที่สุดคืออย่าพกมันติดตัว (Kim Yonho, 2014: 37-39)

กล่าวโดยสรุปคือ ในระยะหลังนี้รัฐไม่ได้เป็นผู้ปิดกั้นและปฏิเสธบทบาทของสื่อสังคมอีกต่อไป ในทางกลับกันรัฐเองกลับกลายเป็นตัวแสดงที่สำคัญอีกตัวหนึ่งที่ทำหน้าที่ผลิตสร้างชุดความคิดและโฆษณาชวนเชื่อ ตลอดจนการตรวจตราข้อเสนอ ข้อเรียกร้อง ปัญหา และการต่อต้านจากภาคประชาสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่สื่อสังคมทั้งหลาย เพื่อใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการปรับตัวให้สามารถคงอยู่ได้ต่อไปในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่ข้อมูลข่าวสารสามารถถูกแพร่และส่งต่อได้อย่างกว้างขวาง รัฐจึงไม่อาจปฏิเสธเงื่อนไขเหล่านี้แต่กลับกลายเป็นใช้ให้เกิดประโยชน์กับระบอบการเมืองแทน

**บทสรุป ผลกระทบต่อสังคมและการเมือง**

มุมมองในทางการเมืองที่ใช้มองสื่อสังคมนั้นอาจแบ่งได้เป็นสองรูปแบบคือ การมองว่าสื่อสังคมนั้นเป็นหนึ่งในช่องทางของการเรียกร้องความเป็นธรรมในสังคม เป็นพื้นที่สาธารณะที่ปัจเจกชนแต่ละระดับสามารถมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันอย่างมีอิสระพอสมควร ซึ่งการมองเช่นนี้มองว่าสื่อสังคมเป็นพื้นที่แห่งการปลดปล่อยจากระบอบการเมืองที่ปิดกั้นสื่อและข้อมูลข่าวสาร ซึ่งการมองเช่นนี้ก็มีน้ำหนักและพลังในการอธิบายปรากฏการณ์ทางการเมืองอยู่ไม่น้อย แต่ทว่าในบทความนี้ต้องการชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสื่อสังคมที่มีต่อสังคมโดยรวมซึ่งให้มุมมองว่าแท้จริงแล้ว รูปแบบและเนื้อหาที่เคลื่อนไหลอยู่ในพื้นที่สื่อสังคมทั้งหลายไม่ได้เป็นอิสระเสรีอย่างที่เข้าใจในรูปแบบแรก แต่ทว่ามันเป็นผลพวงของการออกแบบสื่อและการเข้ามาควบคุมของทุนสอดส่องและรัฐบาลที่มีการปรับตัวมาเป็นผู้เล่นในพื้นที่สื่อสังคม

สื่อสังคมในมิติแรกเป็นมิติบทบาทของกลุ่มบริษัททุนขนาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Google, Twitter ฯลฯ เหล่านี้ล้วนเป็นรูปแบบของสื่อสังคมที่ได้รับความนิยมและเป็นขุมทรัพย์ของเหล่าบริษัทวิเคราะห์ข้อมูลที่จะล้วงเอาข้อมูลของปัจเจกแต่ละคนเพื่อไปใช้ในเชิงพาณิชย์ ที่อาศัยกลไกอันแยบยลและความครุมเครือในทางกฎหมาย นอกจากนี้แล้วสื่อสังคมยังส่งผลให้เกิดภาวะล้นเกินของข้อมูล ส่งผลให้ระดับของการรับรู้ข่าวสารเปลี่ยนไป เป็นการรับรู้และส่งต่ออย่างรวดเร็ว และขาดการไตร่ตรองอย่างรอบด้าน อีกทั้งยังทำให้เกิดภาวะของข้อมูลที่คับแคบผ่านการคำนวณในทางคณิตศาสตร์เพื่อคัดเลือกเนื้อหา ชนิดที่ใกล้เคียงกันและไปในทิศทางเดียวกันกับรสนิยม ความชื่นชอบ อุดมการณ์ทางการเมืองของผู้ใช้งานประเภทเดียวกัน ส่งผลให้เกิดการรับรู้ข้อมูลเพียงด้านเดียว จนก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เหมาะแก่การที่กลุ่มคนหรือชนชั้นนำทางการเมือง ช่วงชิงภาวการณ์ของข้อมูลเหล่านี้ เพื่อผลประโยชน์ในทางการเมือง และหลายครั้งมันก่อให้เกิดการแบ่งแยกภายในสังคมและการคล้อยตามไปกับข้อมูลที่ผิดพลาดหรือข่าวปลอมต่างๆ

ในมิติที่สองคือมิติของรัฐ ที่เข้ามาจัดการกับสื่อสังคมโดยได้ปรับกลยุทธ์จากการปิดกั้นข้อมูล มาสู่การเก็บเกี่ยวข้อมูลบนพื้นที่สื่อสังคมทั้งหลาย เพื่อใช้ในการปรับตัวให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคม เพื่อให้ระบอบการเมืองนั้นสามารถอยู่รอดได้ ตัวอย่างที่ชัดเจนได้แก่กรณีของสาธารณรัฐประชาชนจีนและรัสเซีย ในขณะเดียวกันรัฐก็เล่นบทบาทของการเผยแพร่ข้อมูลที่สนับสนุนรัฐบาลและโฆษณาชวนเชื่อที่จะทำให้ประชาชนเกิดความคล้อยตามรัฐได้อย่างดียิ่งขึ้นผ่านพื้นที่สื่อออนไลน์ทั้งหลาย กลายเป็นช่องทางในการกำกับควบคุมสังคมอีกแนวทางหนึ่ง

สื่อสังคมเป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวในวิถีชีวิตของมนุษย์ที่ไม่อาจสลัดหลุดออกไปได้อีกแล้ว มันกลายเป็นพื้นที่ของชีวิตอีกส่วนหนึ่ง ทั้งสองมิติในข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของบริษัทสื่อสังคมที่มีอำนาจในการแทรกแซงสังคมในหลากหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นในระดับปัจเจกที่ถูกกำกับการรับรู้ข้อมูลผ่านการวิเคราะห์ของซอฟท์แวร์ (Software) ของแต่ละสื่อสังคมที่อาจมาจากบริษัทเอกชนเองหรือมาจากการจัดการของรัฐที่อยู่เบื้องหลัง ในขณะเดียวกันก็ชี้ให้เห็นว่าการเมืองในระดับประเทศก็สามารถได้รับผลสะเทือนจากการใช้ข้อมูลจากสื่อสังคม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างข้อมูลข่าวสาร และสร้างแนวโน้มของการสนับสนุนและต่อต้านการเมืองฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง และในประการสุดท้ายทำให้เห็นว่า ในระบบเศรษฐกิจปัจจุบันมีมิติที่ทับซ้อนกันอยู่หลายระดับ ในขณะที่การขูดรีดแรงงานในระบบเศรษฐกิจแบบตลาดแรงงานยังคงดำเนินต่อไป ก็มีมิติของระบบเศรษฐกิจพฤติกรรมที่อาศัยการสอดส่องข้อมูลหรือที่เรียกว่าเป็นทุนนิยมสอดส่อง เข้ามาซ้อนทับในวิถีชีวิตของมนุษย์ในอีกระดับ เป็นสิ่งสะท้อนว่าระบบทุนนิยมยังคงเข้ามามีบทบาทกำกับมนุษย์อยู่และปรับตัวได้อย่างแยบคาย

**เอกสารอ้างอิง**

Akbari, A. & Rashid, G. (2019). Platform Surveillance and Resistance in Iran and Russia: The Case of Telegram. *Surveillance & Society* 17(1/2), 223-231.

Bakr, N. (2012). The Egyptian Revolution. in, Stéphan, Calleya, Monika, & Wohlfeld, *Change and Opportunities in the Emerging Mediterranean, Mediterranean Academy of Diplomatic Studies*, Malta: Gutenberg Press.

Cadwalladr, C. (2019, April 21). My Ted talk: how I took on the tech titans in their lair. *The Guardian*, Retrieved from [https://www.theguardian.com/uk-news/2019/apr/21/carole- cadwalladr-ted-tech-google-facebook-zuckerberg-silicon-valley](https://www.theguardian.com/uk-news/2019/apr/21/carole-%09cadwalladr-ted-tech-google-facebook-zuckerberg-silicon-valley)

Cadwalladr, C. (2020, January 4). Fresh Cambridge Analytica leak ‘shows global manipulation is out of control’. *The Guardian*, Retrieved from [https://www.theguardian.com/uk-news/2020/jan/04/cambridge-analytica-data-leak- global-election-manipulation](https://www.theguardian.com/uk-news/2020/jan/04/cambridge-analytica-data-leak-%09global-election-manipulation)

Deibert, R. J. (2019). The Road to Digital Unfreedom: Three Painful Truths About Social Media. *Journal of Democracy* 30(1), 25-39.

Francescani, C., (2017, February 21). Anti-Trump rallies crop up again on 'Not My President's Day'. *Reuters,* Retrieved from [https://www.reuters.com/article/us-usa-trump- protests/anti-trump-rallies-crop-up-again-on-not-my-presidents-day-idUSKBN15Z206](https://www.reuters.com/article/us-usa-trump-%09protests/anti-trump-rallies-crop-up-again-on-not-my-presidents-day-idUSKBN15Z206)

Ghonim, W. (2012). *Revolution 2.0: The Power of The People is Greater Than the People in Power: A Memoir*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.

Gounari, P. (2018). Authoritarianism, Discourse and Social Media: Trump as the ‘American Agitator’. In: Morelock, J. (ed.) *Critical Theory and Authoritarian Populism*, 207–227.

Gunitsky, S. (2015). Corrupting the Cyber-commons: Social Media as a Tool of Autocratic Stability. *Perspective on Politics* 13(1), 42-54.

Kellner, D. (2018). Donald Trump as Authoritarian Populist: A Frommian Analysis. In: Morelock, J. (ed.) *Critical Theory and Authoritarian Populism*, 71–82.

Keremoğlu, E., & Weidmann, N. B. (2020). How Dictators Control the Internet: A Review Essay. *Comparative Political Studies*, 1-14.

Sanger, D. E. (2019, April 19). Trump ordered Michael Flynn to find Clinton’s emails during campaign, Mueller report finds. *The Independent*, Retrieved from [https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/trump-mueller- report-hillary-clinton-emails-hackers-russian-michael-flynn-a8877591.html](https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/trump-mueller-%09report-hillary-clinton-emails-hackers-russian-michael-flynn-a8877591.html)

Tucker, J.A., Theocharis, Y., Roberts, M.E., & Barbera, P. (2017). From Liberation to Turmoil: Social Media and Democracy. *Journal of Democracy* 28(4), 45-59.

Vuori, J. A. & Paltemaa, L. (2015). The Lexicon of Fear: Chinese Internet Control Practice in Sina Weibo Microblog Censorship. *Surveillance & Society* 13(3/4), 400-421.

Yonho, K. (2014). *Cell Phones in North Korea: Has North Korea Entered the Telecommunications Revolution?*, USA: A US-Korea Institute at SAIS & Voice of America Report.

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power.* NY: PublicAffairs.

1. นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ [↑](#footnote-ref-1)
2. Post-graduate student at faculty of political science and public administration, Chiang Mai University. [Sappanyu\_w@cmu.ac.th](mailto:Sappanyu_w@cmu.ac.th) [↑](#footnote-ref-2)