

# มโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัล (The concept of digital identity)

ธีรวัจน์ ดารามาต

## ABSTRACT

*D*igital Identity was aware mainly governmental missions. In the age of human rely on digital networks to communicate daily either with entertainment, social communication, education, and transportation. The effect happens to such as social economy, law, and public policy. These are beneficial to medical, border, crime protection/investigation, and terrorism. Digital Identity Management is internationally a main concern to OECD panels supports the topic to persuade the development of countries' digital economy and internet society.

Future of digital world will be importantly at identity verification standard where by the concept of digital identity may be a great starting point of principles together and synthesize data on to existence of networks which identity data mostly bean unstructured and kept implicitly in those user's communicating behaviors.

There are several social theories which researchers may choose to use appropriately. In this article, the writer reviewed many tools comparatively and proposed a concept of digital identity from a work of Pierre Bourdieu named the symbolic capital. It is founded that the application is interesting and resulting differently from other methodologies. The model indicates power of relationship and communication between owners of digital identities and audiences instead the shift of types of capital.

**Keywords:** Digital Identity, Digital Identity Management, New Media, Self, Identification

## บทคัดย่อ

อัตลักษณ์ดิจิทัลเป็นประเด็นเกี่ยวข้องกับภารกิจหน่วยงานรัฐบาลในยุคที่สังคมมนุษย์พึ่งพาโครงข่ายดิจิทัลเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันทั้งวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงการสื่อสารสังคมการศึกษาและการเดินทาง ผลกระทบที่เกิดขึ้นมีทั้งเศรษฐกิจสังคมกฎหมายและนโยบายสาธารณะอันเป็นประโยชน์ต่อทั้ง วงการแพทย์ การข้ามแดน การป้องกันอาชญากรรมและการต่อต้านก่อการร้าย เป็นต้นการบริหารจัดการอัตลักษณ์ดิจิทัลสากลเป็นหัวข้อสำคัญที่คณะทำงาน OECD ผลักดันส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอินเทอร์เน็ต

โลกดิจิทัลในอนาคตต้องพึ่งพามาตรฐานการยืนยันตัวตนบุคคล (verification) เป็นสำคัญ ซึ่งมโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัลนับเป็นจุดเริ่มต้นการปฏิบัติตามหลักการทฤษฎีเพื่อรวบรวมและประมวลผลข้อมูลที่ได้จากระบบโครงข่าย อันเป็นข้อมูลบุคคลที่มีลักษณะที่กระจายกระจายไว้โครงสร้างแฝงอยู่ในพฤติกรรมสื่อสารของผู้ใช้สื่อ

ทฤษฎีสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ในแง่ที่เป็นเครื่องมือสำหรับนักวิจัยทางสังคมสามารถเลือกหยิบใช้มโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัลที่เหมาะสมได้ บทความนี้ได้รวบรวมวรรณกรรมและกระบวนทัศน์เพื่อเปรียบเทียบงานที่ประยุกต์ใช้แนวคิดที่ต่างกันอย่างนอกจากนั้น ผู้เขียนได้เสนอการสังเคราะห์มโนทัศน์ใหม่ขึ้นโดยประยุกต์จากงานของ Pierre Bourdieu เรื่องเศรษฐกิจทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์ เมื่อทดลองใช้วิเคราะห์ขึ้นเป็นตัวเลือกหนึ่งแล้วพบว่าได้ผลการวิเคราะห์ที่น่าสนใจ ด้วยแสดงให้เห็นว่าแนวทางทุนสังคมเน้นความเชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์ดิจิทัลของผู้ส่งสารและกลุ่มผู้รับสารได้

**คำสำคัญ:** อัตลักษณ์ดิจิทัล, การจัดการอัตลักษณ์ดิจิทัล, สื่อใหม่, ตัวตน, การระบุอัตลักษณ์

## อาทิบท

### เพลโต-กลาวัคอน

ลองจินตนาการมนุษย์ (นักโทษ) กลุ่มหนึ่งซึ่งอยู่ในห้องใต้ดิน ... แสงสว่างเพียงอย่างเดียวของพวกเขามาจาก

กองไฟกองหนึ่งซึ่งลุกไหม้อยู่ไกลๆ . . . เลียบกำแพงเตี้ย มีมนุษย์กลุ่มหนึ่งพากันถือสิ่งของทำมือต่างๆ แทบทุกชนิด ทั้งรูปสลักของคนและของสัตว์อื่นๆ อีก มากมาย . . . ชูไว้เหนือกำแพงเพื่อฉายเงาของสิ่งเหล่านี้ บางคนยังเปล่งเสียงต่างๆ ออกมาด้วย ขณะคนอื่น ๆ เงียบไว้ . . . เจ้าเห็นว่าคนในห้องใต้ดินเหล่านั้นจะมองเห็นตนเองหรือคนอื่น ๆ ใหม่หรือว่ามองเห็นได้เพียงเงาตรงหน้า ซึ่งเนรมิตขึ้นจากกองไฟอีกด้านหนึ่งของถ้ำเท่านั้น? . . . หากพวกเขาสนทนาแลกเปลี่ยนเรื่องต่างๆ กับเพื่อนนักโทษด้วยกันได้ พวกเขาก็คงยึดถือสิ่งต่างๆ ซึ่งพวกเขาเห็นผ่านไปมาอยู่ตรงหน้าว่าคือสิ่งต่างๆ ตามที่ เป็น . . . ทั้งเกียรติยศ คำสรรเสริญ และ รางวัลทั้งหลายจะตกเป็นของผู้มีความหลักแหลมในการสังเกตสิ่งต่างๆ ซึ่งผ่านไปมาตรงหน้า ผู้ใดคุ้นเคยและจดจำได้อย่างยอดเยี่ยมกว่า . . . และสามารถพยากรณ์ถึงสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นได้อย่างแม่นยำ คนผู้นั้นย่อมได้รางวัลเหล่านั้นไป -

รีพับลิก (Plato 2014, เล่มที่ 7)

ลายองค์กรของรัฐบาลในโลกปัจจุบันมีทิศทางเริ่มต้องการบันทึก “เงา” ของพลเมืองอย่างกรณี Edward Snowden (Cole, 2016, p. 677, para 2) เตือนว่าสังคมข่าวสารวันนี้ ผู้คนกำลังเสียสิทธิความเป็นส่วนตัว (privacy) จากการสื่อสารผ่านอุปกรณ์อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเมื่อข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านั้นไหลเวียนพันนอกรออาณาเขตของรัฐและกฎหมายคุ้มครองในประเทศ งานศึกษายุคคลาสสิกกล่าวว่าร่างกายคือวัตถุเป้าหมายแห่งอำนาจ Foucault (2011, p. 5) ความเสมอภาคของผู้คนจึงมีอยู่ภายใต้การศัลยกรรมผู้ปกครองหนึ่งเดียวกัน แต่ทว่า กลไกความยุติธรรมสมัยใหม่นั้นซับซ้อนมากขึ้น อย่างงาน Rodrigues (2011) มองเรื่องอัตลักษณ์ดิจิทัลในแง่เป็นวาทกรรมที่ครอบคลุม (domain) ต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ กฎหมายอาชญากรรม สิทธิมนุษยชน รัฐธรรมนูญ กฎสัญญา กฎหมายสิทธิทางปัญญา กฎหมายปกป้องข้อมูล เป็นต้น

เทคโนโลยีดิจิทัลในการเมืองอนาคต เปรียบ “เงา” ที่ฉายบนกำแพงของเพลโต โดยอาศัยชิ้นส่วนสื่อผสม

(multimedia) หรือตัวสารหรือ idem-identity (Rannenber, Royer, & Deuker, 2009, pp. 292-295; ปกรณ์ สิงห์สุริยา, คงฤช ไตรยวงศ์, & รชฏ สาตราวุธ, 2013, น. 99-100) เพื่อสร้างตัวแทนประกอบสร้างอัตลักษณ์ประชาชนในอุดมคติทางการเมืองหากปฏิบัติได้จริงผู้ที่ถือฤกษ์แจ่มใสสามารถมองเห็นทะลุทะลวงและทำนาย จิตใจ ระดับจิตสำนึก และจิตใต้สำนึก (consciousness/unconsciousness) ต่อตัวตน (self) ของปัจเจกบุคคล (individual) คนใดคนหนึ่งได้ เปรียบได้กับนักจิตวิทยาที่ให้การปรึกษาคนไข้ผ่านการรับรู้ในระยะมุมมองที่ไม่เหมือนคนไข้เองและเปรียบได้กับกล้องวงจรปิดที่เฝ้าดูสรุปพฤติกรรมของคนในบริบทหนึ่งไว้ ฉะนั้นรัฐในอนาคตจึงมีโอกาสมองเห็นแนวโน้มของพฤติกรรม (disposition) พลเมืองในระดับที่อยู่ใต้วงมือประมวผลให้ความร่วมมือโดยคาดการณ์และประเมินพฤติกรรมผู้ใช้สื่อ

ความน่าสนใจคือ การตรวจตราแนวโน้มตามทัศนคติหนึ่งแล้ว มันยังสามารถประมวลผลย้อนกลับตรวจนับทราบชื่อพลเมืองที่มีเงื่อนไขคุณสมบัติที่เลือกได้ลักษณะระบบแบบนี้มนุษย์จึงได้กลายเป็นวัตถุของการวิเคราะห์อย่างละเอียดลึกซึ้ง (Foucault, 2011, p. 21) ซึ่งในด้านความมั่นคงปลอดภัย การตรวจตราสืบสวนสอบสวนแก่ผู้เกี่ยวข้องก่อการร้ายอาชญากรรมย่อมเป็นเรื่องสำคัญ (Rannenber et al., 2009, p. 316) ทว่าอนาคตก็ไม่ใช่เพียงเรื่องอำนาจการหยั่งรู้และอำนาจการปกครองส่วนเดียวนวัตกรรมสร้างสรรค์ที่อาจเกิดขึ้นได้จากเครื่องมือแบบนี้ อย่างการพัฒนาทุนมนุษย์ การศึกษา การค้าการคัดเลือกลูกค้าที่มีศักยภาพ (Rannenber et al., 2009, p. 4, para. 4) ส่งผลให้อนาคตยังคงเปิดกว้างต่อการพัฒนาการใช้ทรัพยากรที่จำกัด

อำนาจของรัฐกับการควบคุมสื่อใหม่จึงเกี่ยวกับกระบวนการจัดการอัตลักษณ์ดิจิทัล (Digital Identity Management) กลไกประกอบด้วยการสร้างตัวตนสังคม (social profiling) จากหน่วยวิเคราะห์อัตลักษณ์ดิจิทัล (digital identity) สามารถเชื่อมโยงไปที่ตัวตน (self) พลเมืองที่กระทำทางสังคมและเกิดหน่วยข้อมูลสื่อสารกลไกขั้นตอนอาศัยกรรมวิธีรวบรวมเก็บเก็บกลั่นกรองดูแล

ที่ข้อมูลไหลเวียนในโครงข่ายการควบคุมสื่อใหม่จึงไม่ใช่ทิศทางหวังลดการเผยแพร่และการปิดกั้นข่าวสาร (censorships) แต่น่าจะเป็นทิศทางสอบสวนพฤติกรรมผู้ใช้สื่อ (sniffing) ขณะเดียวกันกระบวนการความเชื่อมั่นตัวตน (identity trust) อาศัยเทคโนโลยีชีวมิติ (biometrics) เช่น ลายนิ้วมือ/ม่านตา (fingerprint and iris) เป็นเทคนิครองรับ กลไกใช้สร้างปัจจัยความเชื่อมั่นตามมาตรฐานการยืนยันตัวตนบุคคล (verification) แนวทางที่จำเป็นเรื่องฐานข้อมูล

ชุมชนวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีสารสนเทศที่ริเริ่มอินเทอร์เน็ต W3C โดย Tim Berners-Lee (รอฮีม ปรามาท, 2011) มีวิสัยทัศน์ที่เปิดกว้างให้อินเทอร์เน็ตที่ชั้นการใช้งานเป็นเทคโนโลยีเปิดต่อยอดสาธารณะ ผลที่ตามมาแนวทางนี้ทำให้กลไกความเชื่อมั่นของตัวตนขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานสื่อซึ่งเป็นโจทย์ปัญหาของผู้ใช้และผู้ผลิตด้วยเช่นเครื่องหมาย “@” (แอต-ไซน์) หรือ “#” (แฮช-แท็ก) บริบทของภาพดิจิทัล (photo) ในสังคมเครือข่ายบรรทัดฐานเปิดก็สัมพันธ์กับการสร้างความเชื่อมั่นอัตลักษณ์ที่ไหลเลื่อนปัญหาหลักพื้นฐานคือการสื่อสารบนสื่อใหม่อาศัยภาษาเอชทีเอ็มแอลช่วยประยุกต์แทรกภาพวัตถุลงใน สื่อผสม (multimedia) จัดเรียง ซึ่งเป็นภาษาเชิงอวัจนภาษาแบบเทศาภาษาและปริภาษา (proxemics and paralanguage) ทว่าเอกสารไฟฟ้ามีข้อจำกัดตัวสารมีอิสระจึงทำให้ความน่าเชื่อถือตัวสารเกิดระยะขาดกลางระหว่างผู้รับกับผู้ส่งต่างจากสื่ออย่างกระต่ายการทำให้ซ้ำหรือแก้ไขสื่อดิจิทัลได้ง่ายยิ่งบิดเบือนระดับความเชื่อมั่นตัวตนผู้ส่งสาร ความเชื่อมั่นต่อเฉพาะตัวสาร เช่น เงินตราอย่างอาจแก้ไขผ่านขั้นตอนวิธีคณิตศาสตร์ของบล็อกเชนและลายเซ็นดิจิทัลได้สำหรับความเชื่อมั่นตัวตนในแง่หนึ่งท้ายที่สุดมักจะขึ้นอยู่กับมนุษย์และมนุษย์ก็มักมีบรรทัดฐานอันหลากหลาย ฉะนั้นแล้ว โจทย์ข้อนี้จะแก้ได้อย่างไร

งาน Donath (1998) ได้สำรวจการหลอกลวงบนสื่อใหม่ (deception) พบว่าระดับที่เล็กละเลยความหมายภาษาส่งผลกระทบไปถึงความรู้สึกของการเป็นชุมชนส่วนระดับที่บิดเบือนมาก สังคมควรสร้างกลไกป้องกัน

เมื่อเผชิญการปลอมแปลงการขโมยอัตลักษณ์ (identity fraud) เช่น ในระดับชีวิตประจำวัน กลไกการอ่านอัตลักษณ์ผู้อื่นของมนุษย์ (human profiling) เกิดขึ้นอยู่เกือบตลอดเวลาไม่ว่าในปรากฏการณ์เซลล์ การติดตามข่าวสารเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก บนเฟซบุ๊ก หรือ การขโมยอัตลักษณ์ตัวตนเพื่อใช้หลอกลวงฉ้อโกงเหยื่อผู้เสียหายคดีโรแมนซ์แกรม (Thaipbs, 2015)

เมื่อกิจกรรมสังคมสื่อสารหลายแบบถูกพัฒนาขึ้นอย่างซับซ้อน Nabeth (2005) จึงได้จัดแบ่งประเภทกิจกรรมบนสื่อใหม่ด้วยเกณฑ์ 4 ปัจจัย (1) การสื่อสารโต้ตอบ (2) การเป็นตัวกลาง (3) การรวมศูนย์ (4) การกระจายศูนย์ (Nabeth, 2005, p. 4) เมื่อผู้เขียนได้ทบทวนทฤษฎีเพื่อศึกษากระบวนการของการร่างตัวตนทางสังคมอันเกิดขึ้นจากตัวแปรอย่างกลไกการแสดงตัวตนของมนุษย์ (self-presentation) และกลไกวินิจัยความเชื่อมั่นอัตลักษณ์ (identity trust) ผู้เขียนแบ่งกลุ่มแนวทางด้วยเกณฑ์บนสื่อใหม่โดยเงื่อนไขแตกต่างกัน ได้แก่ (1) คุณสมบัติเทคโนโลยีสื่อ (2) กิจกรรมสังคมของผู้ใช้สื่อ (3) นิเวศการสื่อสาร และ (4) แนวคิดประยุกต์จากทฤษฎีสังคมเพื่อสรุปสังเคราะห์เป็นทางเลือกมโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัลได้อย่างน้อย 5 แนวทาง

#### แนวทางมโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัล

แนวทางของมโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัลมีดังนี้ (1) แนวทางพฤติกรรม (2) แนวทางวัฒนธรรม (3) แนวทางสื่อสารศึกษา (4) แนวทางศาสตร์การตีความและ (5) แนวทางของทุนสังคม

#### (1) อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบแนวทางพฤติกรรม

นักจิตวิทยาสังคม Sherry Turkle กล่าวว่า “เราสร้างชิ้นส่วนต่างๆ ขึ้น และชิ้นส่วนนั้นได้ก่อร่างกลับมาเป็นตัวเรา” Turkle หมายถึงอักขรภาพและองค์ประกอบสื่ออักษรที่ต่อมานิยมเรียกว่า “สื่อผสม” (multimedia) เป็นชิ้นส่วนใช้สร้างความหมายที่ผู้ส่งสารสร้างขึ้นสะท้อนย้อนกลับมายังตัวตนผู้ส่งสารเองจากอีกฝ่ายหนึ่งคำว่า “ชิ้นส่วน”

(objects) ใช้สร้างตัวตนตัวละครเพื่อ “นำเสนอตัวเอง” (self-presentation)

ความสนใจของ Turkle คือตัวตนละครนี้สร้างขึ้นได้หลายอัตลักษณ์พร้อมกัน ทับซ้อนได้และมีอิสระในแต่ละตัวในเวลาเดียวกัน (multi user domains : MUDs) ตัวตนแต่ละตัวบนหน้าต่างสื่อสารที่เปิดสนทนากับผู้คนเรียบเรียงก่อรูปได้ตามใจปรารถนาและจินตนาการ “ชิ้นส่วนที่ขบคิด” (object-to-think-with) คือชิ้นส่วนสิ่งใดก็ตามที่ผู้ใช้สื่อแต่ละคนเลือกไว้เป็นขอบเขตอัตลักษณ์ตัวตนของตนเอง ด้วยเหตุที่ชิ้นส่วนย่อมแตกต่างกันไปตามอัตวิสัยที่จะ “ตีความ” ฉะนั้นอัตลักษณ์ดิจิทัลของ Turkle จึงอาจเป็นลักษณะจริงส่วนหนึ่งส่วนใดของผู้ใช้หรืออาจไม่มีความจริงส่วนหนึ่งส่วนใดกับตัวตนเป็นเอกเทศเพียงหุ่นยนต์ที่โต้ตอบตัวหนึ่งก็ได้ (Turkle, 1997, pp. 76-79)

หากอัตลักษณ์ดิจิทัลได้สร้างปัญหาสังคมขึ้นมา บุคคลนั้นจะรับผิดชอบยัง? Judith Donath ตั้งคำถามว่า ถ้ามนุษย์ใช้นิ้วสัมผัสแป้นพิมพ์สร้างร่างเสมือนไว้สื่อสารให้ผู้อื่นเห็นได้เขาจะรับผิดชอบการกระทำผิดของตนอย่างไร? โจทย์นี้สัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ดิจิทัลกับร่างกายของปัจเจกบุคคล Donath จึงหยิบยกรวลีที่ Sartre กล่าวใน Being and Nothingness ว่า “I am my body to the extent that I am” (ฉันคือเจ้าของร่างกายที่เท่ากับเป็นขอบเขตตัวฉัน) เมื่อ Donath สำรวจพื้นที่แบบกระดานสนทนา (bullet boards) ได้พบว่ามันมีการบิดเบือนล่อลวงหลายระดับเช่นข้อมูลคำแนะนำที่เขียนตามอารมณ์พอใจจนถึงการเล็งผลลัพธ์ลวงให้ข้อมูลที่ผิด (misinformation) เห็นได้ว่าความบิดเบือนส่งผลด้านลบต่อความรู้สึกของการเป็นชุมชน (sense of community) ทำให้เกิดแรงขับบางอย่างในการแลกเปลี่ยนข่าวสารไปที่ผู้ประพันธ์ผู้ส่งสาร (Donath, 1998, p. 2)

งานของ Donath จึงเสนอแนวทางประยุกต์ชีววิทยาและเกมโดยการตรวจตราความบิดเบือนหลอกลวงอาศัยหลักการ Handicap Principle ของ Amotz Zahavi

ที่เรียกว่า “Assessment Signals” และ “Conventional Signals” เขาแสดงตัวอย่างวิธีศึกษาชาติพันธุ์วรรณนาอธิบายว่า การบิดเบือน (deception) มีกลืนอายุแฝงตัวแบบเดียวกันกับลักษณะสัตว์ที่มีตัวตนขึ้นด้วยต้นทุนหนึ่ง (Donath, 1998, p. 4) จากแนวคิด Signals นี้ งานของ Zwart and Lindsay (2012) ได้ให้ความเห็นเพิ่มว่าแนวคิดจะยิ่งใช้ได้ถูกต้อง หากมองได้ถึงระดับจิตสำนึก/จิตใต้สำนึกของผู้ส่งสาร

#### ข้อสรุปอัตลักษณ์แบบพฤติกรรมของ Turkle และ Donath

บริบทช่วงทศวรรษที่ 90s Turkle และ Donath ต่างพัฒนางานภายใต้เงื่อนไขที่ผู้ใช้สื่อไม่อาจเห็นตัวตนต่อกันและความสามารถในการส่งรับข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตทำได้จำกัดการก่อร่างตัวตนตามจินตนาการต่อผู้ใช้สื่อแต่ละฝ่ายจำเป็นพึ่งพาแนวคิดพฤติกรรมสื่อสาร

แบบของ Turkle คือองค์ประกอบเพื่อการนำเสนอตัวตนได้ตามจินตนาการและด้วยอัตลักษณ์ที่ซับซ้อนได้หลายหน้าต่างจากตัวตนหนึ่งในเวลาเดียวกัน นับว่าเป็นเสรีภาพการสื่อสารที่ไม่เคยมีวิธีการเครื่องมือใดทำได้มาก่อน ความหมายชิ้นส่วนของภาษาจึงเป็นกลไกกลับมาก่อสร้างตัวตนที่ผู้ส่งสาร แบบของ Donath คือการใช้แนวคิดอ่านองค์ประกอบเพื่อประเมินความเป็นไปได้ของการบิดเบือนจากอีกฝ่ายโดยเสนอการใช้สัญชาตญาณและสามัญสำนึกตรวจสอบ ตัวตนเสมือนและตัวต่อจริงต่างกันเพียง อักษร (text) ภาษาและลายเส้นเท่านั้นไม่อาจสร้างความเชื่อมั่นบุคคลได้เพียงพอ Donath พิจารณาโอกาสผลกระทบของความบิดเบือนแล้ว จึงเสนอกลไกป้องกันตัวในการประเมินผู้ประพันธ์ตัวสารเนื่องจากแรงขับมนุษย์ไปกำหนดผลที่ตามมาในความสัมพันธ์สังคมสื่อ

ตัวอย่างในแนวทางพฤติกรรมศึกษาการเปิดรับจินตนาการบุคคลคือการแสดงออกและวิธีการสร้างเอกลักษณ์ของแต่ละปัจเจกบุคคลบนสื่อใหม่ที่ใช้เข้าสู่สังคม (Bernstein, 2004) จากงาน Bernstein กล่าวถึงความจำเป็น (tensions)

เรื่องอัตลักษณ์แบบชีวิตเรื่องเล่า (life-narrative) และความจำเป็นของอัตลักษณ์แบบจินตนาการของคนใช้โรคพันธุกรรม (โปรดพิจารณา Pro-Ana , Bernstein, 2004, pp. 969-984) และ กรณีที่พบโดยทั่วไปการขอลือกวินินด์พบหรือใช้โทรศัพท์เพื่อพึงจับเสียงความคิดเห็นคู่สนทนาเหตุการณ์ทำนองนี้สะท้อนความจำเป็นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่ออีกฝ่ายในบริบทที่การปฏิสัมพันธ์ไม่ได้พบหน้าตากันโดยตรง ธรรมชาติการป้องกันตัวเช่นนี้จึงยังใช้กันอยู่ทั่วไป

#### (2) อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบแนวทางวัฒนธรรม

การศึกษาชุมชนออนไลน์ที่แพร่หลายในไทย เช่น Pantip.com อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบตำแหน่งบริบทที่ตัวสารในงานของ Wilson and Peterson (2002) กล่าวไว้ว่า

“นักวิจัยใช้เวลาไม่นานบนอินเทอร์เน็ตสำรวจพื้นที่สื่อ ด้วยวิธีการชาติพันธุ์วรรณนา (ethnography) พบว่าอัตลักษณ์บุคคลบนโลกออนไลน์สามารถเคลื่อนข้ามผ่านในโลกใหม่นี้ไปได้ทั่วทุกหนแห่งอย่างมีอิสระอันก่อให้เกิดลักษณะมูมมอและพิจารณาสภาวะตัวตนเหล่านั้นใหม่ การศึกษาอัตลักษณ์ดิจิทัลควรคำนึงสภาวะ “ออฟไลน์” (Offline) ของผู้ใช้ในชุมชน (เสมือน) นั้น”

การสำรวจชุมชนต่างๆ บน กระดานข่าว USENET ของ Wilson นิยามอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบหน้าที่ขึ้นเป็น “อัตลักษณ์ที่ถูกใส่บริบท” (contextualized Identity) บน สื่อใหม่ (new media) (Wilson & Peterson, 2002, pp. 457-458) การสำรวจของ Wilson คือการสังเกตร่องรอยของสมาชิกตัวตนอัตลักษณ์ในสื่อชุมชนเสมือน ตามลักษณะเทคโนโลยีเว็บ 1.0 ซึ่งในเวลานั้นมีประสิทธิภาพการชี้ตัวตนต่ำทำให้มายาคติตัวตนบุคคลบนสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นไปในเชิงลบไม่น่าเชื่อถือ มายาคติถูกสะท้อนผ่านภาพวาดการ์ตูน “สุนัข 2 ตัวพูดคุยกัน” ของ Peter Steiner ดังภาพที่ 1 ซึ่งอธิบายว่าตัวตนบนโลกออนไลน์กับตัวตนจริงอาจแตกต่างกันได้อย่างคาดไม่ถึง



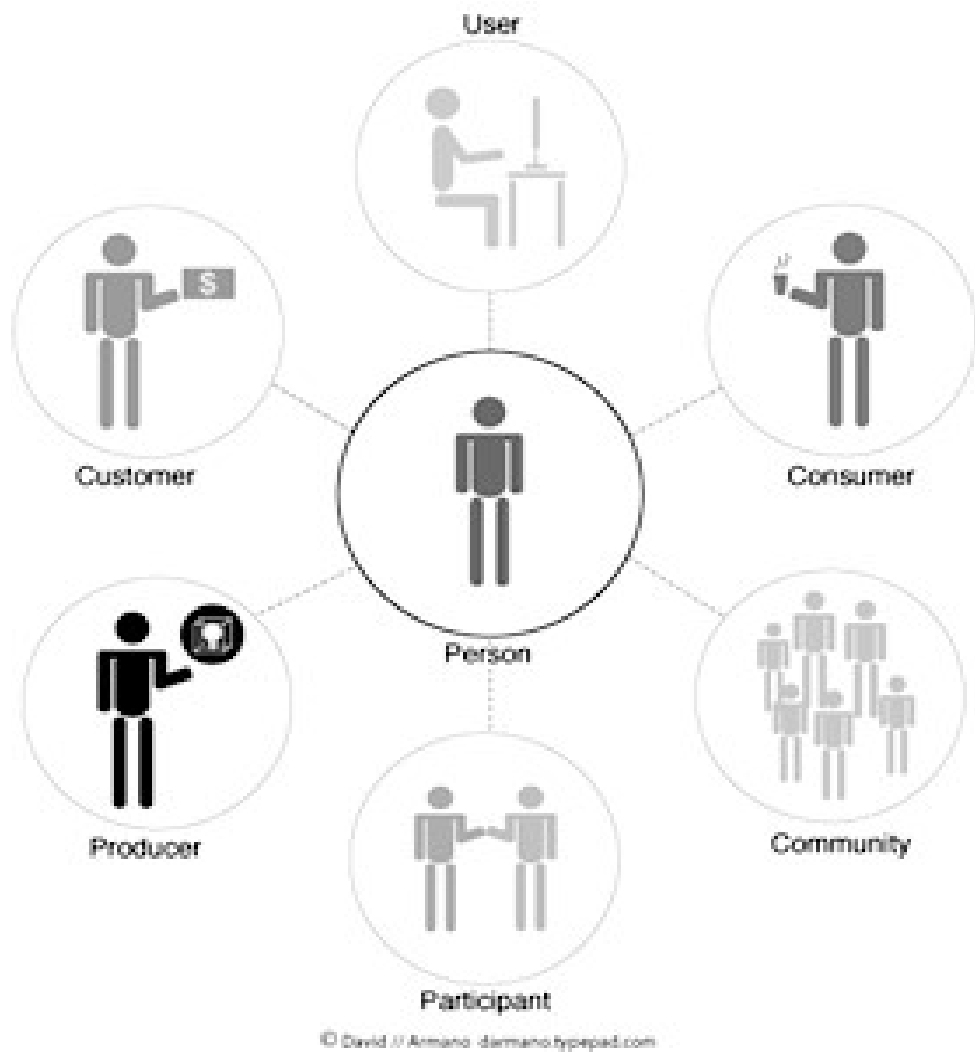
*"On the Internet, nobody knows you're a dog."*

ภาพที่ 1

อัตลักษณ์ดิจิทัลที่ Wilson มองเห็นได้บนสื่อเทคโนโลยีเว็บ 1.0 นั้นถือว่าข้อความและตำแหน่งในเอกสารยึดโยงกับวัตถุประสงค์ของพื้นที่ออนไลน์ที่สอดคล้องกับตัวสารที่ต้องแสดงผลที่ใดที่หนึ่งบนจออุปกรณ์ของผู้ใช้ สื่อฐานคติแบบโครงสร้าง (structural approach) จึงส่งผลอย่างตรงไปตรงมายึดเอาวัตถุประสงค์ตามจุดที่วางสื่อผสมภาษาอักษรเหล่านั้นที่ปรากฏอยู่คติความคิดแบบนี้ผู้ที่ออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ (user interface) ได้กลายเป็นผู้ประพันธ์ (author) และการวางช่องไฟเอกสารการจัดลำดับควบคุมบริบทสนทนาหายไปเป็นประเด็นเรื่องการโต้ตอบสื่อสารผู้ใช้

การใช้มุมมองคติโครงสร้างผู้สำรวจสื่อจึงได้ความเห็นทำนองเดียวกันกับผู้สร้างเว็บและผู้ดูแลชุมชนสื่อ นั้นข้อจำกัดของเทคโนโลยีเว็บ 1.0 ทำให้ผู้สำรวจจะพบว่าการสื่อสารในชุมชนออนไลน์มีอุปสรรคคือผู้ใช้สื่อต้องการพูดในบริบทตนเอง/พูดวิธีของตนเอง/นำเสนอบทสนทนาของตนเองภายในกระทุหรือบริบทการสนทนาของกลุ่มผู้ใช้สื่อ จึงต้องการมีบทบาทการแสดงที่แตกต่างไปจากการกำกับกฎเกณฑ์โดยไม่ต้องการแตกประเด็นสนทนาย้ายไปเป็นเรื่องส่วนปลีกย่อย ความจำเป็นนี้กระชับเป็นองค์ประกอบสื่อสารที่ผู้ใช้เรียกว่า "Digital Mindset" ดังภาพที่ 2

# Digital Mindsets



ภาพที่ 2

สำหรับ Wilson อัตลักษณ์ดิจิทัลจึงไม่เป็นบริบทส่วนตัวของปัจเจกบุคคลการสร้างร่างตัวแทนสื่อสารให้ผู้อื่นได้มองเห็นก็เพียงเพื่อยืนยันว่าเป็นสมาชิกในชุมชนสื่อออนไลน์สำหรับวัตถุที่รายล้อมมีลักษณะเป็นสื่อผสมเชิงสัญลักษณ์ในการพิจารณาสื่อผสมเหล่านั้นมุมมองแบบวัฒนธรรมศึกษาของ Wilson ยอมรับแนวคิดที่เรียกผลผลิต (ซ้ำ) ทางวัฒนธรรม (cultural (re) production)

Wilson กล่าวเรื่องอัตลักษณ์ผู้ใช้สื่อในช่วงเวลาเว็บ 1.0 ว่า

“ควรระวังมุมมองที่เห็นว่าบนสื่อใหม่คือความต่อเนื่องที่ตรึงนิ่งในพื้นที่ให้บริการสังคมแก่ผู้อื่น (สถานที่) เพราะแม้ดูว่าอาจยืดหยุ่น แต่มันจะหนีไปไหนไม่ได้เลย . . . การสำรวจ (ชุมชน) โดยวิธีชาติพันธุ์วิทยา (Ethnographic) ต้องใช้หลายแง่มุมพิจารณา เพราะมันถูกคุมบริบทไว้เป็นวาทกรรมที่ต้องการให้เกิดการโต้ตอบ . . . ซึ่งยังเร็วเกินไปที่จะได้ข้อสรุปอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบผสานออฟไลน์กับออนไลน์เข้าด้วยกัน” (Wilson & Peterson, 2002, p. 454)

Wilson มองเห็นได้ว่าการศึกษาวัฒนธรรมต้องผ่านมนุษย์ที่ใช้สื่อแบบโลกออนไลน์เพราะมีปัจจัยเรื่องของชาติพันธุ์และปัจจัยสำคัญอื่นรายล้อมอยู่ที่ตัวตนมนุษย์ อีกทั้งมีข้อจำกัดของพื้นที่ชุมชนออนไลน์ประเด็นเรื่องความเชื่อมโยงสังคมวัฒนธรรมในเชิงประวัติศาสตร์

ฉะนั้น ด้วยข้ออุปสรรคของเทคโนโลยีเว็บ 1.0 การร่างตัวตน (social profiling) สำหรับ Wilson สรุปว่าอัตลักษณ์ดิจิทัลอาจขึ้นอยู่กับตัวตนความจริงก็ได้ แต่เป็น “ตัวตนที่ไร้ขอบเขต” และเป็นอะไรก็ได้ แม้ว่า Wilson พยายามจะหาแนวทางสำรวจแบบที่ครอบคลุมแต่ภาพรวมก็มีปัญหาอีกหลายอย่างในเวลาต่อมาวิธีศึกษาเชิงวัฒนธรรมแบบใหม่ที่ประสบผล คือการร่างอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบของ Macfadyen (2006) ซึ่งได้นิยามอัตลักษณ์ดิจิทัลจากบัญชีสมาชิกผู้ใช้สื่อและกำหนดหน้าที่ให้ชุมชนออนไลน์แบบใหม่ขึ้น

Macfadyen นิยามมุมมองการเลื่อนไหลคลื่อนข่าวสารของผู้คนไปยังชุมชนออนไลน์โดยเห็นว่าสถานที่ออนไลน์แต่ละแห่งคือที่เก็บกักข้อมูล “คอขวด” (bottleneck) และพื้นที่สื่อสารของแม่ข่าย (host) คือ ศูนย์กลางรับส่งข้อมูล “สภาพแวดล้อมเสมือน” (visual environment)

ด้วยแนวคิดนี้ ผลที่ตามมาคือการเลื่อนไหลอัตลักษณ์ดิจิทัลกลายเป็นวัตถุเอกเทศหนึ่งบนชุมชนออนไลน์ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งส่วนใดขึ้นเกี่ยวกับชุมชนวัฒนธรรมแบบงานวิจัยอื่นก่อนหน้านี้ ความเลื่อนไหลนี้ทำให้ Macfadyen มองเห็นมุมมองต่อตัวตนเชิงเวลาและยังได้ศึกษาเปรียบเทียบกระแสนักศึกษาในเวลานั้นไว้ว่า

มันแตกต่างจาก แวนที่มองการสร้างอัตลักษณ์เชิงจิตวิทยาแบบจัดกลาง (decentred) ของ Turkle (1995), แบบเลื่อนไหลดำรงชั่วคราวแปลงรูปได้ของ Poster (2001), แบบศึกษาการตั้งค่า (online Setting) ของ Rutter and Smith (1998), Jordan (1999) และแบบสัมพันธ์วัฒนธรรมกับการตั้งค่าของ Smith and Kollock (1998), Wong (2000), Reeder (2004) จนถึงแบบแนวคิดหลังสมัยใหม่ Techno-Terminal แนว “เติมปัจจัยผลิตสู่โลก” ของ Fernanda Zambrano (1998) และแวน

ของกลุ่ม แนวคิด “ชาติพันธุ์เสมือน” (virtual ethnicity) ของ Poster (1998,2001), Wong (2000), Reeder (2004)

Macfadyen ให้ข้อสังเกตว่าการเข้าใจอัตลักษณ์ในลักษณะใดก็ตามตั้งบนหลักที่ว่า ความเสมือน (virtual) ได้ชี้ไปที่ ข้อจริง (a real) อย่างหนึ่งเสมอ (Macfadyen, 2006, pp. 471-472) ข้อสังเกตนี้เป็นข้อสรุปสำคัญไปสู่การก่อร่างอัตลักษณ์ (identity construction)

ลำดับต่อมา พื้นที่โลกออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตสำหรับอัตลักษณ์ดิจิทัลที่เหมือนได้อาศัยอยู่นั้นมันมีสถานะเป็นอย่างไร? คำตอบในงานของ Macfadyen ตามกระแสแนวคิดแบบสังคมวัฒนธรรม มีดังนี้

อ้างอิงแบบของ Anderson (1991) ถ้ากับความเป็นชาติพันธุ์ทั้งชาติและชาติพันธุ์นั้นเป็นเพียงจินตนาการ ผู้คนในสังคมต่างก็ไม่ได้ยินและไม่ได้รู้ใจผู้อื่นได้...ไม่เคยมีภาพของการสื่อสารในกลุ่มสังคมของคนเหล่านั้น...เหมือนกันแบบของ Ribeiro (1995) ยึดถือภาพร่างงานศึกษาของวัฒนธรรมไซเบอร์ (cyber culture) ไว้ และสุดท้ายแบบของ Poster (2001) อธิบายเรื่องนี้ผ่านตัวอย่างเรื่อง “ความเป็นยิว” กับชุมชนเสมือน

ชุมชนเสมือน (virtual community) (แบบ Macfadyen) คือ “ความเป็นจริง” หนึ่ง ในพื้นที่สังคมที่ทำหน้าที่แบ่งปัน มีจำนวนของ “ปัจจัยหน้าที่” (features) (สิ่งที่ทำได้ทำไม่ได้) ที่รับรู้กันภายใน (ชุมชน) การใช้และพัฒนาภาษาเฉพาะรูปแบบวัตถุประสงคร่วมบุคลิกลักษณะของผู้ใช้ที่ปฏิสัมพันธ์ความเป็นส่วนตัวการถือครองการปกป้องสิทธิรูปแบบสื่อสารกฎเฉพาะจริยธรรมทางสังคมเสรีภาพการพูดด้านที่ตรงข้ามของการเซนเซอร์คการกระทบกระทั่งเรื่องราวต่างๆ เช่น การลงโทษการละเมิดกฎ การเกิดลักษณะของความเห็นอกเห็นใจกับมิตรภาพเอกลักษณ์กลุ่มในภาวะฉุกเฉินความอสมมาตรความแปลกหน้า และโครงสร้างของภายในกับพลวัตร (Macfadyen 2006, p.473)

แนวคิดของ Macfadyen ก้าวหน้าและแตกต่างจึงช่วยสะท้อนมุมมองอัตลักษณ์ดิจิทัลและพื้นที่ออนไลน์ของสนามวิจัยแบบกระดานสนทนาได้ดี วิธีแบบใหม่จึง

แตกต่างจากวิธีเชิงโครงสร้างและวิธีชาติพันธุ์วรรณาที่เคยมีมาก่อน นับว่าเป็นความพยายามวิจัยเชิงมนุษยศาสตร์ที่มองหาความเป็นไปได้ในการเข้าใจปรากฏการณ์ชุมชนบนสื่อใหม่ในเรื่องอัตลักษณ์ที่เริ่มขยายตัว

### ข้อสรุปอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมของ Wilson และ Macfadyen

สื่ออินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีเว็บ 1.0 เริ่มได้รับความนิยมอย่างมาก ชุมชนเสมือน (virtual community) อาศัยระบบชุดคำสั่งทำงานที่เครื่องแม่ข่ายให้บริการกระดานข่าว (bulletin) มักเรียกกันว่าศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร นิเวศน์แบบนี้มีอัตลักษณ์ดิจิทัลของ Wilson และ Macfadyen จึงอยู่บนความจำกัดการมองเห็นสื่อผสมก็เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลชี้ไปที่ปัจจัยวัฒนธรรมที่ผู้สำรวจอยากเห็น

วิธีของ Wilson and Peterson (2002) มองตรงไปตรงมาใช้คติเชิงโครงสร้าง (structural approach) อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบ Wilson จึงถูกจำกัดไว้ให้อธิบายการสำรวจจากตำแหน่งปรากฏสื่อผสม (multimedia) การสะท้อนบุคลิกตัวตนแบบที่เอกสารและสื่อผสมถูกบริบทวัตถุประสงค์ผู้ให้บริการกำกับไว้ อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบนี้จึงไร้ขอบเขตผู้คนในชุมชนอาจมองเห็นตัวตนบุคคลใดๆ ในชุมชนยังงี้ก็ได้ตามใจพวกเขาด้วยเหตุนี้ Wilson จึงแนะนำให้ดูบุคคลที่โลกออฟไลน์

วิธีของ Macfadyen (2006) ปรับปรุงใหม่องค์ประกอบที่ถูกมองว่าเป็นจินตนาการดูมีเหตุผลขึ้นโดยถือว่าทั้งอัตลักษณ์ดิจิทัลกับชุมชนพื้นที่ออนไลน์ต่างเป็นวัตถุวิสัยที่ใช้ทำการศึกษา อัตลักษณ์ดิจิทัลมีจุดร่วมความจริงกับตัวตนบุคคลอย่างใดอย่างหนึ่งเสมอชุมชนออนไลน์คือความเชื่อระลึกของกลุ่มผู้ใช้สื่อที่จดจำประสบการณ์ร่วมกันของการรวมกลุ่มทางสังคม ฉะนั้นแล้วทั้งวัฒนธรรมและจิตวิญญาณมนุษย์จึงดำรงอยู่ร่วมกันผ่านองค์ประกอบที่ใช้เทคโนโลยีสร้างขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมความเป็นชุมชนเท่านั้น ขณะเดียวกัน ชุมชนสื่อมีคุณสมบัติของเวลาเป็นเหมือนคอกขวิดที่ส่งรับกระแสการหลั่งไหลข้อมูลต่างๆ ไปที่ศูนย์กลาง (แม่ข่าย) ระบบศูนย์จัดการเอกสารของสื่อและผู้คนคือสิ่งแวดล้อมเสมือนแบบหนึ่ง

วิธีของ Macfadyen ทำให้เรามองความเป็นอัตลักษณ์ดิจิทัลไม่ตึงเครียดสร้างชีวิตแก่อัตลักษณ์ดิจิทัลเพื่อทำหน้าที่รับถ่ายทอดการสื่อสารในชุมชนเสมือนที่ต่อเนื่องไปตามเวลาและพฤติกรรมผู้ใช้ ขณะที่ ความทรงจำความเป็นชุมชนได้ทำให้ชุมชนเสมือนกลายเป็นวัตถุของการศึกษา เท่ากับสถานที่แห่งหนึ่งมีลักษณะความเป็นชุมชนมนุษย์ ฉะนั้น อัตลักษณ์ดิจิทัลแต่ละหน่วยจึงมีอิสระนำไปสู่ช่องทางการหาคำตอบวิจัยในเชิงวัฒนธรรมผู้สำรวจสามารถใช้วิธีนี้สร้างคำอธิบายการปรากฏขึ้นของชุมชนออนไลน์และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจเจกบุคคลเชิงวัฒนธรรม

ส่วนด้อยของอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบวิถีวัฒนธรรมทั้ง Wilson และ Macfadyen คือทั้งสองไม่ได้ตอบคำถามเรื่องความบิดเบือนเนื้อหาสาระอัตลักษณ์ไม่อาจถูกมองเชิงพรรณนาจากภาพกว้างสู่การแสดงภาพรวมเป็นรูปธรรมที่เรียกว่า “องค์รวม” (holistic) และขาดมิติที่ใช้วิเคราะห์สาเหตุของแบบแผนต่างๆ ในโลกสื่อใหม่ที่กำลังโยกกันซับซ้อนขึ้น

### (3) อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบแนวทางสื่อสารศึกษา

การเปรียบเทียบวิธีการสื่อสารสื่อใหม่กับสื่อดั้งเดิมมีส่วนช่วยให้สามารถเข้าใจอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบองค์รวม (holistic) มากขึ้น ยิ่งกว่านั้นยังช่วยอธิบายลักษณะของสังคมยุคสมัยเวลาสื่อแบบหนึ่งได้งานของ เจียร์ชัย อิศรเดช (2009) เรื่อง อัตลักษณ์กับสื่อ : ตัวตนกับการสื่อสารใช้แนวทางปฏิสังสรรค์สัญลักษณ์ (symbolic interaction) ศึกษาว่าความหลากหลายทางชีวภาพส่งผลต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรมภายใต้เงื่อนไขปัจจัยที่จัดแบ่งออกเป็น อัตลักษณ์ 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ (2) อัตลักษณ์ตราสินค้า และ (3) อัตลักษณ์สุนทรียภาพ กับ สื่อ 3 ชนิด ได้แก่ (1) สื่อพื้นบ้าน (2) สื่อมวลชน และ (3) สื่อปัจเจกชน เจียร์ชัยอธิบายว่าอัตลักษณ์ทำให้เรามีความแตกต่างจากกลุ่มก้อนสังคมอื่นโดยพัฒนาการจัดกลุ่มก้อนอัตลักษณ์เกิดขึ้นมาแล้วอย่างน้อย 3 ครั้ง ที่ต่างใช้ตัวกำหนดต่างกันตามวาระ ได้แก่ (1) พื้น ที่ (2) เพศ และ (3) ความสนใจ/จิตวิญญาณ แม้ว่าทำการจัดแบ่งเช่นนี้มนุษย์ก็ยังคงมีความทับซ้อนใหญ่ย่อมมากน้อยกัน

จนเกิด “ตาข่ายวัฒนธรรม” (cultural net) อัตลักษณ์จิตวิญญาณในสังคมร่วมสมัยเกิดขึ้นได้จากโลกพื้นที่สื่อที่เปิดกว้างในอินเทอร์เน็ต มุมมองของเจียรชัยเห็นว่ามิติของอัตลักษณ์สุนทรียภาพสื่อใหม่สามารถซ้อนทับเข้ากับสื่อปัจเจกชนได้สำเร็จเกิดจากลักษณะเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเต็มใบ (เจียรชัย อิศรเดช, 2009, p. 34)

เมื่อมององค์รวมการแบ่งชัดเจนระหว่างอัตลักษณ์ดิจิทัลกับปัจเจกบุคคลทำให้สัมพันธ์ภาพทั้งสองจะมีชนิดสื่อเป็นตัวชั้นกลาง วิธีนี้ได้ช่วยเผยขอบเขตต่างๆ ที่สื่อชนิดหนึ่งสามารถสร้างขึ้นจึงมองเห็นว่าอัตลักษณ์ดิจิทัลได้รับอิทธิพลปัจเจกบุคคลด้วยแรงขับเคลื่อนอย่างใด แรงขับเคลื่อนนำไปสู่การบังคับควบคุมอัตลักษณ์ที่กระทำการต่างๆ ขณะเดียวกันลักษณะกลุ่มก้อนสังคมก็มีคุณค่าอัตลักษณ์ร่วมกัน ฉะนั้นแล้ว ภาพองค์กรรวมช่วยให้เห็นตัวตนออฟไลน์ได้สร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ขึ้นโดยใช้แรงขับเคลื่อนหนึ่งอย่างไร อัตลักษณ์เช่นนี้จึงมีความผสมผสานถึงจุดนี้จำเป็นต้องมีงานที่อธิบายตัวแบบจากความสัมพันธ์ของบุคคลจริงและอัตลักษณ์กลุ่ม เพื่อไปสู่อัตลักษณ์ดิจิทัล

ความสัมพันธ์ของอัตลักษณ์ตัวตน Melissa de Zwart และ David Lindsay (2012) ศึกษาโลกเสมือน “เกมออนไลน์ชนิดผู้เล่นสวมบทบาทละครขนาดใหญ่” (Massively Multi Online Role-Playing Games) (MMORPGs) การสืบสวนของ Zwart and Lindsay ย้อนไป ปี 1985 ที่เกมสวมบทบาทละคร (RPG) บนคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเกมแรกถือกำเนิดขึ้นจึงเกิดนิยามของคำว่า อวตาร (avatar) การตั้งค่า (setting) ของตัวละครในเกม ซึ่งมีพัฒนาการสัมพันธ์เวลากับประสบการณ์และตัวผู้เล่นทำให้ตัวอวตารมีหน้าตาตัวละครเปลี่ยนไปตามข้อกำหนดเกมส่งผลเกิดเป็นการลงทุนในกิจกรรมเกมนี้อย่างเข้มข้นเป็นอิทธิพลระหว่างผู้เล่นและร่างอวตาร

ที่ระยะห่างของสองฝั่ง Zwart and Lindsay (2012) เลือกลักษณะแนวคิดของ Anthony Giddens แนววิเคราะห์แบบสังคมวิทยาการเมือง (socio-political analysis) ที่นิยามให้อัตลักษณ์บุคคลเกิดจากการสะสมตัวตนจากโลกสังคมแบบประเพณีดั้งเดิม Giddens ได้วาดภาพ

ความแตกต่างระหว่าง “อัตลักษณ์บุคคลกับอัตลักษณ์สังคม” (personal identity and social identity) โดยชี้ว่าที่ศูนย์กลางสังคมยุคใหม่อัตลักษณ์ยุคใหม่ไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวกำหนดภายนอกจึงแตกต่างกับอัตลักษณ์ของคนในสังคมดั้งเดิมที่มีตัวกำหนดควบคุมอยู่

อัตลักษณ์ยุคใหม่เป็นตัวตนแบบ “ฉายสะท้อน” (reflexive) ปัจเจกบุคคลต้องสร้างอัตลักษณ์ของพวกเขาขึ้นมาเพื่อเล่าเรื่องของพวกเขาเอง (Zwart & Lindsay, 2012, p. 84) ซึ่งวิธี Giddens ใช้วิเคราะห์สังคมและวิพากษ์ระดับองค์กรสถาบันจนถึง ระดับโลกาภิวัตน์ และอธิบายการแตกสลายของโลกหลังสมัยใหม่โดยชี้ว่าปัญหาได้เกิดขึ้นเมื่ออัตลักษณ์แบบดั้งเดิมต้องอาศัยในสังคมสมัยใหม่ จากจุดนี้ Zwart and Lindsay ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาแปลงเป็นโครงร่างของอัตลักษณ์ดิจิทัลในโลกออนไลน์ใหม่ ดังนี้

การดำรงอยู่ของอวตาร ภาพเสมือนชั่วคราวบนพื้นที่เจาะจงขณะออนไลน์ (a particular online visual image) เกิดจากการสร้างขึ้นของอัตลักษณ์ที่ยังไม่เสร็จสิ้น—ซึ่งมันก็มีเจ้าของ—เข้าแทนที่อัตลักษณ์แบบทั่วไปที่ร่วมมือในเงื่อนไขหนึ่งให้ผู้มีสื่อมีเรื่องเล่าของตัวเอง . . . (เรา) ได้ขยายความว่ามันได้ภาพที่เป็นสถานะที่พัฒนาความสัมพันธ์กับอวตารมากขึ้น อีกทั้งย้ายจากการสรรค์สร้างของผู้เล่นที่เป็นตัวกระเจกสะท้อนรสนิยมความสนใจและความปรารถนาไปเป็น “อวตารที่มีรูปแบบของตัวเอง” แต่ก็จดจำได้ว่ามันกำลังทำงานเพื่อผู้เล่นคนใดกับจุดประสงค์หลากหลายอะไรบ้าง แต่ละครสะท้อนของอวตารช่วยบอกมุมมองของผู้เล่นและการนำไปปรับใช้กับจุดประสงค์ออนไลน์นั้น ซึ่งตัวแบบอวตารที่พัฒนาแล้วนี้ช่วยฉายกฎเกณฑ์ที่เจาะจงต่อกลุ่มก้อนและสังคมต่างๆ ในโลกเสมือน . . . (อ้างถึง) ในการศึกษาของ Donath พวกเขาบอกว่าในแนวทาง Signaling Theory ที่วิเคราะห์จากข้อเท็จจริงเป็นการสร้างรูปแบบของ สัญญาณ (signal) และ คุณภาพ (qualities) การที่จะชี้ว่าทำไมสัญญาณเหล่านั้นส่งได้ถูกต้องต้องศึกษาถึงทั้งระดับจิตสำนึกและจิตไร้สำนึกของปัจเจกบุคคล ประเด็นเรื่องนี้เป็นการศึกษาที่ขนานกัน ระหว่างชุมชน

เสมือนกับ ชุมชนที่มีขอบเขตในพื้นที่ (prison-based communities) . . .

จากนั้น Zwart and Lindsay ยังได้เสริมต่อ (สำหรับเทคโนโลยีเว็บ 2.0)

สำหรับชุมชนเสมือนแบบเฟซบุ๊กมันเป็นเส้นสีเทา (blur) ที่ขีดสถานะระหว่างออนไลน์กับออฟไลน์ในเฟซบุ๊ก ผู้ใช้สื่อจะสังเกตอัตลักษณ์ของพวกเขาผ่านร่างอวตารของตัวเอง เหมือนว่าอวตารของเขานั้นคือ คนอื่น . . . (อ้างถึง) แนวคิดของ Copeland กล่าวว่ามนุษย์คือสัตว์สังคม ฉะนั้นการหา “เพื่อน” (friend) ของผู้คนในโลกเสมือน ก็เพื่อแบ่งปันความสนใจและคุณค่า ก็เหมือนกับในโลกออฟไลน์ ที่มนุษย์อยากมีอิทธิพลกับเพื่อนในกลุ่ม . . . การตกแต่งอวตารผ่านการตั้งค่าและการใช้ศิลปะ (graphics) ด้วยเทคนิคสื่อผสมจึงเหมือนกับการแต่งกายการใส่เสื้อผ้าค่านิยมและวัฒนธรรม (Zwart & Lindsay, 2012, pp. 84-86)

**ข้อสรุปอัตลักษณ์แบบสื่อสารของ Zwart และ Lindsay ร่วมกับแบบเจียรชัย**

เจียรชัย อิศรเดช (2009) ได้ใช้แนวทางปฏิสังสรรค์เชิงสัญลักษณ์นิยม (symbolic interactionism) ชี้ว่า อัตลักษณ์ยุคสื่อใหม่มีลักษณะแบบสุนทรียภาพ การจัดวางแบ่งประเภทของครีมนได้ช่วยเชื่อมโยงผสมผสานแต่ละชนิดสื่อแบบต่างๆ ให้กลายเป็นภาพองค์รวม ตัวอย่างเช่น สื่อใหม่และปรากฏการณ์การหลอมรวมสื่อ (จินตนา ทองประยูร, 2009; นฤมล คงชื่นสิน, 2013) สื่อปัจเจกชนของเจียรชัยสามารถเชื่อมประสานกับสื่อประเภทอื่นทำให้อัตลักษณ์บุคคลได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมสอดรับกันแล้วจึงไปฉายภาพที่อัตลักษณ์แบบสุนทรียภาพ (ผู้วิจัย : อัตลักษณ์ดิจิทัล) ลักษณะคำอธิบายเชิงสาเหตุเช่นนี้ตัวตนมนุษย์จึงได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมและมีสิทธิเลือกแสดงออกทางใดทางหนึ่ง ซึ่งย่อมปรากฏออกมาในอัตลักษณ์ตัวตนอย่างเช่น การตั้งค่าและการใช้ศิลปะตกแต่งภาพอัตลักษณ์ในเชิงวัฒนธรรมดังที่เจียรชัยชี้ว่าเกิดจากแรงขับเคลื่อนความสนใจและจิตวิญญาณในบทความเจียรชัยจึงช่วยสรุปว่าวิธีการสื่อสารศึกษาแบบองค์รวมสามารถสะท้อนกิจกรรมการกระทำมนุษย์ผู้ใช้สื่อและเห็นแรงขับเคลื่อนที่ประกอบสร้างอัตลักษณ์ดิจิทัล

งาน Zwart and Lindsay (2012) สร้างอัตลักษณ์ดิจิทัลโดยใช้สถานะตัวตนแบบองค์รวมนำทฤษฎี “ยุคสมัยใหม่” ของ Anthony Giddens มาประยุกต์ให้อัตลักษณ์มีลักษณะเหมือนการกระพริบของไฟฟ้าที่ไปปรากฏขึ้นชั่วคราวบนพื้นที่ออนไลน์เรียกว่า ภาพเสมือน (visual image) เงื่อนไขสำคัญคือภาพเสมือนมีเจ้าของเพียงแต่ว่าไม่เคยมีความสมบูรณ์แบบภาพเสมือน จึงแปลงรูปให้เป็นตัวแทนอัตลักษณ์ ที่มอบบริบทใหม่ชั่วคราวให้แก่ตัวเองได้มันทัศน์ของ Zwart and Lindsay จึงเป็นการต่อยอดการวิจัยศึกษาธรรมชาติของอัตลักษณ์บนสื่อใหม่ แบบเดียวกับที่ Wilson และ Macfadyen ได้พยายามมาก่อน

ภาพเสมือนเพียงชั่วคราวของอวตารด้วยคำนิยามนี้ กระตุ้นให้ถามว่ามันกำลังมีอยู่เพื่อวัตถุประสงค์ใดมันพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างไร และแบบแผนของมันฉายสะท้อนกฎเกณฑ์ลักษณะเฉพาะกลุ่มเป็นอย่างไร สิ่งต่างๆ ที่รายล้อมลักษณะอัตลักษณ์อย่างการตั้งค่าและการใช้ศิลปะเปรียบคล้ายกับการใส่เสื้อผ้าแต่งตัวคนที่ถือค่านิยมและวัฒนธรรม

อัตลักษณ์ดิจิทัล โดยสรุปจากงาน Zwart and Lindsay และเจียรชัย ถือว่าเงื่อนไขวัฒนธรรมเกิดขึ้นกับหลายกลุ่มอัตลักษณ์ภายใต้แรงขับที่มีตัวกำหนดที่ต่างกัน กลุ่มชนิดสื่อที่ต่างกันรับอิทธิพลข้ามชนิดของสื่อกันทั้งหมดเกิดขึ้นได้ที่ตัวตนมนุษย์ปรากฏตัวทั้งในโลกออฟไลน์และออนไลน์ แรงขับมนุษย์นั้นเองจึงส่งผลให้เกิดการทับซ้อนกันขึ้นเป็นตาข่ายวัฒนธรรม (cultural net)

ฉะนั้น แนวทางสื่อสารศึกษาและองค์รวมจึงให้แนวโน้มและพื้นที่มิติของความเข้าใจการเชื่อมต่อรับส่งระหว่าง ภาพเสมือนกับอวตาร ปัจเจกบุคคลกับอวตารและออนไลน์กับออฟไลน์ ที่มีข้อคำนึงเงื่อนไขแบบแผนการก่อร่างอัตลักษณ์ของบุคคลไปสู่ลักษณะอัตลักษณ์ดิจิทัลอีกแบบด้วยตัวกำหนดจากแรงขับภายในมนุษย์ภายใต้แนวคิด ตาข่ายวัฒนธรรม

ประเด็นเพิ่มเติมในสังคมเครือข่ายเทคโนโลยีเว็บ 2.0 ได้กล่าวถึงเส้นสีเทา (blur) แบบของ Copeland โดย Zwart and Lindsay คู่ของการใช้เวลาออนไลน์และ

ออฟไลน์ที่สลับไปมาเทียบเคียงกับบัญชีสังคมเครือข่ายและตัวตนปัจเจกบุคคลผู้เขียนจึงใส่ใจที่อัตวิสัยที่แตกต่างกันของผู้ใช้สื่อกับผู้สังเกตการณ์

สำหรับผู้ที่ใช้สื่อเส้นสีเทาความแตกต่างอาจไม่มากนัก เพราะจิตสำนึกบุคคลย่อมตระหนักรู้กลยุทธ์สื่อสารของตนและอาจไม่ได้หวังกังวลการถูกจับตาจากสังคมรอบข้างได้ตลอดเวลาระหว่างเพศชายและหญิงหรือปัจจัยกำหนดย่อมไม่เหมือนกัน ตรงนี้เป็นจุดเชื่อมโยงไปสู่กระแสงานศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะการใช้สื่อ (internet literacy) กับการบริหารเสน่ห์อัตลักษณ์ (visual impression management) แต่สำหรับผู้สังเกตการณ์ที่มองเห็นการสื่อสารบุคคลจากระยะทางหนึ่งย่อมต้องสนใจเงื่อนไข เทคนิค เช่น ความเร็วอินเทอร์เน็ตผู้สังเกตการณ์เปรียบเทียบความเคลื่อนไหวการสื่อสารกับพฤติกรรมผู้ใช้สื่อ และผลกระทบความเปลี่ยนแปลงนั้นแล้ว เส้นสีเทา ขึ้นกับมุมมองเพื่อแยกแยะขอบเขตสมัยอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่มนุษย์ก็ถูกตรึงไว้กับอุปกรณ์บุคคลออฟไลน์ย่อมถูกคาดคะเนบริบทได้ไม่ว่าที่บ้านหรือที่ทำงานแต่เมื่ออุปกรณ์ขนาดเล็กลงติดตรึงไว้กับร่างกายติดตัวได้ทุกหนแห่งพื้นที่ส่วนตัว พื้นที่สาธารณะ ยานพาหนะ และสถานที่ กอปรกับองค์ประกอบเทคนิคต่างๆ อย่างระบบพิกัด ภาพถ่าย/เคลื่อนไหว ล้วนได้ทำให้โลกออฟไลน์ออนไลน์สำคัญน้อยลง

ผู้เขียนสรุปว่าวิธีแบบสื่อสารศึกษาใช้ศึกษากฎเกณฑ์ของชุมชนใช้ศึกษาขอบเขตพื้นที่เพื่อการวิจัยวัฒนธรรมใช้ศึกษาปัจจัยอิทธิพลกับแรงขับ และใช้ตรวจสอบสัญญาณการบิดเบือนชีววิทยาแบบ Donath ได้ ข้อที่ด้อยของแนวทางสื่อสารศึกษา คือไม่อาจให้คำตอบเกี่ยวกับปัจเจกบุคคลที่ต้องการคำอธิบายว่าการกระทำของตัวตนเพื่อฉายโลกจิตใจของพวกเขาไปสู่อัตลักษณ์ดิจิทัลอย่างสอดคล้องความเป็นจริงทำได้หรือไม่ การศึกษาการก่อร่างความเชื่อมั่นตัวตนจึงต้องใช้วิธีลำดับต่อไป

#### (4) อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบแนวทางศาสตร์การตีความและสังคมวิทยา

ปรัชญาของ Paul Ricoeur ในงาน Turkle (1997) อธิบายด้วยวิสัยทัศน์ว่าข้อมูลสื่อผสมสะท้อนตัวตนด้วย

idem-identity ที่มาจากศาสตร์การตีความ (Turkle, 1997, p. 74) ต่อมา Bernstein (2004) หยิบยกความสำคัญของเทคโนโลยี DNA และ ความจำเป็นของอัตลักษณ์ดิจิทัลแนวคิดเรื่องเล่า (life narrative) และ เรื่องเล่าขนาดใหญ่ (meta-narrative) จากศาสตร์การตีความ (Bernstein, 2004, p. 974) จนถึง เอฟไอดีไอเอส (FIDIS) โครงการวิจัยในปี 2009 ของสหภาพยุโรป ก็ประยุกต์ปรัชญาศาสตร์การตีความเพื่อการออกแบบลักษณะอัตลักษณ์ดิจิทัลเชิงสังคมวิทยา ไว้ดังนี้

ทีมวิจัย Hildebrandt, Koops, and Vries (2008) กล่าวว่า

ตัวบ่งชี้อัตลักษณ์ (identifier) คือ การบอกว่าปัจเจกบุคคลเป็นสมาชิกในกลุ่มสังคมหนึ่ง เมื่อมีคำถามว่าฉันเป็นใคร? ความรู้สึกเป็นตัวเองกับตัวชี้อัตลักษณ์เป็นคู่ของ กระบวนการ “การก่อร่างอัตลักษณ์ดิจิทัล” (identity construction)

การก่อร่างที่จะต้องใช้อุปกรณ์ภายใต้การร่างขอบเขตรวบรวมข้อมูลไปสู่การสถาปนา (อัตลักษณ์) นี้จะมีเรื่องของผลการก่อร่างและความเป็นส่วนตัวไปจนถึงการถกเถียงเรื่องเสรีภาพสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งหมดเกิดขึ้นที่วิถีของ idem พบกับ ipse

การร่างอัตลักษณ์ เป็นที่ยอมรับว่าจะต้องใช้ระบบอัตโนมัตินำเนินการซึ่งหมายถึงเกิดขึ้นในระดับจิตใต้สำนึกและไม่รู้ตัวว่า กำลังจะถูกระบุอัตลักษณ์ตามจริงแล้วเงื่อนไขที่กล่าวถึงนี้เป็นเรื่องปกติในวิถีชีวิตประจำวันสื่อใหม่เหมือนกับทุกคนในชุมชนออนไลน์หลายคนที่ใช้บัญชีสังคมเครือข่ายต่างอนุญาตให้ใครต่อใครเข้ามาดูข้อมูลในบัญชีสังคมเครือข่ายของพวกเขาได้

การร่างอัตลักษณ์นำไปสู่ การจัดกลุ่มตีตรา (stereotyping) กับการติดป้ายกลุ่มสังคม (social labeling) ...การระบุอัตลักษณ์จะอยู่บนพื้นฐานของแนวคิด ความคาดหวัง 2 ทาง (double anticipation) กล่าวคือ เราสื่อความหมายว่า เราอ่านอัตลักษณ์เราเอง เช่นเดียวกับที่คนอื่นก็อ่านอัตลักษณ์ของเราเช่นกัน ในที่ซึ่ง idem พบกับ ipse คือ ที่ซึ่งอัตลักษณ์เรื่องเล่าได้เกิดขึ้น ...

กล่าวได้ว่า หน่อความคิดเรื่องอัตลักษณ์เป็นพัฒนาการที่เกิดขึ้นหลังยุคสมัยใหม่ และนิยามเชิงสังคมศาสตร์ในทัศนะแนวคิดของ Foucault เรียกว่า หลักแห่งการน้อมรับเข้าสู่จิตใจ (self-internalization of discipline) ในแง่นี้ ตัวตนบุคคลมิใช่สารกายภาพ แต่ที่จริงมันคือ การดำรงชีวิตช่วงหนึ่งของบุคคลที่สร้างความสัมพันธ์พื้นฐานกับโลกในขอบเขตของเขาคนนั้นขึ้น มันจึงก่อร่างอัตลักษณ์ของเขาขึ้นมาเพื่อใช้โต้ตอบกับเพื่อนมนุษย์และสิ่งแวดล้อมของเขา มุมมองอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบนี้ที่ข้ามแนวคิดเชิงประกอบสร้างที่เกิดในระดับจิตใจมนุษย์ไปสู่อัตลักษณ์มุ่งไปสืบค้นสำรวจการโต้ตอบกับสิ่งต่างๆ ที่ไม่ใช่มนุษย์ (ผู้วิจัย :สื่อผสม) นั้นได้ส่งผลอย่างไรแก่อัตลักษณ์ของตัวตน . . .

การหยิบยก idem-identity กับ ipse-identity จากทฤษฎีเรื่องเล่าของ Paul Ricoeur นั้นต้องทำความเข้าใจว่าโดยพื้นฐานคือมุมมองที่ประสานเข้าด้วยกันจาก 2 ฝ่าย คือมุมมองบุคคลที่ 3 ใน idem-identity เกิดขึ้นกับองค์กรรัฐและผู้ให้บริการ ด้วยข้อมูล ตัวบ่งชี้ (identifier) และ ipse-identity มุมมองบุคคลที่ 1 หรือ ฉัน (I) ที่เห็นตัวเองในประสบการณ์ว่าตัวเองคือ “ตัว (ฉัน) เอง” (ตัวเอง) (me)

การที่ ฉัน (i) รวมเข้ากับ ตัวเอง (me) จะทำได้อย่างไร? งานของ Hildebrandt et al. (2008) ได้ประยุกต์เพิ่มเติมว่า

จากแนวคิดของ George Herbert Mead ที่ว่า “ทำให้เหมือนเป็นเช่นผู้อื่น” (generalized other) เท่ากับว่า อัตลักษณ์ดิจิทัลของแต่ละปัจเจกบุคคลจะเป็นการร่างขึ้นผ่านความคิดของพวกเขาเองเพื่อระบุตัวตนผ่านการคิดว่าผู้อื่นเห็นและระบุตัวพวกเขา

เช่นนี้แล้ว idem และ ipse ก็เป็นสิ่งเดียวกัน ประสาน “ตัวตนภายนอก” กับ “ตัวตนภายใน” . . . ฉัน (I) มีอิสระที่ใครไม่อาจไปบังคับได้ ขณะที่ ตัวเอง (me) นั้น คือ การสร้างชุดข้อมูลพลวัตที่เกิดใหม่อย่างต่อเนื่อง ในทุกๆ วันในสิ่งแวดล้อมโลก. . . idem-identity เป็นมุมมอง (ขึ้นกับกรณี) วัตถุวิสัย ใช้เพื่อทำการวิเคราะห์ ในเชิงวิทยาศาสตร์ เพื่อสร้างระบบระเบียบสามารถนำไปจัดแบ่งชนิดและ

จัดประเภทได้ ipse-identity เป็นมุมมองประธานบุคคลที่ 1 ที่เข้ากับ idem มีความต่อเนื่องและเหมือนกันกับตัวเอง (me) มองเห็นประสบการณ์ที่หลากหลายแบบปรากฏการณ์วิทยาที่เรียกว่า ประสบการณ์ใช้ชีวิต . . .

สรุปความสัมพันธ์ (เชิงตรรกศาสตร์) ทั้งสองได้ว่า idem-identity คือความจำเอนแต่ไม่เป็นเงื่อนไขที่เพียงพอต่อ ipse-identity . . . สำหรับ Descartes ในแนวคิดที่ว่า “Immediate” (ฉันทิได้ ฉันทิเป็นตัวฉันทิ) หรือการหยั่งรู้ของบุคคลที่สถานที่หนึ่ง ณ ที่แห่ง ความคาดหวัง 2 ทางนั้น ได้ถูกแทนที่ด้วยการเข้าใจตัวเอง (self-understanding) ผ่านตัวกลางเพราะเราเก็บข้อมูลตัวเราเองผ่านโลกที่ผู้อื่นก็เก็บข้อมูลของเรา

(Mireille Hildebrandt (VUB) 2008, pp. 8-22)

#### ข้อสรุปอัตลักษณ์แบบศาสตร์การตีความของ Mireille Hildebrandt

โครงการวิจัยเอฟไอทีไอเอสใช้เครื่องมือข้อมูลบุคคล การร่างอัตลักษณ์ (profiling) โดยอาศัยกระบวนการจัดการอภิข้อมูลเพื่อประสิทธิภาพการจัดการ ฉะนั้น Hildebrandt et al อธิบายประเด็นความเป็นส่วนตัวไว้ว่าการเก็บข้อมูลอย่างไม่โจ่งแจ้งก็เพื่ออัตลักษณ์ดิจิทัลที่ถูกต้องจึงต้องพ้นข้อจำกัดพฤติกรรมผู้ใช้ระดับจิตสำนึก โจทย์ปัญหาจึงน่าจะเป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลที่มีข้อปัญหาแรงเสียดทานต่อต้านจากสังคม เมื่อหยิบยกประเด็นอิสรภาพของการอ่านอัตลักษณ์โดยใช้คำตอบในแนวทางของ Foucault มุมมองโครงสร้าง-ผู้กระทำ “เสรีภาพจะปรากฏเห็นได้ในขอบเขตที่แน่นอน” และ “ไม่มีอิสรภาพใดที่ปราศจากขอบเขต” (Mireille Hildebrandt (VUB) 2008, p. 21) โดยเรื่องแรงเสียดทานต่อต้านการรวบรวมข้อมูลอัตลักษณ์ดิจิทัลระดับจิตใต้สำนึกนี้จะ เป็นข้อถกเถียงที่ใหญ่และกว้างขวางกว่า

ประโยชน์ของงานวิจัยเป็นการรวมคำถามเข้าด้วยกันไว้ 2 ส่วน คือ “อะไร” และ “อย่างไร” ส่วนของ “อะไร” อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบเอฟไอทีไอเอสอธิบายหลักการรวบรวมข้อมูลโดยเครื่องจักรอัตโนมัติจากสื่อผสมแบบต่างๆ จากข้อมูลมากมายไร้รูปร่างอันคงที่เพราะมันเปลี่ยนแปลงไป

ทุกๆ เวลาวินาทีภายใต้เงื่อนไขสิ่งแวดล้อมโลกสังคม ส่วนของ “อย่างไร” คือ การใช้ปรัชญาศาสตร์การตีความแบบ Paul Ricoeur ร่วมกับขอบเขตสิทธิความเป็นส่วนตัวของ Foucault ซึ่ง Hildebrandt et al สรุปว่า อัตลักษณ์ดิจิทัลคือสื่อผสมที่ถูกรวบรวมโดยระบบอัตโนมัติจะเป็นกลไก idem และตัวตน (me) มองเห็นได้จากประสบการณ์ของบุคคลของเจ้าตัว ฉัน (I) ในกลไก ipse ทั้งสองกลไกจะพบกันที่อัตลักษณ์เรื่องเล่า ที่ซึ่งมาจากข้อมูลและประสบการณ์ของตัวตน

อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบศาสตร์การตีความ ไม่แบ่งตัวตนที่จำกัดโลกออฟไลน์และออนไลน์อีกต่อไปแนวคิดเรื่องชีวิตแบบเรื่องเล่า (narrative life) จึงนำไปใช้สร้าง ป้ายสังคม (social labeling) และ การจัดกลุ่ม (social classification) แบบสังคมวิทยา (sociology) การทำเช่นนี้อย่างถูกต้องต้องพึ่งพาแนวคิดกระบวนการซึมซับสู่ภายใน (self-internalization) ของปัจเจกบุคคลตามจุดประสงค์ที่ใช้เพื่อการตีความและจัดกลุ่มลักษณะบุคคลทำให้วิธีนี้เน้นความน่าจะเป็นของคุณสมบัติบุคคลที่มีร่วมกันในสังคม ลักษณะอัตลักษณ์ปัจเจกมาจากฐานที่สะท้อนมาจากโลกสังคม

#### (5) อัตลักษณ์แบบแนวทางทฤษฎีทุนสังคมของ Pierre Bourdieu

แนวคิดเรื่องทุนสัญลักษณ์ในงานของ Bourdieu มีมิติครอบงำอำนาจจากอิทธิพลงานของ Antonio Gramsci แนวทางมาร์ก ซึ่งชี้ว่าสังคมสมัยใหม่เปลี่ยนรูปแบบไปจากการบังคับกดขี่ในยุคคลาสสิกมาสู่ลักษณะคุณค่าเชิงบวก ด้วยเพราะรูปแบบวิธีเช่นนี้ การปิดบังกลบเกลื่อนเศรษฐกิจการเอารัดเอาเปรียบ กำไร ทุน และการครอบงำร่วมกับวิธีปฏิบัติสร้างสรรค์สัญลักษณ์นิยม จึงเกิดเป็น “ทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์” มีนัยยะที่กำกวมโดยอาศัยการสมรู้ร่วมคิดของคนในสังคมด้วยการทำที่ท้าวว่ารู้ไม่ทันเกมเพื่อแบ่งการทำงานเป็น (1) จัดระเบียบเรียนรู้เข้าใจสังคม (2) ใช้สื่อสารและสืบทอดเพื่อบูรณาการโครงสร้างสังคม และ (3) เป็นเครื่องมือครอบงำ ซึ่งพื้นฐานมนุษย์เกิดจากการเปรียบเทียบ คู่แย้งในความหมายมีต้นตอมาจากชั้นโครงสร้างมนุษย์จึงสร้างความแตกต่าง (distinction) เพื่อใช้จำแนกแยกแยะสิ่งที่

ฝังอยู่ในระบบความโน้มเอียงที่เรียกว่า ฮาบิทัส (habitus) ของบุคคลทุกคน ทฤษฎี Bourdieu ได้เสนอแนวคิดทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม ทุนสังคม และทุนสัญลักษณ์ ที่ซึ่งสามารถมีการแปลงทุนแยกย้ายถ่ายเทกันไปมาจากความสัมพันธ์สังคมได้ในแง่โครงสร้างทฤษฎีนิยาม วงการ (champ/field) ซึ่งเป็นสนามของการครอบงำอันเป็นพื้นที่ซึ่ง ฮาบิทัสหรือแนวโน้มที่กำลังทำงานโดยเกิดขึ้นกับปัจเจกบุคคลอันเป็นผู้กระทำ (agent) ที่หล่อหลอมประสบการณ์กระบวนการเรียนรู้ประเมินคุณค่าต่างๆ จากโครงสร้างสังคม ฝังเข้าไปในร่างกายจิตใจคนเรียกกันว่าความเชื่อ (doxa) ทำให้ปัจเจกบุคคลกลายเป็นดังกระจกสะท้อนของสังคม (โปรดพิจารณา นพพร ประชากุล & ชนิตา เสี่ยงยมไพศาลสุข, 2007, pp. 51-93)

สื่อใหม่ในแง่พลวัตของการบริโภคข้อมูลกิจกรรมสื่อในปี 2016 ข้อมูลสรุปว่าเวลาแต่ละนาทีโดยเฉลี่ยจาก 24 ชั่วโมง บริการยูทูปมีผู้คนรับชมวิดีโอจากทั่วโลกมากถึง 2.78 ล้านชิ้น/นาที บริการอินสตาแกรม มีผู้ใช้ที่กำลังส่งภาพ (ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับเซลฟี่) ถึง 38,194 ครั้ง/นาทีและเฟซบุ๊กมีผู้ใช้สื่อที่ใช้งานออนไลน์มากกว่า 700,000 บัญชี/นาที (LEBOEUF, 2016) ประชากรผู้ใช้สื่อใหม่ขนาดมหึมากระจายตัวไปในหลายประเทศ โดยเด่นชัดในกลุ่มประเทศเสรีนิยมใหม่ โลกที่เชื่อมต่อสื่อสารเหล่านี้อาศัยโครงสร้างการสื่อสารใยแก้วนำแสงที่เชื่อมต่อกันมาหลายทศวรรษ ต้นทุนค่าใช้จ่ายการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของกลไกทุนนิยม การบริโภคสินค้ากลไกตลาดการค้า และราคาซึ่งเชื่อมต่อกับสังคมบริโภคยุคข่าวสารและการประชาสัมพันธ์โฆษณา

คำอธิบายของ Bourdieu ตามทฤษฎีทุน เริ่มที่การแปลงทุนประเภทต่างๆ อันสะท้อนแรงขับและจิตใจมนุษย์ไปพร้อมกับการแปลงทุนเชิงสัญลักษณ์กับทุนวัฒนธรรมเป็นต้น พื้นที่โครงสร้างสังคมบริโภคบนสื่อใหม่เป็นพื้นที่เปิดโอกาสของการถ่ายทอดนำเสนอตัวตน อัตลักษณ์ดิจิทัลของปัจเจกบุคคลเป็นความท้าทายต่อผู้สังเกตการณ์ที่จะศึกษากิจวัตรของการเปลี่ยนย้ายถ่ายเททุนชนิดต่างๆ ที่มีจุดกลางเชื่อมต่อที่บัญชีผู้ใช้สื่อดิจิทัล โดยความเชื่อมโยง

ระหว่างร่างกายตัวตนของปัจเจกบุคคลกับการก่อร่าง  
อัตลักษณ์ดิจิทัลที่ดำเนินไปเพื่อตอบสนองทุน สิ่งนี้จะ  
นำไปสู่การศึกษาผลประโยชน์มิติต่างๆ ว่าประสิทธิผล  
ที่แท้จริงการแลกเปลี่ยนทุนมีการโยงโย่งอย่างไร

ตัวอย่างเช่น การบริหารจัดการภาพลักษณ์ของวงการ  
นักแสดงหรือชนชั้นภาพลักษณ์ทางสังคมสูง กลุ่มที่ทับซ้อน  
กับกลุ่มชนชั้นสูงเรียกทับศัพท์เซเลบ (celebrities) ในการ  
ถ่ายทอดภาพชุดดิจิทัล/ ภาพการดำเนินชีวิตสังคมฮาปิตัส  
ย่อมสะท้อนแบบแผนวัฒนธรรมการบริโภคของกลุ่ม  
รูปแบบหนึ่งไว้ ขณะเดียวกันข้อพิพาทว่ากลุ่มมีพลัง  
จัดสรรจำแนกแยกแยะมีอำนาจการครอบงำเป็นตัวแทน  
วิถีของการบริโภคสะท้อนระดับชั้นทุนเศรษฐกิจผ่านทุน  
สัญลักษณ์บนบัญชีสังคมเครือข่ายได้แก่ ยอดตัวเลขของ  
ผู้ติดตามรับข่าวสารในวิถีคิดทฤษฎีแบบทุนเชิงสัญลักษณ์  
อธิบายความสำเร็จในการชิงพื้นที่สื่อชิงจำนวนผู้ติดตาม  
สอดคล้องกับกลไกจำแนกแยกแยะเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งใช้สรุป  
การบริหารเสน่ห์อัตลักษณ์ (visual impression management)  
ด้วยปัจจัยเพศ สถานะสังคม วัฒนธรรม ความรู้สึกนึกคิด  
จิตใจตัวตน ค่านิยมสังคม บนพื้นฐานทุนสัญลักษณ์ได้

Bourdieu วิจารณ์ความรู้ 3 รูปแบบ คือ เจตจำนง  
นิยม จุลภาพ และผู้กระทำที่มีเหตุผล โดยกล่าวถึงปัญหา  
วิธีวิทยา เช่น การไม่สนใจบริบทสังคมของการศึกษาชาติพันธุ์  
วรรณนาปฏิสังสรรค์สัญลักษณ์นิยมและปรากฏการณ์นิยม  
ซึ่งไม่คำนึงการครอบงำสังคมจากด้านบน และการเน้น  
เหตุผลโดยไม่คำนึงกระบวนการหล่อหลอมสังคม (นพพร  
ประชากร & ชนิดา เสี่ยงยมไพศาลสุข, 2007, pp. 106-108)

การก่อร่างอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบทุนสังคมข้อที่สำคัญ  
คือ ไม่สามารถเป็นไปได้ที่ปัจเจกบุคคลหนึ่งจะถ่ายทอด  
ทุกสิ่งทุกอย่างของตัวตนลงในสื่อโดยใช้เครื่องมือเพื่อไว้  
สร้างเครื่องหมายแบบทุนเชิงสัญลักษณ์ในทางเดียวกันทุน  
วัฒนธรรม ทุนเศรษฐกิจ และทุนสังคม ในทฤษฎีกล่าวถึง  
คือการเชื่อมต่อระหว่างบทบาทตำแหน่งในสังคมที่ตัวตน  
ปัจเจกบุคคลสวมใส่อยู่และดำเนินชีวิต เมื่อการถ่ายทอด  
เกิดขึ้นไปบนโลกออนไลน์ด้วยสื่อผสมจึงถือเป็นงาน  
การใช้ศิลปะและมีต้นทุนกลยุทธ์การจัดวางการรับรู้ไปสู่

สาธารณะและผู้อื่น การเชื่อมต่อระหว่างตัวตน กับอัตลักษณ์  
ที่ปรากฏบนโลกออนไลน์กับโลกออฟไลน์จึงกลายเป็น  
ความท้าทายเป็นเพียงส่วนหนึ่งของกระบวนการถ่ายทอด  
จากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง ตัวอย่างเช่น การเปิดเผย  
เรือนร่างและสรีรคุณลักษณะของสตรีเลอโฉม ที่มองเห็นว่า  
เป็นการโฆษณาสินค้าบนสื่อความเป็นไปได้ผลลัพธ์ไม่อาจ  
ด่วนสรุปว่าเป็นอำนาจของทุนนิยมเงินตราเป็นทุนของ  
ร่างกายพันธุกรรม เป็นคุณสมบัติสินค้าต่อผลการบริโภค  
ตามที่โฆษณา กระทั่งเป็นอัตวิสัยเจตนาที่ยินยอมเผย  
เคล็ดลับความโดดเด่นและสภาวะของตัวตน สิ่งี่สรุปได้  
จากทฤษฎีทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์ คือ การบอกเล่าการดำรง  
อยู่ในตำแหน่งแห่งหนบนสื่อใหม่ของปัจเจกบุคคลที่เขา  
มีความสามารถในการแปลงทุนแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง  
สังเกตการณ์ว่าผลประโยชน์เกิดขึ้นภายหลังอย่างไร  
เพื่อทราบว่าการแปลงทุนอนุญาตให้เกิดกลไกอะไรในวิถี  
ของทุนนั้น และเกิดเพื่อความมุ่งหมายตัวตนในทางใด  
จุดที่ควรวินิจฉัยคือกลยุทธ์การแปลงทุนตอบสนอง  
จุดมุ่งหมายใด เพื่อรายได้ เพื่ออุดมการณ์ หรือเพื่อเชิง  
การเรียนรู้ประสบการณ์ ทั้งจิตใต้สำนึกและจิตสำนึก

อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบทุนสังคมเทียบกับวิธีอัตลักษณ์  
ดิจิทัลแบบอื่นแบบทุนสังคมมีตัวกำหนดแบบแผนของ  
อัตลักษณ์หรือฮาปิตัสที่ทำให้สามารถนิยามขอบเขตมิติ  
ที่ช่วยพิเคราะห์ตัวกำหนดกิจกรรมและความคิดผู้ใช้ไม่ว่า  
เกมออนไลน์ กระดานข่าว สังคมเครือข่ายสื่อสังคมกิจกรรม  
สื่อได้พัฒนาทักษะคุ้นเคยกลุ่มผู้ใช้สื่อเฉพาะขึ้นเมื่อ  
การแปลงทุนแบบ Bourdieu อาศัยสนามและรูปแบบ  
เทคโนโลยีสื่อที่น้อยมีการแข่งขันและการปรับตัวด้วย  
เช่นกัน วงการ (field) คู่แข่งบริการถ่ายทอดสด บีโกไลฟ์  
พีโกไลฟ์ เฟซบุ๊กไลฟ์ เป็นต้น ต่างเปรียบเหมือนกับรูปแบบ  
รายการโทรทัศน์ที่มีการแข่งขันชิงกลุ่มผู้ชมที่ติดตามในช่วง  
เวลาที่ผู้ชมพร้อมได้ตอบที่สุด อย่างการขอให้ผู้ชมช่วย  
กดไลค์ ช่วยติดตามรับชม เป็นต้น

ฉะนั้นแล้วการเฝ้าดูกระบวนการแปลงทุนจึงเป็นเหมือน  
การแสดงบนเวทีอย่างหนึ่งบนสื่อใหม่ ภายใต้โครงสร้าง  
ที่ทำให้อัตลักษณ์ผู้แสดงและผู้ติดตามชม มีพื้นฐานของ

การอยู่ในพื้นที่เดียวกันและมีเงื่อนไขร่วมกันอีกนัยหนึ่งบริบทพื้นที่สื่อใหม่และบริบทของการเลือกพื้นที่สื่อใหม่โดยสังคมของกลุ่มผู้ใช้ที่มีรูปแบบแนวโน้มฮาบิทัสเดียวกันภายใต้ตัวตนผู้แปลงทุน

เรื่องที่สำคัญการแปลงทุนที่ประสบผลสำเร็จเป็นอาชีพเกิดรายได้ ตัวอย่างเช่น การถ่ายทอดสด (live) บนบริการฟ็อกซ์ได้ผลตอบแทนจากจำนวนการติดตามรับชมผู้ชมมีสิทธิจ่ายค่าธรรมเนียมและส่งในรูปแบบของขวัญเชิงสัญลักษณ์ การผลิตภาพเคลื่อนไหวลงบนบริการยูทูบที่หลายคนสละเวลาผลิตเนื้อหาเพื่อช่องหลัก (channel)

การสมัครติดตาม (subscribe) ได้รับส่วนแบ่งค่าโฆษณาและการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ให้ความสะดวกแก่ผู้ถ่ายทอดเนื้อหาไปสู่กลุ่มผู้รับสารที่สามารถร่วมส่งเครื่องหมายแสดงอารมณ์ของกลุ่มผู้ติดตามกำลังรับชมได้ เป็นต้น

อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบทุนสังคมตามทฤษฎีของ Bourdieu โดยผู้เขียนจึงให้คำอธิบายความเชื่อมโยงระหว่าง อัตลักษณ์ดิจิทัลของ ตัวตน ผู้แปลงทุน กับกลุ่มผู้ติดตามชม ภายใต้แนวโน้ม หรือฮาบิทัสเดียวกันบนพื้นที่สื่อสารการแสดงสัญลักษณ์โต้ตอบ และความเชื่อร่วมกันบางอย่างที่เป็นสาเหตุให้เกิดการแปลงทุน

ตารางเปรียบเทียบรูปแบบการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ดิจิทัล

นักวิจัย	Epistemology	Research Perspective	New Media Perspective	Digital Identity Perspective	Theories and Paradigm	Data Survey
Turkle (1997)	Behavioral Communication	Mind/ magination	Online/ เว็บ 1.0	อัตลักษณ์ รับผิดชอบต่อจิตใต้สำนึก	Hermeneutics Paul Ricoeur	พฤติกรรม การใช้สื่อ
Donath (1998)	Behavioral Communication	Intension/ Deception	Real/เว็บ 1.0	อัตลักษณ์แฝง จุดประสงค์ ผลประโยชน์	Amotz Zahavi	พฤติกรรม การใช้สื่อ
Wilson and Peterson (2002)	Ethnography	Context and Language	Online/ Offline/ เว็บ 1.0	อัตลักษณ์แสดงตามความปรารถนาของตัวตน	Structural Anthropology	ภาษา/ วัฒนธรรม บนสื่อ
Bernstein (2004)	Ethnography, Law	Case Studies	Online	อัตลักษณ์ทำหน้าที่เล่าประสบการณ์ของชีวิต	Hermeneutics Paul Ricoeur	กิจกรรมสื่อสังคม
Macfadyen (2006)	Ethnography, Cultural Study	Identity and Visual Environment	Online/ Offline/ เว็บ 2.0	อัตลักษณ์คือจุดอ้างอิงหนึ่งตัวตนแต่เป็นจินตนาการ	Conception, Sociology	ตัวแบบและทฤษฎี
เธียร์ชัย อิศรเดช (2009)	Holistic	Media Interactions	Real	อัตลักษณ์ เกิดจากแรงขับเคลื่อนวิญญาณ	Symbolic Interaction	วัฒนธรรมสื่อ
Zwart and Lindsay (2012)	Ethnography	Identity as Avatar and Visual Environment	Online/ เว็บ 2.0	อัตลักษณ์ คืออวตารที่รับใช้ตัวตนปัจเจก	Structuration– Anthony Giddens	กิจกรรม สื่อสังคม
Hildebrandt et al. (2008)	Sociology- Symbolic Interaction	Individual	Real/เว็บ 2.0	อัตลักษณ์คือบางส่วนของตัวตนนำไปพิจารณาที่ถือเป็นตัวตนจริง	Hermeneutics Paul Ricoeur George MeadFoucault	ตัวแบบและทฤษฎี
ผู้เขียน	Social Capital	Individual	Real	อัตลักษณ์ คืออำนาจยืนยันจุดหมายตัวตน	Pierre Bourdieu	ทฤษฎี

### การประยุกต์ใช้มโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัล

มโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัล สามารถใช้งานประยุกต์ตามเป้าประสงค์ในงานวิจัยสังคมโดยขึ้นอยู่กับการผสมองค์ประกอบเงื่อนไขหลายส่วนตัวอย่างประยุกต์เพื่อการเมืองการปกครองในงาน Hildebrandt et al. (2008) มีองค์ประกอบสำคัญอย่าง ระบบบริหารจัดการคอมพิวเตอร์ โครงข่ายสารสนเทศ และศาสตร์การจัดการอภิข้อมูลเกี่ยวข้อง การสร้าง เครื่องจักรคิด (machine learning) เป็นบริบทเพื่อรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล

การประยุกต์งานสาขาต่างๆ ของ Halperin and Backhouse (2009) จัดแบ่งกลุ่มประเภท ได้แก่ (1) Government (2) Healthcare (3) Commerce/Business (4) Finance และ (5) Research Focus การใช้เทคโนโลยีข่าวสารร่วมกับสังคมวิทยาศาสตร์เป็นการวิจัยสหวิทยาการ ผสมผสานข้ามศาสตร์อย่างการจัดการ เศรษฐศาสตร์ ภาษาศาสตร์ จิตวิทยา สังคมวิทยา บริหาร ภาครัฐ รัฐศาสตร์ นโยบายสังคม เป็นต้น (Halperin & Backhouse, 2009, pp. 6-9)

การประยุกต์งานองค์กรย่อมตั้งอยู่บนข้อคำนึงหลายส่วนบุคคลกร ทรัพยากรการบริหารจัดการ อุปกรณ์ ค่านิยมสังคม ความรู้ และงบประมาณเป็นต้น เช่น การดำเนินงานองค์กรส่วนท้องถิ่นเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล เป็นการยากในทางปฏิบัติที่จะได้รับจัดสรรงบประมาณ

ได้ครบถ้วนที่สุดแก่ทุกหน่วยงานในทางเดียวกันองค์กรภาคเอกชนเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล ทรัพยากรย่อมหมายถึงความสามารถในการรักษาสภาวะการแข่งขันธุรกิจขนาดยักษ์ด้านข้อมูล ภูเกิลหรือสังคมเครือข่ายเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ฯลฯ ทักษะการควบคุมการไหลเวียนข่าวสารการสกัดข้อมูลต่างเกิดจากการลงทุนในทรัพย์สินทางปัญญาและสิทธิบัตร

องค์กรระดับโลก OECD (Bernat, 2011; OECD, 2008, 2009, 2011) และ เอฟไอดีไอเอส (FIDIS) (Rannenberget al., 2009) ออกแบบอัตลักษณ์ดิจิทัลเพื่องานนโยบายและการศึกษาเชิงรัฐศาสตร์ การเมืองระหว่างประเทศในแนวทางลัทธิเสรีนิยมใหม่ (neoliberalism) โจทย์ของรัฐ คือ ควรพึงเสี่ยงประชาสังคมและสภาพแวดล้อมทางนโยบาย

การตัดสินใจใช้ตัวแบบมโนทัศน์ที่เหมาะสมแบบใดจึงเริ่มที่การประเมินความเป็นไปได้ ด้วยข้อมูลบุคคลในวันนี้ันเกิดขึ้นอย่างมากมายเกินนับได้โดยเฉพาะจากกิจกรรมสังคมบนสื่อใหม่นักวิจัยจึงสามารถเปรียบเทียบและเลือกใช้เครื่องมือเหมาะสมกับบริบทปัญหาเพื่อให้เห็นการสะท้อนตัวตนของผู้คนผ่านกระบวนทัศน์แบบต่างๆ ที่ผู้เขียนเสนอซึ่งในท้ายที่สุดมโนทัศน์เหล่านี้ก็เปรียบเสมือนวิธีการทำนาย “เงา” ในจินตนาการของเหล่านักโทษปรัชญานิพนธ์ที่พบลึกลับของเพลโตที่ซึ่งคนกลุ่มหนึ่งกำลังเห็นเงาพวกเขานั่งเฝ้าหล่งไหลและพยากรณ์

### รายการอ้างอิง

- Bernat, L. (2011). *National Strategies and Policies for Digital Identity Management in OECD Countries*. Retrieved from Paris: <https://search.proquest.com/docview/863240193?accountid=42455>
- Bernstein, G. (2004). Accomodating Technological Innovation- Identity, Genetic Testing and the Internet. *Vanderbilt Law Review*, 57(3), 78.
- Cole, D. D. (2016). AFTER SNOWDEN: REGULATING TECHNOLOGY-AIDED SURVEILLANCE IN THE DIGITAL AGE. *Capital University Law Review*, 44(4), 677-691.
- Donath, J. S. (1998). COMMUNITIES IN CYBERSPACE - Identity and deception in the virtual community. In P. a. S. Kollock (Ed.), *Communities in Cyberspace*. (pp. 26). LONDON: Routledge.
- Foucault, M. (2011). ร่างกายใต้บงการ ปรุ้มบทแห่งอำนาจในวิถีสสมัยใหม่ (ท. โภคธรรม, Trans.). กรุงเทพฯ: คบไฟ.
- Halperin, R., & Backhouse, J. (2009). A Roadmap for Research on Identity in The Information Society. *Identity in The Information Society Journal*, 1(1), 15.
- Hildebrandt, M., Koops, B.-J., & Vries, K. d. (2008). "D7.14a: Where Idem-Identity meets Ipse-Identity. *Conceptual Explorations*". Retrieved from <http://www.fidis.net/resources/deliverables/>
- LEBOEUF, K. (2016, 29 February 2016). 2016 UPDATE: WHAT HAPPENS IN ONE INTERNET MINUTE? Retrieved from <http://www.excelacom.com/resources/blog/2016-update-what-happens-in-one-internet-minute>
- Macfadyen, L. P. (2006). The Prospects for Identity and Community in Cyberspace. In C. Ghaoui (Ed.), *Encyclopedia of Human Computer Interaction* (pp. 471-478).
- Nabeth, T. (2005). *Understanding the Identity Concept in the Context of Digital Social Environments*. FIDIS.
- OECD. (2008). *Shaping Policies for the Future of the internet Economy*. Paris. <https://search.proquest.com/docview/189839669?accountid=42455>
- OECD. (2009). *The Role of Digital Identity Management in the Internet Economy: A PRIMER FOR POLICY MAKERS*. Retrieved from Paris: <https://search.proquest.com/docview/189860426?accountid=42455>
- OECD. (2011). *Digital Identity Management for Natural Persons: ENABLING INNOVATION AND TRUST IN THE INTERNET ECONOMY - GUIDANCE FOR GOVERNMENT POLICY MAKERS*. Retrieved from Paris: <https://search.proquest.com/docview/924026916?accountid=42455>
- Rannenberg, K., Royer, D., & Deuker, A. (2009). *The Future of Identity in the Information Society Challenges and Opportunities*.
- Rodrigues, R. E. (2011). *Revisiting the legal regulation of digital identity in the light of global implementation and local difference. (10033627 Ph.D.)*, The University of Edinburgh (United Kingdom), Ann Arbor. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1774234438?accountid=42455>
- ProQuest Dissertations & Theses Global database.
- Thaipbs. (2015, 06 February 2015). ปอท.จับกุมแก๊งโรแมนส์แกรมหลอกทีสนิทหญิงไทยให้โอนเงิน. Retrieved from <http://news.thaipbs.or.th/ปอท.จับกุมเครือข่ายโรแมนส์แกรมหลอกทีสนิทหญิงไทยให้โอนเงิน>

- Turkle, S. (1997). Multiple Subjectivity and Virtual Community at the End of the Freudian Century. *Sociological Inquiry*, 67(1), 72-84.
- Wilson, S. M., & Peterson, L. C. (2002). *THE ANTHROPOLOGY OF ONLINE COMMUNITIES*. Reviews in advance, 449-467. doi:10.1146/annurev.anthro.31.040402.085436
- Zwart, M. d., & Lindsay, D. (2012). *My Self, My Avatar, My Rights? Avatar Identity in Social Virtual Worlds*. 85, 20.
- จันทนา ทองประยูร. (2009). การหลอมรวม หนังสือพิมพ์ กับ สื่อออนไลน์. *วารสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*, 1(1), 14.
- เจียรชัย อิศรเดช. (2009). อัตลักษณ์กับสื่อ : ตัวตนกับการสื่อสาร. *นิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 13(1), 15.
- นพพร ประชากุล, & ชนิตา เสงี่ยมไพศาลสุข. (2007). *เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์: กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์คบไฟ*, 2550 [2007] พิมพ์ครั้งแรก.
- นฤมล คงชื่นสิน. (2013). *การปรับตัวของนิตยสารในยุคหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) : กรณีศึกษา นิตยสารตลกแต่งบ้าน my home. (มหาบัณฑิต)*, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- ปกรณ์ สิงห์สุริยา, คงฤช ไตรยวงศ์, & รชฏ สาตราวุธ. (2013). *เรื่องเล่า อัตลักษณ์ และความยุติธรรม ในปรัชญาของปอล ริเกอร์: สำนักพิมพ์คบไฟ*.
- รอฮีม ปรามาท. (2011). *โลกเครือข่าย อนาคตของอินเทอร์เน็ต*. Bangkok: Post Books.