

ມໂນທັສນີອັຕລັກເບນີດິຈິກ້າລ (The concept of digital identity)

ອີຣັວ່ຈົນ ດາຣາມາສ

ABSTRACT

Digital 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 been 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

อัตลักษณ์ดิจิทัลเป็นประเด็นเกี่ยวข้องกับการกิจหน่วยงานรัฐบาลในยุคที่สังคมมนุษย์พึ่งพาโครงข่ายดิจิทัลเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวันทั้งวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงการสื่อสารสังคมการศึกษาและการเดินทางผลกระทบที่เกิดขึ้นเมื่อทั้งเศรษฐกิจสังคมกฎหมายและนโยบายสาธารณะอันเป็นประโยชน์ต่อทั้ง วงการแพทย์ การข้ามแดน การป้องกันอาชญากรรมและการต่อต้านก่อการร้าย เป็นต้นการบริหารจัดการอัตลักษณ์ดิจิทัลสากล เป็นหัวข้อสำคัญที่คณาจารย์ ทำงาน OECD ผลักดันส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอินเทอร์เน็ต

โลกดิจิทัลในอนาคตต้องพึ่งพามาตรฐานการยืนยันตัวตนบุคคล (verification) เป็นสำคัญ ซึ่งมโนทัศน์ อัตลักษณ์ดิจิทัลนับเป็นจุดเริ่มต้นการปฏิบัติตามหลักการทฤษฎีเพื่อรวบรวมและประมวลผลข้อมูลที่ได้จากระบบโครงข่าย อันเป็นข้อมูลบุคคลที่มีลักษณะที่จะจัดการจ่ายไว้โครงสร้างแฟกท์ในพฤษติกรรมสื่อสารของผู้ใช้สื่อ

ทฤษฎีสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ในแง่ที่เป็นเครื่องมือสำหรับนักวิจัยทางสังคมสามารถเลือกหยิบใช้มโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัลที่เหมาะสมได้ บทความนี้ได้รวบรวมวรรณกรรมและกระบวนการทัศน์เพื่อเปรียบเทียบงานที่ประยุกต์ใช้แนวคิดที่ต่างกันออกจากนั้น ผู้เขียนได้เสนอการสังเคราะห์มโนทัศน์ใหม่ขึ้นโดยประยุกต์จากงานของ Pierre Bourdieu เรื่องเศรษฐกิจทรัพย์สิน เชิงสัญลักษณ์ เมื่อทดลองใช้เคราะห์ขึ้นเป็นตัวเลือกหนึ่งแล้วพบว่าได้ผลการวิเคราะห์ที่น่าสนใจ ด้วยแสดงให้เห็นว่าแนวทางทุนสังคมเน้นความเชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์ดิจิทัลของผู้ส่งสารและกลุ่มผู้รับสารได้

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ดิจิทัล, การจัดการอัตลักษณ์ดิจิทัล, สื่อใหม่, ตัวตน, การระบุอัตลักษณ์

อารัมภบท

เพลโต-กล่าวคุณ

ลองจินตนาการมนุษย์ (นักโทษ) กลุ่มนึงซึ่งอยู่ในห้องใต้ดิน . . . แสงสว่างเพียงอย่างเดียวของพากษาจาก

กองไฟกองหนึ่งซึ่งถูกใหม้มืออยู่ไกลๆ . . . เลี้ยงกำแพงเตี้ยมีมนุษย์กลุ่มนึงพากันถือสิ่งของทำมือต่างๆ แทนทุกชนิดทั้งรูปสัลกของคนและของสัตว์อื่นๆ อีก มากมาย . . . ชูไว้หนึ่งอกำแพงเพื่อฉายเงาของสิ่งเหล่านี้ บางคนยังเปล่งเสียงต่างๆ ออกมากด้วย ขณะคนอื่นๆ เงียบไว้ . . . เจ้าเห็นว่าคนในห้องใต้ดินเหล่านั้นจะมองเห็นตนเองหรือคนอื่นๆ ใหม่หรือว่ามองเห็นได้เพียงเงาตรงหน้า ซึ่งน่อมิติขึ้นจากกองไฟอีกด้านหนึ่งของถ้าเท่านั้น? . . . หากพากษาสนทนาแลกเปลี่ยนเรื่องต่างๆ กับเพื่อนนักโทษด้วยกันได้พากษาถึงยืดถือสิ่งต่างๆ ซึ่งพากษาเห็นผ่านไปมาอยู่ตรงหน้าว่าคือสิ่งต่างๆ ตามที่ เป็น . . . ทั้งเกียรติยศ คำสรรเสริญ และ รางวัลทั้งหลายจะตกเป็นของผู้มีความหลักแหลมในการสังเกตสิ่งต่างๆ ซึ่งผ่านไปมาตรงหน้าผู้ใดคุ้นเคยและจะจำได้อย่างยอดเยี่ยมกว่า . . . และสามารถพยากรณ์ถึงสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นได้อย่างแม่นยำ คนผู้นั้นย่อมได้รางวัลเหล่านั้นไป -

รีพับบลิก (Plato 2014, เล่มที่ 7)

ลายองค์กรของรัฐบาลในโลกปัจจุบันมีทิศทางเริ่มต้องการบันทึก “เรา” ของพลเมืองอย่างกรณี Edward Snowden (Cole, 2016, p. 677, para 2) เตือนว่าสังคมข่าวสารวันนี้ ผู้คนกำลังเสียสิทธิความเป็นส่วนตัว (privacy) จากการสื่อสารผ่านอุปกรณ์อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเมื่อข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านั้นไหลเวียนพันกอกันมาเขตของรัฐและกฎหมายคุ้มครองในประเทศไทยศึกษาบุคคลสังกัดล่าவ່າງกายคือวัตถุเป้าหมายแห่งอำนาจ Foucault (2011, p. 5) ความเสมอภาคของผู้คนจึงมีอยู่ภายใต้การศิริราบผู้ปกครองหนึ่งเดียวกันแต่ทว่า กลไกความยุติธรรมสมัยใหม่นั้นซับซ้อนมากขึ้นอย่างงาน Rodrigues (2011) มองเรื่องอัตลักษณ์ดิจิทัลในแง่เป็นวิทยากรรมที่ครอบคลุม (domain) ต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ กฎหมายอาชญากรรม สิทธิมนุษยชน รัฐธรรมนูญ กฎหมายสัญญา กฎหมายสิทธิทางปัญญา กฎหมายปกป้องข้อมูล เป็นต้น

เทคโนโลยีดิจิทัลในการเมืองอนาคต เปรียบ “เรา” ที่ลายบนกำแพงของเพลโต โดยอาศัยชีนส่วนสื่อผสม

(multimedia) หรือตัวสารหรือ idem-identity (Rannenberg, Royer, & Deuker, 2009, pp. 292-295; ปรัณ สิงห์สุริยา, คงกฤษ ไตรยวงศ์, & รชฎา สารารากุ, 2013, น. 99-100) เพื่อสร้างตัวแทนประกอบสร้างอัตลักษณ์ประชาชนในอุดมคติทางการเมืองหากปฏิบัติได้จริงผู้ที่ถือกฎหมายเครื่องมือสามารถมองเห็นท่าทางลุล่วงและทำนาย จิตใจ ระดับจิตสำนึก และจิตใต้สำนึก (consciousness/unconsciousness) ต่อตัวตน (self) ของปัจเจกบุคคล (individual) คนใดคนหนึ่งได้ เปรียบได้กับนักจิตวิทยาที่ให้คำปรึกษาคนไข้ ผ่านการรับรู้ในระยะมุ่งมองที่ไม่เหมือนคนไข้เองและ เปรียบได้กับกล้องวงจรปิดที่เฝ้าดูสรุปพฤติกรรมของคนในบริบทหนึ่งไว้ ฉะนั้นรัฐในอนาคตจึงมีโอกาสมองเห็นแนวโน้มของพฤติกรรม (disposition) พลเมืองในระดับที่อยู่ในวิสัยเครื่องมือประมวลผลให้ความร่วมมือโดยคาดการณ์ และประเมินพฤติกรรมผู้ใช้สื่อ

ความน่าสนใจคือ การตรวจตราแนวโน้มตามทัศนคติ หนึ่งแล้ว มันยังสามารถประมวลผลย้อนกลับตรวจนับทราบ ข้อผลเมืองที่มีเงื่อนไขคุณสมบัติที่เลือกได้ลักษณะระบบแบบนี้มุ่งยังให้กลยุทธ์ต่อต้านการวิเคราะห์อย่างละเอียด ลึกซึ้ง (Foucault, 2011, p. 21) ซึ่งในด้านความมั่นคงปลอดภัย การตรวจตราสืบสวนสอบสวนแก่ผู้เกี่ยวข้องก่อการร้าย อาชญากรรมย่อมเป็นเรื่องสำคัญ (Rannenberg et al., 2009, p. 316) ทว่าอนาคตก็ไม่ใช่เพียงเรื่องอำนาจการหยั่งรู้และ อำนาจการปกครองส่วนเดียวต่อต้านรัฐบาลรัฐค์ที่อาจเกิดขึ้นได้ จากเครื่องมือแบบนี้ อย่างการพัฒนาทุนมนุษย์ การศึกษา การค้าการคัดเลือกกลุ่มค้าที่มีศักยภาพ (Rannenberg et al., 2009, p. 4 , para. 4) ส่งผลให้อนาคตยังคงเปิดกว้างต่อ การพัฒนาการใช้ทรัพยากรที่จำกัด

อำนาจของรัฐกับการควบคุมสื่อใหม่จึงเกี่ยวกับ กระบวนการจัดการอัตลักษณ์ดิจิทัล (Digital Identity Management) กลไกประกอบด้วยการร่างตัวตนสังคม (social profiling) จากหน่วยวิเคราะห์อัตลักษณ์ดิจิทัล (digital identity) สามารถเข้ามายิงไปที่ตัวตน (self) พลเมืองที่กระทำการสังคมและเกิดหน่วยข้อมูลสื่อสาร กลไกขึ้นตอนอาศัยกรรมวิธีรับรวมมกันเก็บกลั่นกรองดูแล

ที่ข้อมูลในโครงข่ายการควบคุมสื่อใหม่จึงไม่ใช่ ทิศทางห่วงลดการเผยแพร่และการปิดกั้นข่าวสาร (censorships) แต่จะเป็นทิศทางสอบสวนพฤติกรรมผู้ใช้สื่อ (sniffing) ขณะเดียวกันกระบวนการเชื่อมั่นตัวตน (identity trust) อาศัยเทคโนโลยีชีวมิติ (biometrics) เช่น ลายนิ้วมือ/ม่านตา (fingerprint and iris) เป็นเทคนิครองรับ กลไกใช้สร้างปัจจัยความเชื่อมั่นตามมาตรฐาน การยืนยันตัวตนบุคคล (verification) แนวทางที่จำเป็นเรื่องฐานข้อมูล

ชุมชนวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีสารสนเทศที่เริ่มอินเทอร์เน็ต W3C โดย Tim Berners-Lee (รออีม ปรามาท, 2011) มีวิสัยทัศน์ที่เปิดกว้างให้อินเทอร์เน็ตที่ชั้นการใช้งาน เป็นเทคโนโลยีเปิดต่ออุดสาหรัณ ผลที่ตามมาแนวทางนี้ ทำให้กลไกความเชื่อมั่นของตัวตนขึ้นอยู่กับรหัสฐานสื่อ ซึ่งเป็นโจทย์ปัญหาของผู้ใช้สื่อและผู้ผลิตด้วยเช่นเครื่องหมาย “@” (แอส-ไชน์) หรือ “#” (แอช-แท็ก) บริบทของภาพดิจิทัล (photo) ในสังคมเครือข่ายบรรทัดฐานเปิดกีสัมพันธ์กับ การสร้างความเชื่อมั่นอัตลักษณ์ที่เหลือในปัญหาหลัก ที่นักฐานคือการสื่อสารบนสื่อใหม่อาศัยภาษาอังกฤษและอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาเชิงอวัจนะแบบเทศภาษาและ ปริภาษา (proxemics and paralanguage) ทว่าเอกสารไฟฟ้ามีข้อจำกัดตัวสารมีอิสระจึงทำให้ความน่าเชื่อถือ ตัวสารเกิดระยะขาดกลางระหว่างผู้รับกับผู้ส่งต่างจากสื่อ อย่างกระดาษการทำซ้ำหรือแก้ไขสื่อดิจิทัลได้จำกัดเบื้องต้น ระดับความเชื่อมั่นตัวตนผู้ส่งสาร ความเชื่อมั่นต่อเฉพาะตัวสาร เช่น เงินตราสัมภาระแก่ผ่านขั้นตอนวิธีคณิตศาสตร์ของบล็อกเชนและลายเซ็นดิจิทัลได้สำหรับความเชื่อมั่นตัวตน ในแต่หนึ่งท้ายที่สุดมักจะขึ้นอยู่กับมนุษย์และมนุษย์ก็มัก มีบรรทัดฐานอันหลากหลาย ฉะนั้นแล้ว โจทย์ข้อนี้จะแก้ได้ อย่างไร

งาน Donath (1998) ได้สำรวจการหลอกลวงบนสื่อใหม่ (deception) พบร่างดับที่เล็กน้อยความหมายภาษาส่งผลกระทบไปถึงความรู้สึกของการเป็นชุมชน ส่วนระดับที่บิดเบือนมาก สังคมควรสร้างกลไกป้องกัน

เมื่อเชิงการปลอมแปลงการขโมยอัตลักษณ์ (identity fraud) เช่น ในระดับชีวิตประจำวัน กลไกการอ่านอัตลักษณ์ ผู้อื่นของมนุษย์ (human profiling) เกิดขึ้นอยู่เกือบตลอดเวลาไม่ว่าในประวัติการณ์เชลฟ์ การติดตามข่าวสาร เพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก บนเฟซบุ๊ก หรือ การขโมยอัตลักษณ์ ตัวตนเพื่อใช้หลอกหลวงอื้อโงกเหยื่อผู้เสียหายคดีโรเมนซ์ แกรม (Thaipbs, 2015)

เมื่อกิจกรรมสังคมสื่อสารหลายแบบถูกพัฒนาขึ้น อย่างซับซ้อน Naboth (2005) จึงได้จัดแบ่งประเภท กิจกรรมบนสื่อใหม่ด้วยเกณฑ์ 4 ปัจจัย (1) การสื่อสารโดยตอบ (2) การเป็นตัวกลาง (3) การรวมศูนย์ (4) การกระจายศูนย์ (Naboth, 2005, p. 4) เมื่อผู้เขียนได้ทบทวนทฤษฎี เพื่อศึกษาระบวนวิธีของการร่างตัวตนทางสังคมอันเกิดขึ้น จากตัวแปรอย่างกลไกการแสดงตัวตนของมนุษย์ (self-presentation) และกลไกวินิจฉัยความเชื่อมั่น อัตลักษณ์ (identity trust) ผู้เขียนแบ่งกลุ่มแนวทาง ด้วยเกณฑ์บนสื่อใหม่โดยเงื่อนไขแตกต่างกัน ได้แก่ (1) คุณสมบัติเทคโนโลยีสื่อ (2) กิจกรรมสังคมของผู้ใช้สื่อ (3) นิเวศน์การสื่อสาร และ (4) แนวคิดประยุกต์จากทฤษฎีสังคม เพื่อสรุปสังเคราะห์เป็นทางเลือกมโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัล ได้อย่างน้อย 5 แนวทาง

แนวทางมโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัล

แนวทางของมโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัล มีดังนี้ (1) แนวทางพฤติกรรม (2) แนวทางวัฒนธรรม (3) แนวทาง สื่อสารศึกษา (4) แนวทางศาสตร์การตีความ และ (5) แนวทางของทุนสังคม

(1) อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบแนวทางพฤติกรรม

นักจิตวิทยาสังคม Sherry Turkle กล่าวว่า “เราสร้าง ชิ้นส่วนต่างๆ ขึ้น และชิ้นส่วนนั้นได้ก่อร่างกลับมาเป็นตัวเรา” Turkle หมายถึงอักษรภาษาและองค์ประกอบสื่ออักษร ที่ต่อมานิยมเรียกว่า “สื่อผสม” (multimedia) เป็นชิ้นส่วน ใช้สร้างความหมายที่ผู้ส่งสารสร้างขึ้นสะท้อนย้อนกลับ หมายถึงตัวตนผู้ส่งสารเองจากอีกฝ่ายหนึ่งคำว่า “ชิ้นส่วน”

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

ความสนใจของ Turkle คือตัวตนลักษณะนี้สร้างขึ้นได้ หลายอัตลักษณ์พร้อมกัน ทับซ้อนได้และมีอิสระในแต่ละตัว ในเวลาเดียวกัน (multi user domains : MUDs) ตัวตน แต่ละตัวบนหน้าต่างสื่อสารที่เปิดสนทนากับผู้คนเรียบเรียง ก่อรูปได้ตามใจปราณາและจินตนาการ “ชิ้นส่วนที่บคิด” (object-to-think-with) คือชิ้นส่วนสิ่งใดก็ตามที่ผู้ใช้สื่อ แต่ละคนเลือกไว้เป็นขอบเขตอัตลักษณ์ตัวตนของตนเอง ด้วยเหตุที่ชิ้นส่วนย่อเมฆแตกต่างกันไปตามอัตวิสัยที่จะ “ตีความ” ฉะนั้นอัตลักษณ์ดิจิทัลของ Turkle จึงอาจเป็น ลักษณะจริงส่วนหนึ่งส่วนใดของผู้ใช้หรืออาจไม่มี ความจริงส่วนหนึ่งส่วนใดอิงกับตัวตนเป็นเอกเทศเพียง ทุนยนต์ที่ต่อตอบตัวหนึ่งก็ได้ (Turkle, 1997, pp. 76-79)

หากอัตลักษณ์ดิจิทัลได้สร้างปัญหาสังคมขึ้นมา บุคคลนั้นจะรับผิดชอบยังไง? Judith Donath ตั้งคำถามว่า ถ้ามนุษย์ใช้นิ้วสัมผัสเป็นพิมพ์สร้างร่างเสมือนไว้สื่อสาร ให้ผู้อื่นเห็นได้เข้าจะรับผิดชอบการกระทำผิดของตนอย่างไร? โจทย์นี้สัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ดิจิทัลกับร่างกายของ ปัจเจกบุคคล Donalh จึงหยิบยกลีที Sartre กล่าวใน Being and Nothingness ว่า “I am my body to the extent that I am” (ฉันคือเจ้าของร่างกายที่เท่ากับเป็น ขอบเขตตัวฉัน) เมื่อ Donalh สำรวจพื้นที่แบบกระดาน สนทนา (bullet boards) ได้พบว่ามีการบิดเบือนล่อหลวง หลายระดับ เช่นข้อมูลคำแนะนำที่เขียนตามอารมณ์พอดี จนถึงการเลี้งผลลัพธ์ลงให้ข้อมูลที่ผิด (misinformation) เห็นได้ว่าความบิดเบือนส่งผลด้านลบต่อความรู้สึกของการ เป็นชุมชน (sense of community) ทำให้เกิดแรงขับ บางอย่างในการแลกเปลี่ยนข่าวสารไปที่ผู้ประพันธ์ผู้ส่งสาร (Donath, 1998, p. 2)

งานของ Donath จึงเสนอแนวทางประยุกต์ชีววิทยา และเกมโดยการตรวจตราความบิดเบือนหลอกหลวงอาศัย หลักการ Handicap Principle ของ Amotz Zahavi

ที่เรียกว่า “Assessment Signals” และ “Conventional Signals” เขาแสดงตัวอย่างวิธีศึกษาชาติพันธุ์วรรณนา อธิบายว่า การบิดเบือน (deception) มีกลิ่นอายแฝงตัว แบบเดียวกันกับลักษณะสัตว์ที่มีตัวตนขึ้นด้วยต้นทุนหนึ่ง (Donath, 1998, p. 4) จากแนวคิด Signals นี้ งานของ Zwart and Lindsay (2012) ได้ให้ความเห็นเพิ่มว่าแนวคิด จะยิ่งใช้ได้ถูกต้อง หากมองได้ถึงระดับจิตสำนึก/จิตใต้สำนึก ของผู้ส่งสาร

ข้อสรุปอัตลักษณ์แบบพฤติกรรมของ Turkle และ Donath

บริบทช่วงทศวรรษที่ 90s Turkle และ Donath ต่างพัฒนางานภายใต้เงื่อนไขที่ผู้ใช้สื่อไม่อาจเห็นตัวตนต่อ กันและความสามารถการส่งรับข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ทำได้จำกัดการกรอกร่างตัวตนตามจินตนาการต่อผู้ใช้สื่อแต่ละฝ่ายจำเป็นพึ่งพาแนวคิดพุติกรรมสื่อสาร

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

เรื่องอัตลักษณ์แบบชีวิตเรื่องเล่า (life-narrative) และความจำเป็นของอัตลักษณ์แบบจินตนาการของคนไข้ (โรคพันธุกรรม (โปรดพิจารณา Pro-Ana , Bernstein, 2004, pp. 969-984) และ กรณีที่พบโดยทั่วไปการขอเลือก วิธีนัดพบหรือใช้โทรศัพท์เพื่อฟังจับเสียงความคิดเห็น คุ้สันหนาเหตุการณ์ท่านองนี้สะท้อนความจำเป็นเพื่อสร้าง ความเชื่อมั่นต่ออีกฝ่ายในบริบทของการปฏิสัมพันธ์ไม่ได้พบ หน้าตากันโดยตรง ธรรมชาติการป้องกันตัวเช่นนี้จึงยัง ใช้กันอยู่ทั่วไป

(2) อัตถลักษณ์ดิจิทัลแบบแนวทางวัฒนธรรม

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

“นักวิจัยใช้เวลาไม่นานบนอินเทอร์เน็ตสำรวจพื้นที่สืบ ด้วยวิธีการชาติพันธุ์วรรณนา (ethnography) พบว่า อัตลักษณ์บุคคลบนโลกออนไลน์สามารถเคลื่อนข้ามผ่าน ในโลกใหม่นี้ไปได้ทั่วทุกที่ แต่อย่างเมืองไทยอันก่อให้เกิด ลักษณะมุ่งมั่งและพิจารณาสภากาชาติ ตั้งแต่ เหล่านี้ใหม่ การศึกษาอัตลักษณ์ดิจิทัลควรคำนึงสภากาชาติ “ออฟไลน์” (Offline) ของผู้ใช้ในชุมชน (เลนีอน) นั้น”

การสำรวจชุมชนต่างๆ บน กระดานข่าว USENET ของ Wilson นิยามอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบหน้าที่ขึ้นเป็น “อัตลักษณ์ที่ถูกใส่ปริบท” (contextualized Identity) บน สื่อใหม่ (new media) (Wilson & Peterson, 2002, pp. 457-458) การสำรวจของ Wilson คือการสังเกตร่องรอยของสมาชิกตัวตนอัตลักษณ์ในสื่อชุมชนเสมือน ตามลักษณะ เทคโนโลยีเว็บ 1.0 ซึ่งในเวลานั้นมีประสิทธิภาพการซึ่ตัวตน ตั่มๆ ทำให้ majority ตัวตนบุคคลบนสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นไป ในเชิงลบไม่น่าเชื่อถือ มายาคติถูกสะท้อนผ่านภาพวาด การ์ตูน “สุนัข 2 ตัวพูดคุยกัน” ของ Peter Steiner ดังภาพที่ 1 ซึ่งอธิบายว่าตัวตนบนโลกออนไลน์กับตัวตนจริงอาจแตกต่างกันได้อย่างคาดไม่ถึง



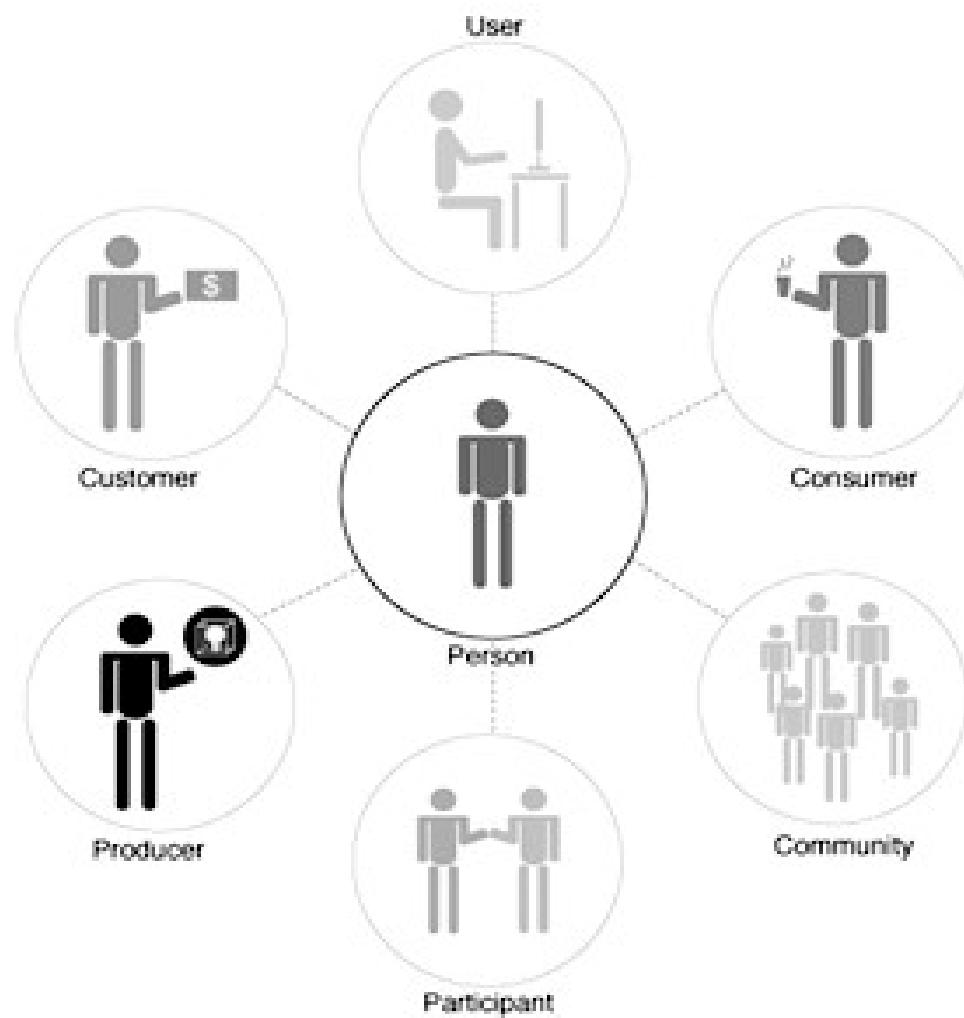
"On the Internet, nobody knows you're a dog."

ภาพที่ 1

อัตถักษณ์ดิจิทัลที่ Wilson มองเห็นได้บนสื่อเทคโนโลยีเว็บ 1.0 นั้นถือว่าข้อความและตำแหน่งในเอกสารยังคงอยู่กับวัตถุประสงค์ของพื้นที่ออนไลน์ที่สองด้วยกับตัวสารที่ต้องแสดงผลที่ได้ที่หนึ่งบนจออุปกรณ์ของผู้ใช้ สื่อฐานคติแบบโครงสร้าง (structural approach) จึงส่งผลอย่างตรงไปตรงมาถึงความต้องการของผู้ใช้ ผู้ที่ออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ (user interface) ได้กล่าวไปเป็นผู้ประพันธ์ (author) และการวางแผนช่องไฟเอกสาร การจัดลำดับความคุณบริบทสนทนาภายในไปเป็นประเด็นเรื่องการติดต่อบสื่อสารผู้ใช้

การใช้สื่อของคติโครงสร้างผู้สำรวจนี้จึงได้ความเห็นที่น่าสนใจกับผู้สร้างเว็บและผู้ดูแลชุมชนสื่อนั้น ข้อจำกัดของเทคโนโลยีเว็บ 1.0 ทำให้ผู้สำรวจจะพบว่า การสื่อสารในชุมชนออนไลน์มีอุปสรรคคือผู้ใช้สื่อต้องการพูดในบริบทตนเอง/พูดวิธีของตนเอง/นำเสนอบทสนทนาของตนเองภายในกระดูกหรือบริบทการสนทนาของกลุ่มผู้ใช้สื่อ จึงต้องการมีบทบาทการแสดงที่แตกต่างไปจากการกำกับกฎเกณฑ์โดยไม่ต้องการแตกประเด็นสนทนาสายย้ายไปเป็นเรื่องส่วนบุคคลย่อย ความจำเป็นนี้กระชับเป็นองค์ประกอบสื่อสารที่ผู้ใช้เรียกว่า "Digital Mindset" ดังภาพที่ 2

Digital Mindsets



© David N. Armano - darmano.typepad.com

ภาพที่ 2

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

Wilson กล่าวเรื่องอัตลักษณ์ดิจิทัลในช่วงเวลาเว็บ 1.0 ว่า

“ควรระวังมุ่งมองที่เห็นว่าบันลือใหม่คือความต่อเนื่องที่ตรึงนิ่งในพื้นที่ให้บริการสังคมแก่ผู้อื่น (สถานที่) เพราะแม้ดูว่าอาจยืดหยุ่น แต่ยังจะหนีไปไหนไม่ได้เลย . . . การสำรวจ (ชุมชน) โดยวิธีชาติพันธุ์วิถยา (Ethnographic) ต้องใช้หลายแบบมุ่งพิจารณา เพราะมันถูกคุ้มบริบทไว้เป็นวัฒนธรรมที่ต้องการให้เกิดการโต้ตอบ . . . ซึ่งยังเริ่วเกินไปที่จะได้ข้อสรุปอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบพื้นที่ออนไลน์ กับออนไลน์เข้าด้วยกัน” (Wilson & Peterson, 2002, p. 454)

Wilson มองเห็นได้ว่าการศึกษาวัฒนธรรมต้องผ่านมนุษย์ที่ใช้สื่อแบบโลโกอوفไลน์ เพราะมีปัจจัยเรื่องของชาติพันธุ์และปัจจัยสำคัญอื่นรายล้อมอยู่ที่ตัวตนมนุษย์ วิถีทางมีข้อจำกัดของพื้นที่ชุมชนออนไลน์ประดิษฐ์เรื่องความเชื่อมโยงสังคมวัฒนธรรมในเชิงประวัติศาสตร์

ฉะนั้น ด้วยข้ออุปสรรคของเทคโนโลยีเว็บ 1.0 การร่างตัวตน (social profiling) สำหรับ Wilson สรุปว่า อัตลักษณ์ดิจิทัลอาจยืนอยู่บนตัวตนความจริงก็ได้ แต่เป็น “ตัวตนที่ไร้ขอบเขต” และเป็นอะไรก็ได้ แม้ว่า Wilson พยายามจะหาแนวทางสำรวจแบบที่คลอบคลุมแต่ภาพรวม ก็มีปัญหาอีกหลายอย่างในเวลาต่อมาวิธีศึกษาเชิงวัฒนธรรม แบบใหม่ที่ประสบผล คือการร่างอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบของ Macfadyen (2006) ซึ่งได้ขยายอัตลักษณ์ดิจิทัล จากบัญชีสมาชิกผู้ใช้สื่อและกำหนดหน้าที่ให้ชุมชนออนไลน์ แบบใหม่ขึ้น

Macfadyen นิยามมุมมองการลีนให้คลื่นข่าวสาร ของผู้คนไปยังชุมชนออนไลน์โดยเห็นว่าสถานที่ออนไลน์ แต่ละแห่งคือที่เก็บกักข้อมูล “คอขวด” (bottleneck) และ พื้นที่สื่อสารของแม่ข่าย (host) คือ ศูนย์กลางรับส่งข้อมูล “สภาพแวดล้อมเสมือน” (visual environment)

ด้วยแนวคิดนี้ ผลที่ตามมาคือการเลื่อนให้อัตลักษณ์ดิจิทัลกล้ายไปเป็นวัตถุเอกเทศหนึ่งบนชุมชนออนไลน์ไม่ได้ เป็นส่วนหนึ่งส่วนใดขึ้นเดียวกับชุมชนวัฒนธรรมแบบงานวิจัยอื่นก่อนหน้า ความเลื่อนไหวนี้ทำให้ Macfadyen มองเห็นมุมมองต่อตัวตนเชิงเวลาและยังได้ศึกษาเปรียบเทียบ กระแสงศึกษาในเวลานั้นไว้ว่า

มันแตกต่างจาก แวนที่มองการสร้างอัตลักษณ์ เชิงจิตวิทยาแบบจัดกลาง (decentred) ของ Turkle (1995), แบบลีนให้ลดารงชั่วคราวแปลงรูปได้ขึ้นของ Poster (2001), แบบศึกษาการตั้งค่า (online Setting) ของ Rutter and Smith (1998), Jordan (1999) และแบบสัมพันธ์วัฒนธรรมกับการตั้งค่าของ Smith and Kollock (1998), Wong (2000), Reeder (2004) จะถึงแบบแนวคิด หลังสมัยใหม่ Techno-Terminal แนว “เติมปัจจัยผลิตสูโลก” ของ Fernanda Zambrano (1998) และแวน

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

Macfadyen ให้ข้อสังเกตว่าการเข้าใจอัตลักษณ์ ในลักษณะใดก็ตามตั้งบนหลักที่ว่า ความเสมือน (virtual) ได้ซึ่งเป็น ข้อจริง (a real) อย่างหนึ่งเสมอ (Macfadyen, 2006, pp. 471-472) ข้อสังเกตนี้เป็นข้อสรุปสำคัญไปสู่ การก่อร่างอัตลักษณ์ (identity construction)

ลำดับต่อมา พื้นที่โลโกออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตสำหรับ อัตลักษณ์ดิจิทัลที่เหมือนได้อาศัยอยู่นั้นมันมีสถานะ เป็นอย่างไร? คำตอบในงานของ Macfadyen ตามกระแสง แนวคิดแบบสังคมวัฒนธรรม มีดังนี้

อ้างถึงแบบของ Anderson (1991) ถ้ากับความเป็นชาติพันธุ์ทั้งชาติและชาติพันธุ์นั้นเป็นเพียงจินตนาการ ผู้คน ในสังคมต่างก็ไม่ได้ยินและไม่ได้รู้ใจผู้อื่นได้...ไม่เคยมีภาพ ของการสื่อสารในกลุ่มสังคมของคนเหล่านั้น...เหมือนกัน แบบของ Ribeiro (1995) ยึดถือภาพร่างงานศึกษาของ วัฒนธรรมไซเบอร์ (cyber culture) ไว้ และสุดท้าย แบบของ Poster (2001) อธิบายเรื่องนี้ผ่านตัวอย่างเรื่อง “ความเป็นยิ่ง” กับชุมชนเสมือน

ชุมชนเสมือน (virtual community) (แบบ Macfadyen) คือ “ความเป็นจริง” หนึ่ง ในพื้นที่สังคม ที่ทำหน้าที่แบ่งปัน มีจำนวนของ “ปัจจัยหน้าที่” (features) (สิ่งที่ทำได้ทำไม่ได้) ที่รับรู้กันภายใน (ชุมชน) การใช้และ พัฒนาภาษาเฉพาะรูปแบบวัตถุประสงค์กลุ่มบุคคลิกลักษณะ ของผู้ใช้ที่ปฏิสัมพันธ์ความเป็นส่วนตัวการถือครอง การปกป้องสิทธิรูปแบบสื่อสารกฎหมายจดหมายทาง สังคมเสรีภาพการพูดด้านที่ตรงข้ามของการเซนเซอร์ค การกระหับกระท่ังเรื่องราวต่างๆ เช่น การลงโทษ การละเมิดกฎหมาย การเกิดลักษณะของความเห็นอกเห็นใจ กับมิตรภาพเอกลักษณ์กลุ่มในภาวะฉุกเฉินความอสมมาตร ความแบกลหน้า และโครงสร้างของภัยในกับพลวัตร (Macfadyen 2006, p.473)

แนวคิดของ Macfadyen ก้าวหน้าและแตกต่าง จึงช่วยสะท้อนมุมมองอัตลักษณ์ดิจิทัลและพื้นที่ออนไลน์ ของสนามวิจัยแบบกระดานสนทนาได้ดี วิธีแบบใหม่จึง

แตกต่างจากวิธีเชิงโครงสร้างและวิธีชาติพันธุ์วรรณนาที่เคยมีมาก่อน นับว่าเป็นความพยายามวิจัยเชิงมนุษยศาสตร์ที่มองหาความเป็นไปได้ในการเข้าใจปรากฏการณ์ชุมชนบนสื่อใหม่ในร่องอัตลักษณ์ที่เริ่มขยายตัว

ข้อสรุปอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมของ Wilson และ Macfadyen

สื่ออินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีเว็บ 1.0 เริ่มได้รับความนิยมอย่างมาก ชุมชนเสมือน (virtual community) อาศัยระบบชุดคำสั่งทำงานที่เครื่องแม่ข่ายให้บริการกระดานข่าว (bulletin) มักเรียกันว่าศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร นิเวศน์แบบนี้อัตลักษณ์ดิจิทัลของ Wilson และ Macfadyen จึงอยู่บนความจำกัดการมองเห็นสื่อผสมก็เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลขี้ไปที่ปัจจัยวัฒนธรรมที่ผู้สำรวจอยากรู้เห็น

วิธีของ Wilson and Peterson (2002) มองตรงไปตรงมาใช้คติเชิงโครงสร้าง (structural approach) อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบ Wilson จึงถูกจำกัดไว้ให้อธิบายการสำรวจจากตำแหน่งประกายสื่อผสม (multimedia) การสะท้อนบุคคลิกตัวตนแบบที่เอกสารและสื่อผสมถูกบริบทวัตถุประสงค์ผู้ให้บริการกำกับไว้อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบนี้จึงเรียบเรียงตัวผู้คนในชุมชนอาจมองเห็นตัวตนบุคคลได้ในชุมชนยังไงก็ได้ตามใจพากขาด้วยเหตุนี้ Wilson จึงแนะนำให้บุคคลที่โลกอินเทอร์เน็ต

วิธีของ Macfadyen (2006) ปรับปรุงใหม่องค์ประกอบที่ถูกมองว่าเป็นจินตนาการดูมีเหตุผลขึ้นโดยถือว่าทั้งอัตลักษณ์ดิจิทัลกับชุมชนพื้นที่ออนไลน์ต่างเป็นวัตถุวิสัยที่ใช้ทำการศึกษา อัตลักษณ์ดิจิทัลมีจุดร่วมความจริงกับตัวตนบุคคลอย่างโดยย่างหนึ่งเสนอชุมชนออนไลน์คือความเชื่อเรื่องลักษณะกลุ่มผู้ใช้สื่อที่จะประสบการณ์ร่วมกันของการรวมกลุ่มทางสังคม ฉะนั้นแล้วทั้งวัฒนธรรมและจิตวิญญาณมนุษย์จึงต้องอยู่ร่วมด้วยกันผ่านองค์ประกอบที่ใช้เทคโนโลยีสร้างขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมความเป็นชุมชนเท่านั้น ขณะเดียวกัน ชุมชนสื่อมีคุณสมบัติของเวลา เป็นเหมือนคือความที่ส่งรับกระแสการหลังให้ลักษณะต่างๆ ไปที่ศูนย์กลาง (แม่ข่าย) ระบบศูนย์จัดการเอกสารของสื่อและผู้คนคือสิ่งแวดล้อมเสมือนแบบหนึ่ง

วิธีของ Macfadyen ทำให้มุมมองความเป็นอัตลักษณ์ดิจิทัลไม่ตรงนั่งสร้างชีวิตแก่อัตลักษณ์ดิจิทัลเพื่อทำหน้าที่รับถ่ายทอดการสื่อสารในชุมชนเสมือนที่ต่อเนื่องไปตามเวลาและพฤติกรรมผู้ใช้ ขณะที่ ความทรงจำความเป็นชุมชนได้ทำให้ชุมชนเสมือนกลายเป็นวัตถุของการศึกษาเท่ากับสถานที่แห่งหนึ่งมีลักษณะความเป็นชุมชนมนุษย์ฉะนั้น อัตลักษณ์ดิจิทัลแต่ละหน่วยจึงมีอิสระนำไปสู่ช่องทางการหาคำตอบของวิจัยในเชิงวัฒนธรรมผู้สำรวจสามารถใช้คตินี้สร้างคำอธิบายการปรากฏขึ้นของชุมชนออนไลน์และเรื่องที่เกี่ยวกับปัจจัยเจกบุคคลเชิงวัฒนธรรม

ส่วนด้อยของอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบวิถีวัฒนธรรมทั้ง Wilson และ Macfadyen คือทั้งสองไม่ได้ตอบคำถามเรื่องความบิดเบือนเนื้อหาสาระอัตลักษณ์ไม่อาจถูกมองเชิงพรรนจากภาพกว้างสู่การแสดงภาพรวมเป็นรูปธรรมที่เรียกว่า “องค์รวม” (holistic) และขาดมิติที่ใช้พิเคราะห์สาเหตุของแบบแผนต่างๆ ในโลกสื่อใหม่ที่กำลังโยงกันทั่วโลกนี้

(3) อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบแนวทางสื่อสารศึกษา

การเบรียบเทียบวิถีการสื่อสารสื่อใหม่กับสื่อดั้งเดิมมีส่วนช่วยให้สามารถเข้าใจอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบองค์รวม (holistic) มากขึ้น ยิ่งกว่านั้นยังช่วยอธิบายลักษณะของสังคมของยุคสมัยเวลาสื่อแบบหนึ่งได้ดีของงานของ เรียรชัย อิศรเดช (2009) เรื่อง อัตลักษณ์กับสื่อ : ตัวตนกับการสื่อสาร ใช้แนวทางปฏิสัังสรรค์สัญลักษณ์ (symbolic interaction) ศึกษาว่าความหลากหลายทางชีวภาพส่งผลต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรมภายใต้เงื่อนไขปัจจัยที่จัดแบ่งออกเป็น อัตลักษณ์ 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ (2) อัตลักษณ์ตระสินค้า และ (3) อัตลักษณ์สุนทรียภาพ กับ สื่อ 3 ชนิด ได้แก่ (1) สื่อพื้นบ้าน (2) สื่อมวลชน และ (3) สื่อปัจเจกชน เรียรชัยอธิบายว่าอัตลักษณ์ทำให้เรามีความแตกต่างจากกลุ่มก้อนสังคมอื่นโดยพัฒนาการจัดกลุ่มก้อนอัตลักษณ์เกิดขึ้นมาแล้วอย่างน้อย 3 ครั้ง ที่ต่างใช้ตัวกำหนดต่างกันตามวาระ ได้แก่ (1) พื้นที่ (2) เพศ และ (3) ความสนใจ/จิตวิญญาณ แม้ว่าทำการจัดแบ่ง เช่นนี้มนุษย์ก็ยังมีความทับซ้อนให้ญี่ปุ่นมากันอยู่กัน

จนเกิด “ตาข่ายวัฒนธรรม” (cultural net) อัตลักษณ์ จิตวิญญาณในสังคมร่วมสมัยเกิดขึ้นได้จากโลกพื้นที่สื่อ ที่เปิดกว้างในอินเทอร์เน็ต มุ่งมองของเรียรชัยเห็นว่า มิติ ของอัตลักษณ์สุนทรียภาพสื่อใหม่สามารถซ่อนทับเข้ากับ สื่อปัจเจกชนได้สำเร็จเกิดจากลักษณะเศรษฐกิจแบบ ทุนนิยมเต็มไป (เรียรชัย อิศรเดช, 2009, p. 34)

เมื่อมององค์รวมการแบ่งขั้ดเจนระหว่างอัตลักษณ์ ดิจิทัลกับปัจเจกบุคคลทำให้สัมพันธภาพทั้งสองจะมี ชนิดสื่อเป็นตัวขั้นกลาง วิธีนี้ได้ช่วยเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ที่สื่อ ชนิดหนึ่งสามารถสร้างขึ้นจึงมองเห็นว่าอัตลักษณ์ดิจิทัล ได้รับอิทธิพลปัจเจกบุคคลด้วยแรงเร่งผลักดันอย่างไร แรงขับเป็นตัวนำไปสู่การบังคับควบคุมอัตลักษณ์ที่กระทำการ ต่างๆ ขณะเดียวกันลักษณะกลุ่มก้อนสังคมก็มีคุณค่า อัตลักษณ์ร่วมกัน ฉะนั้นแล้ว ภาพองค์รวมช่วยให้เห็นตัวตน ของฟลีนได้สร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ขึ้นโดยใช้แรงขับแบบหนึ่ง อย่างไร อัตลักษณ์เช่นนี้จึงมีความผสมผสานถึงจุดนี้จำเป็น ต้องมีงานที่อธิบายตัวแบบจากความสัมพันธ์ของบุคคลจริง และอัตลักษณ์กลุ่ม เพื่อไปสู่อัตลักษณ์ดิจิทัล

ความสัมพันธ์ของอัตลักษณ์ตัวตน Melissa de Zwart และ David Lindsay (2012) ศึกษาโลกเสมือน “เกมออนไลน์ชนิดผู้เล่นหลายคนทบทวนโลกขนาดใหญ่” (Massively Multi Online Role-Playing Games) (MMORPGs) การสืบสานของ Zwart and Lindsay ย้อนไป ปี 1985 ที่เกมสวมบทบาทลัทธอร์ (RPG) บนคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเกมแรกถือกำเนิดขึ้นจริงเกิด นิยามของคำว่า avatar (avatar) การตั้งค่า (setting) ของ ตัวละครในเกม ซึ่งมีพัฒนาการสัมพันธ์เวลา กับประสบการณ์ และตัวผู้เล่นทำให้ตัวavatar มีหน้าตาตัวละครเปลี่ยนไป ตามข้อกำหนดเกมส่งผลเกิดเป็นการลงทุนในกิจกรรม เกมนี้อย่างเข้มข้นเป็นอิทธิพลระหว่างผู้เล่นและร่างavatar

ที่ระยะห่างของสองฝั่ง Zwart and Lindsay (2012) เลือกหยิบแนวคิดของ Anthony Giddens แวร์เคราะห์แบบสังคมวิทยาการเมือง (socio-political analysis) ที่นิยามให้อัตลักษณ์บุคคลเกิดจากการสะสมตัวตนจาก โลกสังคมแบบประเพณีดังเดิม Giddens ได้วัดภาพ

ความแตกต่างระหว่าง “อัตลักษณ์บุคคลกับอัตลักษณ์สังคม” (personal identity and social identity) โดยชี้ว่า ที่ศูนย์กลางสังคมยุคใหม่อัตลักษณ์ยุคใหม่ไม่ได้รับอิทธิพล จากตัวกำหนดด้วยนอกจึงแตกต่างกับอัตลักษณ์ของคน ในสังคมดังเดิมที่มีตัวกำหนดควบคุมอยู่

อัตลักษณ์ยุคใหม่เป็นตัวตนแบบ “ฉาบสะท้อน” (reflexive) ปัจเจกบุคคลต้องสร้างอัตลักษณ์ของพวกรเขา ขึ้นมาเพื่อเล่าเรื่องของพวกรเขาเอง (Zwart & Lindsay, 2012, p. 84) ชี้วิธี Giddens ใช้เคราะห์สังคมและวิพากษ์ ระดับองค์กรสถาบันจนถึง ระดับโลกภูมิภาค และอธิบาย การแตกสลายของโลกหลังสมัยใหม่ โดยชี้ว่าปัญหาได้เกิดขึ้น เมื่ออัตลักษณ์แบบดั้งเดิมต้องอาศัยในสังคมสมัยใหม่ จากจุดนี้ Zwart and Lindsay ได้นำแนวคิดดังกล่าว มาแปลงเป็นโครงร่างของอัตลักษณ์ดิจิทัลในโลกออนไลน์ ใหม่ ดังนี้

การดำรงอยู่ของavatar ภาพเสมือนชั่วคราวนั้นที่ เจาะจงขณะออนไลน์ (a particular online visual image) เกิดจากการสร้างขึ้นของอัตลักษณ์ที่ยังไม่เสร็จสิ้น—ซึ่งมัน ก็มีเจ้าของ—เข้าแทนที่อัตลักษณ์แบบทั่วไปที่ร่วมมือ ในเงื่อนไขหนึ่งให้ผู้ใช้สื่อมีเรื่องเล่าของตัวเอง . . . (เรา) ได้ขยายความว่ามันได้ภาพที่เป็นสภาวะที่พัฒนาความสัมพันธ์ กับอวตารมากขึ้น อีกทั้งย้ายจากการสรรค์สร้างของผู้เล่น ที่เป็นตัวละครจากสหท้อนรสนิยมความสนใจและความ ปรารถนาไปเป็น “อวตารที่มีรูปแบบของตัวเอง” แต่ก็จะจำได้ว่ามันกำลังทำงานเพื่อผู้เล่นคนเดิกบุคคลประสังค์หลากหลาย อะไรบ้าง แต่ละการสหท้อนของอวตารช่วยบอกมุมมองของ ผู้เล่นและการนำไปปรับใช้กับบุคคลประสังค์ออนไลน์นั้น ซึ่ง ตัวแบบอวตารที่พัฒนาแล้วนี้ช่วยขยายภูมิภาคที่เจาะจง ต่อกลุ่มก้อนและสังคมต่างๆ ในโลกเสมือน . . . (อ้างถึง) ในการศึกษาของ Donath พวกรเขากล่าวว่า ในแนวทาง Signaling Theory ที่วิเคราะห์จากข้อเท็จจริงเป็นการ สร้างรูปแบบของ สัญญาณ (signal) และ คุณภาพ (qualities) การที่จะชี้ว่าทำไม่สัญญาณเหล่านั้นส่งได้ถูกต้องต้องศึกษา ถึงทั้งระดับจิตสำนึกและจิตใจสำนึกของปัจเจกบุคคล ประเด็นเรื่องนี้เป็นการศึกษาที่ขานกัน ระหว่างชุมชน

เสมือนกับ ชุมชนที่มีขอบเขตในพื้นที่ (prison-based communities) . . .

จากนั้น Zwart and Lindsay ยังได้เสริมต่อ (สำหรับเทคโนโลยีเว็บ 2.0)

สำหรับชุมชนเสมือนแบบเฟชบุ๊กมันเป็นเส้นสีเทา (blur) ที่ปิดสถานะระหว่างออนไลน์กับอฟไลน์ในเฟชบุ๊ก ผู้ใช้สื่อจะสังเกตอัตลักษณ์ของพวกราชการผ่านร่างอวตารของตัวเขาเอง เหมือนว่าอวตารของเขานั้นคือ คนอื่น . . . (อ้างถึง) แนวคิดของ Copeland กล่าวว่ามันนุษย์คือสัตว์สังคม ฉะนั้นการหา “เพื่อน” (friend) ของผู้คนในโลกเสมือน ก็เพื่อแบ่งปันความสนใจและคุณค่า ก็เหมือนกับในโลกอฟไลน์ ที่มนุษย์อย่างมีอิทธิพลกับเพื่อนในกลุ่ม . . . การตกแต่งอวตาร ผ่านการตั้งค่าและการใช้ศิลปะ (graphics) ด้วยเทคนิค สื่อผสมจึงเหมือนกับการแต่งกายการใส่เสื้อผ้าค่าวนิยมและ วัฒนธรรม (Zwart & Lindsay, 2012, pp. 84-86)

ข้อสรุปอัตลักษณ์แบบสื่อสารของ Zwart และ Lindsay ร่วมกับแบบเรียรชัย

เรียรชัย อิศรเดช (2009) ได้ใช้แนวทางปฏิสัังสรรค์ เชิงสัญลักษณ์นิยม (symbolic interactionism) ชี้ว่า อัตลักษณ์ยุคสื่อใหม่มีลักษณะแบบสุนทรียภาพ การจัดวาง แบ่งประเภทองค์รวมได้ช่วยเชื่อมโยงผสมผสานแต่ละชนิด สื่อแบบต่างๆ ให้กล้ายเป็นภาพองค์รวม ตัวอย่างเช่น สื่อใหม่และปรากฏการณ์การหลอมรวมสื่อ (จันทนา ทองประยูร, 2009; นฤมล คงชื่นสิน, 2013) สื่อปัจจุบันของเรียรชัย สามารถเชื่อมประสานกับสื่อประเภทอื่นทำให้อัตลักษณ์ บุคคลได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมสอดรับกันแล้วจึงไปฉายภาพ ที่อัตลักษณ์แบบสุนทรียภาพ (ผู้วิจัย : อัตลักษณ์ดิจิทัล) ลักษณะคำอธิบายเชิงสาเหตุเช่นนี้ตัวตนมนุษย์จึงได้รับ อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมและมีสิทธิเลือกแสดงออกทางใด ทางหนึ่ง ซึ่งย่อรวมปรากฏการณ์ในอัตลักษณ์ตัวตนอย่างเช่น การตั้งค่าและการใช้ศิลปะตกแต่งภาพอัตลักษณ์ในเชิง วัฒนธรรมดังที่เรียรชัยชี้ว่าเกิดจากแรงขับความสนใจ และจิตวิญญาณในบทความเรียรชัยจึงช่วยสรุปว่า วิธีการ สื่อสารศึกษาแบบองค์รวมสามารถสะท้อนกิจกรรม การกระทำมนุษย์ผู้ใช้สื่อและเห็นแรงขับผลักดันที่ประกอบ สร้างอัตลักษณ์ดิจิทัล

งาน Zwart and Lindsay (2012) สร้างอัตลักษณ์ดิจิทัล โดยใช้สภาวะตัวตนแบบองค์รวมนำทฤษฎี “ยุคสมัยใหม่” ของ Anthony Giddens มาประยุกต์ให้อัตลักษณ์มีลักษณะ เหมือนการกระพริบของไฟฟ้าที่ไปปรากฏขึ้นชั่วคราว บนพื้นที่ออนไลน์เรียกว่า ภาพเสมือน (visual image) เจื่อนไปสำคัญคือภาพเสมือนมีเจ้าของเพียงแต่一人 เดียว มีความสมบูรณ์แบบภาพเสมือน จึงแปลงรูปให้เป็นตัวแทน อัตลักษณ์ที่มีอิทธิพลใหม่ชั่วคราวให้แก่ตัวเองได้ไม่ต้องทัศน์ ของ Zwart and Lindsay จึงเป็นการต่อยอดการวิจัยศึกษา ธรรมชาติของอัตลักษณ์บนสื่อใหม่ แบบเดียวกับที่ Wilson และ Macfadyen ได้พยายามมาก่อน

ภาพเสมือนเพียงชั่วคราวของอวตารด้วยคำนิยามนี้ กระตุ้นให้คามว่ามันกำลังมีอยู่เพื่อวัตถุประสงค์ใหม่ นั่น ความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างไร และแบบแผนของมัน ฉะเช่นที่อนุญาณที่ลักษณะเฉพาะกลุ่มเป็นอย่างไร ถึงต่างๆ ที่รายล้อมลักษณะอัตลักษณ์อย่างการตั้งค่า และการใช้ศิลปะเปรียบคล้ายกับการใส่เสื้อผ้าแต่งตัว คนที่ถือค่านิยมและวัฒนธรรม

อัตลักษณ์ดิจิทัล โดยสรุปจากงาน Zwart and Lindsay และเรียรชัย ถือว่าเงื่อนไขวัฒนธรรมเกิดขึ้นกับหลายกลุ่ม อัตลักษณ์ภายนอกได้แรงขับที่มีตัวกำหนดที่ต่างกัน กลุ่มนิยม สื่อที่ต่างกันรับอิทธิพลข้ามชนิดของสื่อกันทั้งหมดเกิดขึ้นได้ ที่ตัวตนมนุษย์ปรากฏตัวทั้งในโลกอฟไลน์และออนไลน์ แรงขับมนุษย์นั่นเองจึงส่งผลให้เกิดการทับซ้อนกันขึ้น เป็นตาข่ายวัฒนธรรม (cultural net)

ฉะนั้น แนวทางสื่อสารศึกษาและองค์รวมจึงให้ แนวโน้มและพื้นที่มีติของความเข้าใจการเชื่อมต่อรับส่ง ระหว่าง ภาพเสมือนกับอวตาร ปัจจุบันบุคคลกับอวตาร และออนไลน์กับอฟไลน์ ที่มีข้อดำเนินเรื่องไม่แบบแผน การก่อร่างอัตลักษณ์ของบุคคลไปสู่ลักษณะอัตลักษณ์ดิจิทัล ลักษณะด้วยตัวกำหนดจากแรงขับภายในมนุษย์ภายนอก แนวคิด ตาข่ายวัฒนธรรม

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

ออฟไลน์ที่สลับไปมาเทียบเคียงกับบัญชีสังคมเครือข่ายและตัวตนปัจจุบันบุคคลผู้เขียนจึงใส่ใจที่อัตติวิสัยที่แตกต่างกันของผู้ใช้สื่อกับผู้สังเกตการณ์

สำหรับผู้ใช้สื่อสันสีเทาความแตกต่างอาจไม่มากนัก เพราะจิตสำนึกบุคคลย่อมตระหนักรู้กลยุทธ์สื่อสารของตน และอาจไม่ได้ห่วงกังวลการถูกจับตาจากสังคมรอบข้างได้ตลอดเวลา ระหว่างเพศชายและหญิงหรือปัจจัยกำหนดด้วยไม่เหมือนกัน ตรงนี้เป็นจุดเชื่อมไปสู่กระแสงานศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะการใช้สื่อ (internet literacy) กับการบริหารเสน่ห์อัตตลักษณ์ (visual impression management) แต่สำหรับผู้สังเกตการณ์ที่มองเห็นการสื่อสารบุคคลจากระยะห่างหนึ่งย่อมต้องสนใจเงื่อนไข เทคนิค เช่น ความเร็ว อินเทอร์เน็ตผู้สังเกตการณ์เปรียบเทียบความเคลื่อนไหว การสื่อสารกับพฤติกรรมผู้ใช้สื่อ และผลกระทบความเปลี่ยนแปลง ฉะนั้นแล้ว เส้นสีเทา ขึ้นกับมุมมองเพื่อแยกแยะขอบเขต สมัยอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ันุษย์กีดูกรตึงไว้กับ อุปกรณ์บุคคลออฟไลน์ย่อมถูกคาดคะเนบริบทได้ไม่รู้ว่า ที่บ้านหรือที่ทำงานแต่เมื่ออุปกรณ์ขนาดเล็กลงติดตึ่งไว้กับร่างกายติดตัวได้ทุกหนแห่งพื้นที่ส่วนตัว พื้นที่สาธารณะ ยานพาหนะ และสถานที่ ก่อปรกับองค์ประกอบเทคโนโลยีต่างๆ อย่างระบบพิกด ภาพถ่าย/เคลื่อนไหว ล้วนได้ทำให้โลกออฟไลน์ออนไลน์สำคัญน้อยลง

ผู้เขียนสรุปว่าวิธีแบบสื่อสารศึกษาใช้ศึกษาภูมิภาคที่ของชุมชนใช้ศึกษาขอบเขตพื้นที่เพื่อการวิจัยวัฒนธรรม ใช้ศึกษาปัจจัยอิทธิพลกับแรงขับ และใช้ตรวจสอบสัญญาณ การบิดเบือนชีวิทยาแบบ Donath ได้ข้อที่ด้อยของแนวทางสื่อสารศึกษา คือไม่อาจให้คำตอบเกี่ยวกับปัจจุบันบุคคล ที่ต้องการคำอธิบายว่าการกระทำของตัวตนเพื่อฉายโลกจิตใจของพวกร่างกายไปสู่อัตตลักษณ์ดิจิทัลอย่างสอดคล้อง ความเป็นจริงทำได้อย่างไร? การศึกษาการก่อร่างความเชื่อมั่น ตัวตนจึงต้องใช้วิธีลำดับต่อไป

(4) อัตตลักษณ์ดิจิทัลแบบแนวทางศาสตร์การตีความและสังคมวิทยา

ปรัชญาของ Paul Ricoeur ในงาน Turkle (1997) อธิบายด้วยวิสัยทัศน์ว่าข้อมูลสื่อผสมสมสหท้อนตัวตนด้วย

idem-identity ที่มาจากการตีความ (Turkle, 1997, p. 74) ต่อมา Bernstein (2004) หยิบยกความสำคัญของเทคโนโลยี DNA และ ความจำเป็นของอัตตลักษณ์ดิจิทัล แนวคิดเรื่องเล่า (life narrative) และ เรื่องเล่าขนาดใหญ่ (meta-narrative) จากศาสตร์การตีความ (Bernstein, 2004, p. 974) จนถึง เอฟไอดีไออีส (FIDIS) โครงการวิจัย ในปี 2009 ของสหภาพยุโรป กีประยุกต์ปรัชญาศาสตร์ การตีความเพื่อการออกแบบอัตตลักษณ์ดิจิทัล เชิงสังคมวิทยา ไว้ดังนี้

ทีมวิจัย Hildebrandt, Koops, and Vries (2008) กล่าวว่า

ตัวบ่งชี้อัตตลักษณ์ (identifier) คือ การบอกว่า ปัจจุบันบุคคลเป็นสมาชิกในกลุ่มสังคมหนึ่ง เมื่อมีคำถาม ว่าฉันเป็นใคร? ความรู้สึกเป็นตัวของกับตัวชี้อัตตลักษณ์ เป็นคุณของ กระบวนการ “การก่อร่างอัตตลักษณ์ดิจิทัล” (identity construction)

การก่อร่างที่จะต้องใช้ข้อมูลภายนอกตัว ต้องใช้ข้อมูลไปสู่การสถาปนา (อัตตลักษณ์) นี้จะมีเรื่องของ ผลการก่อร่างและความเป็นส่วนตัวไปจนถึงการถูกเดียงเรื่อง เศรีภาพสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งหมดเกิดขึ้นที่วิธีของ idem พบกับ ipse

การร่างอัตตลักษณ์ เป็นที่ยอมรับว่าจะต้องใช้ระบบอัตโนมัติดำเนินการซึ่งหมายถึงเกิดขึ้นในระดับจิตใต้สำนึก และไม่รู้ตัวว่า กำลังจะถูกระบุอัตตลักษณ์ตามจริงแล้ว เงื่อนไขที่กล่าวถึงนี้เป็นเรื่องปกติในวิถีชีวิตประจำวัน สื่อใหม่ เมื่อฉันกับทุกคนในชุมชนออนไลน์หลายคนที่ใช้บัญชีสังคม เครือข่ายต่างอนุญาตให้ใครต่อใครเข้ามาดูข้อมูลในบัญชีสังคมเครือข่ายของพวกร่างกายได้

การร่างอัตตลักษณ์นี้มาปัจจัยด้วย การจัดกลุ่มติดตรา (stereotyping) กับการติดป้ายกลุ่มสังคม (social labeling) . . . การระบุอัตตลักษณ์ จะอยู่บนพื้นฐานของแนวคิด ความคาดหวัง 2 ทาง (double anticipation) กล่าวคือ เราสื่อความหมายว่า เราอ่านอัตตลักษณ์เราเอง เช่นเดียวกับที่คนอื่นก็อ่านอัตตลักษณ์ของเราเช่นกัน ในที่ซึ่ง idem พบกับ ipse คือ ที่ซึ่ง อัตตลักษณ์เรื่องเล่าได้เกิดขึ้น . . .

กล่าวได้ว่า หน่อความคิดเรื่องอัตลักษณ์เป็นพัฒนาการที่เกิดขึ้นหลังบุคคลสมัยใหม่ และนิยามเชิงสังคมศาสตร์ในที่นี่แนวคิดของ Foucault เรียกว่า หลักแห่งการน้อมรับเข้าสู่จิตใจ (self-Internalization of discipline) ในแห่งนี้ ตัวตนบุคคลมิใช่สารภัยภาพ แต่ที่จริงมันคือ การดำรงชีวิตช่วงหนึ่งของบุคคลที่สร้างความสัมพันธ์พื้นฐานกับโลกในขอบเขตของเขากันนั้นขึ้น มันจึงก่อร่างอัตลักษณ์ของเขากันมา เพื่อใช้ตัวอธิบายเพื่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อมของเขามุ่งมองอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบนี้ที่จะข้ามแนวคิดเชิงประกอบสร้างที่เกิดในระดับจิตใจมนุษย์ไปสู่อัตลักษณ์มุ่งไปสืบค้นสำรวจว่า การตัวอธิบายสิ่งต่างๆ ที่ไม่ใชมนุษย์ (ผู้วิจัย : สื่อผสม) นั้น ได้ส่งผลอย่างไรแก่อัตลักษณ์ของตัวตน . . .

การขยาย idem-identity กับ ipse-identity จากทฤษฎีเรื่องเล่าของ Paul Ricoeur นั้นต้องทำความเข้าใจว่าโดยพื้นฐานคือมุ่งมองที่ประสบเข้าด้วยกันจาก 2 ฝ่าย คือมุ่งมองบุคคลที่ 3 ใน idem-Identity เกิดขึ้นกับองค์กรรัฐและผู้ให้บริการ ด้วยข้อมูล ตัวบ่งชี้ (identifier) และ ipse-Identity มุ่งมองบุคคลที่ 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 “ทำให้เหมือนเป็นเข้าสู่นิรดิษ” (generalized other) เท่ากับว่า อัตลักษณ์ดิจิทัลของแต่ละปัจเจกบุคคลจะเป็นการร่างขึ้นผ่านความคิดของพวกราชเช่นเพื่อรับบุตัวตนผ่านการคิดว่า ผู้อื่นเห็นและระบุตัวพวกราช

เช่นนี้แล้ว idem และ ipse ก็เป็นสิ่งเดียวกัน ประสบ “ตัวตนภายนอก” กับ “ตัวตนภายใน” . . . ฉัน (I) มีอิสรภาพไม่อาจไปบังคับได้ ขณะที่ ตัวเอง (me) นั้น คือ การสร้างชุดข้อมูลพัฒนาที่เกิดใหม่อย่างต่อเนื่อง ในทุกๆ วันในสิ่งแวดล้อมโลก. . . idem-identity เป็นมุ่งมอง (ขึ้นกับกรณี) วัตถุวิสัย ใช้เพื่อทำการวิเคราะห์ ในเชิงวิทยาศาสตร์ เพื่อสร้างระบบระเบียบสามารถนำไปจัดแบ่งชนิดและ

จัดประเภทได้ ipse-Identity เป็นมุ่งมองประยุกต์ที่ 1 ที่เข้ากับ idem มีความต่อเนื่องและเหมือนกันกับตัวเอง (me) มองเห็นประสบการณ์ที่หลากหลายแบบปรากฏการณ์วิทยาที่เรียกว่า ประสบการณ์ใช้ชีวิต . . .

สรุปความสัมพันธ์ (เชิงตรรกะศาสตร์) ทั้งสองได้ว่า idem-identity คือความจำเป็นแต่ไม่เป็นเงื่อนไขที่เทียบต่อ ipse-identity . . . สำหรับ Descartes ในแนวคิดที่ว่า “Immediate” (ฉันคิดได้ ฉันจึงเป็นตัวฉัน) หรือการหยั่งรู้ของบุคคลที่สถานที่หนึ่ง ณ ที่แห่ง ความคาดหวัง 2 ทางนั้นได้ถูกแทนที่ด้วยการเข้าใจตัวเอง (self-understanding) ผ่านตัวกลาง เพราะเราเก็บข้อมูลตัวเราเองผ่านโลกที่ผู้อื่นก็เก็บข้อมูลของเรา

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

ข้อสรุปอัตลักษณ์แบบศาสตร์การตีความของ Mireille Hildebrandt

โครงการวิจัยอีฟไอเอสใช้เครื่องมือข้อมูลบุคคล การร่างอัตลักษณ์ (profiling) โดยอาศัยกระบวนการจัดการอภิข้อมูลเพื่อประสิทธิผลการจัดการ ฉันนั้น Hildebrandt et al. อนิบาลประเด็นความเป็นส่วนตัวไว้จากการเก็บข้อมูลอย่างไม่ใจจดเพื่ออัตลักษณ์ดิจิทัลที่ถูกต้องจึงต้องพัฒนาข้อจำกัดพุทธิกรรมผู้ใช้ระดับจิตสำนึก โจทย์ปัญหาจึงน่าจะเป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ที่มีข้อปัญหาแรงเสียดทานต่อต้านจากสังคม เมื่อขยายไปประเด็นอิสรภาพของการอ่านอัตลักษณ์โดยใช้คำตอบในแนวทางของ Foucault มุ่งมองโครงสร้าง-ผู้กระทำ “เสรีภาพจะปรากฏเห็นได้ในขอบเขตที่แน่นอน” และ “ไม่มีอิสรภาพใดที่ปราศจากขอบเขต” (Mireille Hildebrandt (VUB) 2008, p. 21) โดยเรื่องแรงเสียดทานต่อต้านการรวบรวมข้อมูลอัตลักษณ์ดิจิทัลระดับจิตใต้สำนึกนี้จะเป็นข้อถกเถียงที่ใหญ่และกว้างขวางกว่า

ประโยชน์ของงานวิจัยเป็นการรวมคำตามเข้าด้วยกันไว้ 2 ส่วน คือ “อะไร” และ “อย่างไร” ส่วนของ “อะไร” อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบอีฟไอเอสอธิบายหลักการรวบรวมข้อมูลโดยเครื่องจักรอัตโนมัติจากสื่อผสมแบบต่างๆ จากข้อมูลมากน้อยที่รู้ปร่างอันคงที่เพื่อมันเปลี่ยนแปลงไป

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

อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบศาสตร์การตีความ ไม่แบ่งตัวตนที่จำกัดโดยอุปกรณ์และออนไลน์อีกต่อไปแนวคิดเรื่องชีวิตแบบเรื่องเล่า (narrative life) จึงนำไปใช้สร้าง ป้ายสังคม (social labeling) และ การจัดกลุ่ม (social classification) แบบสังคมวิทยา (sociology) การทำเช่นนี้อย่างถูกต้องต้อง พึงพาแนวคิดกระบวนการเรียนรู้สู่ภายใน (self-Internalization) ของปัจเจกบุคคลตามจุดประสงค์ที่ใช้เพื่อการตีความและ จัดกลุ่มลักษณะบุคคลทำให้ริบบินเน้นความน่าจะเป็นของ คุณสมบัติบุคคลที่มีร่วมกันในสังคม ลักษณะอัตลักษณ์ ปัจเจกมาจากฐานที่สะท้อนมาจากการ์โลสสังคม

(5) อัตแล็กชันแบบแนวทางทฤษฎีทุนลังค์ของ Pierre Bourdieu

แนวคิดเรื่องทุนสัญลักษณ์ในงานของ Bourdieu มีมิติครอบจ้ำงานจากอิทธิพลงานของ Antonio Gramsci แนวทางมาร์ก ซึ่งชี้ว่าสังคมสมัยใหม่เปลี่ยนรูปแบบไปจาก การบังคับกดขี่ในยุคคลาสสิคมาสู่ลักษณะคุณค่าเชิงบวก ด้วย เพราะรูปแบบวิธีเช่นนี้ การปิดบังกลบเกลื่อนเศรษฐกิจ การเอรัดเอาเปรียบ กำไร ทุน และการครอบจ้ำร่วมกับวิธีปฏิสังสรรค์สัญลักษณ์นิยม จึงเกิดเป็น “ทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์” มีนัยยะที่กำกับโดยอาศัยการสมรู้ร่วมคิด ของคนในสังคมด้วยการทำให้ทั่วทุกคนไม่ทันเกมเพื่อแบ่ง การทำงานเป็น (1) จัดระเบียบเรียนรู้เข้าใจสังคม (2) ใช้สื่อสาร และสื่บทอดเพื่อบูรณาการโครงสร้างสังคม และ (3) เป็นเครื่องมือครอบจ้ำ ซึ่งพื้นฐานมุ่งเน้นยกระดับจากการเปรียบเทียบ คู่แข่ง ในความหมายมีต้นตอมาจากการขั้นโครงสร้างมุ่งเน้นยึดถือร่วม ความแตกต่าง (distinction) เพื่อใช้จำแนกแยกแยะสิ่งที่

ฝังอยู่ในระบบความโน้มเอียงที่เรียกว่า ยาบิทัส (habitus) ของบุคคลทุกคน ทฤษฎี Bourdieu ได้เสนอแนวคิดทุนเศรษฐกิจทุนวัฒนธรรม ทุนสังคม และทุนสัญลักษณ์ ที่ชี้ว่าสามารถมีการเปล่งทุนแยกย้ายถ่ายเทกันไปมาจากการความสัมพันธ์สังคมได้ ในแง่โครงสร้างทฤษฎีนิยาม วงการ (champ/field) ซึ่งเป็นสนามของการครอบงำอันเป็นพื้นที่ซึ่ง ยาบิทัสหรือแนวโน้มที่กำลังทำงานโดยเกิดขึ้นกับปัจเจกบุคคลอันเป็นผู้กระทำ (agent) ที่หล่อหลอมประสบการณ์กระบวนการเรียนรู้ประเมินคุณค่าต่างๆ จากโครงสร้างสังคม ผังเข้าไปในร่างกายจิตใจคนเรียกันว่าความเชื่อ (doxa) ทำให้ปัจเจกบุคคลถูกบังคับด้วยกฎระเบียบที่มีอยู่ในสังคม (เปรดพิจารณา นพพร ประชากร & ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข, 2007, pp. 51-93)

สื่อใหม่ในແພລວັດຮອງການບຣິໂນຄຸມກົງກົມກົງກົມສື່ວ່າ
ໃນປີ 2016 ຂໍ້ມູລສຽງປ່ວງເວລາແຕ່ລະນາທີໂດຍເຂົ້າຈາກ
24 ຊົ່ວໂມງ ບຣິກາຣຍຸທຸບມີຜູ້ຄົນຮັບໝວດໄວ້ຈາກທຳວິໄລກ
ມາກົດົງ 2.78 ລ້ານເຊື້ນ/ນາທີ ບຣິກາຣຍຸນັດແກຣມ ມີຜູ້ໃຊ້
ທີ່ກຳລັງສົ່ງກາພ (ສ່ວນໃໝ່ເກີ່ມຂຶ້ອງກັບເໜີ່ພື້ນ) ຄົງ 38,194
ຄົ້ນ/ນາທີແລະເຟັ້ນບຸກມີຜູ້ໃຊ້ສື່ວ່າທີ່ໃຊ້ຈານອອນໄລນ໌ມາກວ່າ
700,000 ບໍລິສີ/ນາທີ (LEBOEUF, 2016) ປະຊາກ
ຜູ້ໃຊ້ສື່ວ່າໃໝ່ຂ່າດມທີ່ມາກະຈາຍຕົວໄປໃນຫລາຍປະເທດ
ໂດຍເດັ່ນຫັດໃນກຸລຸມປະເທດເສັງນິຍົມໃໝ່ ໂລກທີ່ເຂື່ອມຕ່ອງ
ສື່ວ່າສາມາດເລັ່ນໜີ້ອັນດີໂຄຮັດສ້າງການສື່ວ່າສາມາດແກ້ວນໍາແສງ
ທີ່ເຂື່ອມຕ່ອງກັນມາຫລາຍທີ່ກະຈາຍຕົວໄປໃນຫລາຍປະເທດ
ເປັນສ່ວນໜີ້ຂອງກຳລັງການໃກ້ທຸນນິຍົມ ການບຣິໂນຄຸມຄັກລິກຕາດ
ການຄ້າ ແລະ ຮາຄາເຊິ່ງເຂື່ອມຕ່ອງກັບສັງຄົມບຣິໂນຄຸມບໍ່ໄດ້ມີຄຳ
ການປະຈາສັນພັນໃໂນ່ຍືນ

คำอธิบายของ Bourdieu ตามทฤษฎีทุน เริ่มที่ การแปรลุนประเพาท์ต่างๆ อันสะท้อนแรงขึ้นและจิตใจมนุษย์ ไปพร้อมกับการแปรลุนเชิงสัญลักษณ์กับทุนวัฒนธรรม เป็นต้น พื้นที่โครงสร้างสังคมบริโภคบนสื่อใหม่เป็นพื้นที่เปิด โอกาสของการถ่ายทอดนำเสนอตัวตน อัตลักษณ์ดิจิทัล ของปัจเจกบุคคลเป็นความท้าทายต่อผู้สังเกตการณ์ที่จะศึกษาภิจัตรของการเปลี่ยนร่ายถ่ายเทหุนชนิดต่างๆ ที่มี จดกลางเชื่อมต่อที่บัญชีผู้ใช้สื่อดิจิทัล โดยความเชื่อมโยง

ระหว่างร่างกายตัวตนของปัจเจกบุคคลกับการก่อร่างอัตลักษณ์ดิจิทัลที่ดำเนินไปเพื่อตอบสนองทุน สิ่งนี้จะนำไปสู่การศึกษาผลประโยชน์มิติต่างๆ ว่าประสิทธิผลที่แท้จริงการแลกเปลี่ยนทุนมีการโยงอย่างไร

ตัวอย่างเช่น การบริหารจัดการภาพลักษณ์ของวงการนักแสดงหรือชนชั้นภาพลักษณ์ทางสังคมสูง กลุ่มที่ทับซ้อนกับกลุ่มนี้สูงเรียกทับศัพท์เซลีบ (celebrities) ในการถ่ายทอดภาพชุดดิจิทัล/ ภาพการดำเนินชีวิตสังคมญาบีทัศย์อมสະท้อนแบบแพนวัฒนธรรมการบริโภคของกลุ่มรูปแบบหนึ่งไว้ ขณะเดียวกันข้อพิสูจน์ว่ากลุ่มนี้มีพลังจัดสรรจ์แนวแยกและมีอำนาจจากการครอบงำเป็นตัวแบบวิถีของการบริโภคสะท้อนระดับชั้นทุนเศรษฐกิจผ่านทุนสัญลักษณ์บนบัญชีสังคมเครือข่ายได้แก่ ยอดตัวเลขของผู้ติดตามรับข่าวสารในวิธีคิดทฤษฎีแบบทุนเชิงสัญลักษณ์ อธิบายความสำเร็จในการซิงพื้นที่สื่อชิงจานวนผู้ติดตาม สอดคล้องกับกลไกจำแนกแยกเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งใช้รูปการบริหารเสน่ห์อัตลักษณ์ (visual impression management) ด้วยปัจจัยเพศ สถานะสังคม วัฒนธรรม ความรู้สึกนึกคิดจิตใจตัวตน ค่านิยมสังคม บนพื้นฐานทุนสัญลักษณ์ได้

Bourdieu วิจารณ์ความรู้ 3 รูปแบบ คือ เจตจำนงนิยม จุลภาค และผู้กระทำที่มีเหตุผล โดยกล่าวถึงบัญชาดิวิธิยา เช่น การไม่สนใจบริบทสังคมของการศึกษาชาติพันธุ์ วรรณนาปฏิสัติสรรค์สัญลักษณ์นิยมและปรากฏการณ์นิยม ซึ่งไม่คำนึงการครอบงำสังคมจากด้านบน และการเน้นเหตุผลโดยไม่คำนึงกระบวนการหล่อหลอมสังคม (นพพร ประชากร & ชนิดา เสี่ยมไฟศาลสุข, 2007, pp. 106-108)

การก่อร่างอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบทุนสังคมข้อที่สำคัญคือ ไม่สามารถเป็นไปได้ที่ปัจเจกบุคคลหนึ่งจะถ่ายทอดทุกสิ่งทุกอย่างของตัวตนลงในสื่อดิจิทัลเครื่องมือเพื่อไว้สร้างเครื่องหมายแบบทุนเชิงสัญลักษณ์ ในทางเดียวกันทุนวัฒนธรรม ทุนเศรษฐกิจ และทุนสังคม ในทฤษฎีล่าวิถี คือการเชื่อมต่อระหว่างบทบาทตำแหน่งในสังคมที่ตัวตนปัจเจกบุคคลรวมไว้อยู่และดำเนินชีวิต เมื่อการถ่ายทอดเกิดขึ้นไปบนโลกออนไลน์ด้วยสื่อผสมจึงถือเป็นงานการใช้ศิลปะและมีต้นทุนกลยุทธ์การจัดวางการรับรู้ไปสู่

สาธารณะและผู้อื่น การเชื่อมต่อระหว่างตัวตน กับอัตลักษณ์ที่ปรากฏบนโลกออนไลน์กับโลกอินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นความท้าทายเป็นเพียงส่วนหนึ่งของกระบวนการถ่ายเทนุจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง ตัวอย่างเช่น การเปิดเผยเรื่องร่างและสิ่วคุณลักษณะของสตรีเลือดิม ที่มองเห็นว่า เป็นการโฆษณาสินค้าบนสื่อความเป็นไปได้ผลลัพธ์ไม่อาจด่วนสรุปว่าเป็นอำนาจของทุนนิยมเงินตราเป็นทุนของร่างกายพันธุกรรม เป็นคุณสมบัติสินค้าต่อผลการบริโภคตามที่โฆษณา กระทั้งเป็นอัตโนมัติเจตนาที่ยินยอมเผยแพร่เคล็ดลับความโดดเด่นและสุขภาวะของตัวตน สิ่งที่สรุปได้จากทฤษฎีทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์ คือ การบอกเล่าการดำเนินตัวในแบบหนึ่งแห่งหนึ่งของปัจเจกบุคคลที่เขามีความสามารถในการแปลงทุนแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง สังเกตการณ์ว่าผลประโยชน์เกิดขึ้นภายหลังอย่างไร เพื่อทราบว่าการแปลงทุนอนุญาตให้เกิดกลไกอะไรในวิถีของทุนนั้น และเกิดเพื่อความมุ่งหมายตัวตนในทางใดจุดที่ควรนิจฉัยคือกลยุทธ์การแปลงทุนตอบสนองจุดมุ่งหมายใด เพื่อรายได้ เพื่ออุดมการณ์ หรือเพื่อเชิงการเรียนรู้ประสบการณ์ ทั้งจิตใต้สำนึกและจิตสำนึก

อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบทุนสังคมเทียบกับวิธีอัตลักษณ์ดิจิทัลแบบอื่นแบบทุนสังคมมีตัวกำหนดแบบแพนของอัตลักษณ์หรือญาบีทัศที่ทำให้สามารถนิยามขอบเขตมิติที่ช่วยพิเคราะห์ตัวกำหนดกิจกรรมและความคิดผู้ใช้ไม่ว่าเกณฑ์ออนไลน์ กระดานข่าว สังคมเครือข่ายสื่อสังคมกิจกรรมสื่อได้พัฒนาทักษะคุ้นเคยกลุ่มผู้ใช้สื่อเฉพาะขั้นเมื่อการแปลงทุนแบบ Bourdieu อาศัยสนานและรูปแบบเกโคโนโลยีสื่อオンラインย่อมมีการแข่งขันและการปรับตัวด้วย เช่นกัน วงการ (field) คุ้มแข่งบริการถ่ายทอดสด บิโภติฟ์ บิโภติฟ์ เพชรบุรี บิโภติฟ์ เป็นต้น ต่างเปรียบเหมือนกับรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีการแข่งขันชิงกลุ่มผู้ชมที่ติดตามในช่วงเวลาที่ผู้ชมพร้อมโต้ตอบที่สุด อย่างการขอให้ผู้ชมช่วยกดไลค์ ช่วยติดตามรับชม เป็นต้น

ฉะนั้นแล้วการผ้าดูกระบวนการแปลงทุนจึงเป็นเหมือนการแสดงบนเวทีอย่างหนึ่งบนสื่อใหม่ ภายใต้โครงสร้างที่ทำให้อัตลักษณ์ผู้แสดงและผู้ติดตามชุม นิพัทธานของ

การอยู่ในพื้นที่เดียวกันและมีเงื่อนไขร่วมกันอีกนัยหนึ่ง บริบทพื้นที่สื่อใหม่และบริบทของการเลือกพื้นที่สื่อใหม่ โดยสังคมของกลุ่มผู้ใช้ที่มีรูปแบบแนวโน้มยาบิทสเดียวกัน ภายใต้ตัวตนผู้แปลงทุน

เรื่องที่สำคัญการแปลงทุนที่ประสบผลสำเร็จ เป็นอาชีพเกิดรายได้ ตัวอย่างเช่น การถ่ายทอดสด (live) บนบริการพีเก็ทที่ได้ผลตอบแทนจากจำนวนการติดตาม รับชมผู้ชมมีสิทธิจ่ายชำระเงินและส่งในรูปของขวัญ เชิงสัญลักษณ์ การผลิตภาพเคลื่อนไหวลงบนบริการยูทูบ ที่หลายคนสามารถเลือกพื้นที่เพื่อช่องหลัก (channel)

การสมัครติดตาม (subscribe) ได้รับส่วนแบ่งค่าโฆษณา และการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ให้ความสะดวกแก่ผู้ถ่ายทอดเนื้อหา ไปสู่กลุ่มผู้รับสารที่สามารถร่วมส่งเครื่องหมายแสดงอารมณ์ ของกลุ่มผู้ติดตามกำลังรับชมได้ เป็นต้น

อัตลักษณ์ดิจิทัลแบบทุนสังคมตามทฤษฎีของ Bourdieu โดยผู้เขียนเชิงให้คำอธิบายความเชื่อมโยงระหว่าง อัตลักษณ์ ดิจิทัลของ ตัวตน ผู้แปลงทุน กับกลุ่มผู้ติดตามชม ภายใต้ แนวโน้ม หรือยาบิทสเดียวกันบนพื้นที่สื่อสารการแสดง สัญลักษณ์โดยตัวตน และความเชื่อร่วมกันบางอย่างที่เป็น สาเหตุให้เกิดการแปลงทุน

ตารางเปรียบเทียบรูปแบบการศึกษาที่เกี่ยวข้องอัตลักษณ์ดิจิทัล

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 รับใช้ต่อ จิตใต้สำนึก	Hermeneutics Paul Ricoeur	พฤษิกรรม การใช้สื่อ
Donath (1998)	Behavioral Communication	Intension/Deception	Real/เว็บ 1.0	อัตลักษณ์แห่ง จุดประสงค์ ผลประโยชน์	Amotz Zahavi	พฤษิกรรม การใช้สื่อ
Wilson and Peterson (2002)	Ethnography	Context and Language	Online/Offline/เว็บ 1.0	อัตลักษณ์แสดง ตามความปรารถนา ของตัวตน	Structural Anthropology	ภาษา/ วัฒนธรรม บันสื่อ
Bernstein (2004)	Ethnography, Law	Case Studies	Online	อัตลักษณ์ทำหน้าที่ เล่าประสบการณ์ ของชีวิต	Hermeneutics Paul Ricoeur	กิจกรรมสื่อ สังคม
Macfadyen (2006)	Ethnography, Cultural Study	Identity and Visual Environment	Online/Offline/เว็บ 2.0	อัตลักษณ์คือจุด อ้างอิงหนึ่งตัวตน แต่เป็นจินตนาการ	Conception, Sociology	ตัวแบบและ ทฤษฎี
ເນື່ອຍໜ້າ ອີສະເຮັດ (2009)	Holistic	Media Interactions	Real	อัตลักษณ์ เกิดจาก แรงขับจิตวิญญาณ	Symbolic Interaction	ວັນນະຣາມສື່ອ
Zwart and Lindsay (2012)	Ethnography	Identity as Avatar and Visual Environment	Online/เว็บ 2.0	อัตลักษณ์ คืออวตาร ที่รับใช้ตัวตนปัจเจก	Structuration—Anthony Giddens	กิจกรรม สื่อสังคม
Hildebrandt et al. (2008)	Sociology-Symbolic Interaction	Individual	Real/เว็บ 2.0	อัตลักษณ์คือ บางส่วนของตัวตน- นำไปพิเคราะห์ส่วน ที่ถือเป็นตัวตนจริง	Hermeneutics Paul Ricoeur George Mead Foucault	ตัวแบบและ ทฤษฎี
ຜູ້ເຂົ້ານ	Social Capital	Individual	Real	อัตลักษณ์ คืออำนาจ ຢືນຢັນຈຸດໝາຍຕัวตน	Pierre Bourdieu	ທຸກໆ

การประยุกต์ใช้มโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัล

มโนทัศน์อัตลักษณ์ดิจิทัล สามารถใช้งานประยุกต์ตามเป้าประสงค์ในงานวิจัยสังคมโดยขึ้นอยู่กับการผสานองค์ประกอบเงื่อนไขหลายส่วนตัวอย่างประยุกต์เพื่อการเมืองการปกครองในงาน Hildebrandt et al. (2008) มีองค์ประกอบสำคัญอย่างระบบบริหารจัดการคอมพิวเตอร์ โครงข่ายสารสนเทศ และศาสตร์การจัดการอวิชั่นมูลเกี่ยวข้อง การสร้าง เครื่องจักรคิด (machine learning) เป็นบริบทเพื่อร่วบรวมข้อมูลส่วนบุคคล

การประยุกต์งานสาขาต่างๆ ของ Halperin and Backhouse (2009) จัดแบ่งกลุ่มประเภท ได้แก่ (1) Government (2) Healthcare (3) Commerce/Business (4) Finance และ (5) Research Focus การใช้เทคโนโลยีข่าวสารร่วมกับสังคมวิทยาเทคโนโลยีเป็นการวิจัยสหวิทยาการ ผสมผสานข้ามศาสตร์อย่างการจัดการเศรษฐศาสตร์ ทฤษฎีองค์การ จิตวิทยา สังคมวิทยา บริหารภาครัฐ รัฐศาสตร์ นโยบายสังคม เป็นต้น (Halperin & Backhouse, 2009, pp. 6-9)

การประยุกต์งานองค์กรย่อมตั้งอยู่บนข้อคำนึงหลายส่วนบุคคล ทรัพยากรการบริหารจัดการ อุปกรณ์ค่าনิยมสังคม ความรู้ และงบประมาณเป็นต้น เช่น การดำเนินงานองค์กรส่วนท้องถิ่นเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล เป็นการยกในทางปฏิบัติที่จะได้รับจัดสรรงบประมาณ

ได้ครบถ้วนที่สุดแก่ทุกหน่วยงานในทางเดียวกันองค์กรภาคเอกชนเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล ทรัพยากรย่อมหมายถึงความสามารถในการรักษาสภาวะการแข่งขันธุรกิจขนาดยักษ์ด้านข้อมูล ภูมิภาคหรือสังคมเครือข่ายเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ฯลฯ ทักษะการควบคุมการไหลเวียนข่าวสารการสกัดข้อมูล ต่างเกิดจากการลงทุนในทรัพย์สินทางปัญญาและสิทธิบัตร องค์กรระดับโลก OECD (Bernat, 2011; OECD, 2008, 2009, 2011) และ เอฟไอดีไอเอส (FIDIS) (Rannenberg et al., 2009) ออกแบบอัตลักษณ์ดิจิทัลเพื่องานนโยบายและ การศึกษาเชิงรัฐศาสตร์ การเมืองระหว่างประเทศ ในแนวทางลัทธิเสรีนิยมใหม่ (neoliberalism) โจทย์ของรัฐ คือ ควรพัฒนาสังคมและสภาพแวดล้อมทางนโยบาย

การตัดสินใช้ตัวแบบมโนทัศน์ที่เหมาะสมแบบใด จึงเริ่มที่การประเมินความเป็นไปได้ ด้วยข้อมูลบุคคล ในรัตนนี้นั้นเกิดขึ้นอย่างมากมายเกินนับได้โดยเฉพาะ จากการรัฐบาลสังคมบันสื่อใหม่นักวิจัยจึงสามารถเบรี่ยบเที่ยบ และเลือกใช้เครื่องมือเหมาะสมกับบริบทปัญหาเพื่อได้เห็น การสะท้อนตัวตนของผู้คนผ่านกระบวนการทัศน์แบบต่างๆ ที่ถูเกี่ยวนเสนอซึ่งในท้ายที่สุด มโนทัศน์เหล่านี้ก็เบรี่ยบ剩มือน วิธีการทำงาน “เง” ในจินตนาการของเหล่านักโภช ปรัชญาอนิพนธ์รีพับบลิกของเพลโลทีช่องคนกลุ่มนี้กำลังเห็นเงาพวกเขานั่งผ้าหงส์ให้และพยากรณ์

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 ปฐมบทแห่งอำนาจในวิถีสมัยใหม่ (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.จับกุมแก๊งโรมเมนส์แกรมหลอกตีสนิทหญิงไทยให้โอนเงิน. Retrieved from <http://news.thaipbs.or.th/ปอท.จับกุมเครือข่ายโรมเมนส์แกรมหลอกตีสนิทหญิงไทยให้โอนเงิน>

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 มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมราช, 1(1), 14.

เฉียรชัย อิศรเดช. (2009). อัตลักษณ์กับสื่อ : ตัวตนกับการสื่อสาร. *นิเทศศาสตรบริทัศน์*, 13(1), 15.

นพพร ประชาภุล, & ชนิดา เสจิยมไพบูลสุข. (2007). เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงลัญลักษณ์: กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์ คบไฟ, 2550 [2007] พิมพ์ครั้งแรก.

นฤมล คงชื่นสิน. (2013). การปรับตัวของนิตยสารในยุคหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) : กรณีศึกษา นิตยสาร ตกแต่งบ้าน my home. (มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

ปกรณ์ สิงห์สุริยา, คงกฤษ ไตรยวงศ์, & รชฎา สาตราธุร. (2013). เรื่องเล่า อัตลักษณ์ และความมุติธรรม ในปรัชญาของ ปอล ริเกอร์: สำนักพิมพ์คบไฟ.

รอชีม ปรามาท. (2011). โลกเครือข่าย อนาคตของอินเทอร์เน็ต. Bangkok: Post Books.