

Data for the People: How to Make Our Post-Privacy Economy Work for You.

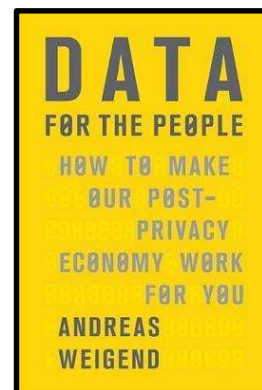
ISBN 978-046-504-469-6

คมกริช รุมดอน^{1*}

Komgrit Rumdon^{1*}

¹ หอสมุดจอห์น เอฟ. เคนเนดี สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประเทศไทย; John F. Kennedy Library, Office of Academic Resources, Prince of Songkla University, Thailand.

* Corresponding author email: komgrit.r@psu.ac.th



สังคมยุคปัจจุบัน ข้อมูลและกิจกรรมมีความหลากหลายและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นมหาศาล โดยเฉพาะในสังคมโลกออนไลน์ที่มีอัตราการใช้ข้อมูลทวีสูงขึ้นทุกปี ดังนั้นการนำข้อมูลมาใช้เพื่อเชื่อมโยงกันจากสื่อแหล่งต่าง ๆ รวมถึงการวิเคราะห์หาข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าเพื่อนำมาใช้ในเชิงธุรกิจ การขาย และการตลาด จะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และยังสร้างโอกาสทางธุรกิจได้อย่างมากมาย อาทิ ช่วยในการตัดสินใจจากการใช้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อนำไปสู่การคาดเดาพฤติกรรม สถานการณ์ โอกาสทางการตลาด วางแผนแคมเปญ และการเลือกสร้างคอนเทนต์ที่เหมาะสมต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงลดกระบวนการทำงานที่ซับซ้อนให้สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว และสร้างผลงานที่มีประสิทธิภาพได้มากขึ้น

สำหรับหนังสือเรื่อง Data for the People : How to Make Our Post-Privacy Economy Work for You แต่งโดย Andreas Weigend เป็นหนึ่งในหนังสือที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ โดยเนื้อหาในหนังสือมีการกล่าวถึงความสำคัญของการใช้ข้อมูล และการรู้เท่าทันของระบบจัดเก็บข้อมูลที่มีอยู่แพร่หลายในยุคสังคมออนไลน์ ซึ่ง Andreas Weigend ได้กล่าวถึงข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้นมาจากโซเชียล (Social data) ว่ามีขนาดใหญ่กว่าสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เนื่องจาก Social data รวมถึงข้อมูลที่ไม่ได้กำหนดเอง อาทิ ตำแหน่งสถานที่ หรือวันเวลาต่าง ๆ พร้อมด้วยการยกตัวอย่างในเรื่องการเก็บข้อมูลเพื่อสร้างแบบจำลองพฤติกรรมผ่านแอปพลิเคชัน หรือความนิยมของประโยคที่คุ้นหูอย่าง “บริษัทอาจทำการบันทึกการสนทนานี้เพื่อปรับปรุงการให้บริการ” หรือการที่ Amazon เพิ่มฟังก์ชันการแจ้งเตือนเมื่อมีการเลือกซื้อสินค้าซ้ำ การแนะนำสินค้าที่มาจากประวัติการค้นหา รวมถึงการรีวิวลผลิตภัณฑ์ ทั้งหมดนี้ถือว่าเป็นจุดเปลี่ยนในกระบวนการผลิตในภาคธุรกิจ และกลายเป็นมาตรฐานของอีคอมเมิร์ซในปัจจุบัน

นอกจากนี้ Andreas Weigend ได้ทำการแบ่งสิทธิ 6 ประการ โดยจำแนกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ สิทธิในการเพิ่มความโปร่งใสให้กับข้อมูล และสิทธิการเป็นตัวแทนให้ผู้ใช้ข้อมูล ตามบทของหนังสือซึ่งมีรายละเอียดของเนื้อหา ดังนี้

ส่วนที่ 1 สิทธิในการเพิ่มความโปร่งใสให้กับข้อมูล (The rights to increase refineries' transparency) ในส่วนที่ 1 นี้ เป็นการกล่าวถึงความโปร่งใสของข้อมูล ซึ่งความโปร่งใสของข้อมูลนี้หมายถึง สิทธิในการรับรู้ข้อมูลส่วนบุคคล อาทิ การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ การระบุสถานที่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ใช้ อย่างไรก็ตาม สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลนั้น ผู้อ่านอาจจำเป็นต้องตั้งคำถามว่า “ข้อมูลของคุณกินความหมายแค่ไหน” และในโลกออนไลน์ ข้อมูลของเราอาจจะมีการเชื่อมโยงกับข้อมูลของคนอื่นอย่างซับซ้อน ตัวอย่างเช่น ระบบ DeepFace ของเฟซบุ๊ก ที่สามารถแท็กบุคคลในภาพที่รู้จักโดยอัตโนมัติ ทั้งนี้ในส่วนของหัวข้อนี้ ผู้เขียนได้ตั้งคำถามที่น่าสนใจเอาไว้ คือ “ระบบอัตโนมัติดังกล่าวถือเป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัวของบุคคลในภาพหรือไม่”

1) สิทธิในการเข้าถึงข้อมูล (The right to access your data) มีการกล่าวถึงในบทที่ 1 ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงสิทธิขั้นพื้นฐานของข้อมูลทุกประเภท ซึ่งเป็นการยกตัวอย่างของประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศแถบฝั่งทวีปยุโรป โดยมีการกล่าวถึงการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้ในองค์กรต่าง ๆ สามารถกระทำได้ แต่อย่างไรก็ตาม สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลนั้น ผู้อ่านอาจจำเป็นต้องตั้งคำถามว่า “ข้อมูลของคุณกินความหมายแค่ไหน” และในโลกออนไลน์ ข้อมูลของเราอาจจะมีการเชื่อมโยงกับข้อมูลของคนอื่นอย่างซับซ้อน ตัวอย่างเช่น ระบบ DeepFace ของเฟซบุ๊ก ที่สามารถแท็กบุคคลในภาพที่รู้จักโดยอัตโนมัติ ทั้งนี้ในส่วนของหัวข้อนี้ ผู้เขียนได้ตั้งคำถามที่น่าสนใจเอาไว้ คือ “ระบบอัตโนมัติดังกล่าวถือเป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัวของบุคคลในภาพหรือไม่”

2) สิทธิในการตรวจสอบระบบ (The right to inspect data refineries) มีการกล่าวถึงในบทที่ 2 ซึ่งเป็นการกล่าวถึงประเด็นของการตรวจสอบข้อมูลของตนเองได้ แต่ประเด็นที่น่าสนใจในข้อนี้คือ “ในโลกออนไลน์ ไม่รู้ว่าข้อมูลที่ได้ดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และรูปภาพ จะมีบุคคลอื่นเข้าถึงข้อมูลไปใช้เพื่อผลประโยชน์ของบุคคลหรือองค์กรอย่างไร” อาทิ การเสนอขายประกันหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท และการส่งต่อข้อมูลส่วนตัวของเราเพื่อให้บริษัทคู่ค้า ดังนั้น ประเด็นดังกล่าวของผู้เขียนจึงทำให้ผู้อ่านอาจต้องหันกลับมาพิจารณาถึงสิทธิในการตรวจสอบการใช้ข้อมูล และการจัดการข้อมูลของตนเอง

ส่วนที่ 2 สิทธิที่การมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน (The right to increase user' agency) ในส่วนที่ 2 นี้ เป็นการกล่าวถึงการจัดการหรือแก้ไขข้อมูลของตนเอง ซึ่งผู้เขียนได้แบ่งสิทธิการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานออกเป็น 4 สิทธิ คือ

1) สิทธิในการปรับแก้ข้อมูล (The right to amend data) มีการกล่าวถึงในบทที่ 3 โดยในบทนี้ Andreas Weigend กล่าวถึงสิทธิในการปรับแก้ไขข้อมูล เป็นการแบ่งปันข้อมูลใหม่ที่ถูกแก้ไขมาจากข้อมูลเดิม เพื่อให้บุคคลหรือบริษัทนำข้อมูลที่ถูกต้องมาดำเนินการที่จะนำมาซึ่งผลประโยชน์ของเจ้าของข้อมูล อาทิ การแลกคะแนนการซื้อสินค้า หรือการลั่นรางวัล เป็นต้น

2) สิทธิในการเบลอลข้อมูล (The right to blur your data) มีการกล่าวถึงในบทที่ 4 ซึ่งผู้เขียนสะท้อนให้เห็นถึงการให้อำนาจกับผู้ใช้ข้อมูล โดยจะต้องมีการกำหนดระดับของรายละเอียดข้อมูลที่จะแบ่งปัน

หรือที่เรียกว่า “เบลอ” แต่อย่างไรก็ตาม หากผู้ให้ข้อมูลให้ข้อมูลที่ไม่เพียงพอต่อผู้รับ ก็อาจเกิดโอกาสที่จะได้รับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่ตรงกับความต้องการก็จะยิ่งน้อยลงเช่นกัน โดยในประเด็นนี้ สะท้อนให้เห็นว่า ข้อมูลหรือสารสนเทศที่ตรงและเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้ยังคงเป็นสิ่งที่จำเป็น และสำคัญต่อการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

3) สิทธิในการทดลองข้อมูล (The right to experiment with the refineries) มีการกล่าวถึงในบทที่ 5 ซึ่งผู้เขียนกล่าวถึง สิทธิในการเล่น และได้ขยายความเพิ่มเติมว่าเป็นการเล่นกับความเป็นไปได้ต่าง ๆ ที่ผ่านการให้สิทธิของผู้ใช้ในการทดลอง ค้นหา เพื่อให้ให้นักวิทยาศาสตร์ข้อมูล ในองค์กรไปใช้ในการจัดการกับข้อมูล ซึ่งจากประเด็นดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผู้เขียน ได้มีการกล่าวถึงนักวิทยาศาสตร์ข้อมูล ซึ่งเป็นอาชีพที่กำลังอยู่ในกระแสนิยมของสังคมยุคปัจจุบัน ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า ผู้เขียนได้มองเห็นอนาคตภาพและความสำคัญของอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลไว้มาก่อนล่วงหน้าแล้ว

4) สิทธิในการรับส่งข้อมูล (The right to port your data) มีการกล่าวถึงในบทที่ 6 ซึ่งผู้เขียนได้กล่าวถึงคุณค่าของข้อมูลไว้คือ “ข้อมูลจะมีคุณค่าหรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ข้อมูลว่ามีความสามารถในการนำข้อมูลไปวิเคราะห์ได้แค่ไหน” โดยองค์กรต่าง ๆ ต้องสามารถให้ผู้ใช้งานเข้าถึงข้อมูล และสามารถนำข้อมูลออกมาเพื่อใช้หรือส่งต่อเพื่อประโยชน์ของตนเองได้ จากข้อความข้างต้นสอดคล้องกับคุณสมบัติที่ดีของสารสนเทศ กล่าวคือ สารสนเทศที่ดีนั้นจะต้องมีการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน สังคม หรือองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากหนังสือเล่มนี้ โดยสรุปแล้วพบว่า เป็นหนังสือที่ผู้เขียนได้สะท้อนคุณค่าของข้อมูลได้เป็นอย่างดี มากไปกว่านั้นผู้เขียนยังสะท้อนให้เห็นถึงอนาคตภาพของอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูล ความหลากหลายของข้อมูล ข้อมูลสิทธิส่วนบุคคล รวมถึงการมีส่วนร่วมในการป้องกันหรือการแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กร โดยสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กรต่าง ๆ สำหรับการนำข้อมูลของผู้ใช้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดจากข้อมูลมหาศาล (Big data) ที่จัดเก็บอยู่ในระบบขององค์กรซึ่งถือได้ว่าเป็นคลังทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual repository) ขององค์กร แต่อย่างไรก็ตามการที่บุคคล หรือองค์กรจะนำข้อมูลไปใช้ ต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล และยินยอมที่จะให้นำข้อมูลไปใช้ ตามวัตถุประสงค์ ซึ่งถึงได้ว่าเป็นจริยธรรมขั้นพื้นฐานที่สำคัญในยุคสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้ในปัจจุบัน ข้อมูลส่วนใหญ่จะอยู่ในโลกสังคมออนไลน์ รวมไปถึงข้อมูลส่วนตัว ดังนั้น ประชาชนจำเป็นต้องมีทักษะการรู้ดิจิทัล หรือ “Digital literacy” ร่วมด้วย เนื่องจากโลกกำลังอยู่ในยุคที่ผู้เขียนเรียกว่าเป็น “Post-privacy economy” แล้วจริง ๆ

เอกสารอ้างอิง

Bookdepository. (2017). **Data for the people: how to make our post-privacy economy work for you.**

Retrieved 30 November 2021, from <https://www.bookdepository.com/Data-for-the-People/9780465044696>

Weigend, Andreas. (2017). **Data for the people: how to make our post-privacy economy work for you.**

US: Basic Books, Inc.