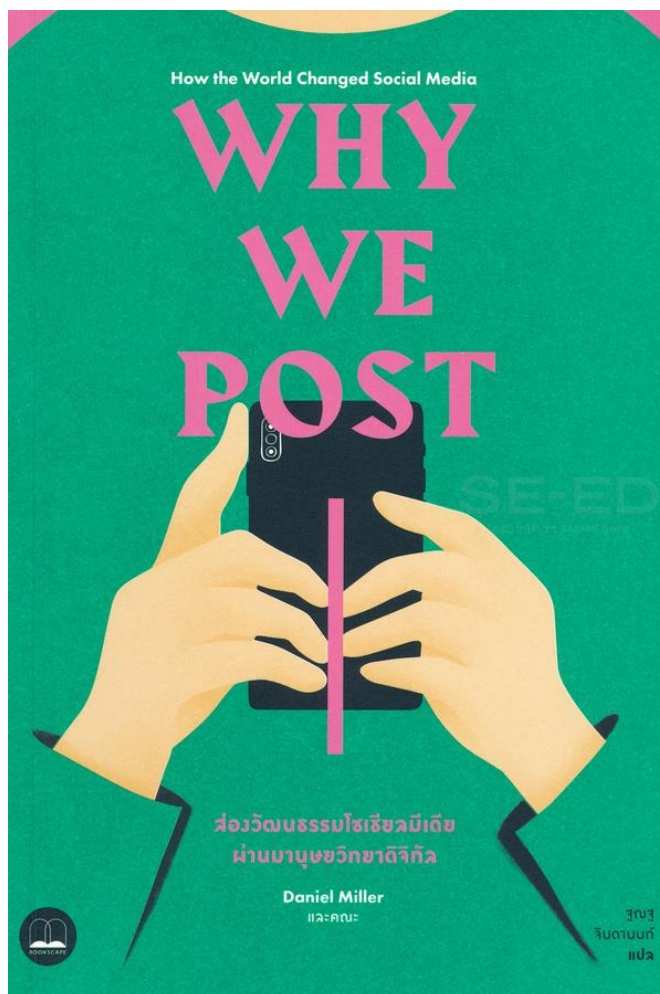


SERIES มานุษยวิทยาดิจิทัล

Why We Post: ส่องวัฒนธรรมโซเชียลมีเดียผ่านมานุษยวิทยาดิจิทัล

เขียนโดย Daniel Miller และคณะ



หนังสือ Why We Post : ส่องวัฒนธรรมโซเชียลมีเดียผ่านมานุษยวิทยาดิจิทัล
มีให้บริการที่ห้องสมุดศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร

Why We Post: ส่องวัฒนธรรมโซเชียลมีเดียผ่านมานุษยวิทยาดิจิทัล คือ ผลงานของแดเนียล มิลเลอร์ (Daniel Miller) ศาสตราจารย์ด้านมานุษยวิทยาแห่ง University College London ร่วมกับนักมานุษยวิทยาอีก 8 คน ถ่ายทอดประสบการณ์การลงพื้นที่ศึกษา 9 แห่งทั่วโลกเพื่อสำรวจการใช้โซเชียลมีเดีย และศึกษาบทบาทโซเชียลมีเดียในชีวิตประจำวันของผู้คน ซึ่งหนังสือเล่มนี้จะสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของผู้คนในพื้นที่ศึกษาแต่ละแห่งว่าพวกเขาใช้โซเชียลมีเดียเพื่ออะไร สาเหตุของการโพสต์ภาพหรือข้อความต่างๆ คืออะไร เช่น เพื่อประโยชน์ทาง

การค้า เป็นช่องทางสำหรับศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และต้องการมีส่วนร่วมทางสังคม เป็นต้น

ในปัจจุบันโซเชียลมีเดียไม่ใช่เป็นแค่ช่องทางการสื่อสาร แต่เป็นที่ที่เราใช้เข้าสังคม เป็นสถานที่อีกแห่งหนึ่งที่ผู้คนเข้าไปใช้ชีวิต ควบคู่ไปกับชีวิตในที่ทำงาน ในบ้าน และในชุมชน ด้วยเหตุนี้ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเทคโนโลยียุคดิจิทัลจึงเป็นเรื่องสำคัญที่นักมานุษยวิทยา ดิจิทัลต้องพยายามทำความเข้าใจถึงบทบาทและผลกระทบของเทคโนโลยีที่มีต่อมนุษย์ และหาคำตอบว่าบริบทต่างๆ เช่น งาน การศึกษา ความสุข ความสัมพันธ์ การเมือง ส่งผลกระทบต่อสิ่งที่ “โพสต์” ลงบนโซเชียลมีเดียอย่างไรบ้าง

“ทำไมเราจึงโพสต์ในโซเชียลมีเดีย และโซเชียลมีเดียทำให้เรามีความสุขมากขึ้นจริงหรือ?”

คำถามที่แดเนียล มิลเลอร์ (Daniel Miller) ศาสตราจารย์ด้านมานุษยวิทยาแห่ง University College London ผู้ที่บุกเบิกการศึกษามานุษยวิทยาดิจิทัล ร่วมกับนักมานุษยวิทยาอีก 8 คน ได้พยายามหาคำตอบผ่านโครงการ “Why We Post” โครงการวิจัยที่ศึกษาการใช้โซเชียลมีเดียจาก 9 พื้นที่ทั่วโลก ได้แก่ บราซิล ชิลี จีน (เขตชนบท) จีน (เขตอุตสาหกรรม) อังกฤษ อินเดีย อิตาลี ตรินิแดด และตุรกี เพื่อทำความเข้าใจบทบาทของโซเชียลมีเดียในชีวิตประจำวันของผู้คน ศาสตราจารย์แดเนียล และคณะนักวิจัยมองว่า ในปัจจุบัน โซเชียลมีเดียไม่ได้เป็นแค่ช่องทางการสื่อสารเท่านั้น แต่เป็นที่ที่เราใช้เพื่อเข้าสังคม และได้กลายเป็นหนึ่งเดียวกับชีวิตประจำวันของเราไปแล้ว ซึ่งหากจะศึกษาการใช้และผลลัพธ์ที่ตามมาของโซเชียลมีเดีย ไม่ควรเน้นศึกษาโซเชียลมีเดียในฐานะแพลตฟอร์มที่คนใช้โพสต์ แต่ควรมุ่งศึกษาเนื้อหาที่คนโพสต์ลงในแพลตฟอร์มเหล่านี้ ซึ่งเนื้อหาที่โพสต์จะแตกต่างกันมากในแต่ละพื้นที่ และพยายามทำความเข้าใจโซเชียลมีเดียจากมุมมองของผู้ใช้

เนื้อหาของหนังสือเล่มนี้จะอ้างอิงผลการวิจัยของนักมานุษยวิทยา 9 คน ที่แต่ละคนใช้เวลากว่า 15 เดือน สืบหาการใช้โซเชียลมีเดียและผลที่ตามมาในพื้นที่ต่างๆ ซึ่งเนื้อหาแทบทั้งหมดเป็นการเปรียบเทียบสิ่งที่พบในพื้นที่แต่ละแห่ง โดยมีประเด็นหลักของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ 10 ประการ ได้แก่ **การศึกษาและคนหนุ่มสาว การงานและการค้า ความสัมพันธ์ในโลกออนไลน์และออฟไลน์ เพศสภาพ ความเหลื่อมล้ำ การเมือง ภาพ บัจเจกนิยม โซเชียลมีเดียทำให้คนมีความสุขขึ้นไหม** และประเด็นสุดท้าย คือ **อนาคต** โดยในแต่ละประเด็นจะมีข้อค้นพบที่สำคัญ ซึ่งในหลายประเด็นนับว่าเป็นความรู้ใหม่และขัดกับความเชื่อดั้งเดิมเกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย

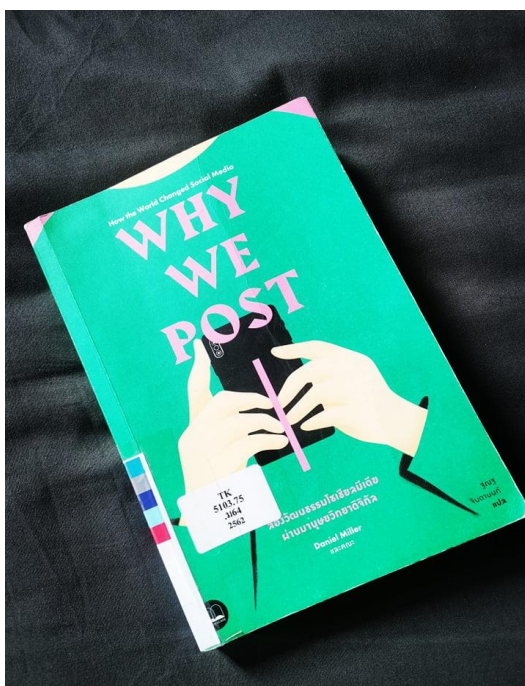
ยกตัวอย่างในประเด็น **ความสัมพันธ์ในโลกออนไลน์และออฟไลน์** เนื่องจากโซเชียลมีเดียได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้คนอย่างแยกไม่ออก จึงทำให้เกิดความกังวลว่า ความสัมพันธ์บนโซเชียลมีเดียจะเข้ามาแทนที่การปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ในโลกออฟไลน์ ดังนั้น การศึกษาวิจัยนี้

จึงได้พยายามศึกษาความสัมพันธ์ทั้งหลายที่เกิดขึ้นทั้งในโลกออนไลน์และออฟไลน์ ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อนที่โรงเรียน เพื่อนที่ทำงาน ไปจนถึงความสัมพันธ์ทางสังคมในละแวกบ้านนั้น ซึ่งในแทบทุกกรณี พบว่า การปฏิสัมพันธ์บนโลกออนไลน์ก็เป็นแง่มุมหนึ่งของความสัมพันธ์เดียวกันในโลกออฟไลน์นั่นเอง ซึ่งทำให้เห็นว่าโซเชียลมีเดียช่วยเผยให้เห็นว่า การสื่อสารและความเป็นสังคมนั้นต้องอาศัยสื่อกลาง ไม่เว้นแม้แต่การสื่อสารแบบพบหน้ากัน ในบางสังคม เช่น ตรินิแดด ผู้ใช้มองว่าโซเชียลมีเดียอาจสะท้อนความจริงได้มากกว่าการสังเกตคนรอบตัวในโลกออฟไลน์ ทำให้คนได้เห็นตัวตนของกันและกันมากขึ้น หรือในบางสังคม เช่น ในพื้นที่ศึกษาบราซิลและตรินิแดด โซเชียลมีเดียช่วยเสริมสร้างการผูกสัมพันธ์กับเพื่อนของญาติมิตร ส่วนในที่อื่นๆ เช่น ในพื้นที่ศึกษาชนบทของจีน โซเชียลมีเดียช่วยสร้างความสัมพันธ์ใหม่ๆ รวมถึงการผูกมิตรกับคนแปลกหน้าด้วย

ประเด็นต่อมาที่จะยกตัวอย่าง คือ **ปัจเจกนิยม** เช่น ในหลายพื้นที่ ได้แก่ อิตาลี ตุรกี อังกฤษ บราซิล หรือชนบทของจีน โซเชียลมีเดียไม่ได้เป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้คนมีความเป็นปัจเจกมากขึ้นอย่างที่เข้าใจ แต่ในทางตรงกันข้าม กลับทำให้เป็นปัจเจกบุคคลน้อยลง และหันไปเชื่อมต่อกับชุมชนมากขึ้น อีกหนึ่งในข้อค้นพบ คือ ผู้คนในแต่ละพื้นที่มองความเป็นส่วนตัวแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง เช่น คนอังกฤษที่อยู่ในลอนดอน มองว่าโซเชียลมีเดียทำให้ตัวเองสูญเสียความเป็นส่วนตัวไป แต่สำหรับคนจีน โซเชียลมีเดียกลับเป็นที่ที่พวกเขาได้รู้จักความเป็นส่วนตัวแบบที่ไม่เคยเป็นมาก่อน เพราะในชีวิตประจำวันพวกเขาต้องแชร์ทุกอย่างกับคนอื่น ดังนั้น สำหรับคนจีน โซเชียลมีเดียจึงถือว่าเป็น ‘จุดกำเนิดของความเป็นส่วนตัว’ เลยก็ว่าได้

อีกหนึ่งในประเด็นหลัก ที่เป็นคำถามพื้นฐานที่สำคัญของโครงการวิจัยนี้ คือ **โซเชียลมีเดียทำให้คนมีความสุขขึ้นไหม** จากการศึกษาวิจัยของศาสตราจารย์แดเนียลและคณะนักวิจัย พบว่า คำตอบของผู้คนที่มีต่อคำถามนี้แตกต่างกันอย่างมากตามแต่ละพื้นที่ศึกษา แต่อย่างไรก็ตามในพื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่ผู้คนมักบอกว่าโซเชียลมีเดียไม่ได้ทำให้พวกเขามีความสุขมากขึ้นหรือน้อยลง ด้วยสาเหตุที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป เช่น คนจีนมีความรู้สึกกับโซเชียลมีเดียหรือสื่อใหม่ๆ เหล่านี้ในทางบวก เพราะรัฐบาลจีนได้ส่งเสริมสื่อใหม่ในฐานะหัวหอกของความทันสมัย ทำให้ผู้คนจำนวนมากรู้สึกว่าโซเชียลมีเดียทำให้พวกเขามีความสุขมากขึ้น บางคนในพื้นที่อินเดียใต้และตุรกีอาจรู้สึกว่าการพูดว่าตัวเองมีความสุขเพราะโซเชียลมีเดีย นั้น เป็นการบอกรับตัวเองออกจากสถานะของตนในระบบคุณค่าดั้งเดิมซึ่งเชื่อมโยงกับครอบครัวหรือวรรณะ จึงอาจส่งผลให้คนในพื้นที่ตอบว่าโซเชียลมีเดียทำให้ตัวเองมีความสุขน้อยลงในสัดส่วนค่อนข้างสูง ซึ่งศาสตราจารย์แดเนียล เคยให้สัมภาษณ์กับทีมงาน 101 (วันโอวัน) เกี่ยวกับประเด็นนี้ และได้ลงบทสัมภาษณ์ไว้ในเว็บไซต์ www.the101.world ว่า

“ในชีวิตประจำวัน เราทุกคนสามารถยกตัวอย่างได้มากมายว่า โซเชียลมีเดียไหนทำให้เรามีความสุข อันไหนทำให้เราไม่มีความสุข แต่หากจะสรุปแก่นของโซเชียลมีเดียในเรื่องความสุขคือ ความง่ายในการเชื่อมต่อ (easiness to connect) การเชื่อมต่อกับคนใกล้ชิด ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน หรือคนรัก มีแนวโน้มที่จะทำให้เรามีความสุขมากขึ้น ความเครียดน้อยลง นี่เป็นด้านที่ดี แต่ในอีกทางหนึ่ง โซเชียลมีเดียก็ทำให้เชื่อมกับสิ่งที่เราเครียดได้ง่ายด้วยเช่นกัน เช่น การทำให้เราต้องเปรียบเทียบกับคนอื่นอยู่เสมอ”



หนังสือ Why We Post : ส่องวัฒนธรรมโซเชียลมีเดียผ่านมานุษยวิทยาดิจิทัล
มีให้บริการที่ห้องสมุดศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร

นอกจากสองประเด็นที่ยกตัวอย่างมาข้างต้นนั้น ยังมีประเด็นอื่นๆ ที่น่าสนใจอีกหลายประเด็นที่ศาสตราจารย์แดเนียลและทีมวิจัยได้ร่วมกันศึกษาผ่านโครงการ “Why We Post” เช่น ประเด็นทางการงานและการค้า การเมือง การศึกษาความสัมพันธ์ในโลกออนไลน์และออฟไลน์ เป็นต้น ซึ่งประเด็นเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อการ “โพสต์” ลงบนโซเชียลมีเดียทั้งสิ้น ซึ่งอย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยในแต่ละประเด็นนั้น ชี้ให้เห็นว่าการทำความเข้าใจโซเชียลมีเดียต้องคำนึงด้วยว่าเรากำลังทำความเข้าใจในบริบทแบบไหน เพราะบางครั้งการศึกษาในประเด็นเดียวกันในต่างสถานที่ กลับทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงข้ามกัน

“หนังสือเล่มนี้จะแสดงให้เห็นว่า โซเชียลมีเดียไม่ใช่เครื่องมือตายตัวที่อยู่ในกรอบของเทคโนโลยี แต่เป็นสิ่งที่พร้อมจะยืดหยุ่นได้ตามสังคมและวัฒนธรรมที่ดำรงอยู่ เพราะถึงที่สุดแล้วใช้เพียงโซเชียลมีเดียฝ่ายเดียวที่เปลี่ยนโลก แต่โลกเองที่เปลี่ยนโซเชียลมีเดียไปในแบบที่เราอาจคาดไม่ถึงถึงเช่นกัน”

จากปกหลังของหนังสือ Why We Post: ส่องวัฒนธรรมโซเชียลมีเดียผ่านมานุษยวิทยา
ดิจิทัล

หนังสือเรื่องนี้รวมถึงหนังสือที่ว่าด้วยเรื่องมานุษยวิทยาดิจิทัลพร้อมให้บริการที่ห้องสมุด
ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) สำหรับผู้ที่สนใจสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ห้องสมุด
หรือติดต่อเพื่อขอยืมหนังสือผ่านทาง Facebook Fanpage: ห้องสมุด ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร –
SAC Library และ Line: @sac-library

ผู้รีวิว

ปริญฉัตร เวทยานุกุล

บรรณารักษ์ ห้องสมุดศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)