



## สายตาแบบอาณานิคม (Colonial Gaze) ในโฆษณา Apple

### เนื้อหาในโฆษณา

โฆษณาของ Apple เรื่อง The Underdogs: OOO (Out Of Office) เล่าเรื่องนักธุรกิจชาวอเมริกันรายหนึ่งชื่อแซดต้องการจ้างบริษัทผลิตบรรจุภัณฑ์ทำกล่องจำนวนมากในเวลาสั้น แต่บริษัทของเดวิดและเพื่อน (ไบรอัน, บริดเจต และแมรี) ไม่สามารถหาโรงงานที่ผลิตกล่องได้ตามความต้องการ พวกเขาจึงเสนอให้หาโรงงานในประเทศไทย จากนั้นจึงเดินทางมายังประเทศไทย เพื่อติดต่อโรงงานให้ผลิตกล่องจำนวน 1 ล้านกล่องในเวลา 10 วัน ระหว่างการเดินทางบนเครื่องบิน พวกเขาเรียนคำในภาษาไทยจาก Apple โดยการคลิกในโปรแกรมแปลภาษา จะมีเสียงพูดเป็นภาษาไทยเปล่งออกมาทันที เมื่อถึงสนามบินในกรุงเทพฯ พวกเขาก็ต้องพบกับเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองและอธิบายเหตุผลว่ามาประเทศไทยเพื่อติดต่อโรงงานที่ผลิตกล่อง ภาพสนามบินที่ปรากฏอยู่ในโฆษณาค่อนข้างเหมือนอาคารเก่าที่ใช้งานในช่วง พ.ศ.2510-2520 มิใช่เป็นสนามบินสุวรรณภูมิที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่นในปัจจุบัน ระหว่างที่เดวิดและเพื่อนรอกระเป๋าเดินทางที่สนามบิน เขาพบว่ามีกระเป๋าใบหนึ่งหายไปจึงไปติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของไทย ในฉากนี้เดวิดพูดกับเจ้าหน้าที่คนไทยที่ชื่อ “แฮปปี้” ว่าเขาหงุดหงิดและเหนื่อยมากที่รู้ว่ากระเป๋าหายไป เจ้าหน้าที่บอกเขาว่าอย่ากังวลจะตามหากระเป๋าของเขาคืนมา การแต่งตัวของเจ้าหน้าที่ไทยดูเหมือนแฟชั่นในทศวรรษ 1970 ไม่ตรงกับเครื่องแต่งกายของเจ้าหน้าที่สนามบินในปัจจุบัน

เดวิดบ่นว่ากระเป๋าที่หายไปมีเสื้อผ้าของเขา ถ้าหากระเป๋าไม่เจอ เขาจะไม่มีเสื้อผ้าใส่ เจ้าหน้าที่จึงแนะนำให้เดวิดไปพบกับญาติคนหนึ่ง จากนั้นเดวิดและทีมงานมาขึ้นรถแท็กซี่ซึ่งมีสภาพเก่า คนขับแท็กซี่ถามว่าจะไปไหน เดวิดตอบว่าจะไปโรงแรม Sunrise Paradise Resort โดยพูดเป็นภาษาอังกฤษผ่านโทรศัพท์แอปเปิ้ลที่แปลเป็นภาษาไทย เมื่อคนขับแท็กซี่ได้ยินก็หัวเราะออกมา โรงแรมเชื่อนี้ไม่มีจริงในกรุงเทพฯ ภาพต่อมาจะเห็นการจราจรในกรุงเทพฯ และตึกเก่า ๆ พร้อมสายไฟตามถนนที่ระโยงระยางเกะกะไร้ระเบียบ และมีเสียงบีบแตรรถที่หนวกหู ภาพตัดมาที่โรงแรม Sunrise Paradise Resort ซึ่งถูกทำให้เป็นอาคารเก่าสูงประมาณ 4 ชั้น ทาสีแดงซีด ๆ และป้ายชื่อโรงแรมเป็นภาษาอังกฤษที่ขุ่นสนิม เมื่อเดวิดกับเพื่อนมาเห็นสภาพโรงแรม พวกเขาก็ร้องอุทานว่ามันเป็นที่ที่ดีหรือเปล่า ดูเหมือนจะบ่งบอกว่าโรงแรมในกรุงเทพฯ ซอมซ่อสกปรกไม่เหมาะแก่การพักอาศัย เมื่อเข้าไปในห้องพัก พวกเขาถือสารออนไลน์กับเพื่อนชื่อไบรอันที่นอนอยู่ที่บ้านในอเมริกา เมื่อไบรอันเห็นภาพห้องพักในประเทศไทยก็ส่งเสียงร้องด้วยความขยะเขยง ในขณะที่แมรีก็พูดว่าเธอรู้สึกคลื่นไส้ อยากจะอ้วกออกมา

สภาพห้องพักในโรงแรม มีสภาพเหมือนโรงแรมราคาถูก มีเตียง ตู้และเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้เก่า เมื่อเปิดเข้าไปในห้องน้ำ พบว่ามีฝรั่งคนหนึ่งกำลังตากผ้าอยู่ เดวิดกับเพื่อนจึงตัดสินใจ

เปลี่ยนโรงแรมที่ใหม่กว่า จากต่อมาจะเห็นเดวิดและเพื่อนเดินเข้ามาในโรงแรมใหม่ซึ่งเหมือนเป็นที่ ออกแบบเมื่อราว 40-50 ปีก่อน จากนั้นจะเป็นฉากในร้านอาหาร แมรีและบริดเจ็ตหยิบเมนูอาหาร ที่เป็นภาษาไทยมาพร้อมกับใช้โทรศัพท์ไอโฟนส่องไปที่ชื่ออาหาร และทำการกดปุ่มแปลเป็น ภาษาอังกฤษ ลักครูเดวิดก็เดินเข้ามาพร้อมกับใส่กางเกงขาสั้นสีเหลืองและเสื้อยืดสีดำมีรูปช้างและ คำว่า Sawasdee Thailand ทั้งแมรีและบริดเจ็ตร้องอุทานด้วยความแปลกใจเมื่อเห็นเดวิดเปลี่ยน ชุด จากต่อมาเป็นการนอนอยู่บนเตียงของเดวิด บริดเจ็ต และแมรี พวกเขาแซทคุยกันว่านอนไม่ หลับ พวกเขาจึงตื่นมาเล่นโน้ตบุ๊ก เดวิดดูการ์ตูน บริดเจ็ตดูรายการโยคะ แมรีดูสารคดีสัตว์โลก บรรยากาศในห้องนอนจะเต็มไปด้วยยุงที่บินว่อน สร้างความรำคาญจนทำให้ทั้งสามคนนอนไม่ได้ จนถึงตอนเช้า ฉากในห้องนอนนี้เป็นการบอกผู้ชมว่าโรงแรมในประเทศไทยสกปรก ไม่สะอาดเต็มไปด้วย ยุง

วันรุ่งขึ้น เดวิดและเพื่อนเดินทางโดยรถตู้สี่ล้อมีสภาพเก่าล้าสมัย เพื่อมาเจรจากับ โรงงานผลิตกล่องที่ชื่อ Print & Packaging Company เมื่อมาถึงโรงงาน เดวิดถามว่าคำว่า nervous แปลเป็นภาษาไทยว่าอะไร บริดเจ็ตก็พูดว่า “ฉันเป็นแพะ” ซึ่งเป็นคำพูดที่ไม่ตรงกับ ความหมาย nervous ถือเป็นการสื่อสารที่ผิดพลาด จากต่อมาทั้งสามเดินออกมาจากโรงงานด้วย อารมณ์ดีใจที่สั่งทำกล่องสำเร็จ เดวิดก็ถามว่าคำว่า booyah แปลเป็นไทยว่าอะไร บริดเจ็ตตอบเขา ว่าน่าจะเป็นคำเดียวกับ “บูยาห์” ทั้งสามคนส่งข่าวไปให้แฮดและไบรอันทราบว่าเขาได้ติดต่อโรงงาน ทำกล่องสำเร็จแล้ว จากนั้นทั้งสามคนก็พักผ่อนที่สระว่ายน้ำ ในฉากนี้ทั้งสามคนยืนในสระว่ายน้ำ เดวิดกำลังดื่มน้ำมะพร้าวที่อยู่ในลูกระบาย บริดเจ็ตดื่มน้ำแดงโมในลูกแดงโม ส่วนแมรีดื่มน้ำเปล่า และถูกร่ม บริดเจ็ตพูดขึ้นว่า “สนุกจัง” แต่สีหน้าของเธอและเพื่อน ๆ เหมือนคนที่ไม่มีความสุข หน้า บุดเบี้ยว ราวกับว่าพวกเขา กำลังเสแสร้งว่ามีความสุข จากนั้นบริดเจ็ตเสนอว่าไปเที่ยวในกรุงเทพฯ

ภาพตัดมาที่ทั้งสามคนกำลังนั่งรถตุ๊ก ๆ ยามค่ำคืนในกรุงเทพฯ และแชร์ภาพถ่ายให้กับ เพื่อนที่อเมริกา ภาพต่าง ๆ ที่ทั้งสามคนโพสต์ประกอบด้วย ภาพในร้านนวด ภาพร้ายขายเสื้อผ้าริม ถนน ภาพเดินบนถนนในกรุงเทพฯ ภาพนั่งเรือหางยาวในคลองบางกอกน้อย ภาพที่สามคนร้อง เพลงในบาร์คาราโอเกะ โดยพวกเขาใส่เสื้อและกางเกงขาสั้น ใส่เสื้อลายดอกที่มีสีสันสดใส การไป เที่ยวสถานที่ต่าง ๆ พวกเขาจะไลฟ์สดและคุยกับไบรอันตลอดเวลา บ่งบอกให้รู้ว่าโทรศัพท์ Apple ทำให้เพื่อติดต่อกันได้ตลอดเวลาเหมือนพวกเขา ร่วมทำกิจกรรมด้วยกัน จากต่อมาจะเป็นภาพเมือง กรุงเทพฯ ยามเช้าแต่เต็มไปด้วยหมอกควันสีเทา เดวิดกำลังนอนหลับอยู่บนเตียงนอนริมสระว่ายน้ำ ของโรงแรม ดูเหมือนว่าเขาจะไม่ได้นอนในห้องตลอดทั้งคืน ส่วนบริดเจ็ตและแมรีนอนในห้องของ พวกเขา บริดเจ็ตตื่นขึ้นมาเมื่อได้ยินเสียงโทรศัพท์ ไบรอันแจ้งพวกเขาว่าแฮดต้องการใส่รูปหน้าของ เขา ลงไปในกล่อง ทำให้พวกเขาคิดหนักและต้องรีบแจ้งโรงงาน จากต่อมาจะเป็นร้านอาหาร พวกเขา กำลังปรึกษาว่าจะหาโรงงานที่ทำกล่องที่ใส่รูปหน้าคนได้หรือไม่ เดวิดบอกว่ามีโรงงานที่จังหวัด

ระยอง แต่ต้องเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปประมาณ 200 ไมล์ ส่วนแมรีบอกว่าเธออยากจะกลับบ้าน เธอรู้สึกว่าการมาประเทศไทยครั้งนี้ไม่ใช่ช่วงเวลาพักผ่อนในวันหยุดสำหรับเธอ

เดวิดบอกว่าเขาสั่งทำกล่องไปเรียบร้อยแล้ว เขารู้สึกเหนื่อยกับการติดต่อโรงงานและทำให้เขานอนไม่หลับถึงสองคืน เขายังบอกว่าไม่มีกางเกงในที่ใส่สบายตั้งแต่ที่กระเป่าเสื้อผ้าของเขาหายไปที่สนามบิน เดวิดแสดงความโกรธและไม่ต้องการจะแก้ไขการทำกล่องที่มีรูปหน้าคน ในขณะที่ แอปเปิ้ลเดินเข้ามาหาเดวิดและบอกว่าเขาเจอกระเป๋าแล้ว แต่สีหน้าของทุกคนแสดงความทุกข์ แมรีบอกกับแอปเปิ้ลว่าพวกเขาจะต้องหาวิธีเดินทางไปจังหวัดระยองเพื่อหาโรงงานที่ทำกล่องโดยมีเวลาเพียง 4 ชั่วโมงเท่านั้น แอปเปิ้ลบอกว่าเขาจะพาทุกคนไประยอง โดยเดินทางด้วยรถตุ๊กตุ๊ก ต่อด้วยเรือโดยสารในแม่น้ำเจ้าพระยา จากนั้นก็มาขึ้นรถโดยสารเก่าที่มีคนอยู่จำนวนมาก และตามด้วยฉากที่ทั้งสามคนวิ่งอยู่ในสถานีรถไฟหัวลำโพงเพื่อเดินทางไปจังหวัดระยอง ระหว่างเดินทางพวกเขาติดต่อกับไบรอันเพื่อขอแบบภาพใบหน้าของแชดที่จะนำมาใส่ในกล่อง จะเห็นว่าการเดินทางที่อยู่ในโฆษณาไม่ตรงกับความจริงในปัจจุบัน เพราะรถโดยสารที่ไปจังหวัดระยองมิได้มีสภาพเหมือนในโฆษณา และการเดินทางที่เร็วกว่ารถไฟนั้นสามารถใช้รถตู้ประจำทางที่สะดวกรวดเร็ว

ฉากในรถไฟ บริดเจ็ตถามหาเดวิด แต่เดวิดยังไม่ได้ขึ้นรถไฟ เขาตกขบวนรถ ทำให้ต้องเปลี่ยนไปใช้รถมอเตอร์ไซด์พวงข้าง จนพวกเขามาถึงจังหวัดระยอง เมื่อมาถึงตึกที่ทำงาน เจ้าหน้าที่หญิงเดินมาทักทายพวกเขา บริดเจ็ตพูดทักทายว่า “สวัสดีครับ” พร้อมยกมือไหว้ เจ้าหน้าที่บอกว่าไบรอันโทรศัพท์มาหาเธอ เธอจึงรู้ว่าต้องการสั่งทำกล่อง 1 ล้านชิ้นในเวลา 7 วัน เดวิดบอกว่าวันนี้เขาต้องการทำต้นแบบของกล่อง จากนั้นเจ้าหน้าที่จึงพาพวกเขาไปที่ห้องทำงานเพื่อทำแบบกล่อง โดยนำภาพถ่ายของแชดมาขยายให้ใหญ่ขึ้นสำหรับพิมพ์ลงในกล่อง แชดส่งวิดีโอคอลล์มาหาพวกเขาและย้ำว่าต้องการทำกล่องให้เสร็จก่อนที่เขาจะลาพักผ่อนวันหยุด เจ้าหน้าที่โรงงานยืนยันว่าจะทำกล่องให้เสร็จภายใน 6 วัน ฉากต่อมาจะเห็นโรงงานกำลังพิมพ์กล่องที่มีรูปหน้าของแชดซึ่งเป็นกล่องบรรจุอาหารแมวยี่ห้อ Kitty Litter By Chad เมื่อทำต้นแบบกล่องเสร็จแล้ว พวกเขากล่องถ่ายรูปส่งไปให้แชดโดยทันที เมื่อแชดเห็นต้นแบบ เขาก็อนุมัติให้สั่งผลิต

หลังจากเสร็จภารกิจ เดวิดถามว่าประโยค “I Love You” แปลเป็นภาษาไทยว่าอะไร และสังเกตว่าเจ้าหน้าที่ผู้หญิงกำลังส่งยิ้มให้เดวิด เดวิดตีความการยิ้มนั้นว่าเธอกำลังสนใจเขาและชอบเขา ฉากต่อมาจะมีภาษาอังกฤษคำว่า work from everywhere พร้อมกับการเดินออกมาจากบริษัททำกล่องของเดวิดและเพื่อน บริดเจ็ตพูดกับไบรอันทางมือถือว่างานสำเร็จไปได้ด้วยดี และพวกเขาต้องรีบไปที่สนามบินภายใน 2 ชั่วโมง จากตัดมาที่รถไฟ เดวิดและเพื่อนกำลังวิ่งขึ้นรถไฟ แต่ฉากหลังเป็นกรุงเทพฯ มิใช่จังหวัดระยอง ในฉากนี้จะเป็นภาพตึกเก่าเหมือนเป็นตึกร้าง มีต้นกล้วยอยู่หน้าตึก และภาพยนตร์โฆษณาก็จบลง

จะเห็นว่าเรื่องราววุ่นวายที่เดวิดและเพื่อนประสบพบเจอในประเทศไทย เหมือนสิ่งสมมติ การเดินทางที่ไม่สมเหตุสมผล การพักในโรงแรมที่ขาดความสะดวกสบาย รวมทั้งสภาพแวดล้อมใน กรุงเทพฯ ที่คล้ายกับช่วงทศวรรษ 2500 คนดูที่เป็นต่างชาติอาจเข้าใจผิดว่าสิ่งที่เห็นในโฆษณา นี้คือประเทศไทยปัจจุบัน หากผู้ผลิตโฆษณาแก้ไขปรับปรุงฉากและบรรยากาศที่บ่งบอกการเดินทาง และการพักผ่อนที่สะดวกสบายในประเทศไทย ผู้กำกับและทีมงานในโฆษณา รวมทั้งบริษัท Apple ควรนำเสนอบรรยากาศของสนามบินสุวรรณภูมิ การเดินทางด้วยรถไฟฟ้า การพักในโรงแรมที่ สะอาดทันสมัย การรับประทานอาหารในร้านที่สวยงาม และวิธีการเดินทางข้ามจังหวัดที่รวดเร็ว ด้วยรถตู้ แต่เมื่อบริษัท Apple เลือกสื่อสารให้ประเทศไทยดูเป็นสังคมโลกที่สาม ทำให้ภาพจำของ การด้อยพัฒนาถูกผลิตซ้ำขึ้นมาใหม่

เจตนาที่แท้จริงคือ บริษัท Apple พยายามโฆษณาอุปกรณ์สื่อสารหลายชนิดในภาพยนตร์ โฆษณาชุดนี้ ทั้ง Mac, iPhone, iPad, Mac Virtual Display, Apple Vision Pro, Translate, NameDrop, SharePlay, Object Capture, Markup และ AirDrop โดยตอกย้ำ ว่าอุปกรณ์สื่อสารดิจิทัลของ Apple สามารถช่วยให้การดำเนินธุรกิจดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ราบรื่น และประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแอปพลิเคชันของ Apple ที่ช่วยแปลภาษา ทำให้นัก ธุรกิจที่พูดภาษาอังกฤษสามารถสื่อสารและเข้าใจคนต่างวัฒนธรรมที่พูดภาษาอื่น Apple เน้นย้ำ ว่าการทำธุรกิจสมัยใหม่ในโลกที่มีความแตกต่างทางภาษา อุปกรณ์ของ Apple จะช่วยทำลาย อุปสรรคทางภาษาไปได้ง่ายดาย (RingRangRung, 2567)

### สายตาแบบเจ้าอาณานิคมในโฆษณา Apple

โฆษณาของ Apple เรื่อง The Underdogs: OOO (Out Of Office) ภายใต้ซีรียส์ Apple at Work แม้ว่าจะดำเนินเรื่องให้ดูตลกขบขัน แต่ผู้สร้างภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้มีความคิดและจินตนาการเกี่ยวกับประเทศไทยในสายตาแบบคนผิวขาวและเจ้าอาณานิคม (colonial gaze) (Yancy, 2008) การนำเสนอเหตุการณ์ สถานที่ ผู้คน วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนไทย ในโฆษณามีได้สะท้อนช่วงเวลาในปัจจุบันของไทย แต่กลับถูกสร้างฉากให้เป็นเหมือนทศวรรษ 2500-2510 ในช่วงที่รัฐบาลอเมริกันค่อนข้างมีบทบาทชี้นำการพัฒนาในสังคมไทย ในช่วงเวลานั้นอเมริกันมองไทยเป็นประเทศด้อยพัฒนา ล้าหลัง ไม่มีความเจริญ ผู้คนยากจน บ้านเมืองสกปรกไร้ระเบียบ รัฐบาลอเมริกันต้องการเข้ามาตั้งฐานทัพเพื่อใช้ไทยเป็นพื้นที่กันชนต่อต้านระบอบคอมมิวนิสต์ที่ครองอำนาจในเวียดนาม ลาว และกัมพูชา ซึ่งมีจีนเป็นผู้อยู่เบื้องหลัง ภาพจำเชิงประวัติศาสตร์นี้คือสิ่งที่ผู้สร้างโฆษณา The Underdogs ผลิตซ้ำความล้าหลัง ตอกย้ำความเป็นประเทศด้อยพัฒนา เน้นย้ำความมีอำนาจและความยิ่งใหญ่แบบอเมริกัน นักแสดงชาวอเมริกันในโฆษณาล้วนแสดงความคิดและความรู้สึกต่อผู้คนและสถานที่ในประเทศไทยในเชิงเหยียดหยาม

แสดงอาการรังเกียจ และความรำคาญเมื่อต้องพบกับอุปสรรคต่าง ๆ ตั้งแต่สนามบิน รถแท็กซี่ รถบัส โรงแรม และการคมนาคม

การสร้างภาพของประเทศไทยในโฆษณา คือกลไกของอำนาจผ่านสื่อของคนผิวขาวที่ผลิตซ้ำมายาคติของการแบ่งแยกคู่ตรงข้ามระหว่างความทันสมัยกับความล้าหลัง ในโฆษณานี้ ชาวอเมริกันจะเป็นภาพแทนของผู้เจริญที่สามารถใช้เทคโนโลยีสื่อสารข้ามพรมแดนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ใช้อุปกรณ์ Apple เพื่อติดต่อสื่อสารทางธุรกิจจนประสบความสำเร็จ ได้ผลงานที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า Apple เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ส่งเสริมระบบทุนนิยมแบบอเมริกัน โฆษณานี้เปรียบเป็นกระจกสะท้อนโครงสร้างความคิดแบบอาณานิคมที่ทำให้สังคมและวัฒนธรรมเป็นความล้าสมัย สกปรก เหมือนสิ่งของที่ไร้ระเบียบ ไร้เหตุผล คนไทยถูกทำให้กลายเป็นตัวตลก แปลกประหลาด น่าหวาดระแวง ไม่น่าไว้ใจ และน่าขยะแขยง (เช่นภาพของคนขับแท็กซี่) โครงสร้างความคิดแบบอาณานิคมนี้ทำลายความเป็นมนุษย์ให้กับคนท้องถิ่น (the dehumanization of colonized others) (Yancy, 2008)

Frantz Fanon (2001) เคยตั้งข้อสังเกตว่าชาวตะวันตกได้สร้างมายาคติเกี่ยวกับโลกที่สามผ่านภาษาพูดและภาษาเขียน ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้กับคนผิวขาวและคนพื้นเมือง คนผิวขาวจะอยู่ในฐานะเจ้านายและผู้ปกครอง ในขณะที่คนพื้นเมืองอยู่ในฐานะทาสและคนรับใช้ หากนำข้อสังเกตนี้มาวิเคราะห์โฆษณา The Underdogs จะพบว่าวิธีการเล่าเรื่องได้ผลิตซ้ำวาทกรรมของชาวตะวันตกที่มองประเทศไทยเป็นคนรับใช้ เห็นได้จากการมาใช้โรงงานเพื่อผลิตกล่องให้นักธุรกิจชาวอเมริกัน โรงแรมในกรุงเทพฯถูกทำให้เป็นที่พักอาศัยราคาถูก ด้อยมาตรฐาน มีถุง มีกลิ่น เพอร์นิเจอร์สกปรก ไม่สะอาด ไม่ถูกสุขลักษณะ รถแท็กซี่และรถโดยสารประจำทางที่ดูรุงรังและเก่าชอมช่อ สิ่งเหล่านี้บ่งบอกว่าชาวอเมริกันมีฐานะที่เหนือกว่า คนไทยมีฐานะที่ต่ำกว่า

Homi Bhabha (1993) อธิบายว่าภายใต้ระบอบอาณานิคมของคนผิวขาว ฐานะที่ต่ำของคนท้องถิ่นเป็นผลมาจากการเมืองของการสร้างตัวตน (political agency of the colonised subject) กล่าวคือ คนผิวขาวจะมีอำนาจชี้แนะและสร้างวาทกรรมตอกย้ำความด้อยกว่าของคนท้องถิ่น วาทกรรมนี้อาจพบเห็นได้ในสื่อ นวนิยาย เรื่องแต่ง วรรณกรรม ภาพยนตร์ และละครที่สร้างโดยชาวตะวันตก ทำให้เกิดข้อสงสัยและคำถามว่าสื่อที่ชี้แนะสังคมเหล่านี้กำลังส่งต่ออำนาจของเจ้าอาณานิคมหรือไม่ เรื่องราวของคนท้องถิ่นที่ปรากฏอยู่ในสื่อตะวันตกถูกสร้างให้เป็นภาพแทนของความด้อยและล้าหลังหรือไม่ ในทำนองเดียวกัน บริษัท Apple ในฐานะองค์กรที่มีอิทธิพลระดับโลกกำลังสร้างกลไกลัทธิอาณานิคมแบบแอบแฝงที่ดำเนินไปบนการขายผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์สื่อสารดิจิทัล เรื่องราวที่ Apple ถ่ายทอดผ่านโฆษณาจึงมีกลิ่นอายของความเป็นเจ้า

อาณาจักรที่ผู้ชมบางกลุ่มมิได้คิดถึงการผลิตซ้ำมายาคติ แต่คนบางกลุ่มถูกคิดว่ามันคือความน่ารังเกียจของการทำธุรกิจที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรมอื่นที่มีใช้ของคนผิวขาว

Kwet (2019) วิจารณ์ว่าสหรัฐอเมริกากำลังสร้างลัทธิอาณานิคมใหม่ในดินแดนโลกที่สาม โดยอาศัยการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือควบคุม ครอบงำ และชี้นำประชาชนในประเทศ ด้อยพัฒนาและกำลังพัฒนา เทคโนโลยีดิจิทัลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านโครงข่ายระบบนิเวศการสื่อสารข้ามพรมแดน (digital ecosystem) ประกอบด้วย software hardware และการเชื่อมเครือข่าย (network connectivity) บริษัท Apple ในฐานะเป็นตัวแทนอำนาจของสหรัฐอเมริกาจึงเป็นผู้แผ่ขยายลัทธิอาณานิคม โดยการผูกขาดอำนาจข้ามชาติผ่านการเช่าและตรวจสอบสัญญาณข้อมูลออนไลน์ ควบคุมประสบการณ์ของมนุษย์ที่ใช้คอมพิวเตอร์ให้อยู่บนแพลตฟอร์มเดียวกัน มีกลไกเฝ้าระวังและเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของบุคคล สหรัฐอเมริกาและบริษัท Apple จึงเป็นผู้บงการทางเทคโนโลยี (tech hegemony) ภายใต้ระบบทุนนิยมแบบสอดแนม (surveillance capitalism) และลัทธิอาณานิคมแบบดิจิทัล (digital colonialism)

## ผู้เขียน

ดร.นฤพนธ์ ต้วงวิเศษ

ฝ่ายวิจัยและส่งเสริมวิชาการ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)

## เอกสารอ้างอิง

Bhabha, H. (1993). *Nation and Narration*. London & NY: Routledge.

Fanon, F. (2001). *The Wretched of the Earth*. Harmondsworth: Penguin.

Kwet, M. (2019). Digital Colonialism: US Empire and the New Imperialism in the Global South. *For final version, see: Race & Class*, 60(4), April 2019.

RingRangRung. (2567). Apple at Work ปลอ่ยซีรี่ย์โฆษณา "The Underdogs" ตอนใหม่ ที่ถ่ายทำในประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://www.mxphone.com/apple-at-works-popular-video-series-the-underdogs-is-back-with-a-new-episode/>

Yancy, G. (2008). Colonial gazing: the production of the body as 'other'. *The Western Journal of Black Studies*, 32(1), spring 2008.