



บทความออนไลน์

แลกเพื่อรับ? ดาบสองคมของการยอมให้ data บนออนไลน์

ในระหว่างที่หลาย ๆ คนกังวลกับ พ.ร.บ.ไซเบอร์ว่าจะทำให้ภาครัฐเข้าสอดส่องข้อความในแชทเราได้ไหมนะ จะตามติดความเคลื่อนไหวเราได้ทุก ๆ ที่หรือเปล่า วันดีคืนดีจะทำให้มีตำรวจบุกฟังประตูเข้ามาจับกุมเราไปในห้องขังได้ไหม

สิ่งที่น่าหวาดวิตกไปกว่า และหลาย ๆ คนยังไม่รู้ตัวก็คือ ความจริงแล้ว เราได้ทิ้งร่องรอยหรือปล่อยข้อมูล (data) สู่อากาศ โดยตัวเราเองมากเกินไปที่เราจะคิดหรือจินตนาการได้

ทุก ๆ สิ่งที่เราทำบนโลกออนไลน์ คลิ๊กเข้าเว็บไหน โพสต์หรือแชร์อะไร ดูเนื้อหาอะไร ทุก ๆ การกระทำจะทิ้งร่องรอยไว้เสมอ ไม่แปลกใจหรอกว่า พอเราสนใจสินค้าอะไร ใด ๆ หน้าพิกัดเจอโฆษณาสินค้านั้นโชว์หรา หรือแค่คิดว่าอยากกินอะไร จู๋ ๆ ร้านอาหารยั่วน้ำลายเราก็ดำเนินมาให้เห็น หรือแค่คิด ๆ ว่าอยากจะไปเที่ยวญี่ปุ่นสักครั้ง เอ๊ะ โปรฯ ไฟไหม้ก็แจ้งเตือนมาให้ต้องห้ามใจไม่คลิ๊กเข้าไปซื้อตัวเครื่องบินราคาถูก

ทั้งหมดทั้งมวล เป็นสิ่งที่อัลกอริทึมจัดสรรให้ โดยประมวลจากข้อมูลที่เรารู้ไว้เองบนไซเบอร์สเปซแทบทั้งสิ้น

ยิ่งไปกว่านั้น ในปีก่อน เรา ๆ ท่าน ๆ ก็คงจะได้เห็นข่าว บริษัทเทคโนโลยีหรือโซเชี่ยลมีเดียชื่อดังถูกเปิดเผยว่า นำข้อมูลของผู้ใช้งานล้าน ๆ คนไปใช้โดยไม่ได้ขอ หรือเก็บความเคลื่อนไหวของเราไปทุกฝีก้าวแม้จะปิด GPS ไปแล้ว

นี่เป็นเรื่องของ data ที่ออกมาจากตัวเรา ไม่ว่าจะโดยรู้หรือไม่รู้ตัว ยินยอมหรือไม่ยินยอมก็ตามที และปลายทางของผู้เก็บข้อมูลจะเป็นภาครัฐ หรือภาคเอกชน



คำว่า ‘ความเป็นส่วนตัว’ หรือ privacy มีเส้นแบ่งที่กลางเรื่อนจนแทบไม่มีอยู่จริงในโลกยุคปัจจุบัน

แต่เชื่อว่า การให้ข้อมูลดังกล่าวจะมีแต่ข้อเสีย สารพัดอุปกรณ์ smart ต่าง ๆ ที่ทำงานโดยใช้ข้อมูลของเรา หรือการแนะนำสินค้าและบริการบนเว็บไซต์ต่าง ๆ ก็ทำให้ชีวิตของเราดีและง่ายขึ้นไม่ใช่หรือ คำถามที่น่าสนใจก็คือ จะดีกว่าไหม ถ้าเรารู้เท่าทันการปล่อย data ของเราเอง จนพอจะมีอำนาจควบคุมมันได้ระดับหนึ่ง

ใช้ประโยชน์จากการปล่อยข้อมูลนั้น ๆ อย่างไรได้บ้าง

เร็ว ๆ นี้ มีการแปลหนังสือชื่อ Data for the People (ชื่อไทย ‘รู้อะไรไม่รู้ รู้ data’) เขียนโดย Andreas Weigend ผู้ก่อตั้งและผู้อำนวยการ Social Data Lab อดีตหัวหน้าฝ่ายวิทยาศาสตร์ ของ Amazon รวมถึงบทบาทการเป็นที่ปรึกษาให้กับธุรกิจอีกหลาย ๆ แห่ง เช่น Alibaba เคยไปสอนในสถาบันการศึกษาชั้นนำหลายแห่ง รวมถึงเคยร่วมงานกับ Angela Merkel นายกรัฐมนตรีเยอรมนีคนปัจจุบัน ไวกেন্টไม่มาถกเถียงแล้วว่า ในปัจจุบันเรายังมีความเป็นส่วนตัวอยู่ไหม แต่พุ่งไปที่ว่าในยุค post-privacy และนอกเหนือจากบริษัทต่าง ๆ ที่ใช้ประโยชน์จากข้อมูลของเรา ตัวเราเองจะใช้ประโยชน์จากข้อมูลนั้น ๆ อย่างไรได้บ้าง

เพราะการใช้โซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ต่าง ๆ อย่าง Facebook Google Youtube LinkedIn Tinder Amazon ฯลฯ ต่างบ่งบอกพฤติกรรมของตัวเราทั้งสิ้น กระทั่งบ่งบอกวิถีการใช้ชีวิต ไปจนถึงความสัมพันธ์ของคนรอบ ๆ ข้างได้ กระทั่งรู้ว่าคนใดจะคบกัน ก่อนที่พ่อแม่หรือเพื่อนสนิทของคนคุณั้น ๆ จะรู้ได้ด้วยซ้ำ เช่นเดียวกับรู้ว่าใครมีแนวโน้มทำร้ายตัวเองไปจนถึงฆ่าตัวตาย

ไวกেন্ট เริ่มด้วยการเล่าถึงชีวิตประจำวันของตัวเองเขาที่ให้ข้อมูลไว้จำนวนมาก และบอกว่า ข้อมูลบางอย่างมันไม่ได้มีผลกระทบแต่กับตัวเรา แต่ยังรวมถึงคนรอบ ๆ ที่สำคัญ คือมีผลกับตัวเราในอนาคตอีกด้วย เพราะข้อมูลที่เรากำลังทิ้งไว้บนโลกออนไลน์ยากจะหาไปได้ง่าย ๆ

เขาเสนอว่าในโลกยุค post-privacy สิ่งที่ต้องรู้คือผู้เก็บข้อมูลต่าง ๆ ควรจะมี มียู่ด้วยกัน 2 ข้อ 1.) หลักความโปร่งใส และ 2.) หลักการดำเนินการ

หลักความโปร่งใส (transparency) ก็คือ สิทธิของบุคคลที่จะได้รู้ว่าข้อมูลของตัวเองถูกเก็บไว้อย่างไร และถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร รวมถึงว่าการให้ข้อมูลดังกล่าวได้สัดส่วนกับความจำเป็นหรือไม่



หลักการดำเนินการ (agency) ก็คือ สิทธิของบุคคลที่จะกระทำการใด ๆ กับข้อมูลของตัวเอง คุณสามารถเลือกทำอะไรกับข้อมูลที่ถูกจัดเก็บไว้หรือไม่ ปรับแต่งข้อมูลอะไรใหม่ หรือเปลี่ยนเงื่อนไขในการถูกจัดเก็บข้อมูลได้หรือเปล่า

ทั้งนี้ จุดยืนของผู้เชี่ยวชาญด้าน big data ระดับโลกรายนี้ ไม่ได้คัดค้านการเก็บข้อมูลของผู้บริโภค ซึ่งเป็นไปไม่ได้แล้วในยุคปัจจุบัน ในอีกทางหนึ่งกลับสนับสนุนให้ปล่อยเสรีข้อมูลให้มากขึ้นเสียด้วยซ้ำ แต่ก็เรียกร้องให้ส่งเสริมสิทธิที่เจ้าของข้อมูลจะเข้าถึงข้อมูลของตัวเองที่ถูกบริษัทต่าง ๆ เก็บเอาไว้ด้วย ไม่ใช่ให้เก็บไว้ฝ่ายเดียว

ด้วยหวังว่า ในอนาคตข้อมูลของเรา อาจได้รับการคุ้มครองให้ไม่ต่างจากชีวิตและทรัพย์สินอื่น ๆ ในปัจจุบัน - แต่ในระยะเบื้องต้นนั้น คุณต้องรู้เท่าทันการถูกเก็บข้อมูลในรูปแบบ big data ของบริษัทเอกชน และอาจารย์รวมไปถึงภาครัฐก่อน

ที่มา <https://thematter.co/uncategorized/andreas-weigend-big-data/72295>

