

ปัญญาประดิษฐ์ (AI) กับอนาคตภาพของการสื่อสารทางการเมือง Artificial Intelligence (AI) and the Future of Political Communication

ยงวิทย์ ศรีเพชร

วัทธัญญ ภุคครองนา

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาลัยศาสนศาสตร์นครราชสีมา

Yongwit Sripech

Watanyu Bhukrongna

Mahamakut Buddhist University Nakhonratchasima Buddhist College

Email: worachet.th@mbu.ac.th

วันที่รับบทความ: 17 ตุลาคม 2566; วันที่แก้ไขบทความ 4 พฤศจิกายน 2566; วันที่ตอบรับบทความ: 6 พฤศจิกายน 2566

Received: October 17, 2023; Revised: November 4, 2023; Accepted: November 6, 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้ต้องการสะท้อนความสำคัญของปัญญาประดิษฐ์ที่ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองผ่านความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี จึงไม่อาจมองข้ามศักยภาพของเทคโนโลยีในการปฏิบัติการณรงค์ทางการเมือง การวิเคราะห์ความคิดเห็นและการกำหนดนโยบายสาธารณะ การถือกำเนิดของ AI ได้พัฒนาไปเพื่อรวมกลยุทธ์ใหม่ ๆ และนวัตกรรมอัลกอริทึมที่มีความสามารถในการประมวลผลข้อมูลจำนวนมาก ทำให้แคมเปญสามารถกำหนดเป้าหมาย กลุ่มประชากรเฉพาะด้วยข้อความส่วนตัวด้วยวิธีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้กิจกรรมโซเชียลมีเดียและรูปแบบการค้นหาออนไลน์สามารถระบุผู้ที่อาจเป็นผู้สนับสนุนและการปรับแต่งข้อความแคมเปญให้สอดคล้องกับความสนใจและค่านิยมของพวกเขา แนวทางที่กำหนดเป้าหมายนี้ช่วยให้การณรงค์ทางการเมืองเข้าถึงผู้ชมได้กว้างขึ้นและเชื่อมต่อกับผู้มีสิทธิเลือกตั้งในระดับส่วนตัวมากขึ้น ซึ่งท้ายที่สุดจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายด้วยการให้ข้อมูลเชิงลึก อย่างไรก็ตาม การบูรณาการ AI ในการสื่อสารทางการเมืองยังทำให้เกิดข้อกังวลด้านจริยธรรม ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ดังนั้น การสร้างสมดุลระหว่างการใช้ AI เพื่อการสื่อสารทางการเมืองและการปกป้องสิทธิความเป็นส่วนตัวของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งสำคัญในอนาคต การใช้ AI มีศักยภาพในการปฏิบัติการสื่อสารทางการเมืองโดยทำให้สามารถณรงค์แบบกำหนดเป้าหมาย วิเคราะห์ความรู้สึกของสาธารณะและการกำหนดนโยบาย ถึงแม้ว่าจะต้องคำนึงถึงข้อพิจารณาด้านจริยธรรม แต่อนาคตของการสื่อสารทางการเมืองก็มีความเกี่ยวข้องกับ AI อย่างไม่ต้องสงสัย ในขณะที่ AI ยังคงก้าวหน้าต่อไป ผลกระทบต่อวาทกรรมทางการเมืองและกระบวนการตัดสินใจจะยิ่งเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการเมือง; ปัญญาประดิษฐ์; อนาคตภาพ

Abstract

This article aims to highlight the importance of artificial intelligence (AI) becoming a significant part of political communication through the rapid advancement of technology. It is impossible to overlook the potential of technology in revolutionizing political activism, public opinion analysis, and public policy formulation. The birth of AI has evolved to incorporate new strategies and algorithms capable of processing massive amounts of data, allowing campaigns to target specific demographics with personalized messages. Analyzing user behavior on social media and online search patterns can help identify potential supporters and tailor campaign messages to align with their interests and values. These goal-oriented strategies expand the reach of political activism and connect with individual voters more effectively, ultimately influencing their decision-making processes by providing data-driven insights. However, the integration of AI in political communication raises ethical concerns, particularly related to privacy and data security. Thus, striking a balance between using AI for political communication and safeguarding individual privacy will be crucial in the future. While ethical considerations must be taken into account, the future of political communication is undoubtedly intertwined with AI. As AI continues to advance, its impact on political discourse and decision-making processes will only deepen.

Key word: Political Communication; Artificial Intelligence; Scenario

บทนำ

การสื่อสารเป็นเรื่องของการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่มีความเกี่ยวข้องกับสังคมด้านความสัมพันธ์ (relation) หรือมนุษย์สัมพันธ์ (human relations) ทุกสิ่งทุกอย่างในโลกล้วนเป็นพลวัตรแห่งบทเรียนของกันและกัน ถ้าหากขาดความใส่ใจที่จะเรียนรู้ร่วมกัน มนุษย์ก็จะอยู่ด้วยความยากลำบาก การแสดงออกอย่างที่ดีมีความรู้สึก และการมีโอกาสเรียนรู้ในเรื่องราวใหม่ ๆ ตามที่ตนต้องการจะทำให้ชีวิตมีคุณค่า (mental value) และมีความสุข (happiness) การดำรงชีวิตของมนุษย์ให้ประสบความสำเร็จนั้นมีข้อกำหนดไว้อย่างกว้าง ๆ ว่ามนุษย์จะต้องเข้ากับผู้ที่ตนติดต่อด้วยให้ได้และต้องเข้าให้ได้ดีด้วยการเรียนรู้ที่จะสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันโดยอาศัยวิธีการสื่อสารและหลักจิตวิทยาโดยทั่วไป ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ถูกมองว่าเป็นเรื่องของศิลปะ

(arts) มากกว่าศาสตร์ (science) นั้นหมายความว่า การเรียนรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบุคคลแต่เพียงอย่างเดียวโดยขาดศาสตร์ของการสื่อสารย่อมขาดศิลปะการนำไปปรับใช้ในชีวิตจริงให้ประสบความสำเร็จได้

การเพิ่มขึ้นของปัญญาประดิษฐ์ในการสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบัน ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ได้ปฏิวัติชีวิตในด้านต่าง ๆ ของเรา ตั้งแต่วิธีที่เราซื้อสินค้าออนไลน์ (online) ไปจนถึงวิธีนำทางผ่านการจราจร อย่างไรก็ตาม ผลกระทบต่อการสื่อสารทางการเมืองเพิ่งเริ่มได้รับการสำรวจ ในขณะที่ AI ยังคงก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วอย่างไม่เคยมีมาก่อน AI (artificial intelligence) ก็ยังมีศักยภาพในการปรับเปลี่ยนวิธีสร้าง เผยแพร่ และปรับการสื่อสารทางการเมืองแบบสมัยใหม่ อัลกอริทึม AI (AI algorithm) และการเรียนรู้ของเครื่องได้พิสูจน์ประสิทธิภาพแล้วในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก (big data) การคาดการณ์ (forecast) และการระบุรูปแบบในขอบเขตของการเมือง เครื่องมือที่ขับเคลื่อนด้วย AI สามารถช่วยนักการเมืองและทีมของพวกเขารวบรวมข้อมูลเชิงลึกแบบเรียลไทม์ (real time) ปรับปรุงกลยุทธ์การรณรงค์ (campaign) และกำหนดเป้าหมายกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งเฉพาะอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ AI ยังสามารถช่วยในการส่งข้อความส่วนบุคคล ปรับแต่งเนื้อหาทางการเมืองให้โดนใจ (impressed) ผู้มีสิทธิเลือกตั้งแต่ละคน โดยอิงจากความชอบ ข้อมูลประชากรและแม้กระทั่งพฤติกรรมออนไลน์ (online behavior) ด้วย AI การสื่อสารทางการเมืองมีศักยภาพที่จะมีความซับซ้อน มีส่วนร่วมและน่าสนใจมากขึ้นกว่าเดิม อย่างไรก็ตาม เมื่อ AI แทรกซึมขอบเขตของการสื่อสารทางการเมือง คำถามเกี่ยวกับจริยธรรม (ethics) ความเป็นส่วนตัว (privacy) และความลำเอียง (bias) ก็เกิดขึ้น ความกังวลเกี่ยวกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของประชาชน (changing public opinion) การแพร่กระจายของข้อมูลที่บิดเบือน (spread of disinformation) และการกระจุกตัวของอำนาจ (superior power) ในมือของบริษัท AI เพียงไม่กี่แห่งจะต้องได้รับการแก้ไข และนับว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้กำหนดนโยบาย นักเทคโนโลยี และประชาชนในการมีส่วนร่วมในวาทกรรม (discourse) ที่รอบคอบเกี่ยวกับการใช้ AI อย่างมีความรับผิดชอบในการสื่อสารทางการเมือง (political communication) ด้วยการทำความเข้าใจถึงประโยชน์และข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น เราสามารถนำทางภูมิทัศน์ (landscape) ที่กำลังพัฒนานี้ และควบคุมพลังของ AI เพื่อส่งเสริมกระบวนการประชาธิปไตยที่มีข้อมูลครบถ้วน

จากที่กล่าวมาสะท้อนให้เห็นว่า AI (artificial intelligence) มีบทบาทสำคัญในระบบการเมืองปัจจุบันด้วยเหตุผล ดังนี้ ประการแรก AI สามารถวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ ช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้มากขึ้น สิ่งนี้สามารถนำไปสู่การกำกับดูแลและการกำหนดนโยบายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ประการที่สอง AI สามารถช่วยตรวจสอบรูปแบบและแนวโน้มในความคิดเห็นของประชาชน ช่วยให้นักการเมืองเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการและข้อกังวลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ดีขึ้น ประการที่สาม AI ยังสามารถช่วยในการระบุและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น ข้อมูลที่ผิดและข่าวปลอม ซึ่งช่วยรักษาความสมบูรณ์ของกระบวนการทางการเมือง และประการที่สี่ AI สามารถทำให้งานธุรการ

บางอย่างเป็นไปได้โดยอัตโนมัติ ทำให้หนักการเมืองและพนักงานของพวกเขาใช้เวลามุ่งเน้นไปที่ความคิดริเริ่มเชิงกลยุทธ์และมีผลกระทบมากขึ้น โดยรวมแล้ว AI มีศักยภาพในการเพิ่มความโปร่งใส ประสิทธิภาพ และการตัดสินใจภายในระบบการเมือง ดังนั้นจึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้เขียนต้องการสะท้อนบทความนี้

แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมือง (political communication) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและอยู่ควบคู่กับการเมืองมาตลอด ตั้งแต่ในอดีตย้อนกลับไปถึงยุคกรีกโบราณโดยเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาการเมือง เนื่องจากมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของระบบการเมืองการปกครองของแต่ละสังคมเป็นตัวกลางในการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ปกครองกับผู้ใต้ปกครอง และระหว่างผู้ปกครอง หรือผู้ใต้ปกครองด้วยกันเอง ซึ่ง Aristotle ได้กล่าวไว้ว่า “การสื่อสารคือการแสวงหาวิธีการจูงใจทุกรูปแบบ” (David K. Berlo, 1960) แม้ว่าการสื่อสารทางการเมืองจะมีมาอย่างยาวนาน แต่ศาสตร์แห่งการสื่อสารทางการเมืองกลับเป็นเรื่องใหม่ที่มีศึกษาอย่างกว้างขวาง และประเทศสหรัฐอเมริกาก็ได้กลายเป็นต้นแบบ (model) ของการศึกษาศาสตร์แห่งการสื่อสาร (science of communication) ทางการเมืองนอกจากความเป็นประเทศมหาอำนาจอันดับหนึ่งที่ทำให้คนทั่วโลกจับตามอง การสื่อสารทางการเมืองของสหรัฐอเมริกามีความแปลกใหม่ แตกต่างไปจากการสื่อสารทางการเมืองของประเทศอื่นทั้งในส่วนของเนื้อหาสาระ (content) รวมไปถึงความเป็นผู้นำ (leadership) ในการใช้สื่อใหม่ ๆ อีกด้วย และเหตุนี้เองที่บรรดาประเทศต่าง ๆ พากันศึกษากระบวนการและพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองตามสหรัฐอเมริกาที่เป็นต้นแบบการสื่อสารทางการเมืองที่สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการสื่อสารในฐานะศาสตร์แขนงหนึ่ง (science) อย่างจริงจัง โดยการศึกษานั้นมุ่งไปสู่ความพยายามที่จะอธิบายองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร (component) ผู้ส่งสาร (sender) ผู้รับสาร (receiver) ตัวข้อความสาร (message) และผลกระทบ (effect) ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสื่อสารนี้ โดยองค์ประกอบทั้งหมดจะมีส่วนสัมพันธ์กันทางการเมืองอย่างเป็นเนื้อเดียวกัน (เสถียร เขยประทับ, 2540)

การสื่อสารทางการเมืองจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีวิวัฒนาการไปตามลำดับ จากการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนที่มีสื่อมวลชนกระแสหลักเป็นผู้กำหนดวาระเนื้อหาของข่าวสาร การนำเสนอ มาจนถึงสื่อใหม่ในปัจจุบันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยยะสำคัญทางการเมือง เพราะเหตุที่อินเทอร์เน็ตนั้นแพร่ขยายไปในทุกครัวเรือน ทำให้ประชาชนสามารถรับข่าวสาร โดยตรงจากนักการเมืองได้โดยไม่ต้องผ่านสื่อมวลชนอื่น ๆ ซึ่งทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่ง่ายและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ขณะเดียวกันการบิดเบือนข่าวสารก็สามารถแพร่ขยายได้อย่างรวดเร็ว การสื่อสารทางการเมืองในยุคข้อมูลข่าวสารนั้น จึงเป็นการสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว แต่ก็ป้องกันการบิดเบือนได้ยาก ดังนั้น ทีมงานการสื่อสารของนักการเมืองทั้งหลายจึงล้วนต้องมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น ไม่อาจใช้อาสาสมัครทั่วไปได้ เพราะการส่งข้อมูล

ข่าวสารไปยังประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งล้วนมีผลกระทบต่อคะแนนนิยมตลอดเวลา (Dennis W. Johnson, 2001)

กล่าวโดยสรุปได้อีกนัยยะหนึ่งว่ารูปแบบการสื่อสารทางการเมือง (political communication) เป็นกระบวนการในการถ่ายทอดข้อมูล ความคิดและข้อความ ระหว่างผู้มีบทบาททางการเมืองและสาธารณะโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อโน้มน้าวความคิดเห็นของประชาชน กำหนดรูปแบบวาทกรรมทางการเมืองและท้ายที่สุดจะได้รับการสนับสนุนสำหรับวาระทางการเมืองหรือผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยเฉพาะ ประกอบด้วยการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การกล่าวสุนทรพจน์ การอภิปราย วิพากษ์วิจารณ์ การโฆษณาหาเสียง โพสต์บนโซเชียลมีเดีย และข่าวประชาสัมพันธ์ การสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการส่งข้อความเชิงกลยุทธ์ เทคนิคการโน้มน้าวใจและความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายเพื่อมีส่วนร่วมและระดมผู้มีสิทธิเลือกตั้งอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การใช้สื่อเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจทางการเมืองมีความสำคัญสูงสุดในสังคมปัจจุบัน และแพลตฟอร์มของสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุและโซเชียลมีเดียเข้าถึงและมีอิทธิพลอย่างกว้างขวางเหนือประชากรทั่วไป ผู้นำทางการเมืองตระหนักถึงพลังของสื่อในการกำหนดความคิดเห็นของประชาชน เผยแพร่ข้อมูล และระดมการสนับสนุนสำหรับวาระการประชุมของพวกเขาด้วยการใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ นักการเมืองสามารถมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของสาธารณชน สร้างภาพลักษณ์และสื่อสารนโยบายและอุดมการณ์ของตนไปยังผู้ชมในวงกว้าง สื่อยังจัดให้มีเวทีสำหรับการอภิปรายทางการเมือง การวิพากษ์ วิจารณ์ทางการเมือง และการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบ ช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลและมีส่วนร่วมในกระบวนการประชาธิปไตยในยุคดิจิทัลนี้การใช้อำนาจของสื่อเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักการเมืองในการสร้างและรักษาอำนาจทางการเมืองของตน

ปัญญาประดิษฐ์กับอนาคตภาพทางการเมือง

ประชากรบนโลกใบนี้เกินกว่าครึ่งหนึ่งอยู่อาศัยในชุมชนเมืองและแน่นอนว่าในเรื่องของความหนาแน่นของประชากรซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญของความเป็นเมืองนั้นมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกพื้นที่เมืองของโลกโดยการคาดการณ์ในปี ค.ศ. 2025 ประชากรโลกถึง 2 ใน 3 จะอาศัยอยู่ในชุมชนเมืองและจะเป็นการเพิ่มพูนปัญหาด้านความเหลื่อมล้ำที่มีอยู่แล้วให้ทวีคูณขึ้นอีกหรือไม่ ไหนจะเรื่องทรัพยากรเมืองที่มีจำกัด อาจจะไม่เพียงพอต่ออัตราคนเมืองที่ล้นเกิน คำถามในเรื่องของความยั่งยืนด้านคุณภาพชีวิตของประชากรในลักษณะเช่นนี้กำลังทยอยออกมา เพื่อแสดงความมีส่วนร่วมต่อการเปลี่ยนแปลงของชุมชนเมืองที่จะเกิดขึ้นต่อไปว่าควรต้องมีทิศทางไปในลักษณะไหนที่จะตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้อยู่อาศัยได้อย่างครบถ้วนเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของที่อยู่อาศัยที่มีราคายุติธรรม ทางเลือกด้านการคมนาคมที่ทั่วถึงและเสมอภาค การบริหารจัดการน้ำและพลังงาน รวมไปถึงการบริหารงานด้านต่าง ๆ ที่เพียงพอและมี

ประสิทธิภาพ เหล่านี้เป็นประเด็นที่ต้องร่วมกันคิด ช่วยกันออกแบบ สร้างการเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐกับประชาชนให้เกิดขึ้น เพื่อมีเป้าหมายไปยังการพัฒนาที่ตอบโจทย์ของประชากรในพื้นที่นั้น ๆ อย่างเท่าเทียม และเป็นธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ (ศิริภา อินทวิเชียร, 2563)

การเกิดขึ้นของ “เมืองอัจฉริยะ” (smart city) ที่เชื่อมโยงร้อยรัดด้วยเทคโนโลยีด้านการสื่อสารอาจได้สร้างความตื่นตาตื่นใจสำหรับใครหลายคน แต่นั่นก็เป็นแค่การเชื่อมโยงเครือข่ายของเมืองเท่านั้น เพราะบริบทแท้จริงของคำว่า “เมืองอัจฉริยะ” มีมากกว่าการเชื่อมโยงการสื่อสาร (communication) แต่ต้องเป็นการติดตาม ควบคุม และบริหารจัดการการเชื่อมโยงการสื่อสารเพื่อการให้บริการในด้านสาธารณะต่าง ๆ ของชุมชนเมือง ดังนั้น ปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) จึงได้รับการนำมาใช้เพื่อเพิ่มความชาญฉลาดให้กับโครงสร้างในการบริหารจัดการการบริการและการดูแลรักษาเมือง เช่น การเฝ้าระวังอาชญากรรม ระบบการควบคุมการจราจรที่ทันสมัย รวมไปถึงการอำนวยความสะดวก เป็นต้น อันที่จริงแนวคิดเมืองอัจฉริยะได้รับการพูดถึงและดำเนินการมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990 และได้รับการศึกษาและลงมือปฏิบัติมาอย่างต่อเนื่องจนกลายมาเป็นแนวคิดเรื่อง “เมืองปัญญาประดิษฐ์” (artificial intelligence city) ในปัจจุบัน ซึ่งตามความเข้าใจแล้วส่วนใหญ่จะมองว่าหัวใจสำคัญของระบบนี้จะเป็นเรื่องของเทคโนโลยีอันทันสมัยเท่านั้นทั้ง ๆ ที่จริงแล้วมันไม่ใช่ เพราะความเป็นเมืองอัจฉริยะหรือ “smart city” ที่จะนำมาปัญญาประดิษฐ์เข้ามาขับเคลื่อนร่วมด้วยนั้นโดยหลักพื้นฐานจะมียอดประกอบสำคัญถึง 4 ประการด้วยกัน คือ (ศิริภา อินทวิเชียร, 2563)

1. การใช้เทคโนโลยี หรือ ICT: (information communication technology) ในเรื่องของเทคโนโลยีเชื่อมโยงการสื่อสารและปัจจุบันทั่วโลกก็มีแนวคิดในเรื่อง Internet of Things : (IoT) เพิ่มเข้ามาเพื่อพัฒนาการดูแลและบริการประชาชนในรูปแบบของความเป็นชุมชนเมืองให้กระชับในส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้น โดยผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (electronics) ต่าง ๆ ผ่านสัญญาณในระบบโครงข่าย 5 G ที่มีการวางระบบกันในหัวเมืองใหญ่ชั้นนำทั่วโลกในตอนี้

2. ความคิดสร้างสรรค์ (creativity) ในส่วนนี้จำเป็นต้องพึ่งการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นสำคัญ เพื่อผลักดันการพัฒนาภายใต้พื้นฐานด้านการศึกษา การเรียนรู้ และทักษะหรือความชำนาญ ซึ่งภาครัฐควรต้องส่งเสริมในส่วนนี้หรืออาจต้องลงทุนตั้งเป็นองค์กรขึ้นมาในการระดมบุคคลภายนอก (ในชุมชนเมือง) เข้ามามีส่วนร่วมกับทิศทางของเมืองอย่างเป็นระบบ

3. พลังของชุมชน (power of the community) เป็นโครงสร้างที่ควรจะต้องเกิดขึ้นเพื่อรองรับแนวคิดต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากในส่วนของความคิดสร้างสรรค์จากคนในชุมชน ดังนั้น ภาครัฐต้องสร้างการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนของชุมชน ผลักดันหน่วยงานบริหารชุมชนเมืองให้ทำงานเป็นอิสระจากส่วนกลาง แต่เชื่อมร้อยกับหน่วยงานอิสระหรือภาคธุรกิจชุมชนนั้น ๆ เพื่อที่จะมีความคล่องตัวสำหรับการรวบรวมแนวทางต่าง ๆ มา

กลั่นกรองเป็นนโยบายสำหรับการพัฒนาเมืองของตนเองโดยเฉพาะ แต่ก็เปิดช่องทางสำหรับการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนของชุมชนให้สามารถเข้ามากำกับความเป็นไปในการพัฒนาเมืองได้อย่างสะดวก

4. ความร่วมมือจากภาครัฐ (government cooperation) ซึ่งแน่นอนว่าต้องมองไปถึงเรื่องของการกระจายอำนาจจากส่วนกลางอย่างจริงจัง เพราะในบางประเทศที่ความเป็นอัจฉริยะของเมืองเกิดขึ้นได้อย่างยากลำบาก แม้จะมีงบประมาณในส่วนของการพัฒนาเมืองอย่างมหาศาล ก็เพราะแนวนโยบายของการพัฒนาถูกจัดทำขึ้นมาจากส่วนกลางที่ขาดความเข้าใจในแต่ละบริบทของแต่ละชุมชนเมือง ที่สำคัญกฎหมายบางบทก็เป็นอุปสรรคสำหรับการพัฒนาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ต้องเข้ามาจัดการในเรื่องความเป็นไปได้อย่างเหมาะสม รวมไปถึงภาคประชาสังคมที่ต้องเข้ามากำกับในเรื่องของสภาพแวดล้อมที่ต้องไม่สร้างปัญหาในอนาคต

ปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) มีการพูดถึงเป็นครั้งแรกมาตั้งแต่ ค.ศ. 1940 โดยได้มีการศึกษาถึงการสร้างการเรียนรู้ของเครื่องจักรหรือที่เรียก “machine learning” ด้วยแรงบันดาลใจในความต้องการจะสร้างสมองอิเล็กทรอนิกส์ (electronic brain) แต่ด้วยข้อจำกัดของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในยุคนั้น ทำให้ความสามารถของปัญญาประดิษฐ์ค่อนข้างจำกัด จนกระทั่งเข้าสู่ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา เมื่ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์มีพัฒนาการจนสามารถรองรับข้อมูลขนาดใหญ่ที่เรียกกันว่า “big data” ได้นี้เองจึงส่งผลให้การทำงานของระบบปัญญาประดิษฐ์สามารถทำงานได้เต็มประสิทธิภาพด้วยศักยภาพในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกได้เสมือนมนุษย์ทั่วไป ด้วยกระบวนการแห่งการเรียนรู้ด้วยการจดจำและคิดตามอย่างเป็นระบบ การเข้าถึงข้อมูลจำนวนมากมหาศาลคือทักษะที่ทำให้การใช้ปัญญาประดิษฐ์ทรงพลังอย่างถึงที่สุด ดังนั้นการนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองจึงเป็นเรื่องที่ไม่อาจปฏิเสธได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการวางแผนสำหรับการสร้างคะแนนนิยมเพื่อการเลือกตั้งจากเมื่อก่อนที่ผู้สมัครทั่วไปต้องอาศัยสัญชาตญาณ (instinct) ในการกำหนดท่าทีและนโยบาย แต่ ณ ตอนนี้อัลกอริทึมจากคลังข้อมูลขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครเลือกตั้งเป็นสำคัญมากกว่าเรื่องอื่นใดไปแล้ว การนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในทางการเมือง ก็ทำให้เกิดการตั้งคำถามต่อ “หลักจริยธรรม” (code of ethics) เพราะเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์นั้นสามารถนำมาใช้ในการโน้มน้าวผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังที่เคยเป็นประเด็นใหญ่โตในการเลือกตั้งประธานาธิบดี ของสหรัฐอเมริกา เมื่อปี 2016 ที่มีการจ้างบริษัทข้อมูลสถิติเชิงวิทยาศาสตร์อย่าง “Cambridge Analytica” ให้ทำการวางแผนการรณรงค์หาเสียง (campaign) และโน้มน้าวผู้มีสิทธิลงคะแนนด้วยหลักจิตวิทยา (psychology) ที่ถูกออกแบบมาเฉพาะสำหรับบุคคลด้วยการใช้ข้อมูลจำนวนมากมหาศาลร่วมกับการเรียนรู้ของเครื่องจักรแห่งการเรียนรู้ (campaign) ทำให้ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงได้รับสารที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับมุมมองและความเห็นของแต่ละคนในประเด็นที่แตกต่าง เช่น คนที่มีความหวาดระแวงก็จะได้รับโฆษณาที่สร้างความกลัว ในขณะที่คนซึ่งมีแนวคิดอนุรักษนิยม (conservative) ก็จะได้รับโฆษณาที่สร้างข้อถกเถียงถึงธรรมเนียมและประเพณีต่าง ๆ ในสังคม (ในเชิงชั้นนำหรือขัดแย้งตามแต่

เป้าประสงค์) สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นได้ด้วยการเก็บข้อมูลแบบเรียลไทม์ (real time) จากผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งผ่านพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ (online behavior) พฤติกรรมการบริโภค (consumerism) และความสัมพันธ์ส่วนตัวของพวกเขาเหล่านั้น ข้อมูลเหล่านี้จะถูกเก็บไปเพื่อใช้ในการศึกษาพฤติกรรมเฉพาะของแต่ละบุคคลเป้าหมายเพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารสำหรับการไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ (ของผู้ว่าจ้าง) ซึ่งการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในลักษณะเช่นนี้ก็ได้รับการวิพากษ์ วิจารณ์ไปถึงความจริงใจของผู้สมัครเอง (sincerity) เพราะจะทำให้ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงแต่ละคนจะได้รับข้อความในการรณรงค์หาเสียงที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งส่งผลให้เกิดคำถามต่อจุดยืนที่แท้จริงของผู้สมัครรายนั้น ที่น่ากังวลยิ่งกว่าคือการนำนวัตกรรมโรบอการเมือง (robot) หรือ IO (information operation) (ตัวบุคคลในออนไลน์ที่เป็นบัญชีปลอมเกิดจากโปรแกรม) มาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งเพื่อกระจายข้อมูลปลอมและข่าวเท็จในสื่อสังคมออนไลน์ทั่วโลก โดยนวัตกรรมโรบอการเมือง (robot) ดังกล่าวนี้อาจถูกสร้างขึ้นให้ทำหน้าที่โต้ตอบและกระจายข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเพียงด้านเดียวเพื่อให้ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน ไม่ว่าจะเป็นการกระจายเรื่องดีของคนสนับสนุน หรือการกระจายข่าวเท็จหรือเรื่องไม่ดีของกลุ่มการเมืองตรงกันข้าม

อีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ในทางการเมือง เมื่อมีการตั้งคำถามกันว่าปัญญาประดิษฐ์จะสามารถทดแทนนักการเมืองได้หรือไม่ ก็นึกไปถึงที่ประเทศนิวซีแลนด์ มีการสร้างหุ่นยนต์ด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์ขึ้นมาชื่อว่า “แซม” ที่ไม่มีข้อจำกัดเรื่องของเวลาในการทำงานและสถานที่ในการทำงานซึ่งมีความทรงจำ การจดจำข้อมูลที่แม่นยำ เข้าใจสถานะของทุกคนโดยไม่มีอคติในการตัดสินใจ (ต่างกับมนุษย์) คือ สามารถตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อเท็จจริงและเหตุผลที่ผ่านความเห็นต่าง ๆ ไม่โกหก ไม่ให้ข้อมูลเท็จ และให้ความสำคัญหรือจุดยืนตามประเด็นปัญหาที่คนให้ความสำคัญมากที่สุด ที่สำคัญไม่ว่าจะเป็นรูปลักษณ์หรือเสียงก็จะสะท้อนภาพความเป็นนิวซีแลนด์ ซึ่งปัญญาประดิษฐ์นักการเมืองตัวนี้ก็ได้รับความสนใจจากทั่วโลกอย่างมากมาย แต่สำหรับความเห็นส่วนตัวการเมืองเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและซับซ้อน (delicate and complex) ที่สำคัญความรู้สึก (feeling) เป็นสิ่งสำคัญที่นักการเมืองต้องใช้ในการทำงานหรือสื่อสารกับผู้สนับสนุนในการสร้างความนิยม (populism) ดังนั้น แม้ปัญญาประดิษฐ์จะถูกทำขึ้นมาโดยมนุษย์และทำทุกอย่างได้แบบมนุษย์ (หรืออาจจะดีกว่า) แต่ความรู้สึกนั้นสร้างไม่ได้ มันเกิดขึ้นโดยความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ต่อมนุษย์เท่านั้น ความทุกข์ร้อน (suffering) ความเห็นใจ (sympathy) การเป็นความหวัง (expectation) การเป็นใครสักคนที่สร้างความอุ่นใจ (trust) เป็นต้น ไม่มีสิ่งไหนทำได้ดีเท่ามนุษย์ด้วยกันอีกแล้ว (human being) สิ่งที่จะบอกก็คือจงอย่าหมดหวังกับการเมืองหรือนักการเมือง เพราะเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์จะทำให้ประชาชนกับการเมืองหรือนักการเมืองสามารถเข้าถึงกันได้อย่างใกล้ชิดและนั่นก็จะเป็นทิศทางที่สำคัญของการเมืองไทย และในหลายประเทศบนโลกใบนี้ ที่ทุกคนจะมีส่วนในการกำหนดอนาคตของตัวเองอย่างแท้จริง (ศิริภา อินทวิเชียร, 2563)

กล่าวโดยสรุปอีกมุมมองหนึ่งได้ว่า ปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) มีความเกี่ยวข้องมากขึ้นในขอบเขตทางการเมือง มีศักยภาพที่จะปฏิวัติแง่มุมต่าง ๆ ของการตัดสินใจทางการเมือง กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียง (campaign strategy) และการกำกับดูแล รวมทั้งความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก (big data) เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง (voter's behavior) ช่วยให้พรรคการเมืองสามารถปรับแต่งข้อความ (substance) นโยบายทางการเมือง (policy) และความพยายามในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (information) นอกจากนี้ยังสามารถช่วยในการตรวจจับข้อมูลที่ผิดและข้อมูลบิดเบือน (disinformation) เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการเลือกตั้งมีความเป็นธรรมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) ในทางการเมืองยังทำให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (privacy) อคติ (bias) และการกระจุกตัวของอำนาจ (concentration of power) เป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้กำหนดนโยบายทางการเมืองในการสร้างกฎระเบียบและแนวปฏิบัติทางจริยธรรม (ethical guidelines) เพื่อใช้ประโยชน์จากปัญญาประดิษฐ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

พุทธจริยธรรมกับการสื่อสารทางการเมือง

สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ทรงเป็นนักสื่อสารที่มีอัจฉริยภาพด้านการสื่อสาร ทรงถ่ายทอดคำสอนของพระองค์โดยผ่านทางการถ่ายทอดทางวาจาเป็นหลักอย่างกว้างขวาง ทรงกล่าวปาฐกถาและมีส่วนร่วมในการสนทนากับผู้คนจากทุกสาขาอาชีพ ดังเช่นวิธีสำคัญบางประการที่พระพุทธเจ้าใช้ในการสื่อสารและเผยแพร่งคำสอน คือ (1) พระธรรมเทศนาและวาทกรรม: พระพุทธเจ้าจะทรงแสดงพระธรรมเทศนาและวาทกรรมที่เรียกว่า “พระสูตร” แก่ทั้งพระสาวกของพระองค์และประชาชนทั่วไป คำสอนเหล่านี้ครอบคลุมแง่มุมต่าง ๆ ของชีวิต รวมถึงความประพฤติตามหลักจริยธรรม การทำสมาธิ ปัญญา และเส้นทางสู่ความหลุดพ้น (2) ช่วงการถาม-ตอบ: พระพุทธเจ้ามักจะเสวนา ตอบคำถามที่สาวกของพระองค์และคนอื่น ๆ ตั้งไว้ ปฏิสัมพันธ์เหล่านี้ทำให้สามารถสำรวจคำสอนได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้นและชี้แจงข้อสงสัย (3) อุปมาและอุปมาอุปไมย: พระพุทธเจ้ามักใช้อุปมาและอุปมาเพื่อถ่ายทอดแนวคิดทางจิตวิญญาณที่ซับซ้อนในลักษณะที่เข้าถึงได้มากขึ้น เรื่องราวเหล่านี้ช่วยให้ผู้คนเข้าใจความจริงอันลึกซึ้งโดยเล่าให้พวกเขาฟังเกี่ยวกับประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน (4) ตัวอย่างส่วนตัว: พฤติกรรมและความประพฤติของพระพุทธเจ้าทำหน้าที่เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ทรงพลัง เขาเป็นตัวอย่างคุณสมบัติของความเห็นอกเห็นใจ สติปัญญา และความใจเย็น โดยสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตามคำสอนของเขาผ่านการกระทำของเขาเอง และ (5) ชุมชนสงฆ์: พระพุทธเจ้าทรงสถาปนาคณะสงฆ์ (สังฆะ) ซึ่งคำสอนของพระองค์ได้รับการอนุรักษ์และถ่ายทอดไปยังรุ่นต่อ ๆ ไป ชุมชนนี้มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่งธรรมะ (คำสอนของพุทธศาสนา) ผ่านการฝึกฝนและความพยายามในการสอนของพวกเขาเอง กล่าวได้ว่าการสื่อสารประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบสนอง และผู้สื่อสารหรือผู้ส่งสาร (sender) เป็น

องค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากสื่อสารนั้นมีความแตกต่างที่หลากหลายซึ่งผู้ส่งสาร (sender) จะต้องทำความเข้าใจผู้รับสาร (receiver) ที่จะทำการสื่อสารด้วยว่าจะทำการสื่อสารด้วยเนื้อหาใด ด้วยวิธีการอย่างไร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อะไร นอกจากนี้ในฝ่ายของผู้รับสารเองจะรับสารอย่างไรเพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ตามแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในพระพุทธศาสนามีเนื้อความเกี่ยวกับประเด็นเหล่านี้ปรากฏในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนา ดังนี้ (สุทัศน์ ประทุมแก้ว และคณะ, 2565)

ประเด็นที่หนึ่ง ระดับของผู้ส่งสาร (messenger level) สำหรับองค์ประกอบด้านผู้ส่งสารนั้น เนื่องจากในคัมภีร์พระพุทธศาสนา เช่น พระไตรปิฎก ปรากฏผู้ส่งสารโดยมากคือพระพุทธเจ้าทำการสื่อสารกับบุคคลอื่นด้วยรูปแบบหรือวิธีการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ทั้งการสื่อสารเชิงวัจนะภาษา (verbal) การสื่อสารเชิงอวัจนะภาษา (nonverbal) หรือทั้งสองอย่างร่วมกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้รับสารที่มีอยู่หลากหลายกลุ่มประเภท ตลอดจนวัตถุประสงค์เฉพาะในการสื่อสารครั้งนั้น ๆ และบริบทที่แวดล้อมอยู่ อย่างไรก็ตามในส่วนของการสื่อสารและแนวทางปฏิบัติในส่วนของผู้ส่งสาร ปรากฏตัวอย่างและหลักธรรมที่สำคัญจำนวนมากซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ส่งสารในการสื่อสารกับบุคคลอื่น เช่น หลักสัปปริสธรรม 7 เกณฑ์ในการตรัสวาจาของพระพุทธเจ้า คือในอัมมัญญสูตร (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, (2535). อจ.สตตก. 23/68/143-146) ว่าด้วยบุคคลผู้รู้ธรรม มีเนื้อหากล่าวถึงหลักสัปปริสธรรม 7 ประการ ซึ่งได้แก่ (1) เป็นอัมมัญญ (ผู้รู้จักเหตุ) (2) เป็นอัตถัญญ (ผู้รู้จักผล) (3) เป็นอิตถัญญ (ผู้รู้จักตน) (4) เป็นมัตถัญญ (ผู้รู้จักประมาณ) (5) เป็นกาลัญญ (ผู้รู้จักกาลเวลา) (6) เป็นปริสสัญญ (ผู้รู้จักชุมชน) และ (7) เป็นบุคคลัญญ (ผู้รู้จักบุคคล) (ที.ปา. (ไทย) 11/357/401) ธรรม 7 ประการนี้ สามารถนำมาประยุกต์เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสารได้ กล่าวคือธรรมข้ออัมมัญญตา อัตถัญญตา และอิตถัญญตา โดยประยุกต์กล่าวถึงคุณลักษณะด้านความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาสารของ ผู้ส่งสารว่าต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ทั้งอรรถและธรรมในเนื้อหาสารเป็นอย่างดี กล่าวคือมีความรู้ทั้งแบบแผน และความหมาย ความมุ่งหมาย ผลและประโยชน์ของเนื้อหาสารที่จะสื่อสารออกไป รวมทั้งรู้จักตน คือ รู้ฐานะ รู้ภาวะ รู้กำลังความรู้ความสามารถ คุณธรรมที่ตนเองมีอยู่เป็นอยู่ นอกจากนี้ยังต้องเป็นผู้รู้จักกาลเวลาที่เหมาะสม ระยะเวลาที่ควรหรือที่จะต้องใช้ในการสื่อสาร รวมทั้งต้องรู้จักชุมชน บุคคลที่จะทำการสื่อสารด้วยว่ามีอหยาศัย ความสามารถ และคุณธรรมอย่างไร ควรจะประพัตต่อชุมชนบุคคลเหล่านั้นอย่างไร (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), 2538) เป็นต้น นั่นคือ ผู้ส่งสาร (sender) นอกจากจะรู้ความสามารถของตนเองแล้ว ยังต้องรู้จักผู้รับสาร (receiver) และวิธีการที่จะสื่อสารกับผู้รับสารเหล่านั้น โดยคำนึงถึงกาล (time) วัตถุประสงค์ (objective) และบริบท (context) ที่ทำการสื่อสารด้วย

ประเด็นที่สอง 2. ระดับของการรับสาร (level of exposure) พระพุทธเจ้าทรงแยกแยะ วิเคราะห์ผู้รับสารตามระดับปัญญา ซึ่งแตกต่างไปจากหลักการสื่อสารของนักวิชาการตะวันตกที่วิเคราะห์ผู้รับสารตามหลักพื้นฐานง่าย ๆ เช่น ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางด้านจิตใจ เช่น หลักทฤษฎีความแตกต่างระหว่าง

บุคคลที่ให้อธิษฐานว่าบุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพ (personality) สภาพจิตวิทยา (psychology) ทศนคติ (attitude) ค่านิยม (values) ความเชื่อ (belief) ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เนื่องจากการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน แต่สำหรับพระพุทธรูปองค์ทรงแบ่งบุคคลที่จะสั่งสอนตามระดับปัญญา (intelligence level) ซึ่งมีความลึกซึ้งกว่านักวิชาการตะวันตก พระองค์จะทรงแสดงธรรม (หรือทรงสื่อสาร) ตามความเหมาะสมของบุคคล ทรงมองเห็นว่าบุคคลมีความสามารถทางปัญญาแตกต่างกันเป็น 4 ระดับ คือ (สุวณฺณ จันทระจํานง, 2540)

1) อุคคตัตถัญญ ได้แก่ ผู้มีปัญญที่สามารถเรียนรู้และเข้าใจพระธรรมคำสอนได้ทันทีเมื่อได้รับฟังพระธรรมเทศนา เปรียบเสมือนดอกบัวเจริญเต็มที่ที่ผลิผลเหนือระดับน้ำ เติบโตที่บานได้ทันทีเมื่อได้รับแสงจากดวงอาทิตย์

2) วิปจิตัตถัญญ ได้แก่ ผู้สามารถเรียนรู้ได้เมื่อมีการอธิบายขยายความเพิ่มเติม เปรียบเสมือนดอกบัวที่ชูก้านมาถึงระดับพื้นน้ำรอที่จะโผล่พ้นน้ำในวันรุ่งขึ้นและเตรียมบานเมื่อได้รับแสงตะวัน

3) เนยยะ คือ ผู้อาจเรียนรู้ธรรมด้วยอาศัยความเพียรอย่างยิ่งยวดทั้งด้วยการฟัง การคิดตาม การถาม การทอ้งบ่น (ทอ้งจำ) ทบทวน เปรียบเสมือนดอกบัวที่อยู่ใต้น้ำ ต้องการเวลาในการโผล่ขึ้นสู่พื้นผิวน้ำเพื่อเบ่งบานในโอกาสต่อไป

4) ปทปรมะ ได้แก่ ผู้ซึ่งไม่อาจเรียนรู้และเข้าใจในพระธรรมพิเศษ แม้จะฟัง คิดตาม ทอ้งบ่น (ทอ้งจำ) ทบทวน อย่างไรก็ตามเปรียบเสมือนบัวที่จมติดอยู่ใต้น้ำ

ผู้รับสาร (receiver) ที่พระพุทธรูปเจ้าได้ทรงทำการสื่อสารด้วยนั้น สามารถแบ่งได้อีกหนึ่ง คือ เปรียบเข้ากับบัว 4 เหล่า (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2535). วิ.ม. (ไทย) 4/9/14) ซึ่งอรรถกถาได้กล่าวคือ บัวที่อยู่ใต้โคลนตมจืดเข้ากับปทปรมะ บัวที่ยังไม่พ้นน้ำ จมอยู่ในน้ำจืดเข้ากับเนยยะ บัวที่อยู่เสมอน้ำจืดเข้ากับวิปจิตัตถัญญ และบัวที่ขึ้นพ้นน้ำ ไม่แต่น้ำจืดเข้ากับอุคคตัตถัญญ พร้อมนี้ ตามที่ปรากฏในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนายังแสดงให้เห็นว่าสังคมยังประกอบไปด้วยผู้รับสารกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสังคมอินเดียในสมัยพุทธกาลด้วย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มประเภทผู้รับสารเหล่านั้นได้เป็นกลุ่มต่าง ๆ คือ (สุทฺธสฺน ประทุมแก้ว และคณะ, 2565)

1. กลุ่มผู้รับสารซึ่งเป็นผู้มีศักยภาพในการบรรลุธรรมได้เร็วหรือสามารถสอนให้รู้ได้ง่าย ผู้รับสารกลุ่มนี้เป็นผู้รับสารกลุ่มแรก ๆ ที่สามารถเข้าถึงเนื้อหาสาระระดับปรมัตถสัจจะที่เป็นแก่นแกนของพระพุทธศาสนาได้อย่างรวดเร็ว (ทัศนีย์ เจนวิถีสุข, 2543) และได้กลายเป็นผู้ส่งสารที่เป็นกำลังสำคัญในการทำ การสื่อสารกับบุคคลอื่นในสังคมต่อไปอีก

2. กลุ่มผู้นำหรือผู้ปกครอง ได้แก่ กษัตริย์ พระราชาซึ่งเป็นผู้ปกครองประเทศ แคว้นแคว้น หรือเมือง ผู้รับสารกลุ่มนี้เป็นผู้มีอำนาจ เป็นผู้นำในทางอาณาจักรหรือสังคม ชุมชนซึ่งความเป็นผู้มีอำนาจเป็นผู้นำ

นั้นสามารถบันทาลสิ่งต่าง ๆ ในอาณาจักรหรือสังคม ชุมชนให้เป็นไปดังประสงค์ได้ นอกจากนี้ผู้รับสารกลุ่มนี้ยังเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง เป็นผู้ที่มีผู้รู้จักมาก เมื่อกระทำการสิ่งใดไม่ว่าจะเป็นพระจริยาวัตรส่วนพระองค์หรือต่อสาธารณะก็ตามย่อมส่งผลกระทบไปในวงกว้างทั้งสังคม

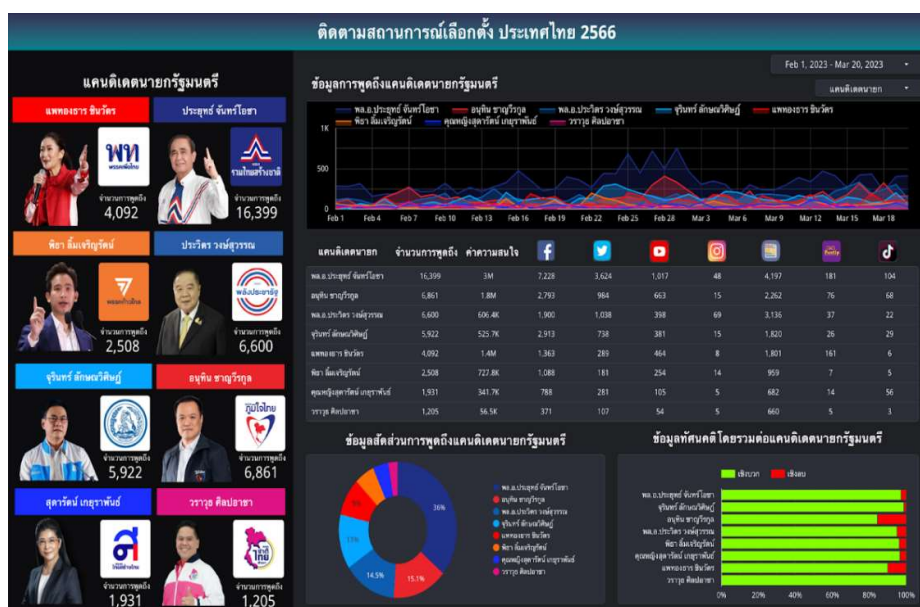
3. กลุ่มสาวคนสำคัญของลัทธิอื่น เป็นผู้รับสารที่สามารถกล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มผู้รับสารที่เป็นกลุ่มชนชั้นนำในสังคม ผู้รับสารกลุ่มนี้มีทั้งที่เป็นกษัตริย์ เสนาบดี คหบดีผู้มีชื่อเสียงมีผู้รู้จักมาก กุลบุตรของเศรษฐี นักบวช เป็นต้น ผู้รับสารกลุ่มนี้ยังเป็นผู้อุปถัมภ์คนสำคัญหรือเป็นกำลังสำคัญของผู้รู้ นักปราชญ์เจ้าลัทธิต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคมด้วย การแสดงความคิดเห็นหรือการกระทำต่าง ๆ ของคนกลุ่มนี้ย่อมเป็นที่สนใจ และมีผลเชิงความคิด หรือการกระทำของคนอื่น ๆ ในสังคมด้วย

4. กลุ่มคหบดีพราหมณ์ ผู้ประกอบพิธีกรรมหรือปฏิบัติตามธรรมเนียมปฏิบัติที่แพร่หลายอยู่ในสังคมในขณะนั้น ผู้รับสารกลุ่มนี้เป็นคนส่วนใหญ่ของสังคม ซึ่งมีทฤษฎีและวัตรปฏิบัติเป็นไปตามทฤษฎีของสังคม ตลอดจนธรรมเนียมปฏิบัติต่าง ๆ ของสังคมที่เป็นอยู่ในขณะนั้น เมื่อทฤษฎีและวัตรปฏิบัติของผู้รับสารกลุ่มนี้ซึ่งเป็นสมาชิกส่วนใหญ่ของสังคมเปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลกระทบให้ทฤษฎีของสังคม ตลอดจนธรรมเนียมปฏิบัติของสังคมเปลี่ยนแปลงไปได้

กล่าวโดยนัยยะหนึ่งได้ว่าพุทธจริยธรรมกับการสื่อสารทางการเมืองนั้น จะเป็นตัวแปรหนึ่งที่ทำให้องค์การสื่อสารต่าง ๆ เป็นไปในทางที่ดีและมั่นคง เช่น ในด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีพ การแย่งชิงทรัพยากรในระดับต่าง ๆ ทั้งหมดสามารถนำมาบูรณาการพุทธจริยธรรมเพื่อการสื่อสารทางการเมืองได้ 3 ทางคือ ทางกาย ทางวาจา และทางใจ พุทธจริยธรรมคือหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนาในส่วนที่เป็นจริยธรรม คุณธรรม เป็นระบบความประพฤติที่ครบถ้วนบริบูรณ์มีเนื้อหาสาระครอบคลุมความประพฤติของมนุษย์ที่ปรากฏทั้ง กาย วาจา และใจ ไม่ว่าจะเป็นความประพฤติในระดับต้น (elementary behavior) ที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิตของตนด้วยดี มีการเกื้อกูลแก่กันและกัน ช่วยกันรักษาระบบสังคมที่ตนมีส่วนร่วมในการที่จะให้เกิดประโยชน์เกื้อกูลแก่การดำเนินชีวิตที่ดีงาม ความประพฤติระดับกลาง (middle behavior) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพทางจิตใจให้มีคุณภาพ มีความตั้งมั่น ไม่หวั่นไหว มีความกล้าหาญ และพร้อมที่จะเผชิญกับความเป็นจริงของชีวิตและโลก และระบบแห่งความประพฤติระดับสูง (high level of conduct) ซึ่งต้องใช้ความรู้ ความเข้าใจคือตัวปัญญาโดยใช้ปัญญาพิจารณาองคฺให้รู้จักและมีความเข้าใจ ความเป็นจริงของชีวิตแล้วพยายามวางแผนการปฏิบัติหรือจัดระบบให้เหมาะสมในการดำเนินชีวิตของตนและสังคมเพื่อสร้างสรรค์คุณภาพชีวิตและสังคมให้ดำเนินไปสู่จุดหมายของชีวิตที่ดีงามอย่างแท้จริง

สรุป

การสื่อสารทางการเมือง (political communication) มีบทบาทและสำคัญในการกำหนดกระบวนการประชาธิปไตยและมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างผู้นำทางการเมืองและประชาชนทั่วไป ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล (information) ความคิด (creativity) และค่านิยม (values) การสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ประชาชนมีข้อมูลในการตัดสินใจ (decision) การส่งเสริมความโปร่งใส (transparency) และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสาธารณะในขอบเขตทางการเมือง นอกจากนี้ยังอำนวยความสะดวกในความรับผิดชอบของผู้นำทางการเมืองและช่วยให้สถาบันประชาธิปไตยทำงานได้อย่างราบรื่น ในยุคของปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) การสื่อสารทางการเมืองสามารถใช้ประโยชน์จากพลังของเทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงผู้ชมในวงกว้างขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพของการรณรงค์ทางการเมืองและการกำกับดูแล AI สามารถวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมากมหาศาล สามารถระบุรูปแบบและให้ข้อมูลเชิงลึกอันมีค่าซึ่งสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารได้ AI มีศักยภาพที่จะปฏิวัติการเมืองในด้านต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์เชิงคาดการณ์ การมีส่วนร่วมขององค์ประกอบ การแนะนำนโยบาย การเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญ (campaign) การตรวจจับข่าวปลอม และการสนับสนุนการตัดสินใจ สิ่งสำคัญที่ควรทราบคือควรใช้ AI ทางการเมืองอย่างมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบ โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อความเป็นส่วนตัว อนาคต และความโปร่งใสทางการเมือง



ภาพที่ 1 การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการติดตามสถานการณ์การเลือกตั้ง

ที่มาภาพ: TECHSAUCE <https://techsauce.co/news/computerlogy-social-listening-election>

อย่างไรก็ตาม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องแน่ใจว่ามีการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) อย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบเพื่อรักษาหลักการประชาธิปไตยและปกป้องความเป็นส่วนตัวของแต่ละบุคคล จริยธรรมทางพุทธศาสนาสามารถให้คำแนะนำอันมีคุณค่าในเรื่องนี้ โดยเน้นถึงความสำคัญของความเมตตา การเอาใจใส่และความเป็นอยู่ที่ดีของสรรพสัตว์ในการสื่อสารทางการเมือง ด้วยการบูรณาการจริยธรรมทางพุทธศาสนาเข้ากับ ปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) และการเมือง เราสามารถมุ่งมั่นเพื่อภูมิทัศน์หรืออนาคตภาพแห่งการสื่อสารทางการเมืองที่ครอบคลุม โปร่งใส (transparency) และมีความเห็นอกเห็นใจมากขึ้น

ข้อค้นพบด้านสาระัตถะ

การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) ทางการเมืองอาจมีข้อดีและข้อเสียหลายประการ ดัง สาระัตถะประโยชน์ด้านดีของการใช้ AI ในการเมือง เช่น (1) การวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจ: AI สามารถประมวลผลข้อมูลจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว และวิเคราะห์เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่า สิ่งนี้สามารถช่วยให้นักการเมืองมีข้อมูลในการตัดสินใจโดยอาศัยหลักฐานและแนวโน้ม แทนที่จะอาศัยสัญชาตญาณหรืออคติส่วนตัวเพียงอย่างเดียว (2) การจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ: อัลกอริทึม AI (AI algorithm) สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดสรรทรัพยากรในด้านต่าง ๆ เช่น การดูแลสุขภาพ การขนส่ง และการศึกษา ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลและคาดการณ์ความต้องการในอนาคต AI สามารถช่วยนักการเมืองในการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรสาธารณะ (3) ปรับปรุงบริการสาธารณะ: แชนบอทและผู้ช่วยเสมือนที่ขับเคลื่อนด้วย AI สามารถปรับปรุงการมีส่วนร่วมของประชาชนและให้การตอบคำถามที่รวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถช่วยปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการและปรับปรุงคุณภาพโดยรวมของบริการสาธารณะได้ และ (4) การกำหนดนโยบายที่ได้รับการปรับปรุง: AI สามารถช่วยในการวิเคราะห์ปัญหา นโยบายที่ซับซ้อนโดยการระบุรูปแบบ คาดการณ์ผลลัพธ์ และการสร้างแบบจำลองสถานการณ์ สิ่งนี้สามารถช่วยให้นักการเมืองพัฒนานโยบายที่อิงหลักฐานเชิงประจักษ์ซึ่งมีแนวโน้มที่จะบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการ ส่วนสาระัตถะด้านข้อเสียของการใช้ AI ในการเมือง เช่น (1) ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูล: การใช้ AI ทางการเมืองเกี่ยวข้องกับการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลจำนวนมาก มีความเสี่ยงต่อการละเมิดความเป็นส่วนตัวและการเข้าถึงข้อมูลที่ละเอียดอ่อนโดยไม่ได้รับอนุญาต การสร้างสมดุลระหว่างการใช้ข้อมูลและการปกป้องความเป็นส่วนตัวเป็นสิ่งสำคัญ (2) อคติและความยุติธรรมของอัลกอริทึม: อัลกอริทึม AI (AI algorithm) มีความเป็นกลางพอ ๆ กับข้อมูลที่ได้รับการฝึกเท่านั้น หากข้อมูลที่ใช้ในการฝึกโมเดล AI มีความลำเอียง ก็สามารถขยายและขยายความไม่เท่าเทียมกันและการเลือกปฏิบัติที่มีอยู่ได้ ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อให้แน่ใจว่าระบบ AI มีความยุติธรรมและเป็นกลาง (3) การ

ชาตวิจารณ์ญาณของมนุษย์และความเห็นอกเห็นใจ: AI มีข้อจำกัดโดยธรรมชาติในความสามารถในการทำความเข้าใจและรับผิดชอบต่ออารมณ์ของมนุษย์ บริบททางวัฒนธรรม และการพิจารณาด้านจริยธรรม การไม่มีวิจารณ์ญาณของมนุษย์และความเห็นอกเห็นใจในกระบวนการตัดสินใจอาจนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ไม่ได้ตั้งใจและความไม่ไว้วางใจของสาธารณะ และ (4) การโยกย้ายงาน: การทำงานอัตโนมัติของงานบางอย่างผ่าน AI อาจนำไปสู่การเปลี่ยนงานสำหรับบุคคลบางคน สิ่งนี้สามารถสร้างความท้าทายทางสังคมและเศรษฐกิจที่ผู้กำหนดนโยบายจำเป็นต้องแก้ไขเพื่อให้แน่ใจว่ามีการเปลี่ยนผ่านอย่างยุติธรรมและให้การสนับสนุนคนงานที่ได้รับผลกระทบ ดังนั้น การพิจารณาข้อดีและข้อเสียของการใช้ AI ทางการเมืองอย่างรอบคอบเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้แน่ใจว่ามีการดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบและมีจริยธรรม

อ้างอิง

- ทัศนีย์ เจนวิถีสุข. (2543). การสื่อสารที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมที่ปรากฏในพระไตรปิฎก. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). (2538). พุทธธรรม ฉบับปรับปรุงและขยายความ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2535). พระไตรปิฎกภาษาบาลี ฉบับมหาจุฬาเตปิฎก 2500. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ศิริภา อินทวิเชียร. (2563). เมืองปัญญาประดิษฐ์. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2566 จาก <https://www.naewna.com/lady/columnist/44684>
- ศิริภา อินทวิเชียร. (2563). ปัญญาประดิษฐ์กับการเมือง. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2566 จาก <https://www.naewna.com/lady/columnist/44684>
- สุทัศน์ ประทุมแก้ว พระมหาตะวัน พิมพ์ทอง และพระมหาธงชัย ธรรมทวี. (2565). พุทธจริยธรรมกับการสื่อสารทางการเมืองในสังคมไทย. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 7(3), 30-42.
- สุวัฒน์ จันทรจำนง. (2540). ความเชื่อของมนุษย์เกี่ยวกับปรัชญาและศาสนา. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.
- เสถียร เขยประทับ. (2540). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองในสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Berlo, David K. (1960). *The Process of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

David L. Altheide. (2008). **Media Logic and Political Communication in Political communication**. London: Sage Publications.

Dennis W. Johnson. (2001). **No Place for Amateurs**. London: Routledge.

TECHSAUCE. (2023). **วิเคราะห์การเลือกตั้งปี 2566 ผ่าน Social Listening Tool**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2566 จาก <https://techsauce.co/news/computerlogy-social-listening-election>.