



ความรู้เท่าทัน “แชทบอท” การเข้าถึงความคิดของผู้คนต่อการแยกแยะหรือจู่โจม
Knowledgeable “Chatbot”: Access to the Thinking’s person with
discrimination vs. assault

พระครูสุทธีรญาณ (นิธิมงคลชัย)

Phrakhrusuthivorayan (Nithimongkholchai)

วัดป่าญาณวิสุทธาวาส

Watpatanwisutthawat

Email: ktawon@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง ความรู้เท่าทัน “แชทบอท” การเข้าถึงความคิดของผู้คนต่อการแยกแยะหรือจู่โจม วัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักผู้ใช้ช่องทางการสื่อสาร ที่ควรรู้เท่าทันแชทบอทในการเข้าถึงมนุษย์ เพราะอำนาจในการคิดและตัดสินใจเป็นของผู้ใช้ ช่องทางสื่อสารระบบปัญญาประดิษฐ์ (Ai) เป็นเพียงส่วนประกอบการตัดสินใจ วิธีการศึกษา ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เลือกแบบเจาะจงจำนวน 6 ราย เป็นพระภิกษุ 4 รูป และคฤหัสถ์ 2 คน ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้ แชทบอทให้ความเชื่อมั่นในการสื่อสารกับมนุษย์ มากกว่าความน่าเชื่อถือ ของการสื่อสารผ่านอุปกรณ์ มีความสะดวกสบาย ลดเวลาเดินทาง มีค่าใช้จ่ายน้อย ลดการปฏิสัมพันธ์ทั้งเชิงบวก-ลบกับมนุษย์ ส่วนผู้ใช้งานควรมีวิจารณญาณ อ่านรายละเอียด แม้ว่าคนรุ่นใหม่นิยมใช้แชทบอทประกอบการตัดสินใจมากกว่าคนมีอายุ เพราะเชื่อว่าการได้เห็น จับต้องและทดสอบ สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้จริง ด้านพฤติกรรมของแชทบอทสามารถจดจำพฤติกรรมของผู้ใช้แล้วคัดสรรกลุ่มหรือประเภทสินค้า อุปโภคหรือบริโภค สรุปรูป เพื่อประกอบในการตัดสินใจ และตัวระบบมีความสมบูรณ์ มีความคลาดเคลื่อนการใช้งานน้อยมาก ในการเข้าถึงบริการของแชทบอท ผู้ใช้จำเป็นต้องมีวิธีคิดเชิงบวก การคิดโดยไตร่ตรอง เพื่อแยกแยะความจำเป็น หรือความต้องการ เลือกสาระสำคัญของการสื่อสารเพื่อหลีกเลี่ยงป้องกันความผิดพลาด ข้อเสนอแนะ ด้านการตลาดสมัยใหม่อาจมองว่ามนุษย์ถูกเข้าถึงแบบจู่โจม จนกลายเป็นถูกคุกคาม เรื่องที่เป็นส่วนตัวสามารถถูกเข้าถึงได้ ความรู้เท่าทันการสื่อสารผ่านแชทบอทในยุคสังคมออนไลน์จึงเป็นสิ่งที่ควรใช้วิจารณญาณ

คำสำคัญ: ความรู้เท่าทัน, แชทบอท, ความคิด



Abstract

Academic articles title “Chatbot” approaches to the thinking of the discriminating or attacking people. Aimed of the objective to raise awareness of the users on the communication channel which used chatbot through reaching humans. Because of the power of the thinking and decide belongs to the user. The Artificial Intelligence (Ai) communication channel was only a decision-making component. Methodology: were used a qualitative research. Collecting data from in-depth interviews with key informants as purposive sampling, consist of 6 persons, 4 monks and 2 people. Results of study were found that User behavior by Chatbots gave a confidence in communicating with humans more than reliability on communication through the device, comfortable, reduce travel time, costs less, reduce both positive-negative interactions with humans. As for the user, should have judgment, read details. Although the younger generation were more likely to use chatbots to make decisions than older people. Because believed that seeing with touching and testing actually meet the needs. In terms of behavior, chat bots could recognize user behavior and select groups or product types consume. **Conclusion:** For decision making and the Ai system were complete There was very little usage error to access the chatbot service. Users need a positive way of thinking. Deliberate thinking to distinguish the necessity or needs. Choose the essence of communication to avoid mistakes. **Suggestions:** In modern marketing, humans might be viewed as attacked until it becomes threatened. Private matters were accessed the knowledgeable of chatbot communication in the online social era what it should be considered.

Key words: Knowledge, Chatbot, Thinking



บทนำ

ในโลกสังคมออนไลน์ที่ไม่ได้มองเห็นหน้าพบปะกัน การแสดงความคิดเห็น (comment) ที่ไม่ใช่เป็นการสนทนากันโดยตรง เริ่มกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตมากขึ้น ในยุคโลกไร้พรมแดนนี้การพูดคุยสื่อสาร ยังคงเป็นกระบวนการพื้นฐานที่มนุษย์ยังต้องใช้ในการสื่อสารทั้งในปัจจุบันและอนาคต สิ่งที่จะมารองรับความต้องการหรือตอบสนองความต้องการของมนุษย์เราได้นั้นต้องรับรู้ สาร (masses) จากผู้ส่งก่อนเป็นอันดับแรก ภาษาหรือตัวสารเป็นสิ่งที่ผู้ส่งต้องการสื่อออกไป (ประมะ สตะเวทิน, 2537) ซึ่งขั้นตอนนี้เองได้มีเทคโนโลยีที่จะรองรับมากขึ้นและพัฒนาอยู่ในโลกดิจิทัล (All Thinking Digital) (Mr. Digital, 2021) เราเรียกสิ่งนั้นว่า “Chat” แชนท์ที่นิยมใช้กันมากในขณะนี้คือ เฟซบุ๊ก (Face book), ไลน์ (Line), วอทแอป (What App) ฯลฯ

โลกสังคมออนไลน์นี้มีสิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นและเราต้องเข้าใจ คือความคิดเห็นที่แตกต่าง บางครั้งมีคนเขียนคอมเมนต์แล้วทำให้ผู้อื่นเกิดความรู้สึกไม่ดี เหมือนถูกคุกคาม หรือเป็นพิษกับเราไหม (toxic people) กลุ่มคนในลักษณะนี้ส่วนมากจะใช้คำที่ทำให้เราท้อแท้ ดูถูก ฯลฯ เราจะเรียกคนกลุ่มนี้ว่า “คนคิดลบ” และคนที่สามารถทำให้เรามีความสุข พูดคุยสนทนาแล้วสบายใจ อยู่ใกล้ก็สบายดี เราก็คงจะเรียกกลุ่มคนเหล่านี้ว่า “คนคิดเชิงบวก” การแสดงออกทางความคิด (comment) เหล่านี้ทำให้เกิดร่องรอยทางดิจิทัล (Digital footprint) ในโลกออนไลน์ สิ่งเหล่านี้เป็นหลักฐานในการกำหนดอัตลักษณ์ หรือตัวตนของผู้ใช้ได้ เราจึงควรตระหนักถึงการใช้หรือมีวิจารณญาณในการเสพสิ่งเหล่านั้น

แนวความคิดของคนเป็นพิษ (Toxic People) หรือ กลุ่มคนคิดลบ (Negative Side)

โลกสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานร่วมกัน เป็นสังคมหนึ่งที่ต้องการการควบคุมดูแลคัดกรอง เพื่อให้สังคมนั้นอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข การแสดงความคิดเห็นในทางเชิงลบ การแสดงความคิดเห็นที่เป็นการชี้นำ การตัดสินใจสิ่งเพียงสิ่งที่เห็น โดยไม่ผ่านกระบวนการกลั่นกรอง แต่ใช้เพียงแค่ความชอบหรือไม่ชอบตัดสิน เหล่านี้เป็นการทำให้สังคมนั้นเป็นสังคมเชิงลบได้ หรือจะเรียกว่า คนเป็นพิษ (TOXIC PEOPLE) คำนี้ถูกเริ่มใช้ในหนังสือ Emotional intelligence 2.0 ของ Dr. Travis Bradberry (Travis Bradberry, 2014: 1) ซึ่งได้เขียนไว้ว่า “คนที่เป็พิษจะต่อต้านความจริง บางครั้งไม่รู้ถึงผลกระทบด้านลบที่มีต่อคนรอบข้าง โดยเขาจะทำอย่างมีความสุขและบางคนรู้สึกพึงพอใจจากการสร้างความวุ่นวาย” (Toxic people defy logic. Some are blissfully unaware of the negative impact that they have on those around them, and others seem to derive satisfaction from creating chaos and pushing other people’s buttons. Either way, they create unnecessary complexity, strife, and worst of all stress).

จากการค้นคว้าบทความ 8 Things The Most Toxic People in Your Life Have in Common (Abigail Brenner M.D., 2016). TOXIC PEOPLE: เจอคนเหล่านี้ เตรียมหนีให้ดี! (ปวเรศ, 2016). TOXIC PEOPLE ฟันพิษใส่คุณไหม? เปิด 5 วิธีรับมือให้ชีวิตไม่พัง! (วรุณรัตน์ คัทมาตย์, 2019). ปีใหม่ 2564 ตั้งปณิธานปีใหม่ 5 วิธีรับมือ TOXIC PEOPLE (วรุณรัตน์ คัทมาตย์, 2021). Toxic Thinking: วิธีคิดแบบ Toxic กับอาการเสพติดพิษร้ายในสมอง (โตมร ศุขปรีชา, 2018) พบว่า คนประเภทนี้ถ้าเห็นสิ่งใดที่ไม่ดีพอสำหรับเค้า



ก็จะหาเรื่องวิจารณ์ ตัดสินทุกอย่างรอบตัวเอง ไม่รับฟังความคิดเห็นคนอื่น ชอบบงการ มีความคิดว่าตัวเองคือศูนย์กลางทุกอย่าง จะมองเห็นแค่สองมิติ คือ ดีกับไม่ดี จึงมีเพียงแค่ถูกหรือผิด ใช่หรือไม่ใช่ (ปวเรศ, 2016) พวกเขาต้องการพิสูจน์ตัวเองว่าเขาเป็นคนสำคัญ ทำให้เราต้องเลือกสิ่งที่เขาต้องการมากกว่าสิ่งที่ควรจะเป็น เหมือนเป็นการ “แยกออกและจู่โจม” เพื่อให้เหลือทางเดียว (Abigail Brenner M.D., 2016) คนเหล่านี้ยังไม่รับผิดชอบต่อความคิดหรือการกระทำ (ปวเรศ, 2016) เป็นคนไม่เคยทำอะไรผิด แถมยังชอบนิโทษ เลียดสี อิจฉา ริษยา

คนคิดลบนี้ชอบเสนอความคิดเห็นที่แตกต่างในสังคมออนไลน์ จึงมีการเลือกใช้คำรุนแรง คำที่ไม่เหมาะสม เพราะใช้เพียงแค่พิมพ์ข้อความ หรือสารเหล่านั้นออกมาจากความคิดที่ตนต้องการ โดยผ่านอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนที่ถูกสร้างขึ้นในโลกออนไลน์จึงคิดว่าไม่มีใครสามารถเข้าถึงตัวตนที่แท้จริงได้ ตลอดจนคิดว่าตนไม่ต้องรับผิดชอบต่อการแสดงความคิดเห็นนั้น ๆ (สุภาวดี เจริญวานิช, 2560) สิ่งเหล่านี้กลายเป็นเชื้อเพาะบ่มให้คนๆ นั้นกลายเป็นคนที่เปื้อนพิษต่อคนรอบข้างได้

แนวคิดของคนคิดเชิงบวก (Positive Thinking)

คนเป็นพิษ หรือคนคิดลบ ในทางจิตวิทยาให้ความเห็นว่า ความเครียด สภาพแวดล้อม การยอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงาน มีผลต่อความคิด ทำให้เป็นคนคิดลบได้ (ศิริลักษณ์, 2554) พลังความคิดที่ยิ่งใหญ่ พลิกสู่ชัยชนะอย่างน่าทึ่ง (The Power of Positive Thinking) (Norman Vincent Peale, 2005 ; สุขญา ศิริธัญกร, 2560) ได้แสดงทัศนคติในบทความว่า ความคิดที่ดีที่สุด จะทำให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด โดยในแต่ละบทที่จะชี้แนะให้คนอ่านมีความเชื่อมั่นในตนเอง ลดความโกรธ คิดให้ไกล และเปลี่ยนความคิดเชิงลบให้เป็นบวกให้ได้ สิ่งเหล่านี้จะต้องฝึกฝนที่ความคิดของเรา ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่จะเกิดความไม่มั่นใจในสิ่งต่างๆ ที่ตนทำในครั้งแรกๆ ความคิดความกังวลเหล่านั้น จะสะสมจนทำให้เราขาดความมั่นใจ คนที่มีความคิดเชิงบวกจะทำให้เป็นบุคคลที่มีสุขภาพจิตดี มีความมั่นคงทางอารมณ์ (พิทักษ์ สุพรรณโณภาพ, 2561) คนคิดเชิงบวกแบ่งออกได้ 2 ประเด็น คือ 1) คนคิดเชิงบวกในแง่ของทักษะหรือ กระบวนการในการคิด 2) ในแง่ของผลที่เกิดจากการคิดเชิงบวก จากการศึกษาบทความ การคิดเชิงบวก: ตัวแปรในการพัฒนาชีวิต (พิทักษ์ สุพรรณโณภาพ, 2561), การสร้างเสริมสุขภาพจิตด้วยความคิดเชิงบวก (ดวงกมล ปิ่นเฉลียว, 2559), วิจารณ์หนังสือ คิดบวก : พลังความคิดที่ยิ่งใหญ่ พลิกสู่ชัยชนะอย่างน่าทึ่ง (สุขญา ศิริธัญกร, 2560), การเสริมสร้างความคิดเชิงบวกตามแนวพุทธธรรม (สกล เหลืองไพฑูรย์, สุเชาว์ พลอยชุม, 2562) ลักษณะของคนเชิงบวกควรประกอบไปด้วยความเชื่อมั่นตนเอง พยายามปรับปรุงเรียนรู้ ฝึกสร้างวินัยในตน อดทนตั้งใจ ยอมรับความจริงพร้อมแก้ปัญหาโดยมีเป้าหมายที่ความสำเร็จ สุดท้ายเลิกโกรธ เลิกกังวล

“คุณจะไม่มีความพ่ายแพ้ต่อสิ่งใด ไม่ว่าจะทำอยู่ในสถานการณ์ใด พลังของการคิดบวก จะสร้างแรงบันดาลใจให้กับคุณอย่างไม่มีวันหมดสิ้น” (Norman Vincent Peale, 2005 ; สุขญา ศิริธัญกร, 2560) ทุกสิ่งในโลกมีของคู่กัน หรือตรงข้ามกันอยู่ประจำ เราไม่อาจได้ทุกสิ่งที่ต้องการ คนคิดลบไม่อยากจะเห็นคนอื่นดีเด่นกว่า ตรงข้ามกับคนคิดบวก อยากแบ่งปันความสุขให้คนอื่น มีความเชื่อมั่น พร้อมจะเป็นผู้ให้ การยอมรับความจริงบน



พื้นฐานที่ดีงามต่อผู้อื่น คนคิดบวกใคร ๆ ก็อยากจะอยู่ใกล้ อย่างน้อยบิดา มารดา ก็คนหนึ่งแหละที่เป็นตัวอย่างของคนคิดบวกที่อยู่ใกล้เราที่สุด

แนวคิดร่วมประสาน

จากสองแนวคิดที่กล่าวมาพอเห็นได้ว่า ทุกสิ่งมีจุดกำเนิดที่เดียวกันคือ ใจ ในทางพระพุทธศาสนา มีพุทธพจน์ที่ตรัสว่า “มโนปุพฺพงคมา ธมฺมา” ธรรมทั้งหลายมีใจเป็นหัวหน้า (ขุ.ธ.(ไทย) 25/15) พระพุทธเจ้าทรงตรัสรู้ (รู้แจ้ง) หลักธรรมแห่งความพ้นทุกข์ ด้วยการฝึกฝนจิตใจ ไม่ใช่การฝึกทางกาย ไม่ใช่การศึกษาเล่าเรียนศาสตร์วิชาต่าง ๆ จิตของมนุษย์เดิมบริสุทธิ์ แต่มีกิเลสครอบงำ ทำให้เกิดความไม่รู้ (อวิชชา) ความคิดจึงเป็นเครื่องกำหนดความเป็นไปของชีวิต คิดดีให้ผลเป็นสุข คิดชั่วให้ผลเป็นทุกข์ (สกล เหลืองไพฑูริย์และสุเชาว์ พลอยชุม, 2560) สิ่งที่เราทุกคนรู้กันคือ จิตใจเป็นสิ่งที่ฝึกได้ยากที่สุด การห้ามความคิดต่าง ๆ เหมือนกับการเติมเชื้อไฟเข้าไปมากกว่า โดยเฉพาะคนที่ไม่เคยฝึกจิตใจมาก่อน หลายคนคิดว่าเป็นเรื่องง่ายเพียงแค่ภาวนาสมาธิแล้วจะสามารถฝึกจิตของตนได้ นั่นก็เป็นความจริง แต่ในทางปฏิบัติ ผู้ที่ฝึกจิต หรือภาวนาสมาธิ หลายรายไม่สามารถที่จะทนต่อการฝึกหัดปฏิบัติได้ เพราะกิเลสที่ครอบงำนั้น ได้หลอกลวงจิตใจให้ล้มเลิกความเพียรพยายามที่มีเหล่านั้นไป

สำหรับแนวคิดหลักธรรมที่สามารถนำมาร่วมประสานกันได้นั้นได้แก่หลักธรรมอคติ 4 คือ ฉันทาคติ, โทสาคติ, โมหาคติ, ภัยาคติ การเลือกสื่อสารที่ใช้ประทุษวาจารุนแรงมีฐานของคติรองรับ (พระปลัดระพิน พุทธิสาร, 2563 ; อง.จตุกก. 21/17/23.) ทำให้มีการเลือกใช้คำ วาจา หรือสาร ที่มีผลกระทบทั้งผู้ที่รับรู้ ผู้รับสาร ตลอดจนยังมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจด้วย ชุดความคิดดังกล่าวหากปราศจากอคติแล้วก็จะกลายเป็นคติความคิดเชิงบวกได้ทันที

นอร์แมน วินเซนต์ ปีล กล่าวถึงวิลเลียม เจมส์ หนึ่งในผู้ที่มีความฉลาดหลักแหลมของสหรัฐฯ ว่า วิลเลียมส์ ได้อ่านพระคัมภีร์ไบเบิล แล้วพบประโยคที่ยอดเยียมคือ “องค์พระผู้เป็นเจ้าทรงเป็นที่กำบังแข็งแรง ข้าพเจ้าจึงเชื่อมั่น” นั่นทำให้เขาตัดสินใจวางศรัทธาของตนไว้กับพระผู้เป็นเจ้าและทำสิ่งต่าง ๆ ให้ดีที่สุด โดยตั้งแต่เริ่มคิดแบบใหม่ไปเรื่อย ๆ จนความคิดเก่า ๆ เรื่องความล้มเหลว ฯลฯ ก็ถูกระบายออกไป” (Norman Vincent Peale, 2005 ; สุขญา ศิริธัญญาร, 2560)

จะเห็นได้ว่าทุกศาสนาล้วนสอนให้เราหัดเปลี่ยนความคิด เริ่มจากใจออกไปหา กาย และ วาจา สำหรับในโลกยุคดิจิทัลนี้ คนจะต้องมีภูมิคุ้มกัน โดยเฉพาะทักษะด้านการคิดเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การสื่อสาร การใช้ชีวิต ตลอดจนการใช้ชีวิตในวัฒนธรรมข้ามชาติ (พนิดา ขาดยาภา, 2561)

แซทบอท การเข้าถึงอัตลักษณ์ของผู้คนเพื่อการแยกออกหรือ जुใจ

สังคมออนไลน์ที่เราใช้กันอยู่ทุกวันนี้ ทั้ง เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ฯลฯ ล้วนเป็นตัวกลางของเราในการส่งสาร ข้อความที่เราทิ้งไว้ไม่ว่าจะเป็นการแสดงความคิดเห็น การกดไลค์ กดแชร์ อะไรต่าง ๆ ก็ตาม สิ่งเหล่านั้นคือ ร่องรอยแห่งการกระทำที่เราทิ้งไว้ (Digital footprint) มันเป็นสิ่งที่เผยตัวตนของเราให้ผู้อื่นบนโลกออนไลน์ได้รับรู้ เอกลักษณ์ที่ทิ้งเอาไว้บนโลกดิจิทัลนี้มันเปิดเผยอัตลักษณ์ที่แท้จริงของเรา ซึ่งเราอาจจะคิด



ว่า มันไม่น่าเป็นไปได้ เพราะเราใช้นามแฝง หรือสร้างอัตลักษณ์อื่นขึ้นมาเพื่อป้องกันตัวเองไว้แล้ว แต่ พาสซีฟดิจิทัลฟุตพริ้นท์ (passive digital footprint) หรือข้อมูลคร่าว ๆ ที่เราได้ใช้เพื่อสื่อสารนั้น มันจะมี ไอพีแอดเดรส (IP address) ให้รู้ ว่าเรามาจากไหน (Pat Hemasuk, 2019)

ดร. เพ็ญจันทร์ โพธิ์บริสุทธิ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนียสเตท - ฟุลเลอร์ตัน สหรัฐอเมริกา ได้กล่าวกับ สำนักข่าว BBC ไทย ว่า "สิ่งที่คนลืมไปคือโซเชียลมีเดียเป็นสภาพในแบบที่คุณถูกจับตามองอยู่ตลอดเวลาโดยคนในเครือข่ายคุณ ที่นั่นมันเป็นปัญหาเพราะเวลาใครพูดอะไรที่ขัดกับสิ่งที่เราคิดว่า 'ดีงาม' ก็จะมีการเอาคนไปรุมถล่ม" (ศิริกร เอื้อไพจิตร, 2562)

ยังมีตัวช่วยในการคัดกรองอีกอย่างหนึ่งคือ แชทบอท (Chatbot) ซึ่งเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ชนิดหนึ่งที่มีไว้สื่อสารกับมนุษย์ โดยถูกแบ่งการสร้างเป็น 2 แบบ คือ 1) ถูกกำหนดด้วยกฎ (Based on rules) คือมีการสร้างกฎต่าง ๆ ให้ครอบคลุมเงื่อนไขต่าง ๆ เพื่อให้ตรงตามเป้าหมายที่ผู้ออกแบบต้องการ 2) แบบปัญญาประดิษฐ์ AI (Artificial Intelligence) คือมีการใช้ Machine Learning เข้ามาช่วยในการจดจำ เรียนรู้ โดยนำ Natural Language Processing (NLP) มาช่วยทำให้ Chatbot เข้าใจภาษามนุษย์หรือตัวสารที่มนุษย์ส่งมา (Anak Mirasing, 2560, จิรันดร บุษวดใช้, 2560) ปัญญาประดิษฐ์ถูกสร้างมาเพื่อให้ทำหน้าที่คิดแทนมนุษย์ แต่จะไม่สามารถเข้ามาแทนที่การคิดของมนุษย์ ในแง่มุมของทางจริยธรรมที่มีความหมายและปัญญาทางจริยธรรมซึ่งเป็นสิ่งสะท้อนความเป็นมนุษย์ (เหมือนมด มุกข์ประดิษฐ์, 2563)

เมื่อการสื่อสารแบบดิจิทัล ได้รับการผสมผสานกับ AI หุ่นยนต์ที่ถูกออกแบบมาคอยตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงอัตลักษณ์บุคคลในระดับปัจเจกนี้ ในการศึกษาพบว่าการนำ AI มาใช้ในงานด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองงานนั้นๆ โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้ (ณัฐ ปานมโนธรรม, 2563) แชทบอทสามารถรับรู้เพศ ที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพ บริการ ความพึงพอใจ ของผู้เยี่ยมชม (จักรินทร์ สันติรัตน์ภักดี, 2561) การใช้ Chatfuel ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านเมสเซนเจอร์ ควรให้ผู้ใช้อย่างไรที่กำลังสนทนากับแชทบอท สิ่งที่ใช้ในการจูงใจการใช้งานควรเป็นเรื่องของความสนุก ไม่ควรจำกัดเฉพาะซื้อขายสินค้า ควรครอบคลุมถึงหัวข้อการสนทนาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การขายสินค้าออนไลน์ จำเป็นต้องให้เวลาลูกค้าในการตัดสินใจ ซึ่งแต่ละคนใช้เวลาตัดสินใจแตกต่างกันจากหลายปัจจัยควรหลีกเลี่ยงคำตอบที่เป็นข้อความยาว จากบทความดังกล่าวจะเห็นได้ว่า แชทบอท สามารถเลือกแยกแยะอัตลักษณ์ของผู้ใช้ออกในการจูงใจ เพื่อเป้าหมายที่ต้องการตามอัตลักษณ์ที่ผู้ใช้ได้ระบุไว้ตาม พาสซีฟดิจิทัลฟุตพริ้นท์ (passive digital footprint)

เพื่อความรู้เท่าทันในการแยกแยะการเข้าถึงการสื่อสารจากแชทบอท (Chatbot) ผู้เขียนจึงได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเชิงลึก โดยการสอบถามเงื่อนไขความจำเป็นในการใช้ช่องทางการสื่อสารแบบแชทบอทพบว่า

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ 2 คน/ 4 รูป เลือกผู้สัมภาษณ์แบบลูกบอลหิมะหรือสโนว์บอล จากการสัมภาษณ์ ผู้รู้จักแชทบอท มี จำนวน 5 รายจาก 6 ราย มีจำนวน 1 ราย ที่ไม่รู้จัก และได้ให้สาระอธิบาย ให้ฟังเล็กน้อย บางรายที่รู้จัก แต่ไม่รู้ว่าเป็นเรื่องอะไร

2) ความจำเป็นในการมีการใช้ แชทบอท ในการใช้ชีวิตประจำวัน



“ถ้าใช้ส่วนตัวไม่น่ามี แต่ถ้าร้านค้า โดยเฉพาะรายย่อย น่าจะมีประโยชน์กว่า” (คุณสุทธินันท์ นิธิมงคลชัย, 2564)

“ไม่ถึงกับจำเป็น แต่ช่วยในการซื้อสินค้าได้” (คุณนครินทร์ วงษ์มาลี, 2564)

“มีความจำเป็น เพราะช่วยในการที่เลือกสินค้าให้กับเรา” (พระมนัสวี จิตธมโม อารยชนรากุล, 2564)

“มีความจำเป็น เพราะเป็นการลดสื่อสารระหว่างมนุษย์ กับมนุษย์ ออก เพื่อที่จะลดบุคลากรองค์กร เพื่อที่ว่า จะพัฒนาในจุดที่มอง ถ้าสามารถพูดได้ตอบได้ มองว่าความแม่นยำ คนแม่นยำกว่า การทำธุรกรรมต่าง ๆ ยังมีความรู้สึกว่าการที่จะคุยกับมนุษย์ด้วยกันยังสร้างความน่าเชื่อถือว่าอุปกรณ์ ถ้าถามว่า มันยังมีหลักฐานใหม่ ที่คุยกับอุปกรณ์ ถามว่า น่าจะเซฟในระดับหนึ่ง คำถามบางคำถาม โรบอทยังไม่สามารถที่จะตอบได้เต็มร้อย” (พระวินัย ปิยวณโณ (ชุมห้ขจร), 2564)

3) ลักษณะการใช้เซพบอทในแง่การตัดสินใจ

“ไม่ค่อยได้ใช้เซพบอท” (คุณสุทธินันท์)

“บ่อย ซื้อสินค้าจากเว็บ ที่มีจำหน่ายสินค้า” (คุณนครินทร์)

“บางครั้ง เช่นเวลาซื้อสินค้า มันจะช่วยหาราคาให้เราเพื่อประกอบการตัดสินใจ” (คุณเอกชัย นำเจริญ, 2564)

“ใช้เลือกสินค้าอุปโภคบริโภค” (พระมนัสวี)

“ไม่เคย คือการจะซื้อสินค้าใด นั้นเรามีวิจารณ์ญาณในการซื้อ” (พระวินัย).

“เคยใช้ในการตัดสินใจ เพราะมันช่วยเลือกสินค้าให้เราหลากหลาย แต่ว่าความคิดของเรามันเปลี่ยนแปลง มันบังคับเราไม่ได้” (พระเอกสิทธิ์ กิตติปาโล (เกิดทรัพย์ไพศาล), 2564)

4) การสื่อสารที่คลาดเคลื่อน พบว่า ความคลาดเคลื่อนที่ มีเพียง 2 รายที่ไม่พบว่ามี ความคลาดเคลื่อน (คุณสุทธินันท์, คุณเอกชัย) “พบการคลาดเคลื่อนน้อย ส่วนใหญ่ของที่ซื้อจะเป็นของใช้” (พระเอกสิทธิ์)

“ไม่ค่อยมี เลือกสินค้า อ่านรายละเอียด โดยถี่ถ้วนแล้ว” (คุณนครินทร์)

“มีความคลาดเคลื่อน เช่น ซื้อสินค้าแล้วคิดว่ามันสามารถทำได้ทุกอย่าง แต่ปรากฏว่าไม่ได้ตามที่คิด” (พระมนัสวี)

“ความคลาดเคลื่อนที่พบ ไม่มีความคลาดเคลื่อน ถ้าพูดถึงโปรแกรมที่สมบูรณ์ แบบของบริษัทฯ ที่ใช้ ก่อนที่จะพูดถึงคลาดเคลื่อน คือ ถ้าเราทำผิดมันก็จะกลับมาที่เริ่มต้นใหม่ในขั้นตอนที่ หนึ่ง แล้วก็ก่อนที่จะเรากดใช้ หรือไม่ใช้ ว่าข้อมูลถูกต้องไหมมันก็ถามเราก่อนแล้ว” (พระวินัย).

5) ผลของการบริโภคสินค้าผ่านทางสื่อสารเซพบอท

“การที่มันคาดเดาแล้วเลือกมาให้เรา ทำให้ไม่สามารถตอบโจทย์ให้กับเราได้มาก บางครั้งก็ไม่สามารถตอบตรงกับคำถามเพราะมันถูกโปรแกรมมาเฉพาะคำถามที่บริษัทฯ ต้องการ ทำให้รู้สึกหงุดหงิด” (คุณสุทธินันท์)

“ข้อดี ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ไม่เสียเวลา เวลาจะซื้อสินค้าก็มีข้อมูลเบื้องต้นอยู่แล้ว แล้วก็ไปดูในเว็บเพื่อซื้อตามที่ต้องการทำให้เราได้เลือกสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่า ซื้อเสียไม่ได้เห็นสินค้า” (คุณนครินทร์)

“ผลดี ไม่ต้องเดินทาง ลดค่าใช้จ่าย เวลา ซื้อเสีย ไม่ได้เห็น หรือทดลองสินค้า” (คุณเอกชัย)



“ผลดี สะดวกสบาย ไม่ต้องไปร้านค้า สินค้าที่มีแบรนด์จะมีคุณภาพน่าเชื่อถือมากกว่า ซื้อเสีย ไม่ได้เห็นสินค้า” (พระมนัสวี)

“ผลดีคือ สามารถที่จะได้ตอบในทันทีที่แพลตฟอร์มที่กำหนดไว้ซึ่งสะดวกรวดเร็วกว่า ลดจำนวนบุคลากรในบริษัท อีกสิ่งคือการที่เซพบอทเลือกสินค้าประเภทต่าง ๆ มาให้กับเรา โดยเกิดจากการที่เราค้นหาสินค้าอยู่ ทำให้เราสามารถเลือกสินค้า เปรียบเทียบสินค้าแต่ละร้านได้ และมีตัวเลือกเพื่อประกอบการตัดสินใจที่หลากหลาย ในภาวะวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ก็ทำให้ลดการเดินทาง และความเสี่ยงจากการเข้าที่ชุมชนแออัดได้ ตลอดจนระยะเวลาในการจัดส่งก็ไม่ได้นานเกินไป ซื้อเสีย คือ ถ้าต้องการสิ่งใดที่นอกเหนือจากที่ต้องการก็จะได้คำตอบ และเมื่อเราใช้งานดูสินค้าประเภทไหนจำนวนที่สูง เซพบอทก็จะจดจำแล้วเลือกสินค้าที่เป็นประเภทใกล้เคียงมาแจ้ง และทำให้เกิดความรู้สึกว่าถูกรบกวน หรือถูกคุกคาม” (พระวินัย)

“ผลดี ทำให้เรามีตัวเลือกสินค้ามากขึ้น ราคาถูกลง ซื้อเสียคือ เราไม่สามารถได้สินค้าตั้งใจ บางอย่างอาจจะทดลองสินค้า ไม่ได้สัมผัสจึงไม่รู้ว่ามันจะได้ตรงความต้องการหรือไม่ การที่เซพบอทจดจำพฤติกรรมของเราเป็นสิ่งที่ไม่มีดีเพราะมันรู้มากเกินไป อยู่เหนือความคิดของเรามากเกินไป” (พระเอกสิทธิ์)

๖) ความประมาทในการสื่อสารผ่านเซพบอท

“ที่เคยพบปัญหาในความประมาท เพราะไม่ค่อยได้ใช้ เลยไม่มี” (คุณสุทธินันท์) “ส่วนมากชอบซื้อสินค้าด้วยตัวเอง เพราะต้องการทดลองสินค้ามากกว่า” (คุณเอกชัย)

“การที่เราสนใจจะซื้อสินค้านั้น ๆ อยู่แล้ว แต่ทางเซพบอท เลือกสินค้าที่หลากหลายมาให้เราเพิ่มขึ้น ก็ทำให้เกิดความสนใจ และทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเพิ่ม โดยมองว่าการจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น เรามีวิจารณญาณในการซื้ออยู่แล้ว เพราะเงินอยู่ในกระเป๋าเรา จะซื้อหรือไม่เราตัดสินใจได้มากกว่า” (พระวินัย)

“การใช้วิจารณญาณ ของเด็กกับผู้ใหญ่แตกต่างกัน เด็กสมัยนี้เลือกสินค้าโดยตัดสินใจจากสิ่งที่เซพบอทเลือกมาให้ โดยไม่คิดอะไรมาก แต่ผู้ใหญ่ จะซื้อสินค้าต้องไปเลือกดูก่อน ให้เปอร์เซ็นต์การตัดสินใจตรงนี้ 70/30” (พระเอกสิทธิ์)

จากการสัมภาษณ์พฤติกรรมของผู้ใช้พบว่า เซพบอทสามารถจัดการงานได้ทันทีที่ต้องการในระยะเวลาอันสั้น ลดค่าใช้จ่ายต่าง ลดเวลาในการเดิน มีความคลาดเคลื่อนในการสื่อสารน้อย ตลอดจนในการใช้เซพบอทคัดสรรสิ่งที่ต้องการใช้สามารถหาสิ่งที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันและมีความหลากหลายทั้งตัวสินค้า ราคา มาในระยะเวลาอันสั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจ ทำให้เกิดการตัดสินใจที่รวดเร็ว ลดความลังเลสงสัยในการตัดสินใจได้ดี

พฤติกรรมของเซพบอทในมุมมองของผู้ใช้ พบว่า ถึงแม้จะมีการทำงานที่ตอบสนองความต้องการของตนได้แต่ก็ไม่สามารถสร้างความเชื่อถือและเชื่อมั่นต่อสินค้าได้ การใช้งานต้องอ่านรายละเอียดโดยถี่ถ้วนจึงทำรายการต่อไปได้ การใช้เซพบอทจึงไม่เหมาะกับคนที่มีอายุ ข้อดีของเซพบอทคือลดเวลาในการสนทนา ถ้าเจอลูกค้าที่มีอคติ หรือมีอารมณ์ร่วมในขณะมีเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์การโต้ตอบจะลดความรุนแรงได้ดีกว่าสอดคล้องกับพินดา ขตยาภา ที่ว่า คนจะต้องมีภูมิคุ้มกัน โดยเฉพาะทักษะด้านการคิดเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การสื่อสาร การใช้ชีวิต ตลอดจนการใช้ในชีวิต (พินดา ขตยาภา, 2561)



จากการแสดงความคิดเห็นดังกล่าวผู้ใช้บริการแชทบอท ควรมีการใช้สติในการใช้งานโดยมีหลักธรรมที่นำมาใช้ได้เหมาะสมได้แก่ ปัจฉัยการทำให้เกิดสัมมาทิฐิ คือ โปรโตโมสะ, โยนิโสมนสิการ (ม.ม.12/497/539)

โปรโตโมสะ คือการใช้งานควรมีการเรียนรู้เพื่อให้เข้าใจถึงการสื่อความหมายของ แชทบอทที่ให้บริการว่าครอบคลุมในด้านใดบ้าง การตอบข้อซักถามหรือสอบถามเรื่องต่าง ๆ ควรทำความเข้าใจสิ่งที่ได้ยินได้ฟัง ไม่ควรรีบสรุปตัดสินใจ เพราะแชทบอทถูกป้อนข้อมูลในด้านที่เกี่ยวข้องเฉพาะด้าน ไม่ได้ครอบคลุมทุกด้าน จึงทำให้เกิดมุมมองที่หลากหลายได้ไม่เท่ามนุษย์

โยนิโสมนสิการ คือการใช้ให้ถูกวิธี คิดให้ถูก คือการใช้งานควรมีสติ ในการตัดสินใจรู้จักสืบสาวหาเหตุผล แยกแยะสิ่งนั้นๆ ให้ออก ให้เห็นว่าสิ่งที่แชทบอทเสนอการให้บริการหรือเสนอสินค้าต่าง ๆ นั้น มีเหตุผลอะไร มีปัจจัยเป็นตัวที่ทำให้เกิด จึงควรมีวิจารณ์ญาณประกอบในการตัดสินใจ เพราะถ้ารีบด่วนตัดสินหรือใช้เหตุผลที่ไม่เพียงพอย่อมทำให้เกิดความผิดพลาด หรือเข้าใจผิดต่อสิ่งที่ได้รับ นั้นย่อมเป็นได้

ผู้เขียนวิเคราะห์ว่าแชทบอทมีความสามารถในการโต้ตอบผู้ใช้บริการที่ต้องการความรวดเร็วไม่ต้องตัดสินใจสิ่งใดมาก ลดความผิดพลาดในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนจำพฤติกรรมของผู้ใช้ว่าต้องการสิ่งไหนจนสามารถเลือกสรรสิ่งต่าง ๆ ที่หลากหลายในกลุ่มเดียวกันที่เหมาะสมกับผู้ใช้ได้อย่างตรงความต้องการจนเกิดความพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะจากผู้เขียนคือ การใช้แชทบอทควรมีวิจารณ์ญาณ ในการรับรู้ รับฟังอ่านรายละเอียดให้ถี่ถ้วน ไม่ตอบโจทย์ที่ยุ่งยาก หรือปัญหาที่หลากหลาย เพราะการสื่อความหมายหรือตัวสารที่แชทบอทใช้ กับผู้รับสารอาจมีความเข้าใจที่ไม่ตรงกันได้

สรุป

ดังนั้นการเข้าถึงความคิดของผู้คนจึงจำเป็นต้องใช้วิจารณ์ญาณ การคิดโดยไตร่ตรองเพื่อแยกแยะความจำเป็น หรือความต้องการในการใช้ช่องทางสื่อสารเพื่อแยกแยะสาระสำคัญของการสื่อสารป้องกันความผิดพลาด สำหรับการตลาดสมัยใหม่อาจมองว่ามนุษย์ถูกเข้าถึงแบบจุใจซึ่งอาจทำให้เกิดความผิดพลาดและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้ ผู้ส่งสารที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ในยุคสมัยใหม่นี้จึงใช้นวัตกรรมต่าง ๆ ที่ทันสมัยมารองรับการใช้งานโดยหวังผลประโยชน์สูงสุดที่ตนต้องการ ข้อเสนอแนะ ผู้ใช้ (User) จึงควรมีสติ อย่าคิดว่าในโลกออนไลน์ไม่มีใครสามารถหาตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้งาน อาจมีผู้ที่ไม่พึงประสงค์สามารถสืบค้นท่านได้ เทคโนโลยี AI เป็นไปได้มากกว่าที่เราตระหนักถึง



บรรณานุกรม

- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2534). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-8 (พิมพ์ครั้งที่ 10). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฟิล, นอร์แมน วินเซนต์. (2548). มหัศจรรย์แห่งการคิดบวก. แปลโดย เอกชัย อัสวนฤนาท. กรุงเทพมหานคร: ต้นไม้.
- ดร. สรณนที อินทนนท์.(2563). **การรักษาความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ (Cybersecurity)**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วอล์ค ออน คลาวด์ จำกัด.
- พนิดา ชาดยาภา. (2561)“การคิดวิจารณ์ของครูปฐมวัยในศตวรรษที่ 21” **วารสาร วไลยอลงกรณ์ปริทรรศน์**. 8 (1).
- พิทักษ์ สุพรรณโณภาพ. (1959-1961) “การคิดเชิงบวก : ตัวแปรในการพัฒนาชีวิต”. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 11(3).
- สกล เหลือไพฑูรย์และสุเชาว์ พลอยชุม. (2562). “การเสริมสร้างความคิดเชิงบวกตามแนวพุทธธรรม”. **วารสารมหาจุฬาราชการ. 6 (ฉบับพิเศษ)**, 115-117.
- สุขญา ศิริธัญกร. (2560) “วิจารณ์หนังสือ คิดบวก : พลังความคิดที่ยิ่งใหญ่ พลิกสู่ชัยชนะอย่างน่าทึ่ง”. **วารสารมหาจุฬาราชการ. 3(1)**,159-164).
- สุภาวดี เจริญวานิช. (2560). การรังแกกันผ่านพื้นที่ไซเบอร์: ผลกระทบและการป้องกันในวัยรุ่น. **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 25(4)**, 639-648.
- พระปลัดระพิน พุทธิสารโร.(2563) “พุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสันติ: วิธีการสื่อสารเพื่อลดการใช้ประทุษวาจาในสังคม”. **โครงการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ เวทีวิจัยมนุษยศาสตร์ไทย ครั้งที่ 14 “iHumanities: เทคโนโลยี สุขภาพ และชีวิต”**. 31.จิรรัตน บัวหวัดใช้. (2560). “แนวทางการพัฒนาต้นแบบแซทบอทสำหรับให้คำแนะนำระบบขอทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม”. **งานประชุมวิชาการระดับชาติ. 9. 1907**.
- เหมือนมาด มุกข์ประดิษฐ์. (2563). “หมากล้อม, รถไฟ, รถไร้คนขับ, และปัญญาทางจริยธรรม ของมนุษย์ที่ AI คิดแทนไม่ได้”. **โครงการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ เวทีวิจัยมนุษยศาสตร์ไทย ครั้งที่ 14 “iHumanities: เทคโนโลยี สุขภาพ และชีวิต”**. 29.
- ณัฐ ปานมโนธรรม, พิมพ์ณัฏฐิ รัตนวิชา. (2563). “ผลกระทบของคุณลักษณะแซทบอทต่อการรับรู้ของผู้เยี่ยมชมโซเชียลคอมเมิร์ซ:การออกแบบการวิจัยเชิงประจักษ์”.**รวมบทความผลงานวิจัยระดับชาติ. The 7th NEU National Conference 2020 (MEUNC 2020). 624.**



- จักรินทร์ สันติรัตนภักดี.(2561). “การตลาดออนไลน์และบริการลูกค้าด้วยแชทบอท กรณีศึกษา: การใช้ Chatfuel ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านเมสเซนเจอร์”.วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 10 (1).
- คุณนครินทร์ วงษ์มาลี. (11 กุมภาพันธ์ 2564). “แชทบอท” การเข้าถึงอัตลักษณ์ของผู้คนเพื่อการแยกออกหรือจูโจม. (พระครูสุทธธิริญาณ, สัมภาษณ์)
- คุณสุทธินันท์ นิธิมงคลชัย. (13 กุมภาพันธ์ 2564). “แชทบอท” การเข้าถึงอัตลักษณ์ของผู้คนเพื่อการแยกออกหรือจูโจม. (พระครูสุทธธิริญาณ, สัมภาษณ์)
- คุณเอกชัย นำเจริญ. (13 กุมภาพันธ์ 2564). “แชทบอท” การเข้าถึงอัตลักษณ์ของผู้คนเพื่อการแยกออกหรือจูโจม. (พระครูสุทธธิริญาณ, สัมภาษณ์)
- พระเอกสิทธิ์ กิตติปาโล (เกิดทรพย์ไพศาล). (12 กุมภาพันธ์ 2564). “แชทบอท” การเข้าถึงอัตลักษณ์ของผู้คนเพื่อการแยกออกหรือจูโจม. (พระครูสุทธธิริญาณ, สัมภาษณ์)
- พระวินัย ปิยวณโณ (ขุนห้ขจร). (13 กุมภาพันธ์ 2564). “แชทบอท” การเข้าถึงอัตลักษณ์ของผู้คนเพื่อการแยกออกหรือจูโจม. (พระครูสุทธธิริญาณ, สัมภาษณ์)
- พระมหามันตรี วิธธมโธ (อารยชนรากุล). (13 กุมภาพันธ์ 2564). “แชทบอท” การเข้าถึงอัตลักษณ์ของผู้คนเพื่อการแยกออกหรือจูโจม. (พระครูสุทธธิริญาณ, สัมภาษณ์)
- Pawares. (2016). TOXIC PEOPLE: เจอคนเหล่านี้ เตรียมหนีให้ดี! เรียกใช้เมื่อ 20 มกราคม 2564 จาก <http://moodytwenties.com/toxic-people/>
- วินน์ วรวิทย์ คุณชัย (2560). รู้จัก “บอทน้อย” (@botnoi)”. เรียกใช้เมื่อ 20 มกราคม 2564 จาก <https://thematter.co/science-tech/botnoi-chatbot-interview/21397>.
- ศิริกร เอื้อไพจิตร. (8 กรกฎาคม2562). “รอยเท้าดิจิทัล : ฝายบุคคลเตือน ตัวตนและความคิดเห็นในโลกออนไลน์มีผลต่อการสมัครงาน”.เรียกใช้เมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-48902824>.
- Anak Mirasing (2560). “Chatbot คืออะไร ดียังไง มาู้กันใน 10 นาที”. เรียกใช้เมื่อ20 มกราคม 2564 จาก <https://medium.com/@igroomgrim/chatbot-คืออะไร-ดียังไง-มาู้กันใน-10-นาที-3e6165dd34b8>.
- Abigail Brenner M.D. (August 29, 2016). 8 things-the-most-toxic-people-in-your-life-have-in-common. เรียกใช้เมื่อ 20 มกราคม 2564 จาก<https://www.psychologytoday.com/blog/in-flux/201608/8-things-the-most-toxic-people-in-your-life-have-in-common>.
- Pat Hemasuk. (2019). “รู้จัก Digital footprint ก่อนศึกคนองบนโซเชียลเน็ตเวิร์ก”. เรียกใช้เมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <http://www.roundtablethailand.com/news/32081-digital-footprint>.
- Travis Bradberry. (2014). “How Emotionally Intelligent People Handle Toxic People”, EMOTIONAL INTELLIGENCE 2.0, 1st Edition, (San Diego: Talent Smart, 2014): 1.