

สื่อใหม่: ความหมาย คุณลักษณะ และการวิจัย

New Media: Definition, Characteristics, and Research

สุวิช ธีระโคตร¹

พีรวิชญ์ คำเจริญ¹

ดร. วีรพงษ์ พลนิกรกิจ²

Suwich Tirakoat

Pheerawit Komchareon

Dr. Weerapong Polnigongit

บทคัดย่อ

สื่อใหม่ (New Media) เป็นคำศัพท์และเทคโนโลยีที่ถูกใช้กันอย่างกว้างขวางในหลากหลายวงการ รวมทั้งงานวิจัยไทยที่ประยุกต์ใช้สื่อใหม่กับศาสตร์ต่าง ๆ ได้แก่ การศึกษา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สังคม และการสื่อสาร ดังนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้นที่ชัดเจน บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความหมายและคุณลักษณะของสื่อใหม่นอกจากนี้ยังนำเสนอสถานภาพและทิศทางการวิจัยเกี่ยวกับสื่อใหม่

ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้ สื่อใหม่เป็นผลจากเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้เกิดชุมชนและวัฒนธรรมใหม่ของการสื่อสารอย่างไร้ขีดจำกัด ทั้งนี้ สื่อใหม่มี 5 คุณลักษณะพื้นฐาน ประกอบด้วย ดิจิทัล การหลอมรวม ไฮเปอร์มีเดีย การมีปฏิสัมพันธ์ และความเสมือน สำหรับการประยุกต์ใช้สื่อใหม่ประกอบด้วย (1) การสร้างชุมชนการเรียนรู้ (2) การจำลองสถานการณ์ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีด้วยสื่อความจริงเสริม (3)

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี; Doctoral Student Program in Information Technology, Institute of Social Technology, Suranaree University of Technology

² รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี; Associate Professor, School of Information Technology, Institute of Social Technology, Suranaree University of Technology)

การสร้างพฤติกรรมและแบบแผนทางสังคมผ่านช่องทางสื่อใหม่ และ (4) การใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้กับองค์กร สำหรับทิศทางสื่อใหม่ที่น่าสนใจคือ การพัฒนาสื่อใหม่ทั้งด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่สนองพฤติกรรมการใช้งานที่ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย

Abstract

New media was the term and technology widely used in many disciplines. For better understanding, this paper aimed at defining the meaning and characteristics of new media. Attempts in applying new media in Thai researches in education, science and technology, social sciences and communication were also discussed. Also included was the new direction of new media researches.

The study results could be concluded as follows: new media which was developed by computer technology resulted in communities and borderless communication. This new media was consisted of 5 basic components: digitals, convergence, hypermedia, interactivity, and virtual condition. The application of new media included (1) formation of communities of learning, (2) simulation of science and technology with augmented reality, (3) incubation of behavior and social norms via new media, and (4) utilization of new media as a communication channel between users and organizations. As for interesting trend of new media, new media hardware and software responding to the endless changing use behavior should be developed.

คำสำคัญ: สื่อใหม่ สื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ ชุมชนเสมือน ความจริงเสมือน

Keywords: New media, Digital media, Online social media, Virtual community, Virtual reality

บทนำ

หากกล่าวถึงสื่อดั้งเดิม (Traditional media) หรือสื่อเก่า (Old media) เป็นสื่อที่ใช้กันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ โดยสื่อแต่ละประเภทที่กล่าวมานั้นมีคุณลักษณะและคุณสมบัติแตกต่างกันออกไป รวมทั้งเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way communication) แต่เมื่อเทคโนโลยีของสื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงจากยุคอนาล็อกเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital ages) ทำให้สื่อมีความทันสมัยและรวมเอาคุณสมบัติของสื่อเก่าทั้งหลายมาไว้ในตัว เช่น ภาพ เสียง ข้อความ ตัวอักษร และเกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ที่มีความรวดเร็วทันเหตุการณ์ สามารถโต้ตอบกลับได้ ซึ่งเป็นลักษณะทั่วไปของสื่อใหม่ (New media) ซึ่งผู้เขียนจะนำเสนอประเด็นของสื่อใหม่ในบทความนี้

ความหมายของสื่อใหม่

มีนักวิชาการหลายคนได้กล่าวถึงสื่อใหม่ไว้ในหลากหลายมุมมองดังนี้

Robert (2010) ได้กล่าวถึงสื่อใหม่ว่า “สื่อใหม่มีลักษณะปฏิสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารสองทางและเกี่ยวข้องกับสัมพัทธ์กับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซึ่งตรงกันข้ามกับสื่อเก่าที่ประกอบไปด้วยโทรศัพท์ วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งสื่อเก่าโดยดั้งเดิมแล้วไม่มีความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์”

Manovich (2001) ได้กล่าวถึงสื่อใหม่ คือ “สื่อที่ถูกเผยแพร่และนำเสนอด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ คอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เกมคอมพิวเตอร์ ซีดีรอม ดีวีดี ความจริงเสมือน และโฆษณาที่อยู่บนคอมพิวเตอร์รวมถึงรายการโทรทัศน์ดิจิทัล และภาพยนตร์แอนิเมชัน 3 มิติ”

Lister et al. (2009) ได้อธิบายสื่อใหม่ไว้ในหลายมิติดังนี้ (1) ประสพการณ์รูปแบบใหม่ที่สัมผัสได้ โดยเฉพาะสื่อด้านความบันเทิงที่สร้างความพึงพอใจและประสบการณ์แบบใหม่ที่แตกต่างจากเดิมแก่ผู้ใช้ เช่น เกมคอมพิวเตอร์ สถานการณ์จำลอง และเทคนิคพิเศษทางภาพในภาพยนตร์ (Computer-generate imagery) เป็นต้น (2) วิถีทางใหม่สำหรับการนำเสนอสิ่งที่ไม่สามารถอธิบายให้เห็นเป็นรูปร่างและสัมผัสได้ในโลกแห่งความเป็นจริง แต่สื่อใหม่สามารถนำเสนอสิ่งเหล่านั้นได้ เช่น สิ่งแวดล้อมเสมือน สื่อประสมปฏิสัมพันธ์กับหน้าจอ และสื่อเสมือนปฏิสัมพันธ์บนหน้าจอ เป็นต้น (3) เกิดการเปลี่ยนแปลงในความ

สัมพันธ์และการรับรู้ระหว่างผู้ใช้กับเทคโนโลยีสื่อในชีวิตประจำวัน (4) ประสพการณ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตัวตน อัตลักษณ์ และชุมชนในสื่อใหม่ซึ่งเกิดการก้าวข้ามข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล (5) แนวคิดใหม่ที่สัมพันธ์ระหว่างร่างกายมนุษย์และเทคโนโลยี เป็นความท้าทายที่รับรู้ความแตกต่างได้อย่างชัดเจนระหว่างมนุษย์กับปัญญาประดิษฐ์ ธรรมชาติกับเทคโนโลยี ร่างกายมนุษย์กับเทคโนโลยีเทียม (อวัยวะเทียม) รวมถึงโลกความจริงและโลกเสมือนจริง และ (6) แบบแผนใหม่ของการจัดการองค์กรและการผลิต เช่น การบูรณาการขององค์กร วัฒนธรรมสื่อ อุตสาหกรรมสื่อ การเป็นเจ้าของและนโยบายเข้าไว้ด้วยกัน นอกจากนี้ Lister et al. (2009) ยังได้กล่าวว่า หากพิจารณาประเด็นของสื่อใหม่ สามารถพิจารณาได้ 4 ประเด็น ดังนี้ (1) การสื่อสารโดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นฐาน เช่น เว็บไซต์ บล็อก (blog) วิกี (Wiki) เครือข่ายสังคม และโทรศัพท์เคลื่อนที่ (2) รูปแบบของการกระจายและบริโภคสื่อ เช่น เว็บไซต์ ซีดี ดีวีดี Podcasts และเกมคอมพิวเตอร์ (3) ความเสมือนจริง เช่น การจำลองสิ่งแวดล้อม และ (4) การเปลี่ยนรูปแบบและจำกัดในการสร้างสื่อ เช่น ภาพถ่าย แอนิเมชัน โทรศัพท์ วารสารศาสตร์ และภาพยนตร์ เป็นต้น

Friedman & Friedman (2008) ได้กล่าวถึงเทคโนโลยีสื่อใหม่ว่า “เป็นเทคโนโลยีของสื่อใหม่ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการสื่อสาร อาทิ บล็อก วิกี เครือข่ายสังคมออนไลน์ โลกเสมือนจริง และรูปแบบอื่นๆ ของสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น โดยลักษณะสำคัญเทคโนโลยีสื่อใหม่มี 5 ลักษณะ คือ การสื่อสาร (Communications) การร่วมมือกัน (Collaboration) ชุมชน (Community) การสร้างสรรค์ (Creativity) และการหลอมรวม (Convergence)”

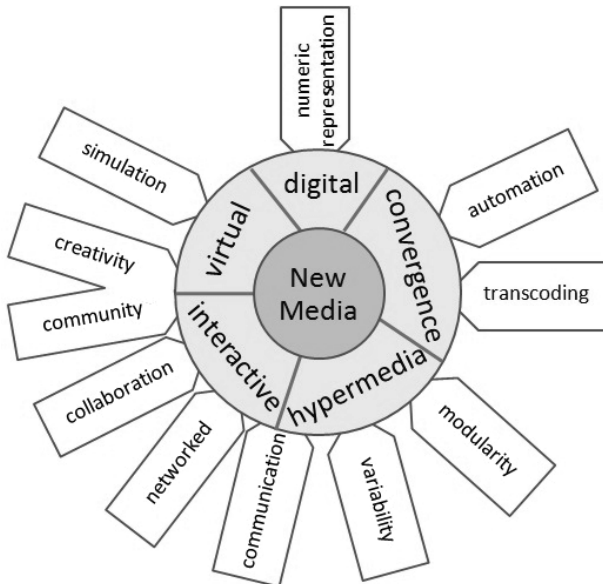
Dewdney & Ride (2006) ได้กล่าวว่า “การให้คำนิยามของสื่อใหม่ยังคงไม่นิ่งและเปลี่ยนแปลงได้ โดยมีการให้ความหมายที่มุ่งเน้นไปที่เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการผลิตเนื้อหาดิจิทัล (Digital content) และมีนิยามศัพท์บางส่วนมุ่งเน้นลักษณะที่เป็นรูปแบบทางวัฒนธรรม (cultural form) และบริบทที่เทคโนโลยีถูกนำมาใช้”

จากข้างต้นกล่าวได้ว่า สื่อใหม่ เป็นสื่อที่เกิดขึ้นจากพัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ซึ่งทำให้ลักษณะของการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงทำได้ไม่จำกัดพื้นที่ เวลา และสถานที่ เกิดการจำลองสถานการณ์และโลกเสมือนจริง และเกิดปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้กับเทคโนโลยีสื่อใหม่ ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่จะกล่าวในหัวข้อต่อไป

ผลของพัฒนาการของเทคโนโลยีดังกล่าวทำให้เกิดชุมชน สังคม และวัฒนธรรมใหม่ๆ ตัวอย่างของสื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์ บล็อก คอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เกมคอมพิวเตอร์ เครือข่ายสังคม แอนิเมชันและภาพยนตร์ดิจิทัล รวมถึงโทรทัศน์ดิจิทัล เป็นต้น

คุณลักษณะของสื่อใหม่

คุณลักษณะของสื่อใหม่สามารถจำแนกได้ 5 ประการ ประกอบด้วย ดิจิทัล (Digital) การหลอมรวม (Convergence) ไฮเปอร์มีเดีย (Hypermedia) การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และความเสมือน (Virtual) (Manovich, 2001; Friedman & Friedman, 2008; Lister et al., 2009; Miller, 2010; Chen, 2012)



รูปที่ 1 คุณลักษณะและลักษณะย่อยของสื่อใหม่

1. ดิจิทัล (Digital)

ดิจิทัลหมายถึงการสร้าง การจัดเก็บ การประมวลผล การกระจายและการเผยแพร่สื่อใหม่ที่อยู่ในรูปแบบข้อมูลดิจิทัล นั่นคือ การแทนค่าข้อมูลด้วยตัวเลข 0 และ 1

(Numeric representation) ด้วยเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ (Computing technology) สื่อใหม่อาจจะถูกสร้างโดยการแปลงรหัสจากรูปแบบข้อมูลอนาล็อก (Analog) ของสื่อเก่า (Old media) มาเป็นข้อมูลดิจิทัลได้ ในขณะที่เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบันสามารถสร้างสื่อเป็นสื่อดิจิทัลได้เลย การจัดเก็บข้อมูลดิจิทัลสามารถจัดเก็บได้ในหน่วยความจำสำรองของคอมพิวเตอร์ ข้อมูลดิจิทัลสามารถถูกประมวลผลได้ด้วยขั้นตอนวิธี (Algorithm) การโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ (Computer programming) เพื่อการปรับแต่ง (Editing) การเข้ารหัสและถอดรหัส (Encode and decode) การบีบอัด (Compression) สำหรับการกระจายและเผยแพร่สื่อใหม่ดำเนินการได้ทั้งระบบออนไลน์ (Online) ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และระบบออฟไลน์ (Offline) เช่น บรรจุในแผ่นซีดี ดีวีดี รวมทั้งสื่อบันทึกข้อมูลรูปแบบต่างๆ

2) การหลอมรวม (Convergence)

การหลอมรวมของสื่อใหม่ หมายถึงการนำเทคโนโลยีด้านสื่อดิจิทัลได้แก่ เทคโนโลยีการผลิต เทคโนโลยีการเผยแพร่และการกระจายข้อมูลสารสนเทศ เทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ มาผสมผสานเข้าด้วยกันและทำงานร่วมกันอย่างอัตโนมัติ (Automation) ทำให้เกิดสื่อใหม่ ส่งผลให้ผู้ใช้งานสามารถสร้าง รับ และเผยแพร่สื่อใหม่ผ่านช่องทางที่หลากหลาย ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยีของสื่อใหม่นี้ ทำให้ช่องว่างระหว่างความเป็นผู้สร้าง (Producer) ผู้เผยแพร่ (Distributor) และผู้บริโภคสื่อ (Consumer) เจือจางหายไป (Friedman & Friedman, 2008) ตัวอย่างของการหลอมรวมสื่อใหม่ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถทำให้คนสื่อสารกันได้ด้วยเครื่องมือชนิดต่างๆ เช่น การโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตทั้งแบบเสียงและภาพ (Telephony) การแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงข้อมูลกันระหว่างสื่อเครือข่ายสังคม (Social network media) การรวมกันของสื่อเก่า (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ ที่แยกกันอยู่) กลายเป็นบล็อกข่าวออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

การหลอมรวมของเทคโนโลยีสื่อใหม่ยังมีความสามารถในการจัดการข้อมูลข้ามแพลตฟอร์ม (Platform) โดยการแปลงรหัส (Transcoding) ข้อมูลดิจิทัลทั้งระบบปฏิบัติการและซอฟต์แวร์ เช่น อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์มือถือ เครือข่ายไร้สาย เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว ผู้บริโภคยังสามารถที่จะใช้งานสื่อใหม่พร้อมกันๆ ได้ในลักษณะของสื่อประสม (Multimedia)

3) ไฮเปอร์มีเดีย (Hypermedia)

ไฮเปอร์มีเดียของสื่อใหม่มีความสามารถในการแยกส่วน (Modularity) ได้ การเชื่อมโยงระหว่างส่วนต่างๆ ของสื่อจึงทำได้ด้วยการเชื่อมต่อหลายมิติแบบไม่เรียงลำดับ (Non-sequential interconnection) โดยใช้สื่อ (Media) ได้แก่ ภาพ เสียง วิดิทัศน์ และตัวอักษร (Text) เป็นจุดเชื่อมโยง (Link) เพื่อเชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ หรือเพื่อการสืบค้น (Search) ทั้งภายในและภายนอกสื่อได้อย่างอิสระ สำหรับยุคเริ่มต้นของอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์เป็นสื่อที่ใช้ตัวอักษรในการนำเสนอสารสนเทศเป็นหลัก ดังนั้นข้อความที่ปรากฏในเว็บไซต์ และถูกนำมาใช้เป็นจุดเชื่อมโยง จึงเรียกลักษณะนี้ว่า ไฮเปอร์เท็กซ์ ในยุคปัจจุบัน เว็บไซต์และสื่อประสมเป็นสื่อที่นำไปเผยแพร่สารสนเทศมากขึ้นไฮเปอร์มีเดียสร้างความเป็นพลวัตให้ส่วนประกอบต่างๆ ของสื่อ เช่น รูปภาพในสื่อปฏิสัมพันธ์ ส่วนของร่างกายของตัวละครในเกม บางช่วงเวลาของเนื้อหาวิดีโอ เป็นต้น จนกลายเป็นจุดเชื่อมโยงที่น่าสนใจมากกว่าการใช้เฉพาะตัวอักษร

4) ปฏิสัมพันธ์ (Interactive)

ปฏิสัมพันธ์ หมายถึงการกระทำหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างสื่อกับผู้ใช้เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ในลักษณะของการโต้ตอบสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) โดยมีการทำงานและควบคุมการทำงานร่วมกันได้ (Collaboration) ความหมายของปฏิสัมพันธ์ในสื่อใหม่ประกอบด้วย 2 มุมมอง ได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (Computing technology interactive) และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interactive)

การปฏิสัมพันธ์ทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ หรือกล่าวง่ายๆ คือ ฟังก์ชันการปฏิสัมพันธ์ในทางคอมพิวเตอร์ หมายถึง การสื่อสารระหว่างผู้ใช้กับระบบ (คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ และสื่อ) โดยที่ทั้งสองส่วนมีบทบาทเป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งข้อมูลสารสนเทศระหว่างกันในระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Networked) ทั้งที่เป็นเครือข่ายเดียวกันและต่างเครือข่ายกัน สำหรับการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เป็นกระบวนการที่ผู้ใช้มีอิสระที่จะควบคุมการใช้สื่อใหม่ในชุมชนของตนเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจจะใช้เทคโนโลยีรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือหลายอย่างร่วมกัน โดยความสัมพันธ์ชุมชนกับสื่ออาจจะเป็นทั้งแบบโต้ตอบและตั้งรับ (Active and passive) เช่น ชุมชนแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือสังคมออนไลน์ผ่านเว็บล็อกของบล็อกเกอร์ (Blogger) เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เป็นต้น

5) ความเสมือน (Virtual)

ความเสมือนหมายถึงสิ่งแวดลอมที่ถูกสร้างสรรค์ (Creativity) และจำลองขึ้นด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทำให้ระหว่างผู้ใช้รับรู้และโต้ตอบ (Perception and feedback) กันได้เสมือนว่าเกิดขึ้นในโลกความเป็นจริง (Reality world) จากประสบการณ์ทางการรับรู้ของผู้ใช้ ความเสมือน ประกอบด้วย 2 มุมมอง ได้แก่ สื่อเสมือนจริง และชุมชนเสมือนจริง

สื่อเสมือนจริงถูกสร้างขึ้นโดยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่มีความสามารถจัดการกับข้อมูลภาพนิ่ง วิดีทัศน์ และเสียง ให้เหมือนมีความเป็นจริง ได้แก่ การจำลองสถานการณ์ (Simulation) และการสร้างความจริงเสมือน เช่น เกม เครื่องจำลองการบิน ชุดฝึกประสบการณ์ผ่าตัด จำลองการฝึกรบ เป็นต้น สำหรับการสร้างชุมชนเสมือน (Virtual community) เป็นผลจากการมีโปรแกรมประยุกต์สื่อสังคมออนไลน์ เทคโนโลยีเครือข่ายและสื่อสารอย่างกว้างขวางผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้กลุ่มผู้ใช้สามารถที่จะสร้างชุมชนจำลองตามความสนใจแต่ละกลุ่มโดยการใช้พื้นที่เดียวกัน เช่นวิกิ บล็อก และ ฟอรัม (Forum) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การจำแนกคุณลักษณะของสื่อใหม่ดังกล่าวแล้วจะเห็นลักษณะย่อยของสื่อใหม่ดังแสดงในรูปที่ 1 ซึ่งยังสามารถอธิบายขอบเขตในแต่ละประเด็นคุณลักษณะได้กว้างกว่าการอธิบายข้างต้น เนื่องจากคุณลักษณะบางประการมีความคาบเกี่ยวและเชื่อมโยงกัน ซึ่งทำให้อธิบายคุณลักษณะได้ในอีกหลายด้านหรือหลายมิติ เช่นคุณลักษณะย่อยด้านการสื่อสาร นอกจากเป็นลักษณะของการปฏิสัมพันธ์และไฮเปอร์มีเดียแล้ว ยังเป็นลักษณะของความเสมือนได้เช่นกัน เนื่องจากชุมชนเสมือนมีการติดต่อสื่อสารกันระหว่างผู้ใช้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นต้น

สื่อใหม่กับศาสตร์ต่าง ๆ

จากคุณลักษณะที่กล่าวมาแล้ว เมื่อสำรวจและวิเคราะห์ในรายละเอียดทำให้เห็นประสิทธิภาพและความสามารถของสื่อใหม่ที่ส่งผลให้เกิดการประยุกต์ใช้งานสื่อใหม่ในหลากหลายรูปแบบและหลายบริบทในศาสตร์ต่างๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1) สื่อใหม่กับการศึกษา

การเรียนการสอนของประเทศไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงรูปแบบตั้งแต่คอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทกับกระบวนการเรียนเพิ่มมากขึ้น เริ่มต้นจากการใช้เป็น

คอมพิวเตอร์ช่วยสอน โดยมีสื่อการเรียนรู้อะไรก็ตามที่เข้ามามีส่วนในการถ่ายทอดความรู้ในยุคต่อมาเกิดเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้ามาเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์เข้าเป็นเครือข่ายเดียวกันเกิดการใช้ทรัพยากรข้อมูลสารสนเทศและแหล่งเรียนรู้ร่วมกันได้ การเรียนการสอนเปลี่ยนรูปแบบมาเป็นการเรียนรู้ออนไลน์ สำหรับปัจจุบันสื่อใหม่เข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพด้านการศึกษามากและเกิดรูปแบบการเรียนรู้อันใหม่เรียกว่า ชุมชนการเรียนรู้ ที่สามารถสร้างความรู้เพิ่มเติมให้กับผู้เรียนได้ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ทรัพยากรการเรียนรู้ กลุ่มผู้เรียนรู้ เครื่องมือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ เช่น การกระจาย การติดต่อสื่อสาร การถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Hongto, 2010)

การเลือกใช้เครื่องมือของสื่อใหม่เพื่อการศึกษาขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ เช่น เว็บบล็อก (Weblog) ใช้เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมและสมุดบันทึกที่สะท้อนความเป็นตัวตนของผู้เรียนในชุมชน ยูทูบ (Youtube) ใช้เพื่อเป็นสื่อเผยแพร่ผลงาน เพชบุ๊คใช้สร้างเครือข่าย พูดคุย ปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบกัน (Jaichalard, 2012) และ พินเทอเรสต์ (Pinterest) ทำให้ผู้เรียนเห็นความสำคัญในเรื่องที่กำลังศึกษาและสามารถเชื่อมโยงต่อยอดความรู้เก่าและใหม่กับเป้าหมายการเรียนรู้ได้ (Thiler & Thadathidham, 2012) ผลการสำรวจของ Junco (2011) พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยใช้เวลากับเพชบุ๊คอย่างน้อย 101 นาทีต่อวัน กับการทำกิจกรรมอันดับต้นๆ ได้แก่ การเขียนข้อคิดเห็น การดูภาพ และติดตามกิจกรรมของผู้อื่น นอกจากการใช้สื่อใหม่ในบริบททางการศึกษาถูกนำมาใช้สำหรับการเรียนการสอนในรายวิชาของสถาบันการศึกษาแล้ว ยังสามารถประยุกต์ใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางเสริมสำหรับการเผยแพร่พุทธศาสนาได้โดยสิ่งที่ผู้ชมสนใจและดึงดูดใจ ได้แก่ คลิปบรรยายธรรมและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม (In-Udom, 2012) กลุ่มผู้ใช้อื่นๆ ที่ใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาจากสื่อใหม่ เช่น กลุ่มเกษตรกรเป็นผู้ใช้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อสื่อใหม่ และมีความคิดเห็นว่าสื่อใหม่มีบทบาท มีความจำเป็นและเป็นปัจจัยสำคัญต่อการแสวงหาความรู้ข่าวสารด้านที่สนใจ (Kitvorapat, 2008)

สรุปได้ว่าสื่อใหม่สามารถเอื้ออำนวยให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพราะผู้เรียนสามารถค้นคว้าข้อมูลได้ไม่จำกัดทางด้านเวลาและสถานที่ (Timeless and spaceless) ในการเรียนรู้แต่ละครั้งนั้นผู้เรียนสามารถกำหนดเนื้อหาความสั้นยาวของเวลาที่จะใช้เรียนเองได้ ตลอดจนเลือกเรื่องหรือประเด็นที่สนใจจะศึกษาได้ตามความสนใจ ทั้งนี้

สื่อใหม่ที่ใช้ในการเรียนการสอนถูกออกแบบให้มีความน่าสนใจและดึงดูดความสนใจของผู้เรียน ทำให้รูปแบบการเรียนการสอนแตกต่างไปจากเดิมที่เรียนในห้องเรียนหรือโทรทัศน์เพื่อการศึกษา แต่การเรียนรู้ผ่านสื่อใหม่จะเป็นการเปิดมุมมองใหม่และเส้นทางใหม่ในการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนได้เป็นอย่างดี

2) สื่อใหม่กับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

การใช้สื่อใหม่สำหรับงานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อการจำลองสถานการณ์หรือเหตุการณ์ด้วยคอมพิวเตอร์ในการวิจัย ทดสอบ และทดลองที่ไม่สามารถทดลองด้วยวัตถุจริงได้หรือหากจะใช้วัตถุจริงจะก่อให้เกิดความเสี่ยง อันตราย สิ้นเปลืองงบประมาณและเวลา เช่น การทดสอบระบบปล่อยตกขวดพลาสติกบรรจุน้ำเป็นวิธีการทางวิศวกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยการวิเคราะห์ความแข็งแรงของขวดน้ำก่อนนำไปผลิต การจำลองดังกล่าวจะได้ค่าแรงกระแทกของน้ำที่ทำให้ขวดแตกได้ (Suvanjumrat, 2009) เช่นเดียวกันการจำลองระบบคลองส่งน้ำ การจำลองเหตุการณ์ด้วยคอมพิวเตอร์สามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์ด้านการควบคุมระบบส่งน้ำได้ (Soteyome, 2011)

ความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality: AR) เป็นสื่อใหม่ที่ผสมผสานความเป็นจริงกับความเสมือนเข้าด้วยกัน หรือกล่าวได้ว่า ผู้ใช้ได้รับความรู้สึกถึงการได้สัมผัสหรือปฏิสัมพันธ์กับสื่อเสมือนจริงด้วยอุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือมือถือ AR ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในงานที่หลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น การประยุกต์ใช้ในการแพทย์ โดยการนำ AR มาใช้ในชุดอุปกรณ์สร้างภาพเคลื่อนไหวเสมือนแบบผสมผสาน (Integral videography) สามารถสร้างภาพอวัยวะภายในได้สมจริง ทำให้ทราบขอบเขตการผ่าตัดและหลีกเลี่ยงการผ่าตัดเข้าไปในหลอดเลือดหรืออวัยวะใกล้เคียง ระบบนำร่องการผ่าตัด (Surgical navigation) ด้วยคอมพิวเตอร์โดยการฉายภาพแผนการผ่าตัดส่วนที่ต้องการลงไปตรงจุดที่จะผ่าตัดบนตัวผู้ป่วย (Khampitak, 2009) นอกจากนี้ การฝึกฝนทักษะของนักบินมีความจำเป็นต้องใช้เครื่องฝึกบินจำลองเป็นการจำลองรูปแบบการบินในสภาพต่างๆ (Flight simulator) เพื่อให้นักบินได้เรียนรู้ระบบภายในและระบบควบคุมการบินอย่างครบวงจร เครื่องฝึกบินจำลองนี้จำลองให้เหมือนห้องนักบินที่มีแผงควบคุมเครื่องบินและระบบจำลองสถานการณ์การบิน ซึ่งทำให้รู้สึกเหมือนมีการเคลื่อนที่และมองภาพบรรยากาศระหว่างเส้นทางการบินในลักษณะแอนิเมชัน 3 มิติ ประโยชน์ที่สำคัญของเครื่องฝึกบินจำลองนี้ทำให้ผู้ใช้เกิดประสบการณ์เช่นเดียวกับการทำการบินอยู่ด้วยเครื่องบินจริง (Thai Airways, n.d.)

สรุปได้ว่าสื่อใหม่มีลักษณะของการปฏิบัติงานและคิดแทนคนได้ (automation) โดยอาศัยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการสั่งงานแบบอัตโนมัติตามที่มนุษย์ได้กำหนดไว้ นอกจากนี้สื่อใหม่ยังสามารถประยุกต์และปรับเปลี่ยนการใช้งานตามบริบทต่างๆ ที่ผู้ใช้งานต้องการ สื่อใหม่จึงเป็นผลมาจากพัฒนาการของเทคโนโลยีทำให้มนุษย์ใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่ในการดำเนินชีวิต ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการทำงาน เช่น การส่งอีเมล การค้นหาข้อมูล การสนทนาออนไลน์ และอื่นๆ เป็นต้น

3) สื่อใหม่กับสังคม

สื่อใหม่ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือที่สร้างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี แต่ยังมีผลในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและแบบแผนในการดำรงชีวิต เช่น การนำเสนอตัวตน การสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว การสร้างค่านิยม การสร้างอัตลักษณ์ และการสร้างทุนทางสังคมของผู้ใช้อีกด้วย พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการนำเสนอตัวตนต่อสังคม ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีการใช้งานผ่านทาง เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ เป็นประจำทุกวันและวันละมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน (Jithkraioun, 2010) สำหรับสื่อใหม่กับการสื่อสารในครอบครัวมีการใช้โทรศัพท์มือถือ เครื่องคอมพิวเตอร์ และสมาร์ทโฟน มากที่สุด โดยพ่อแม่ให้เหตุผลในการเลือกให้เทคโนโลยีเพื่อการดำเนินชีวิต ในขณะที่เด็กและเยาวชนเห็นคุณสมบัติของเทคโนโลยีสื่อใหม่ อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีสื่อใหม่ไม่ช่วยเพิ่มการสื่อสารในครอบครัวแต่ช่วยให้มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันของคนในครอบครัว (Pongsukvajchakul, 2011) การสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยด้วยสื่อใหม่ส่งผลทั้งเชิงบวกและเชิงลบแก่เยาวชน บทบาทโดยตรงของสื่อใหม่ คือ เป็นเครื่องมือและพื้นที่ให้เยาวชนได้ใช้ค้นหา สำรวจ ทดลองและทดสอบ อัตลักษณ์ของตนเอง และบทบาททางอ้อมคือ สื่อใหม่ช่วยในการขัดเกลาทางสังคมให้แก่เยาวชนได้ (Common, 2013) นอกจากนี้แล้ว เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กถูกใช้เพื่อการสื่อสารและสร้างทุนทางสังคม โดยจะรักษาความสัมพันธ์ทั้งในระดับบุคคลและระดับกลุ่มผ่านการปฏิสัมพันธ์เพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กัน และหากบุคคลหรือกลุ่มใดที่มีความสัมพันธ์ที่แนบแน่นหรือมีการเกี่ยวพันกันมากจะส่งผลต่อการพัฒนาคุณชีวิตที่ดีขึ้นด้วย (Prasitwisate, 2013)

สรุปได้ว่าสื่อใหม่ในยุคปัจจุบันทำให้มนุษย์กลายเป็นสังคมไร้พรมแดน (Global village) สื่อมีพลังอำนาจที่จะทำให้อันสื่อสารกันอย่างรวดเร็ว และก้าวข้ามอุปสรรคด้านระยะทางอย่างสิ้นเชิง ทั้งนี้สื่อใหม่ยังช่วยเพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารมากขึ้น

ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ เพื่อความบันเทิง หรือแม้แต่ว่าสื่อสารเพื่อรางวัล ซึ่งวัฒนธรรมที่ติงาม นอกจากนี้ สื่อใหม่มีทั้งคุณประโยชน์และโทษต่อผู้ใช้ที่เป็นเด็กและเยาวชน ซึ่งครอบครัวและสังคมควรต้องให้ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่ เพื่อเด็กและเยาวชนจะไม่ตกเป็นเหยื่อหรือเป็นทาสของสื่อใหม่

4) สื่อใหม่กับการสื่อสาร

“สังคมก้มหน้า”เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันซึ่งเป็นปรับเปลี่ยนการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to face communication) มาเป็นการสื่อสารด้วยอุปกรณ์แบบอัจฉริยะ (Smart device) ผ่านเครือข่ายออนไลน์ ทำให้เกิดการสื่อสารที่ผู้รับสารกลายเป็นผู้ใช้ (User) ที่ไม่ได้ทั้งผู้ส่งและผู้รับ และเป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ (Online journalist) ที่สามารถนำเสนอเรื่องราวที่ได้พบเจอจากเหตุการณ์จริง ทั้งนี้การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีเพิ่มในทุกเพศทุกวัย ตัวอย่างเช่น การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานมักจะใช้เพื่อสนทนากับเพื่อน อัปเดตข้อมูลข่าวสาร และติดตามความเคลื่อนไหวสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสนิยมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Nitipornmongkhon, 2012) ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จะใช้เพื่อค้นหาความรู้ใหม่ๆ และการค้นหาข้อมูลสินค้าต่างๆ รวมถึงเพื่อหาความบันเทิงผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Boongyong & Thongjeen, 2014) โดยการใช้ถึงข้อมูลสะดวกและรวดเร็ว สามารถตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนสมัยใหม่ (Pittayaviroon & Gulid, 2014) ส่วนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษามีการใช้เฟสบุ๊คทุกวันเพื่อสนทนากับเพื่อน การเขียนแสดงความยินดีกับเพื่อนในโอกาสต่างๆ การกด Like เอาใจเพื่อน การอัปโหลดภาพต่างๆ ในชีวิตประจำวัน การโพสต์ข้อความเล่าเรื่องต่างๆ การติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเก่า การติดตามข่าวประจำวันและการแสดงความเห็นต่อเหตุการณ์ต่างๆ (Khorpomprasert, 2014)

นอกจากนี้ ยังมีการใช้สื่อใหม่กับการสื่อสารทางการตลาดบนสังคมออนไลน์ เช่น การใช้ชีวิต บล็อกเกอร์ ในการนำเสนอสินค้าโดยใช้วิธีการสื่อสารในรูปแบบภาษาที่เข้าใจง่ายและเป็นกันเอง แบ่งปันเรื่องราวที่เป็นประสบการณ์ตรงของตนเอง และการตลาดแบบไวรัสในการสื่อสารบนสังคมออนไลน์ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น (Suksabai&Detkaew, 2013) เช่น การสาธิตการใช้เครื่องสำอางผ่านสื่อออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้หญิงผ่านเว็บไซต์หรือบล็อก และส่วนใหญ่จะมีการเปิดรับผ่านเว็บไซต์ www.pantip.com (โต๊ะเครื่องแป้ง) มากที่สุด (Choompopol, 2011) ทั้งนี้

การสื่อสารภายในเว็บบล็อกสามารถสื่อถึงความเป็นกันเองระหว่างผู้อ่านและผู้เขียนบล็อกได้ และพบว่าข้อความที่ใช้เขียนในบล็อกจะมีการนำเอาสัญลักษณ์ต่างๆ มาสื่อแทนอารมณ์ เช่น กิริยา ท่าทางและรวมไปถึงการนำเอาวิดีโอ รูปภาพและเพลงมาประกอบเพื่อให้เนื้อหาในบล็อกมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น (Samapant, 2009)

สรุปได้ว่า สื่อใหม่ช่วยให้การสื่อสารสะดวกสบายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ลดข้อจำกัดด้านเวลาและระยะทาง สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทั้งต่อบุคคล มวลชน และเครือข่ายมวลชน การสื่อสารยุคใหม่เป็นการสื่อสารแบบสองทาง และการสื่อสารแบบเครือข่ายสังคม กล่าวคือ ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) ต่อกันได้อย่างทันทีทันใด นอกจากนี้การสื่อสารในรูปแบบเครือข่ายสังคมสามารถเชื่อมโยงกันได้ทั้งกลุ่มเล็กและกลุ่มขนาดใหญ่ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของแต่ละกลุ่ม

สภาพภาพและทิศทางการวิจัย “สื่อใหม่”

นอกเหนือจากงานวิจัยที่กล่าวมาแล้วข้างต้นเมื่อสืบค้นงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ภาษาไทยโดยใช้คำค้น “สื่อใหม่” และ “New media” เป็นส่วนใดส่วนหนึ่งของชื่อเรื่อง ในฐานข้อมูลโครงการเครือข่ายห้องสมุดในประเทศไทย หรือ ThaiLIS ระหว่างปี พ.ศ. 2547 - ปัจจุบัน ยังพบว่ามีงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ จำนวน 24 เรื่อง แบ่งเป็นงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ด้านการสื่อสารจำนวน 10 เรื่อง ด้านสังคมจำนวน 8 เรื่อง และด้านการศึกษาจำนวน 6 เรื่อง อย่างไรก็ตาม การสืบค้นครั้งนี้ไม่ได้นำคำศัพท์เฉพาะซึ่งเป็นชื่อเฉพาะมาเป็นคำค้นร่วมด้วยเช่น อีเลิร์นนิ่ง การเรียนรู้ออนไลน์ การจำลองสถานการณ์ ความเป็นจริงเสริม เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นต้น จากจำนวนงานวิจัยที่พบทำให้เห็นทิศทางการวิจัยสื่อใหม่ในประเทศไทย ดังนี้

1) ด้านการสื่อสาร งานวิจัยที่พบส่วนมากเป็นการใช้ในทางธุรกิจเพื่อช่องทางสื่อสารการตลาด นอกจากนี้ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทิศทางการวิจัยการใช้สื่อใหม่เพื่อการสื่อสารอาจมุ่งให้ความสนใจไปที่การตลาดดิจิทัล (Digital marketing) เพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอหรือขายสินค้า ทั้งนี้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือสำคัญในการทำตลาดออนไลน์

2) ด้านสังคมที่พบจำนวน 8 เรื่อง เป็นงานวิจัยที่มุ่งเน้นที่เทคโนโลยีสื่อใหม่กับการสร้างค่านิยมและอัตลักษณ์เป็นส่วนใหญ่ ทิศทางการวิจัยที่น่าสนใจในด้านสังคมกับสื่อใหม่ เช่น งานวิจัยที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อใหม่ สื่อดิจิทัล อินเทอร์เน็ต (Livingstone, 2001) เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาหรือความรุนแรงที่จะเกิดขึ้นในสังคมรวมทั้งต้องให้ความรู้เท่าทันในฐานะที่ผู้ใช้สามารถแสดงตัวตนที่หลากหลายบทบาทในสื่อใหม่ (Kress, 2003) การใช้สื่อใหม่ทางการเมืองเพื่อเป็นช่องทางปฏิสัมพันธ์กับชุมชนออนไลน์ทางการเมืองที่สามารถช่วยเสริมสร้างระบอบการปกครอง การใช้สื่อใหม่ในฐานะเป็นเทคโนโลยีตัวกลางสำหรับการสื่อสารชุมชนเสมือนในด้านปัจจัยทั้งคุณลักษณะของผู้ใช้และบริบทแวดล้อมที่ส่งผลต่อบรรทัดฐานของความสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ของการรวมตัวกันของคนในชุมชนนั้น (Baym, 1998) การใช้สื่อใหม่กับการสื่อสารต่างวัฒนธรรม (Intercultural communication) เช่น การปรับตัวทางวัฒนธรรมของผู้อพยพและผู้พลัดถิ่น (Diaspora) ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการรับรู้อัตลักษณ์ของประเทศ (Chen, 2012)

3) ด้านการศึกษาจำนวน 6 เรื่อง เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับ ความพึงพอใจและการใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางเพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านวิชาการต่างๆ ไปยังผู้เรียน หากพิจารณาองค์ประกอบพื้นฐานของการเรียนการสอนและการเรียนรู้ โดยผู้เรียนเป็นศูนย์กลางเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของการวิจัยด้านการศึกษา ทิศทางการวิจัยสื่อใหม่ด้านการศึกษาที่เป็นประเด็นที่น่าสนใจ คือการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้เรียนการวัดประเมินผลและบทบาทหน้าที่ของผู้สอนในการใช้สื่อใหม่เพื่อจัดการเรียนรู้และการเรียนการสอน

ด้วยทุกสิ่งล้วนเป็นอนิจจัง การวิจัยและพัฒนาในศาสตร์ต่างๆ ย่อมหมุนเวียนเปลี่ยนไปตามธรรมชาติฉันใด ความจำเป็นที่จะต้องวิจัยและพัฒนาสื่อใหม่ ทั้งด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์สำหรับการใช้เป็นตัวกลางในการสื่อสารที่มีความทันสมัยและเหมาะสมกับรูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนไป นอกจากผลในด้านการพัฒนาของสื่อใหม่ที่กล่าวมาแล้ว มุมตรงข้ามที่ควรพิจารณาเพิ่มเติม เช่น การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมผู้ใช้ ทรัพย์สินทางปัญญา และอุตสาหกรรมด้านสื่อและบันเทิงที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีสื่อใหม่ เป็นต้น ความพยายามในการอธิบายความหมาย คุณลักษณะ และประมวลงานวิจัยและวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับ “สื่อใหม่” โดยสำรวจแบบในบทความนี้ เป็นเพียงจุดเล็กๆ ของการเชิญชวนให้มีการวิจัยเพื่อขยายขอบเขตขององค์ความรู้ด้านสื่อใหม่ในแวดวงวิชาการไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมไทยต่อไป

สรุปและอภิปราย

สื่อใหม่คือสื่อที่เกิดขึ้นจากพัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงกันได้ไม่จำกัดพื้นที่ เวลา และสถานที่เกิดการจำลองสถานการณ์และโลกเสมือนจริง และเกิดปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้กับเทคโนโลยีสื่อใหม่ ผลของพัฒนาการดังกล่าวทำให้เกิดชุมชน สังคม และวัฒนธรรมใหม่ๆ ทั้งนี้คุณลักษณะที่สำคัญของสื่อใหม่ประกอบด้วยดิจิทัล การหลอมรวม ไฮเปอร์มีเดีย การปฏิสัมพันธ์และความเสมือนสื่อใหม่ดังกล่าวเป็นส่วนสำคัญของการศึกษา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร โดยผลงานวิจัยของไทยส่วนมากเป็นการศึกษาการใช้สื่อใหม่ในฐานะเทคโนโลยีตัวกลางของการสื่อสาร นอกจากนี้แล้วยังมีประเด็นวิจัยอื่นๆ ที่จะทำให้องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการติดตามใช้ความรู้ในการปรับปรุง แก้ไขและป้องกันรวมทั้งการพัฒนาทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์โดยอาศัยความรู้จากงานวิจัย

สืบเนื่องจากคุณสมบัติที่โดดเด่นของสื่อใหม่ที่มีความหลากหลายของสื่อในตัวเองและมีความสามารถโต้ตอบหรือมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ในการสื่อสารข้อมูลและข่าวสารไปยังผู้รับได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ผู้ส่งสารอาจเป็นผู้รับสารได้ในเวลาเดียวกัน ผลด้านบวกของการใช้สื่อใหม่มีหลายประการ เช่นการเปิดโอกาสให้กับเด็กและเยาวชนได้เปิดโลกทัศน์โดยการเข้าถึงแหล่งความรู้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ สถาบันการศึกษา และงานวิจัย ในขณะเดียวกันการใช้สื่อใหม่ส่งผลด้านลบได้ เช่น ทำให้เด็กและเยาวชนตกอยู่ภายใต้การครอบงำของสื่อ หากเด็กและเยาวชนเข้าสู่เนื้อหาข้อมูลที่ไม่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ลามกอนาจาร ความรุนแรงจากการติดเกม การนำเสนอภาพหรือคลิปวิดีโอที่ไม่เหมาะสม ในบางครั้งเด็กเกิดการเลียนแบบความคิดหรือพฤติกรรมของคนบนอินเทอร์เน็ตทั้งในด้านดีและด้านไม่ดี อาจถูกล่อลวงและการลวงละเมิดทางเพศได้ ทั้งนี้การสร้างการรู้เท่าทันสื่อใหม่ (New media literacy) ให้กับเด็กและเยาวชนจะช่วยส่งเสริมการใช้งานสื่อใหม่อย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทำให้ผู้ใช้สื่อใหม่มีความเข้าใจและใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่และเนื้อหาจากสื่อใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

Boonyong, S., &Thongjeen, C. (2014). **The Perception of Benefit of Using Online Social Media for Working People in Bangkok.** (In Thai). M. Business

- Admin thesis, Bangkok University, Bangkok, Thailand.
- Chen, G. M. (2012). **Impact of new media on intercultural communication**. University of Rhode Island.
- Choompopol, T. (2011). **The Perception of Cosmetic Demonstration Through Online Media and Purchase Decision of Woman in Bangkok**. (In Thai). M. Journalism Thesis, Thammasat University, Bangkok, Thailand.
- Common, T. B. (2013). **The role of New digital media (NDM) in the construction of social values and identity of youths in Bangkok**. (In Thai). Bangkok: Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University.
- Dewdney, A., & Ride, P. (2006). **The New Media Handbook**. NY: Routledge.
- Friedman, L. W., & Friedman, H.H. (2008). **The New Media Technologies: Overview and Research Framework**. NY: City University of New York.
- Hongto, W. (2010). **The Development of Online Learning Community Model Using Knowledge Creation Process to Construct Instruction Innovations of Computer Teachers**. (In Thai). Ph. D. thesis, Silpakorn University, Bangkok, Thailand.
- In-Udom, D. C. (2012). **Expansion of Buddhism by Thai monks via new media: Case study Dhammatoday.com website**. (In Thai). M. Communication Studies thesis, Chiangmai University, Chiangmail, Thailand.
- Jaichalard, P. (2012). **Thai Music Communication Through New Media of Dr. ArbtipDheeravongkit**. (In Thai). M. Com. Arts thesis, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand.
- Jithkairoun, P. (2010). **New Media Technology, Social Present and Communication Behavior on Social Network**. (In Thai). M. Communication Arts thesis, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand.
- Khampitak, K. (2009). Computer aided surgery. (In Thai). *Srinagarind*, 24(2), 167-172.

- Khorpornprasert, B. (2014). **The Behavior of Social Network Usage of Undergraduate Students in Bangkok.** (In Thai). Bangkok: Faculty of Communication Arts, Krirk University.
- Kitvorapat, S. (2008). **Thai Farmer's New Media Dependency and Uses of Agricultural Information and Knowledge.** (In Thai). M. Journalism and Information thesis, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand.
- Kress, G. (2003). **Literacy in the New Media Age.** NY: Routledge.
- Lister, M. et al. (2009). **New media: A critical introduction.** 2nd ed. NY: Routledge.
- Livingstone, S. (2001). Internet literacy: young people's negotiation of new online opportunities. In T. McPherson (Ed). **Unexpected outcomes and innovative use of digital new media by youth (Fortcoming)** (pp. 1-22). MA: MIT Press.
- Logan, R. K. (2010). **Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan.** Canada: Peter Lang Publishing.
- Manovich, L. (2001). **The Language of New Media.** MA.: MIT Press.
- Miller, V. A. (2011). **Understanding Digital Culture.** London : SAGE Publication.
- Nitipornmongkhon, P. (2012). **Social Networks Usage of Working People in Bangkok.** (In Thai). M. Communication Arts thesis, Sripatum University, Bangkok, Thailand.
- Pittayaviroon, V., & Gulid, N. (2014). **The Influence of Digital Media to Consumer Responsiveness of Marketing data accession.** (In Thai). M. Business Admin thesis, Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand.
- Pongsukvajchakul, P. (2011). **New Media Technologies and Communication in thai Families in Bangkok Metropolitan.** (In Thai). Ph.D. Communication Arts thesis, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand.
- Prasitwisate, G. (2013). **The Communication and Online Social Capital of Facebook with Psychological Well-being.** (In Thai). Ph.D. Communication Arts thesis, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand.

- Samapant, J. (2009). **The Formats of Online Communication on Weblog: Case study Bloggang and OK Nation Blog**. (In Thai). M. Communication Arts thesis, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand.
- Soteyome, U. (2011). **Canal Operation Improvement by Computer Simulation model: Case study of Songphinong Operation and Maintenance Project**. (In Thai). D. Eng. Irrigation Engineering thesis, Kasetsart University, Bangkok, Thailand.
- Suksabai, K., & Detkaew, P. (2013). **The form of Marketing Communication of Beauty Blogger on Social Media**. (In Thai). M. Communication Arts thesis, Naresuan University, Phitsanulok, Thailand.
- Suvanjumrat, C. (2009). **Computer Simulation Method for Drop Test of Liquid-filled Plastic Containers Using Finite Element Method**. (In Thai). D. Eng. Mechanical Engineering thesis, Kasetsart University, Bangkok, Thailand.
- Thai Airways. (n.d.) **Thai Simulator experience**. (In Thai). Retrieved 25 April 2015, from http://www.thaiairways.co.th/th_TH/news/news_announcement/news_detail/simulator.page?
- Thiler, P., & Thadathidham, K. (2012). Introducing "Pinterest": new media and education tool in the 21st century. (In Thai). **Executive Journal**, 7(4), 131-138.