

การพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมสื่อของไทย

The Development of Indicators for Thai Media Innovation Promotion

วิโรจน์ สุทธิสีมา
Viroj Suttisima

ภาควิชาบรอดแคสต์ติ้งและวารสารศาสตร์ดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดปทุมธานี 12120
Department of Broadcasting and Digital Journalism, School of Communication Arts, Bangkok University,
Pathum Thani 12120 Thailand

*Corresponding Author E-mail: viroj352@hotmail.com

(Received: December 10, 2021; Revised: May 30, 2022; Accepted: June 10, 2022)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดสำหรับการประเมินผลนวัตกรรมสื่อในประเทศไทย ระเบียบวิธีวิจัยประกอบไปด้วย 1) การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) อันมีแหล่งข้อมูลหลัก ได้แก่ Digital News Initiative Fund (DNI Fund) ของ Google.com และสถาบัน Ranking Digital Rights (RDR) รวมถึงบทความวิชาการและตำราจากนักวิชาการต่างประเทศ และ 2) การใช้เทคนิคเดลฟายประยุกต์ (Applied Delphi Technique) กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมสื่อในไทย รวมทั้งสิ้น 19 ท่าน

ผลการศึกษาเผยให้เห็นว่ามี 10 ตัวชี้วัดที่สามารถนำมาใช้เพื่อการประเมินผลนวัตกรรมสื่อในไทย ได้แก่ 1) ความเปิดกว้างต่อการใช้งาน (Openness) 2) การสร้างผลกระทบและความเปลี่ยนแปลงในสังคม (Effect and Change) 3) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน (User participation) 4) ความใหม่ (Newness) 5) ผู้สร้างและประกอบการนวัตกรรม (Creator and Entrepreneur) 6) ธรรมภิบาลและความรับผิดชอบทางดิจิทัล (Good Governance and Digital Accountability) 7) การทำบทบาทหน้าที่ (Function) 8) การเคารพสิทธิเสรีภาพของผู้ใช้ (Freedom)

9) เทคโนโลยีและประสบการณ์ใช้งาน (Technology and Experience) และ
10) การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy)

หลังจากนำมาทดสอบการลงคะแนนตามตัวชี้วัดกับนวัตกรรมสื่อ 10 ชิ้น ได้ข้อปรับปรุงเพิ่มเติมว่า เพื่อให้การชี้วัดความเป็นนวัตกรรมที่ดี มีความเข้ากัน กับตัวของนวัตกรรมสื่อแต่ละประเภท จึงยังสามารถแบ่งประเภทของนวัตกรรมเป็น หมวดหมู่ก่อนที่จะนำมาพิจารณาองค์ประกอบตัวชี้วัด ดังเช่น การแบ่งออกเป็น นวัตกรรมสื่อเชิงกระบวนการทำงาน (Process Innovation) นวัตกรรมด้านการ วางตำแหน่งของสื่อ (Position Innovation) นวัตกรรมด้านกระบวนการทัศน์ (Paradigmatic Innovation) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) หรือ การแยกชนิดของตัวสื่อ (Type) ก่อนนำมาลงคะแนนตามตัวชี้วัดก็ได้เช่นกัน

คำสำคัญ: นวัตกรรม, นวัตกรรมสื่อ, ตัวชี้วัด, การประเมินผล

Abstract

This research aimed to develop indicators to evaluate media innovation in Thailand. The research methods include: 1) Documentary research technique in studying information from Digital News Initiative Fund (DNI Fund) by google.com and Ranking Digital Rights (RDR) including international academic articles and books and 2) Applied Delphi Technique with 19 experts who involved in media innovation in Thailand.

The result shows that 10 indicators that could evaluate media innovation in Thailand include: 1) Openness; openness to using 2) Effect and change; the effect and change in society 3) User participation; promoting participation of the user 4) Newness 5) Creator and entrepreneur 6) Good governance and digital accountability 7) Function 8) Freedom; respect for the freedom of users 9) Technology and Experience, and 10) Privacy.

After testing each indicator with ten media innovations, it suggests that the innovation should divide into the category such as process innovation, position innovation, paradigmatic innovation, product innovation before considering factors of the indicator, or categorized by type of innovation before each indicator. This could be useful to select suitable indicators for each category of media innovation.

Keywords: Innovation, Media Innovation, Indicator, Evaluation

บทนำ

ในระยะเริ่มแรก “นวัตกรรม” (Innovation) มักหมายถึงสิ่งใหม่ ๆ ในเชิงเทคโนโลยีเป็นหลัก หากพิจารณาจากประวัติศาสตร์ของการนิยาม คำว่า “นวัตกรรม” ถูกเอ่ยถึงในคู่มือที่องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) จัดพิมพ์ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1997 โดยเน้นย้ำไปยังสิ่งใหม่ที่เป็นกระบวนการและผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยี (Technological Product and Process – TPP) ซึ่งยังไม่มีมีการเอ่ยถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ถัดมาคือในคู่มือที่ปรับปรุงและพิมพ์ใหม่ในปี ค.ศ. 2005 ได้ขยายนิยามของคำนี้ออกไปให้รวมถึง “การนำสินค้าและบริการที่พัฒนาแล้ว หรือกระบวนการ (วิถีทางการตลาดใหม่) หรือวิธีบริหารองค์กรใหม่ มาใช้ปฏิบัติจริงในธุรกิจ ในองค์กร หรือในความสัมพันธ์อื่น ๆ” แต่ก็ยังไม่กล่าวถึงนวัตกรรมกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ ในแง่ของเนื้อหาใหม่ ๆ (Content - Related Novelties) (Bleyen, Lindmark, Ranaivoson, & Ballon, 2014, p.31) สภาพการณ์ดังกล่าวแปลว่ากระทั่งช่วงต้นสหัสวรรษใหม่ นวัตกรรมในฐานะของสื่ออินเทอร์เน็ต หรือวารสารศาสตร์ ก็ยังไม่ปรากฏตัวตนที่ชัดเจนนัก

กระทั่งเมื่อ Storsul and Krumsvik (2013) สร้างสถานะของนวัตกรรมสื่อ (Media innovation) ให้มีพิภพบนแผนที่ทางวิชาการเป็นครั้งแรก โดยต่อยอดจากความเป็นสิ่งใหม่ในเชิงเทคโนโลยีและกระบวนการมาสู่ความคิดสร้างสรรค์ และงานทางด้านการศึกษา การสื่อสาร การศึกษาสาขาต่างกล่าวถึงรูทหน้าอย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีนิยามว่าด้วยนวัตกรรมสื่อเกิดขึ้นแล้ว แต่คำนิยามดังกล่าว ยังถือว่าค่อนข้างใหม่ในสังคมไทย การสำรวจสถานะของนวัตกรรมสื่อในสังคมไทย จึงควรเริ่มต้นขึ้น และต่อยอดไปยังการรวบรวมองค์ความรู้เพื่อพัฒนาตัวชี้วัด ความเป็นนวัตกรรมสื่อ เพื่อนำมาปรับใช้เป็นตัวชี้วัดในบริษัทไทย

จากการสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง สถานะอันสำคัญและจำเป็นของ “นวัตกรรมสื่อ” มีความสัมพันธ์กับ “นวัตกรรม” ใน 2 ลักษณะ ได้แก่

1) นวัตกรรมสื่อเป็นหัวข้อย่อยของนวัตกรรม คือการที่นวัตกรรมสื่อ อยู่ภายใต้โครงสร้างของความเป็นนวัตกรรมประเภทหนึ่ง เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงหมายความว่า การมองภาพของนวัตกรรมสื่อจะเสมือนเป็นกิ่งก้านสาขาของ นวัตกรรมเคียงข้างกับนวัตกรรมอื่น ๆ เช่น นวัตกรรมทางการแพทย์ นวัตกรรม การเกษตร เป็นต้น การประยุกต์และปรับใช้ศาสตร์ความรู้จึงเป็นไปในลักษณะ ขึ้นโครงสร้างใหญ่ในฐานะนวัตกรรมก่อน แล้วจึงแตกแขนงย่อยลงมาสู่นวัตกรรมสื่อ

2) นวัตกรรมสื่อยังไม่มีที่ทางชัดเจนในเชิงการชี้วัด ในการกล่าวอ้างถึง นวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเชิงจัดลำดับความสำเร็จและก้าวหน้าของวิชาชีพและ อุตสาหกรรมเปรียบเทียบกับประเทศต่าง ๆ จากหัวข้อใหญ่อย่าง “นวัตกรรม” จะถูกแยกย่อยลงไป เช่น เทคโนโลยีการสื่อสารและข้อมูลข่าวสาร การตลาด เป็นต้น แต่จะไม่มีการกล่าวถึงคำอย่าง “นวัตกรรมสื่อ” โดยตรง ดังนั้น ผู้ที่สนใจ หัวข้อนวัตกรรมสื่อ มักจะต้องประมวลจากหัวข้ออื่นที่ใกล้เคียงและเกี่ยวข้องมารวมกัน เช่น ในกรณีของ Global Innovation Index (GII) ซึ่งเป็นสถาบันที่จัดทำ ดัชนีวัดความเป็นนวัตกรรมในระดับโลกและเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับเทียบเคียง ความก้าวหน้าของนวัตกรรมระดับนานาชาติ อย่างไรก็ตามเมื่อจะค้นหาสถานภาพ ของนวัตกรรมด้านสื่อ จะไม่พบหมวดหมู่ด้านนวัตกรรมสื่อโดยตรง แต่จะต้องเข้าไป เทียบเคียงกับหัวข้อที่เกี่ยวข้อง เช่น หัวข้อตลาดอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง หัวข้อสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออื่น ๆ หรือหัวข้อภาพยนตร์ซึ่งผลิตจากประเทศนั้น ๆ เป็นต้น แล้วนำมาประมวลและประกอบเข้าด้วยกันให้เป็นนวัตกรรมสื่อเองภายหลัง ซึ่งปัญหาประการสำคัญคือทำให้ไม่มีเกณฑ์ในการชี้วัดตัวนวัตกรรมสื่อแบบ บูรณาการได้ ดังนั้นแม้การเทียบเคียงกับ GI I จะทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบเบื้องต้นได้ แต่ยังไม่สามารถครอบคลุมถึงคุณลักษณะของความเป็นนวัตกรรมสื่ออย่างครบถ้วน และรวมถึงการขาดการเชื่อมโยงกับนวัตกรรมสื่อในบริษัทไทย

จากช่องว่างทางความรู้ดังกล่าว ทำให้พบว่ายังไม่มีการสร้างตัวชี้วัดความเป็นนวัตกรรมสื่อที่ใช้กันอย่างหนึ่งเดียวในระบบสังคมโลกและโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทไทย จึงนำมาสู่วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้คือเพื่อพัฒนาตัวชี้วัดสำหรับการประเมินผลนวัตกรรมสื่อในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยสำรวจสภาพและประเมินผลนวัตกรรมสื่อในบริบทของประเทศไทย อันจะยังประโยชน์ทั้งในแง่ของการประเมินข้อเสนอโครงการทางด้านนวัตกรรมสื่อ หรือประเมินผลภายหลังจากได้สร้างผลงานออกมาใช้งานแล้ว ซึ่งทั้งหมดจะยังผลสู่การส่งเสริมนวัตกรรมสื่อของไทยในภาพรวม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านนวัตกรรมสื่อ

นวัตกรรมสื่อ ประกอบด้วยหลายมิติ ตั้งแต่การเล่าเรื่องแบบใหม่ ไปจนถึงโมเดลธุรกิจแบบใหม่ มีผู้เชี่ยวชาญหลายคนนิยามนวัตกรรมในขอบข่ายใกล้เคียงนี้ ดังเช่น Briggs (2013) จาก The Poynter Institute สถาบันตรวจสอบจริยธรรมสื่อระดับโลก ได้นิยามนวัตกรรมในงานวารสารศาสตร์ว่าคือ “วิธีการใหม่ ๆ ที่ช่วยทำให้ผู้อ่านมีประสบการณ์ด้านวารสารศาสตร์ดีขึ้นโดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วย”

นอกจากนี้ Bruns (2014) ยังนำเสนอว่าการศึกษานวัตกรรมสื่อต้องไปให้ไกลกว่าแค่ศึกษาความใหม่ในเทคโนโลยี แต่จำเป็นต้องพิจารณาปฏิบัติการในสื่อ (Media Practices) ทั้งในส่วนขององค์กรสื่อ คนทำงานสื่ออาชีพและมือสมัครเล่น และศึกษาความเปลี่ยนแปลงที่เกิดในสังคมด้วย ในขณะเดียวกัน Santos - Silva (2021) ยังได้เสริมประเด็นเรื่องนวัตกรรมกับความเป็นธุรกิจ โดยมองว่าเรื่องราวได้เป็นส่วนหนึ่งของโมเดลธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและจำเป็นต้องมีตัวชี้วัดดังกล่าวประกอบ

ทั้งนี้คำว่า “ใหม่” ในทางด้านนวัตกรรมนั้นสัมพันธ์กับคำว่า “ความเปลี่ยนแปลง” อยู่เสมอ Dogruel (2014) กล่าวถึงมิติการเปลี่ยนแปลงสามมิติในทางสื่อ อันได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านการบริหารจัดการและการทำงานระดับองค์กร และด้านการออกแบบเนื้อหา ขณะที่ Pavlik (2013) กล่าวว่านวัตกรรมสื่อวางอยู่บนความเปลี่ยนแปลงสี่มิติ ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของ Dogruel ดังตารางเปรียบเทียบที่สะท้อนความสับสนเนื่องกันต่อไปนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบแนวคิดการอธิบายนวัตกรรมสื่อผ่านแนวทางของ Dogruel และ Pavlik

Dogruel	Pavlik
1. การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี	1. การสร้าง ส่งต่อ และนำเสนอเนื้อหาข่าวสารคุณภาพ
2. การเปลี่ยนแปลงด้านการออกแบบ/เนื้อหา	2.1 ดึงสาธารณชนเข้ามามีส่วนร่วมในวาทกรรมข่าวที่เปิดพื้นที่ให้ปะทะสังสรรค์กันได้
	2.2. ใช้วิธีการรายงานข่าวใหม่ ๆ ที่ถูกยกระดับขึ้นในยุคดิจิทัลที่มีเครือข่ายกว้างไกล
3. การเปลี่ยนแปลงด้านการบริหารจัดการและการทำงานระดับองค์กร	3. พัฒนาการบริหารจัดการและกลยุทธ์ระดับองค์กรที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่ทุกอย่างเคลื่อนที่ เชื่อมต่อถึงกัน และใช้ดิจิทัล

นวัตกรรมสื่อยังหมายรวมถึงการเปลี่ยนแปลงหลายแง่มุมของภูมิทัศน์ของสื่อ (Media Landscape) โดยงานศึกษาของ Storsul and Krumsvik (2013) ที่ชื่อว่า “What is Media Innovation?” ซึ่งกล่าวถึงสี่ปริมณฑลแห่งความเปลี่ยนแปลง (ความใหม่) ในนวัตกรรมสื่อ (เรียกอย่างย่อว่า 4P’s) อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) กระบวนการ (Process) การวางตำแหน่งสินค้า (Position) และ กระบวนทัศน์ (Paradigm)

ในเวลาต่อมา Krumsvik, Milan, Ni Bhroin and Storsul (2019) ได้พัฒนาแนวคิดต่อจากเดิมและเพิ่มอีกสองปริมณฑลเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมสื่อ คือ นวัตกรรมด้านประเภทสื่อ (Genre Innovation) และนวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) รวมเป็น 6 มิติแห่งความใหม่ทางนวัตกรรมสื่อ ดังต่อไปนี้

1. นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์สื่อ (Product Innovation) หมายถึง ตัวสินค้าและบริการ อันได้แก่ แพลตฟอร์มสื่อใหม่ เช่น สมาร์ทโฟน หรือบริการสื่อใหม่ ๆ เช่น เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) ให้บริการสตรีมมิ่ง

2. นวัตกรรมด้านกระบวนการดำเนินงานสื่อ (Process Innovation) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่ผลิตภัณฑ์และบริการสื่อถูกสร้างสรรค์และส่งต่อ เช่น วิธีการใหม่ ในการกระจายสินค้า หรือนำเสนอผลิตภัณฑ์สื่อ รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรสื่อ ดังจะเห็นจากนวัตกรรมที่สื่อตั้งผู้สื่อข่าวมาร่วมทำงานด้วยอย่างวิกิพีเดีย (Wikipedia)

3. นวัตกรรมด้านการจัดวางตำแหน่งของสื่อ (Position Innovation) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่ผลิตภัณฑ์และบริการถูกจัดวางตำแหน่งหรือตีกรอบใหม่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตัวตนของแบรนด์ หรือจุดยืนเชิงกลยุทธ์ในตลาดการค้า รวมไปถึงการเปิดตัวเองไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ ดังเช่นในช่วงปลายทศวรรษ 1990 สำนักข่าว BBC ของอังกฤษได้ปรับแบรนด์ตัวเองใหม่ให้กลายเป็นบริษัทสื่อระดับโลก

4. นวัตกรรมด้านกระบวนการทัศน์ (Paradigmatic Innovation) ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงวิธีคิด คุณค่า และโมเดลทางธุรกิจ ถือเป็นหัวใจหลักของนวัตกรรมสื่อ ทั้งหมด โดยนวัตกรรมด้านกระบวนการทัศน์เป็นตัวขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ทั้งหมด เช่น บริการเผยแพร่รายการต่าง ๆ จากทางโทรทัศน์เป็น Video on Demand service (VOD) เช่น กรณีการปรับตัวของดิสนีย์ (Disney) และเช่นเดียวกับ หนังสือพิมพ์ที่ไม่ได้สนใจแค่เป้าหมายที่ฉบับพิมพ์ แต่มุ่งไปที่บริการออนไลน์อันถือเป็น นวัตกรรมด้านกระบวนการทัศน์ขององค์กร ดังจะเห็นจากกรณีของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ที่ปรับเป็น Thairath TV และ Thairath Plus

5. นวัตกรรมด้านประเภทสื่อ (Genre Innovation) สัมพันธ์กับอุตสาหกรรม การสื่อสาร ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ซึ่งถูกจัดประเภทและพัฒนาตามประเภทสื่อ นวัตกรรมด้านประเภทสื่ออาจจะเป็นการใช้องค์ประกอบของสื่อเดิมหรือพัฒนาสิ่งใหม่ ลงไปให้เกิดประเภทใหม่ ๆ เช่น บล็อก (Blogs) ซึ่งค่อย ๆ เกิดขึ้นจากความ เปลี่ยนแปลงเป็นขั้น ๆ จากปรับรูปแบบเขียนบันทึกประจำวันมาสู่โลกออนไลน์

6. นวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) เป็นการใช้สื่อและบริการ สื่อสารในทางใหม่ ๆ เพื่อเป้าหมายทางสังคม นวัตกรรมทางสังคมช่วยตอบสนอง ความต้องการทางสังคมและช่วยแก้วิกฤตชีวิตไปในทางที่ดีขึ้น เช่น การผลิตสื่อที่ป้อน ความต้องการของกลุ่มคนที่ใช้ภาษาพื้นถิ่น

ทั้งนี้ 6 มิติดังกล่าวจะถูกนำมาใช้เพื่อกำกับลักษณะของการค้นหาข้อความ ตัวชี้วัด/ตัวชี้วัดนวัตกรรมสื่อจากการสำรวจเอกสาร เพื่อให้การพัฒนาตัวชี้วัด สามารถนำมาปรับใช้ให้ครอบคลุมความเป็นนวัตกรรมสื่อดังที่ได้ยกตัวอย่างมาต่อไป

แนวคิดการประเมินผลและการสร้างตัวชี้วัด

ในแง่ของการประเมินและการชี้วัดนั้น ศิริชัย กาญจนวาสี (2537) อธิบายว่าประเด็นสำคัญของการประเมิน คือ การวัด (Measurement) ที่ใช้วิธีการตามหลักวิทยาศาสตร์ มีความเป็นปรนัย และความเที่ยงตรง การประเมินจึงมีลักษณะเป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) เนื่องจากมีการนำระเบียบวิธีวิจัยมาใช้เพื่อทำให้ผลการประเมินน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ แนวทางหลักของการประเมินผล ซึ่งเป็นที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน มาจากของ Stufflebeam and Shinkfield (2007) ซึ่งเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผล ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นแนวทางหรือโมเดล การประเมิน (Evaluation Model) และทฤษฎีการประเมิน (Evaluation theory) นอกจากนี้ มุมมองด้านการประเมินที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การเสนอว่าการประเมินคือการตัดสินคุณค่า โดยเป้าหมายอยู่ที่การตัดสินคุณค่าของวัตถุที่ต้องการศึกษาโดยอาจแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ เป็นการตัดสินคุณค่าโดยผู้เชี่ยวชาญ (Professional Judgment) และการตัดสินคุณค่าตามมาตรฐานวิชาชีพ (Professional Review) (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2537, น.63) ซึ่งทั้งสองลักษณะดังกล่าวจะกลายเป็นเกณฑ์ในการแบ่งผู้เชี่ยวชาญสำหรับการให้ข้อคิดเห็นในการวิจัยครั้งนี้

โดยสรุป นันทิยา ดวงภุมเมศ และ สิรินทร พิบูลภานุวัธน์ (2559) เสนอว่าการประเมินเกี่ยวข้องกับการวัดและการกำหนดคุณค่าของสิ่งที่ประเมิน แต่เนื่องจากคุณค่ามีความเป็นนามธรรม ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ จึงจำเป็นต้องอาศัยการสังเกตผ่านสิ่งที่เป็นรูปธรรมที่เชื่อมโยงไปถึงคุณค่านั้น นั่นก็คือ ตัวชี้วัด (Indicator) ซึ่งสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้ แนวคิดในการสร้างตัวชี้วัดเกิดขึ้นจากการใช้แนวคิดการบริหารจัดการองค์กรโดยเน้นเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ (Management by Objective) ที่ทำให้เกิดการสร้างตัวชี้วัดผลงานหรือผลผลิตจากการปฏิบัติงาน (Performance Indicators) โดยที่แนวทางในการกำหนดตัวชี้วัดมีหลายมิติ และความหลากหลายมิติดังกล่าวนี้จึงได้เป็นแนวทางการสำรวจ

ตัวชี้วัดของการวิจัยครั้งนี้เช่นกัน

แนวคิดการใช้เทคนิคเดลฟาย

ในหลักการเบื้องต้น เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) คือ เครื่องมือในทางการวิจัยประยุกต์ โดยมีลักษณะเด่นอยู่ที่การรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญหลายคน เพื่อศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับองค์ความรู้ (ในอนาคต) ของศาสตร์ด้านต่าง ๆ และเมื่อมักเป็นการวิจัยเพื่อทำนายหรือพยากรณ์ เทคนิคเดลฟายจึงถูกเรียกให้เป็นการวิจัยในอนาคตหรืออนาคตศาสตร์ (Futurism) โดยมุ่งเน้นการศึกษาวิจัยในเชิงลึกเพื่อให้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอนาคตได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ มนต์ชัย เทียนทอง (2548) ระบุว่าพยากรณ์อนาคตนั้นแบ่งเป็น 3 หมวดหมู่ ได้แก่ 1) การคาดการณ์แนวโน้ม (Trend Projection) 2) การเขียนภาพอนาคต (Scenario Writing) และ 3) การปรึกษาผู้อื่น (Consulting Others)

วิธีการหลังสุดคือการปรึกษาผู้อื่นนี่เองที่จะเป็นการให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมให้ความคิดเห็นและลงมติเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอนาคตหรือแนวทางเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการจะทำการศึกษา ดังนั้นเมื่อต้องการจะสร้างแนวทางการประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นโดยต้องการข้อมูลเชิงลึกหรือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน จึงใช้เทคนิคเดลฟายในฐานะของเครื่องมือการปรึกษาผู้อื่นให้ได้มาซึ่งหลักเกณฑ์หรือข้อสรุปในสิ่งที่ต้องการ ในงานวิจัยครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้แนวทางดังกล่าวเพื่อสร้างตัวชี้วัดจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเพื่อจะนำไปใช้ประเมินและส่งเสริมนวัตกรรมสื่อในไทยต่อไป

ทั้งนี้ มนต์ชัย เทียนทอง (2548) ยังได้ระบุเพิ่มเติมว่าเทคนิคเดลฟายนี้ ผู้วิจัยไม่จำเป็นต้องนัดหมายกลุ่มผู้เชี่ยวชาญให้มาประชุมกันเหมือนกับการระดมสมอง (Brain Storming) แต่ให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนแสดงความคิดเห็นจากการตอบแบบสอบถามแต่ละรอบ ทำให้ผู้เชี่ยวชาญสามารถอยู่ในสถานที่และเวลาแตกต่างกันได้โดยไม่มีข้อจำกัด โดยผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนสามารถแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่และอิสระ สามารถถกเถียงความคิดเห็นของตนเองได้อย่างรอบคอบปราศจากการชี้นำจากกลุ่มและไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลทางความคิดของผู้อื่น

ในทางปฏิบัติ ผู้วิจัยพิจารณาให้เทคนิคเดลฟายเป็นเครื่องมือวิจัยเชิงประยุกต์ที่ยังสามารถปรับใช้กับการพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมสื่อ โดยใช้ลักษณะของการปรึกษาหารือผู้เชี่ยวชาญในการแสดงความคิดเห็นมาสานกับข้อมูลตั้งต้นอันได้มาจากการสำรวจเอกสารก่อนหน้านั้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษารังนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี อันประกอบไปด้วย การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) แบบประยุกต์ โดยเริ่มต้นจากการหาตัวชี้วัดผ่านการวิจัยเอกสารและนำเข้าสู่การให้ความคิดเห็นและเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญในบริษัทไทย ดังมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

การวิจัยเอกสาร

การสำรวจเอกสารจากต่างประเทศ ใช้เกณฑ์จากหลายแหล่งมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เช่น หน่วยงาน Digital News Initiative Fund (DNI Fund) ของ google.com และสถาบัน Ranking Digital Rights (RDR) ตลอดจนถึงนักวิชาการด้านนวัตกรรมสื่อเท่าที่จะสามารถสืบค้นและให้คุณลักษณะของตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับนิยามของนวัตกรรมใน 6 มิติ ดังเช่นเอกสารจากนักวิชาการด้านนวัตกรรมสื่ออย่าง Bruns (2014) และ Santos-Silva (2021) เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการดำเนินงานวิจัยเชิงเอกสารพบว่า 2 แหล่งที่มีความสำคัญในด้านนวัตกรรมสื่อ ได้แก่ Ranking Digital Rights (2020) และ Digital News Initiative Fund (2018) โดยแหล่งแรกเป็นการประเมินระดับความรับผิดชอบต่อสิทธิดิจิทัลของแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ โดยองค์กรอิสระอย่าง Ranking Digital Rights (RDR) ซึ่งจัดลำดับบริษัทต่าง ๆ ในเรื่องการเคารพและปกป้องสิทธิพื้นฐานและก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง โดยตัวชี้วัดต่าง ๆ ที่มีการนำเสนอ นั้นเป็นการตั้งสิ่งที่ได้ระบุไว้ในข้อตกลงสากล ไม่ว่าจะเป็นปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (The Universal Declaration of Human Rights :UDHR) กติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง (International Covenant on Civil and Political Rights : ICCPR) มาเป็นเกณฑ์เพื่อปกป้องคุ้มครองสิทธิด้านต่าง ๆ ของบุคคล โดย Ranking Digital Rights (2020) ตรวจสอบบริษัทต่าง ๆ ด้วย 58 ตัวชี้วัด 3 ด้าน ได้แก่ ธรรมาภิบาล (Good Governance) เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

(Freedom of Expression) และความเป็นส่วนตัว (Privacy) เพื่อประเมินพันธะสัญญาของบริษัท นโยบาย และการดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อสิทธิดิจิทัล

ส่วนแหล่งที่สองมาจากกองทุนชื่อ The Digital News Initiative Fund (DNI Fund) จัดตั้งโดยบริษัทกูเกิลเพื่อสนับสนุนสื่อหรือสำนักข่าวทั้งเล็กและใหญ่ให้ทำงานข่าวสารและงานวารสารศาสตร์คุณภาพสูงผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และได้ออกเกณฑ์ในการพิจารณาข้อเสนอโครงการต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนถึงการขีดวัดโครงการด้านนวัตกรรมที่มีคุณภาพและควรส่งเสริมพัฒนา

ความสำคัญของทั้ง 2 แหล่งดังกล่าว ได้แก่ การสร้างกรอบการประเมินที่มีความชัดเจนในข้อความชี้วัด รวมถึงปริมาณของตัวชี้วัดที่ถูกสร้างขึ้นมากพอสมควรและเป็นระบบหมวดหมู่ ทำให้เมื่อถึงขั้นตอนการคัดเลือกและจัดระบบตัวชี้วัดจะทำให้เกิดตัวเลือกและความหลากหลายของคุณลักษณะที่เพียงพอ ขณะที่แหล่งข้อมูลสำหรับพัฒนาตัวชี้วัดบางแหล่งที่ได้กล่าวไปก่อนหน้า เช่น Global Innovation Index (GI) เหมาะสำหรับการเทียบเคียงแบบกว้างเพื่อให้ทราบถึงระดับของนวัตกรรมสื่อในเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศ แต่เมื่อนำเอาแต่ละหัวข้อมาปรับใช้งานจะพบว่าเอกสารประกอบไม่ได้ระบุถึงข้อความชี้วัดที่ชัดเจนเพียงพอ จึงเป็นเรื่องยากที่จะนำแหล่งข้อมูลลักษณะนี้มาสร้างตัวชี้วัดโดยตรง

การใช้เทคนิคเดลฟายในเชิงประยุกต์

จากการสังเคราะห์ตัวชี้วัดอันรวบรวมมาจากเอกสารของต่างประเทศ ผู้วิจัยได้นำมาจัดหมวดหมู่เป็นตัวชี้วัดหลักและตัวชี้วัดย่อยเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการวิจัยแบบเดลฟายแบบประยุกต์ ซึ่งเดลฟายเป็นเทคนิควิจัยที่มุ่งหมายให้ความเห็นเพื่อชี้แนะอนาคตโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามที่ มนต์ชัย เทียนทอง (2548) ได้ระบุจำนวนผู้เชี่ยวชาญว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เหมาะสมและอัตราความคลาดเคลื่อนน้อยคือ 17 คน โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้คัดเลือกตามคุณสมบัติมาทั้งสิ้น 19 คน และใช้ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อวัดด้านความเที่ยงตรง (IOC) 3 ท่าน

ในการเข้าสู่กระบวนการเทคนิคเดลฟายแบบประยุกต์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้สร้างเกณฑ์การเลือกผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีคุณสมบัติในการตอบคำถามให้เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมสื่อ โดยเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความเป็นวิชาการและวิชาชีพ ในเบื้องต้นจึงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญนวัตกรรมสื่อ

จากฝั่งวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมสื่อจากฝั่งวิชาชีพ แต่ละท่านจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสื่อไม่ต่ำกว่า 10 ปี เพื่อสะท้อนคุณลักษณะความเชี่ยวชาญและประสบการณ์

ทั้งนี้คุณลักษณะย่อยมีดังต่อไปนี้

1) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทางการสอนหรือการวิจัยด้านนวัตกรรมและการสื่อสาร รวมทั้งสิ้น 10 ท่าน โดยมีความหลากหลายจากลักษณะของสถาบันการศึกษา ประกอบไปด้วย สถาบันของรัฐ สถาบันของเอกชน สถาบันในกรุงเทพมหานคร และสถาบันในส่วนภูมิภาค ได้แก่

1.1) ผู้เชี่ยวชาญจากคณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

1.2) ผู้เชี่ยวชาญจากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

1.3) ผู้เชี่ยวชาญจากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.4) ผู้เชี่ยวชาญจากวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

1.5) ผู้เชี่ยวชาญจาก คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

1.6) ผู้เชี่ยวชาญจากคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

1.7) ผู้เชี่ยวชาญจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

1.8) ผู้เชี่ยวชาญจากคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1.9) ผู้เชี่ยวชาญจากคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทเวศน์

1.10) ผู้เชี่ยวชาญจากวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2) เป็นผู้ที่มีความรู้ประสบการณ์ทางด้านวิชาชีพด้านนวัตกรรมและการสื่อสาร รวมทั้งสิ้น 9 ท่าน โดยมีความหลากหลายจากลักษณะของสื่อที่เชี่ยวชาญ ประกอบไปด้วย สื่อภาพและเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อใหม่ สื่อทางเลือก และการผลิตซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสาร ได้แก่

- 2.1) ผู้เชี่ยวชาญจาก สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์แห่งประเทศไทย
- 2.2) ผู้เชี่ยวชาญจาก ชมรมวิจารณ์บันเทิง
- 2.3) ผู้เชี่ยวชาญจาก สำนักพิมพ์แบร์พับลิชชิง
- 2.4) ผู้เชี่ยวชาญจาก เครือสตาร์พิคส์พับลิชชิง
- 2.5) ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาแอปพลิเคชัน
- 2.6) ผู้เชี่ยวชาญด้าน Software Engineer จากบริษัทในประเทศ

เยอรมัน

2.7) ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารประเด็นชาติพันธุ์ และประเด็นทางสังคมในพื้นที่ชายแดน

2.8) ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารท้องถิ่น

2.9) นักสื่อสารมวลชนอิสระ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ผู้วิจัยสำรวจเอกสารเกี่ยวกับตัวชี้วัดความเป็นนวัตกรรมสื่อที่ดี ทำการรวบรวมและคัดเลือกตัวชี้วัดที่เป็นไปได้และเข้ากันเมื่อพิจารณาจาก 6 มิติของความ เป็นนวัตกรรมสื่อที่ได้สำรวจไป จากนั้นนำมาจัดระบบให้เป็นหมวดหมู่ในลักษณะตัวชี้วัดหลักและตัวชี้วัดย่อย

2. ผู้วิจัยใช้วิธีการเดลฟายแบบประยุกต์ผสมผสานกับการสำรวจเอกสารใน ขั้นตอนก่อนหน้า โดยการทำแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ เป็นแบบปลายเปิดเพื่อให้เสนอความคิดเห็นได้อย่างอิสระว่าควรจะมีตัวชี้วัดเพื่อ ประเมินนวัตกรรมสื่อที่ดีอะไรบ้าง (คำถามรอบที่ 1) คำถามรอบนี้จะได้คำตอบเป็น ความคิดเห็นเปิดกว้างตามความเชี่ยวชาญแต่ละคน

3. ในขั้นตอนถัดมา ผู้วิจัยนำความคิดเห็นดังกล่าวมาเทียบเคียงกับข้อมูลตัวชี้วัดจากการสำรวจเอกสารก่อนหน้า โดยมีเกณฑ์พิจารณาจากลักษณะของความซ้ำและใกล้เคียงกันจะจัดให้อยู่ในตัวชี้วัดเดียวกัน/หมวดหมู่เดียวกัน ส่วนตัวชี้วัดที่พบเพิ่มเติมโดยไม่ซ้ำจากการสำรวจเอกสารให้บันทึกเป็นตัวชี้วัดใหม่/หมวดหมู่ใหม่

4. เมื่อได้รวบรวมตัวชี้วัดที่เป็นไปได้สำหรับการประเมินนวัตกรรมสื่อที่ดีจากขั้นตอนการสำรวจเอกสารและการทำแบบสอบถามปลายเปิดโดยผู้เชี่ยวชาญ (รอบแรก) ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตอบแบบมาตรวัดทัศนคติ (Likert Scale) และแสดงความคิดเห็นในแต่ละหัวข้อ (คำถามรอบที่ 2) โดยมุ่งหมายเพื่อให้เกิดค่าคะแนนเปรียบเทียบข้อความตัวชี้วัดแต่ละข้อและความคิดเห็นสำหรับการปรับแก้ (ถ้ามี)

5. ในกระบวนการดังกล่าว ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้กระบวนการทางสถิติสำหรับเทคนิคเดลฟาย อันได้แก่ การหาค่ามัธยฐานและพิสัยอินเทอร์ควอไทล์ โดยค่ามัธยฐานจะต้องไม่ต่ำกว่า 4.0 เพื่อแสดงให้เห็นถึงคะแนนความเห็นด้วยกับองค์ประกอบที่มากเพียงพอ และค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์จะต้องไม่เกิน 1.0 เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องของความเห็นในหมู่ผู้เชี่ยวชาญ โดยพบว่าเมื่อใช้กระบวนการทางสถิติดังกล่าว ค่าคะแนนขององค์ประกอบตัวชี้วัดมีค่ามัธยฐานและค่าพิสัยควอไทล์อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้โดยส่วนใหญ่ โดยบางส่วนได้มีการปรับแก้และเพิ่มข้อความองค์ประกอบตัวชี้วัดให้เหมาะสมตามข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และได้ตัดตัวเลือกองค์ประกอบตัวชี้วัดที่ค่าคะแนนอยู่นอกขอบเขตที่กำหนดไว้ จึงได้ตัวชี้วัดเพื่อการประเมินนวัตกรรมสื่อเบื้องต้นออกมา

ผลการศึกษา

ในกระบวนการขั้นแรก จากการสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องจากต่างประเทศโดยสืบค้นในหมวดหมู่ของนวัตกรรมสื่อ และนำมารวบรวมจัดระบบ ทำให้ได้ข้อความตัวชี้วัดนวัตกรรมสื่อเบื้องต้น โดยผ่านกรอบการพิจารณาว่าจะต้องสามารถใช้อธิบายกับนวัตกรรมสื่อทั้ง 6 มิติจากการสำรวจวรรณกรรมได้ ดังตัวอย่างการจัดระบบต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการจัดระบบตัวชี้วัดจากแหล่งอ้างอิง

ตัวชี้วัด	แหล่งอ้างอิง
ตัวชี้วัดหลัก ความเปิดกว้าง (Openness)	
ตัวชี้วัด - เหมาะกับผู้ใช้ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม - แสดงความหลากหลายของมุมมองผู้คน	Bruns (2014) Bruns (2014)
ตัวชี้วัดหลัก ผลกระทบ (Effect) และความเปลี่ยนแปลง (Change)	
ตัวชี้วัด - เปลี่ยนแปลงทัศนคติและมุมมองที่ดีขึ้น - เปลี่ยนในแง่ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ การวางตำแหน่งหรือกระบวนการทัศนความคิด	Bruns (2014) Storsul & Krumsvik (2013)
ตัวชี้วัดหลัก ผู้ใช้งาน (User participation)	
ตัวชี้วัด - มีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อ - นำไปใช้เพื่อความตระหนัก ตื่นรู้ในสังคม - มีส่วนร่วมอย่างเป็นอิสระในการสร้างเนื้อหา	Bruns (2014) Bruns (2014) Pettersen & Krumsvik (2021)

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการจัดระบบตัวชี้วัดจากแหล่งอ้างอิง (ต่อ)

ตัวชี้วัด	แหล่งอ้างอิง
<p>ตัวชี้วัดหลัก ความใหม่ (Newness)</p> <p>ตัวชี้วัด</p> <ul style="list-style-type: none"> - พัฒนารูปแบบใหม่ - ต่อยอดและผสมผสานที่มีอยู่แล้วในเครือตนเอง - นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการบรรณการดำเนินงาน - ระดับของความใหม่ที่ต่างจากเดิม 	<p>Digital News Initiative Fund (2018)</p> <p>Digital News Initiative Fund (2018)</p> <p>Digital News Initiative Fund (2018)</p> <p>Storsul & Krumsvik (2013)</p>
<p>ตัวชี้วัดหลัก ผู้สร้างและประกอบการนวัตกรรม (Creator and Entrepreneur)</p> <p>ตัวชี้วัด</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้งาน - ปรับตัวและขยายแพลตฟอร์มใหม่ ๆ ต่อยอดผลงาน - ขยายแหล่งรายได้อื่น ๆ เสริม 	<p>Santos-Silva (2021)</p> <p>Santos-Silva (2021)</p> <p>Santos-Silva (2021)</p>
<p>ตัวชี้วัดหลัก ความรับผิดชอบทางดิจิทัล (Digital accountability)</p> <p>ตัวชี้วัด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ธรรมเนียมปฏิบัติการทำงาน - ความเป็นส่วนตัวผู้ใช้งาน - เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น 	<p>Ranking Digital Rights (RDR)</p> <p>Ranking Digital Rights (RDR)</p> <p>Ranking Digital Rights (RDR)</p>

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการจัดระบบตัวชี้วัดจากแหล่งอ้างอิง (ต่อ)

ตัวชี้วัด	แหล่งอ้างอิง
<p>ตัวชี้วัดหลัก ธรรมาภิบาล (Good Governance)</p> <p>ตัวชี้วัด</p> <ul style="list-style-type: none"> - สิทธิมนุษยชน - การจัดการและกำกับดูแลที่มีธรรมาภิบาล - การปฏิบัติงานภายในองค์กร - ใฝ่ระวังสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน - การเข้าร่วมของหุ้นส่วนอย่างเป็นระบบ - การเยียวยา 	<p>Ranking Digital Rights (2020)</p> <p>Ranking Digital Rights (2020)</p> <p>Ranking Digital Rights (2020)</p> <p>Ranking Digital Rights (2020)</p> <p>Ranking Digital Rights (2020)</p> <p>Ranking Digital Rights (2020)</p>
<p>ตัวชี้วัดหลัก บทบาทหน้าที่ (Function)</p> <p>ตัวชี้วัด</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำจัดข้อมูลข่าวสารหรือความเชื่อผิด ๆ - บอกเล่าเรื่องราวจากพื้นที่ - สร้างรายได้ผ่านงานดิจิทัล - สำรวจและใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ - สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อระบบข่าวสาร 	<p>Digital News Initiative Fund (2018)</p> <p>Digital News Initiative Fund (2018)</p> <p>Digital News Initiative Fund (2018)</p> <p>Digital News Initiative Fund (2018)</p> <p>Digital News Initiative Fund (2018)</p>
<p>ตัวชี้วัดหลัก สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและรับรู้ข่าวสาร</p> <p>ตัวชี้วัด</p> <ul style="list-style-type: none"> - การเข้าถึงนโยบาย - การบังคับใช้ - เนื้อหาและเป้าหมายการโฆษณา - เงื่อนไขอัลกอริทึมและการดูแลรักษา - การสนองต่อรัฐบาลและเอกชน - การบังคับระบุอัตลักษณ์ผู้ใช้ - การจัดการและยุติเครือข่าย 	<p>Ranking Digital Rights (2020)</p> <p>Ranking Digital Rights (2020)</p> <p>Ranking Digital Rights (2020)</p> <p>Ranking Digital Rights (2020)</p> <p>Ranking Digital Rights (2020)</p> <p>Ranking Digital Rights (2020)</p> <p>Ranking Digital Rights (2020)</p>

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการจัดระบบตัวชี้วัดจากแหล่งอ้างอิง (ต่อ)

ตัวชี้วัด	แหล่งอ้างอิง
ตัวชี้วัดหลัก	
ความเป็นส่วนตัว (privacy)	
ตัวชี้วัด	
- การรวบรวมและจัดการข้อมูลผู้ใช้สื่อ	Ranking Digital Rights (2020)
- ความปลอดภัยในกรใช้งาน	Ranking Digital Rights (2020)
- การรับมือกับข้อเรียกร้องและรัฐบาล	Ranking Digital Rights (2020)
ตัวชี้วัดเชิงลบ (หักคะแนน)	
- การคุกคามหรือข่มขู่	Digital News Initiative Fund (2018)
- ความไม่พอใจต่อบุคคล	Digital News Initiative Fund (2018)
- ความหยาบคาย	Digital News Initiative Fund (2018)
- ลามกอนาจาร	Digital News Initiative Fund (2018)
- การทำให้เสียชื่อเสียง	Digital News Initiative Fund (2018)

จากตารางตัวอย่างดังกล่าว เมื่อรวบรวมข้อความตัวชี้วัดนวัตกรรมสื่อที่เข้ากับ 6 มิติของนวัตกรรมสื่อที่ได้สำรวจเอกสารไป ผู้วิจัยได้นำเนื้อหาจากแหล่งอ้างอิงต่าง ๆ มาปรับให้เป็นข้อความแสดงองค์ประกอบนวัตกรรมสื่อ จัดหมวดหมู่ที่มีความใกล้เคียงและแตกต่างกัน เพื่อนำไปสร้างข้อคำถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ผ่านหลักการแนวทางแบบเทคนิคเดลฟายประยุกต์ ในลักษณะของการปรึกษาหารือขอความคิดเห็น

จากการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจเอกสารข้างต้นและการใช้เทคนิคเดลฟายประยุกต์กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้นำมาประมวลผลและจัดระบบตัวชี้วัดเพิ่มเติม ทำให้ได้ตัวชี้วัดนวัตกรรมสื่อทั้งสิ้น 9 องค์ประกอบในเชิงบวก และอีก 1 องค์ประกอบในเชิงลบ เมื่อผ่านกระบวนการทางสถิติของเดลฟายประยุกต์ โดยการหาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์ (Interquartile Range) จะได้ผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ลักษณะตัวชี้วัด ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์

ข้อ	ข้อความลักษณะตัวชี้วัด	ค่ามัธยฐาน	ค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์
องค์ประกอบ 1 ความเปิดกว้างต่อการใช้งาน			
1.1	เหมาะกับผู้ใช้ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม	4.0	1.0
1.2	ตัวนวัตกรรมสะท้อน/เป็นตัวแทนความคิดเห็นของผู้คนที่มีความหลากหลาย	4.0	1.0
องค์ประกอบ 2 การสร้างผลกระทบต่อสังคม และความเปลี่ยนแปลงในสังคม			
2.1	เปลี่ยนแปลงทัศนคติและมุมมองของผู้คน	4.0	0.0
2.2	เปลี่ยนแปลงจากสิ่งเดิม ในแง่ของกระบวนการ	4.0	1.0
2.3	เปลี่ยนแปลงจากสิ่งเดิม ในแง่ของการวางตำแหน่งสินค้าและการตลาด	4.0	1.0
2.4	เปลี่ยนแปลงจากสิ่งเดิม ในแง่ของกระบวนการทัศนและความคิด	4.0	1.0
2.5	เปลี่ยนแปลงจากสิ่งเดิม ในแง่ของตัวผลิตภัณฑ์	4.0	0.0
องค์ประกอบ 3 การมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน			
3.1	ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อและผู้ใช้งานรู้สึกมีคุณค่า	4.0	1.0
3.2	ผู้ใช้งานนำไปใช้เพื่อความตระหนักและตื่นรู้ในสังคมได้	4.0	1.0
3.3	ผู้ใช้งานมีส่วนร่วม และมีอิสระ ในการร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อ	4.0	1.0

ตารางที่ 3 ลักษณะตัวชี้วัด ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์ (ต่อ)

ข้อ	ข้อความลักษณะตัวชี้วัด	ค่ามัธยฐาน	ค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์
องค์ประกอบ 4 ความใหม่			
4.1	ถูกพัฒนาขึ้นใหม่ทั้งหมด	3.0*	0.0
4.2	พัฒนาขึ้นจากการต่อยอดและผสมผสานของเดิมในเครื่องตนเอง	4.0	0.0
4.3	นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในกระบวนการทำงาน	4.0	0.0
4.4	มาตรวัดระดับของความใหม่ที่แตกต่างจากเดิม	4.0	1.0
4.5	มีศักยภาพช่วยนำไปสู่การต่อยอดและสร้างสรรค์งานนวัตกรรมใหม่อื่น ๆ	4.0	1.0
องค์ประกอบ 5 เจ้าของนวัตกรรมและการประกอบการ			
5.1	สร้างสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้งาน	4.0	1.0
5.2	ปรับตัวและขยายแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เพื่อต่อยอดนวัตกรรม	4.0	1.0
5.3	ขยายแหล่งรายได้อื่น ๆ เสริมเพื่อความก้าวหน้าและมั่นคงของผู้สร้างนวัตกรรม	4.0	1.0
5.4	ร่วมจัดตั้งสหภาพและองค์กรวิชาชีพเพื่อปกป้องรักษาสีทธิและสร้างเครือข่ายนวัตกรรมสื่อ	4.0	2.0*

ตารางที่ 3 ลักษณะตัวชี้วัด ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์ (ต่อ)

ข้อ	ข้อความลักษณะตัวชี้วัด	ค่ามัธยฐาน	ค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์
องค์ประกอบ 6 ธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม			
6.1	ธรรมาภิบาลของเจ้าของ นวัตกรรมในการผลิตและกรอง เนื้อหา	5.0	0.0
6.2	คุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้ ใช้งาน	5.0	0.0
6.3	เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ของผู้ใช้งาน	5.0	0.0
6.4	สิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน	4.0	0.0
6.5	การปฏิบัติงานภายในองค์กรทำ อย่างถูกต้อง	4.0	0.0
6.6	การเข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนอย่างเป็น ระบบของทุกภาคส่วน	4.0	2.0*
6.7	การเยียวยาแก้ความผิดพลาดที่ เกิดขึ้น	4.0	1.0
6.8	มีมาตรการทางภาษีและการ กำกับดูแลทางธุรกิจเพื่อส่งเสริม การพัฒนาของนวัตกรรมสื่อใน ลักษณะโปร่งใส และปราศจาก การเลือกปฏิบัติในทุกทาง	5.0	0.0

ตารางที่ 3 ลักษณะตัวชี้วัด ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์ (ต่อ)

ข้อ	ข้อความลักษณะตัวชี้วัด	ค่ามัธยฐาน	ค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์
องค์ประกอบ 7 บทบาทหน้าที่ของนวัตกรรมสื่อ			
7.1	กำจัดข้อมูลข่าวสารหรือความเชื่อผิด ๆ	4.0	2.0*
7.2	บอกเล่าเรื่องราวจากพื้นที่	4.0	1.0
7.3	สร้างรายได้ผ่านงานดิจิทัล	4.0	1.0
7.4	สำรวจและใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ	4.0	1.0
7.5	สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อระบบข่าวสาร	4.0	1.0
องค์ประกอบ 8 สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและรับรู้ข่าวสาร			
8.1	นวัตกรรมสื่อได้ระบุนโยบาย	4.0	2.0*
8.2	นวัตกรรมสื่อได้ระบุนโยบายบังคับใช้อย่างสมเหตุสมผล	4.0	1.0
8.3	นวัตกรรมสื่อได้ระบุเนื้อหาและเป้าหมายการโฆษณา	4.0	1.0
8.4	นวัตกรรมสื่อได้ระบุเงื่อนไขทางอัลกอริทึมและการดูแลรักษา	4.0	1.0
8.5	นวัตกรรมสื่อได้ระบุนโยบายสนองตอบต่อรัฐบาลและเอกชน	4.0	2.0*
8.6	นวัตกรรมสื่อได้ระบุนโยบายบังคับระบุอัตลักษณ์ผู้ใช้งาน	4.0	1.0
8.7	นวัตกรรมสื่อได้ระบุนโยบายจัดการและยุติเครือข่าย	4.0	1.0

ตารางที่ 3 ลักษณะตัวชี้วัด ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์ (ต่อ)

ข้อ	ข้อความลักษณะตัวชี้วัด	ค่ามัธยฐาน	ค่าพิสัยอินเทอร์ควอไทล์
องค์ประกอบ 9 ความเป็นส่วนตัว			
9.1	การรวบรวมและจัดการข้อมูลผู้ใช้ สื่อมีความชัดเจน	4.0	1.0
9.2	ความปลอดภัยในการใช้งานและ ปกป้องผู้ใช้งาน	4.0	0.0
9.3	การรับมือกับข้อเรียกร้องและ รัฐบาลมีความชัดเจน	5.0	1.0
เพิ่มเติม 10 องค์ประกอบเชิงลบ เพื่อประเมินความไม่สร้างสรรค์ของนวัตกรรม			
10.1	การคุกคามหรือข่มขู่	4.0	0.0
10.2	สร้างความไม่พอใจต่อบุคคล	4.0	1.0
10.3	ความหยาบคาย	4.0	1.0
10.4	ลามกอนาจาร	4.0	1.0
10.5	การทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียง	4.0	1.0
10.6	ละเมิดผู้ใช้งานในทางใดทางหนึ่ง	5.0	0.0

หมายเหตุ: ตัวชี้วัดที่มีเครื่องหมายดอกจัน (*) จะถูกตัดออก เนื่องจากเป็นค่าสถิติที่อยู่นอกขอบข่ายที่ตั้งเอาไว้ อันได้แก่ ข้อความองค์ประกอบที่ถูกตัดออกประกอบไปด้วย “ถูกพัฒนาขึ้นใหม่ทั้งหมด” “ร่วมจัดตั้งสหภาพและองค์กรวิชาชีพ เพื่อปกป้องรักษาสีทธิและสร้างเครือข่ายนวัตกรรมสื่อ” “การเข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนอย่างเป็นระบบของทุกภาคส่วน” “กำจัดข้อมูลข่าวสารหรือความเชื่อผิด ๆ” “นวัตกรรมสื่อได้ระบุนโยบาย” “นวัตกรรมสื่อได้ระบุนโยบายสนองตอบต่อรัฐบาลและเอกชน”

ผลจากการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัย ได้ค่าสถิติเป็นองค์ประกอบตัวชี้วัด
นวัตกรรมสี่แบบ 9+1 ตัวชี้วัด นอกจากนี้ จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญที่
สังเกตเห็นถึงความสำคัญของมิติทางด้านเทคโนโลยีกับความเป็นนวัตกรรมสี่
จึงได้เพิ่มเติมอีก 1 องค์ประกอบ คือ เทคโนโลยีและประสบการณ์ใช้งาน

ทำให้ได้ตัวชี้วัดสำหรับประเมินความเป็นนวัตกรรมสี่แบบ 10+1 อันได้แก่

- 1) องค์ประกอบที่ดี 10 ตัวชี้วัด และ
- 2) องค์ประกอบเชิงลบ เป็นตัวชี้วัดในเชิงลบ (Negative Indicator)

สำหรับชี้วัดนวัตกรรมสี่ที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ โดยในการหาค่าคะแนน
รวมสำหรับการประเมินนวัตกรรมสี่ที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ หากนวัตกรรมใด
มีองค์ประกอบเหล่านี้จะถูกนำมาหักลบค่าคะแนน

ทั้งนี้ จากองค์ประกอบและข้อความตัวชี้วัดที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ผู้วิจัย
ได้นำมาเรียบเรียงลู่องค์ประกอบที่ดี 10 ตัวชี้วัด และองค์ประกอบเชิงลบ 1 หมวดหมู่
ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ดี 10 ตัวชี้วัดสำหรับนวัตกรรมสี่ปลอดภัยและ
สร้างสรรค์ ได้แก่

1. ความเปิดกว้างต่อการใช้งาน (Openness) อันได้แก่

- 1.1 นวัตกรรมสี่เหมาะกับผู้ใช้ที่มีความหลากหลายทาง
วัฒนธรรมและสถานภาพของผู้ใช้
- 1.2 ตัวนวัตกรรมสี่สะท้อนความคิดและเป็นตัวแทนความ
หลากหลายของผู้คน

2. สร้างผลกระทบและความเปลี่ยนแปลงในสังคม (Effect & Change) อันได้แก่

2.1 มีความเปลี่ยนแปลงจากสิ่งเดิม จะในแง่ของกระบวนการ
การวางตำแหน่งสินค้าและการตลาด กระบวนทัศน์และความคิด หรือตัวผลิตภัณฑ์
และยังรวมถึงเปลี่ยนแปลงทัศนคติและมุมมองของผู้คน ซึ่งทั้งหมดถือเป็นการทำให้
เกิดผลกระทบและความเปลี่ยนแปลงในสังคมอีกด้วย

3. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน (User participation) อันได้แก่

3.1 ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรมสี่ และทำให้เกิด
ความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า

3.2 ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมและมีอิสระในการร่วมสร้างสรรค์เนื้อหา (Content) ในนวัตกรรมสื่อ

3.3 ผู้ใช้งานสามารถนำไปใช้เพื่อความตระหนักและตื่นรู้ในสังคมได้

4. ความใหม่ (Newness) อันได้แก่

4.1 ความใหม่ในเชิงต่อยอด ทั้งพัฒนาขึ้นจากการต่อยอดและผสมผสานของเดิมในเครื่องตนเอง

4.2 มีศักยภาพช่วยนำไปสู่การต่อยอดและสร้างสรรค์งานนวัตกรรมใหม่อื่น ๆ

4.3 การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในกระบวนการทำงาน

4.4 ประเมินด้วยมาตรวัดของความใหม่ที่แตกต่างจากของเดิม ซึ่งแปรผลความต่างได้หลายระดับ

5. ผู้สร้างและประกอบการนวัตกรรม (Creator and Entrepreneur) อันได้แก่

5.1 สร้างสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้งาน

5.2 ปรับตัวและขยายแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เพื่อต่อยอดนวัตกรรม

5.3 ขยายแหล่งรายได้อื่น ๆ เสริม เพื่อความก้าวหน้าและมั่นคงของผู้สร้างนวัตกรรม

6. ธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบทางดิจิทัล (Good Governance and Digital Accountability) อันได้แก่

6.1 มีการตรวจสอบและการคัดกรองเนื้อหาอย่างเหมาะสม

6.2 ส่งเสริมเสรีภาพและสิทธิมนุษยชนในการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้งาน

6.3 การปฏิบัติงานภายในองค์กรอย่างถูกต้อง

6.4 มีธรรมาภิบาลและปกป้องสิทธิมนุษยชน

6.5 มีมาตรการเยียวยาแก้ความผิดพลาดที่เกิดขึ้น

6.6 การมีส่วนร่วมในทางภาษีและกฎหมายอื่น ๆ การไม่เลือกปฏิบัติและความโปร่งใสในการดำเนินงาน

7. การทำบทบาทหน้าที่ (Function) ได้แก่

- 7.1 สื่อสารและบอกเล่าเรื่องราวจากพื้นที่ต่าง ๆ โดยไม่กระจุกตัว
- 7.2 สร้างรายได้หรือส่งเสริมมูลค่าอื่น ๆ
- 7.3 มีการสำรวจและใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อนิเวศการสื่อสารในทางบวก
- 7.4 สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อระบบข่าวสาร

8. เคารพสิทธิเสรีภาพของผู้ใช้ (Freedom) ได้แก่

- 8.1 นวัตกรรมสื่อได้ระบุการบังคับใช้ทางกฎหมายและกฎอื่น ๆ อย่างสมเหตุสมผล
- 8.2 นวัตกรรมสื่อได้ระบุข้อปฏิบัติด้านเนื้อหาโฆษณาและเป้าหมายการโฆษณา
- 8.3 นวัตกรรมสื่อได้ระบุเงื่อนไขทางอัลกอริทึมและการดูแลรักษาข้อมูลต่าง ๆ
- 8.4 นวัตกรรมสื่อได้ระบุการบังคับระบุอัตลักษณ์ผู้ใช้งาน
- 8.5 นวัตกรรมสื่อได้ระบุการจัดการและยุติเครือข่ายในการใช้งานอย่างเหมาะสม

9. เทคโนโลยีและประสบการณ์ใช้งาน (Technology and Experience) ได้แก่

- 9.1 เทคโนโลยีของนวัตกรรมสื่อ มีความก้าวหน้าและเหมาะสมกับผู้ใช้ที่หลากหลาย
- 9.2 ประสบการณ์ใช้นวัตกรรมสื่อ (User experience หรือ UX) ประเมินผ่านความรู้สึกผู้ใช้งาน
- 9.3 การปฏิสัมพันธ์กับนวัตกรรมสื่อ (User interface หรือ UI) ประเมินผ่านการใช้งานที่ง่ายและราบรื่น

10. คุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy) ได้แก่

- 10.1 การรวบรวมและจัดการข้อมูลผู้ใช้นวัตกรรมสื่อมีความชัดเจน
- 10.2 มีมาตรการความปลอดภัยในการใช้งานและปกป้องความเป็นส่วนตัวผู้ใช้งาน อันรวมถึงนโยบายต่อข้อเรียกร้องจากสถาบันต่าง ๆ ในการให้เปิดเผยข้อมูล

และ องค์ประกอบเชิงลบ (คะแนนติดลบ) เพื่อป้องกันความไม่ปลอดภัย และไม่สร้างสรรค์ ได้แก่ นวัตกรรมสื่อที่มีความหยาบคาย มีลักษณะของการข่มขู่ คุกคาม สร้างความไม่พอใจอย่างไม่สมควรต่อบุคคล ลามกอนาจาร ทำให้เสื่อมเสีย ชื่อเสียง และละเมิดผู้ใช้งานในทางใดทางหนึ่ง

ทั้งนี้ ภายหลังจากการพัฒนาตัวชี้วัดนวัตกรรมสื่อ ผู้วิจัยได้คัดเลือก นวัตกรรมสื่อด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงมาทั้งสิ้น 10 นวัตกรรม ซึ่งเป็น นวัตกรรมที่ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ 5 ชิ้น และจากการคัดเลือกภายนอกอีก 5 ชิ้น ที่ได้รับรางวัลจากการประกวด อันได้แก่

1. แอปพลิเคชัน Sonic
2. แอปพลิเคชัน Police I lert u
3. ภาพยนตร์เรื่อง ฉลาดเกมส์โกง
4. แพลตฟอร์มข่าว The Standard Thailand
5. รายการโทรทัศน์ พะเยาทีวี
6. เว็บไซต์ The Elect
7. ภาพยนตร์เรื่อง เอทึปส์ลิโก
8. แอปพลิเคชัน Viabus
9. แอปพลิเคชัน ada
10. โครงการ The Blind Art Project

โครงการเหล่านี้ถูกนำมาทดสอบการลงค่าคะแนนตามตัวชี้วัด จัดทำ โดยผู้ร่วมลงรหัส (Inter - Coder) 2 คน ผ่านกระบวนการหาความเที่ยงระหว่าง ผู้ประเมิน (Inter - Rater Reliability) เพื่อยืนยันมาตรฐานการให้คะแนน โดยได้ค่า 0.85 แปลความว่า ค่าคะแนนมีความใกล้เคียงกันมาก สำหรับค่าคะแนน ที่ได้จากการลงคะแนนทั้ง 10 นวัตกรรมอยู่ระหว่าง 71 ถึง 85.5 คะแนน เมื่อเทียบ เกณฑ์การประเมินเป็นร้อยละ คือ อยู่ระหว่างร้อยละ 71 ถึง 85.5 ซึ่งถือว่าอยู่ใน ระดับดีถึงดีมาก (กรณีใช้เกณฑ์การประเมินเป็น >50 ควรปรับปรุง, 50 - 59 พอใช้, 60 - 69 ค่อนข้างดี, 70 - 79 ดี และตั้งแต่ 80 ขึ้นไปคือดีมาก) และสอดคล้องกับ สถานะของนวัตกรรมนั้น ๆ ที่ได้ยอมรับจากสังคม (ได้รับทุนสนับสนุนจากองค์กร ระดับชาติและ/หรือได้รับรางวัลจากการประกวด)

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่ได้สรุปเป็นตัวชี้วัดและการทดสอบตัวชี้วัดเบื้องต้น จะพบว่าเมื่อนำตัวชี้วัดที่ได้จากการศึกษามาจำแนกตามลักษณะของตัวชี้วัด (Indicator Types) ดังคำอธิบายของ UNAIDS Monitoring and Evaluation Division (2010) ปรากฏว่าตัวชี้วัดนวัตกรรมสื่อตั้งที่ได้นำเสนอไป มีลักษณะผสมผสาน กล่าวคือมีทั้งตัวชี้วัดแบบ Input คือ การระบุถึงทรัพยากรและแผนการ เช่น ธรรมชาติ และความรับผิดชอบทางดิจิทัล, แบบ Output อันได้แก่ ผลลัพธ์จากนวัตกรรม ที่เห็นได้ทันที เช่น เทคโนโลยีและประสบการณ์ใช้งาน, แบบ Outcome คือ ผลลัพธ์ ในชั้นกลางที่มีผลต่อผู้คน ความรู้ทัศนคติและความเชื่อ ดังเช่น ตัวชี้วัดด้านผลกระทบ และความเปลี่ยนแปลงทางสังคม และท้ายสุดคือแบบ Impact ซึ่งถือเป็นผลกระทบ ในระยะยาวซึ่งเป็นความเปลี่ยนแปลงระดับใหญ่สุด ตรงส่วนนี้อาจจะเป็นตัวชี้วัด ด้านผลกระทบและความเปลี่ยนแปลงทางสังคมเช่นกัน แต่อาจต้องอาศัยระยะเวลา ทดสอบที่ยาวนานกว่า

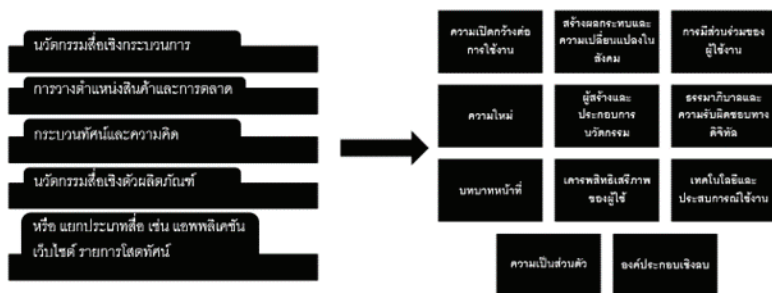
นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงลักษณะของตัวชี้วัดที่ดี (Good Indicator) จะพบว่าข้อความตัวชี้วัดมีลักษณะของการมุ่งเน้นไปยังสิ่งที่เป็นการกระทำ (Action Focused) มีความสำคัญ (Important) จากมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ สามารถวัดค่า ได้ถ้าหากนำไปสร้างเกณฑ์การลงคะแนน (Measurable) และมีความเรียบง่ายที่จะ นำไปใช้ (Simple)

ทั้งนี้ มีข้อสังเกตจากบันทึกการลงคะแนนทดสอบกับ 10 นวัตกรรมสื่อ โดยพบว่าในการลงคะแนนนวัตกรรมสื่อตามตัวชี้วัดนั้น ยังมีลักษณะของตัวชี้วัด บางข้อที่สร้างความขัดข้องในนวัตกรรมบางประเภท เช่น ในกรณีของภาพยนตร์ หากมองภาพยนตร์เป็นเนื้อหารายเรื่อง (Film/Feature Film) จะทำให้ยากลำบาก ในการใช้ตัวชี้วัดเกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีหรือความเป็นส่วนตัว เพราะถือว่าเป็นการ ขยายเนื้อหา (Content) อย่างไรก็ตาม หากมองภาพยนตร์ในกรอบของความเป็น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ (Cinema) ก็จะสามารถผนวกมิติด้านการซื้อตัว การรับชมภาพ ระบบสตรีมมิ่ง ซึ่งจะทำให้นำตัวชี้วัดมาประเมินได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การที่นวัตกรรมสื่อมาจากหมวดหมู่ที่แตกต่างกัน เช่น นวัตกรรมกระบวนการ ความคิดกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สื่อ ถือว่ามีความแตกต่างกันโดยคุณลักษณะพื้นฐาน อาจจะทำให้เกิดความยากลำบากในการประเมินด้วยการใช้ตัวชี้วัดเดียวกันทั้งหมด

ดังนั้น เพื่อให้เกิดการชี้วัดความเป็นนวัตกรรมที่ดี สามารถตัดแยก นวัตกรรมที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ อีกทั้งยังมีความเข้ากันกับตัวของ นวัตกรรมสื่อแต่ละประเภท จึงยังสามารถแบ่งประเภทของนวัตกรรมเป็นหมวดหมู่ ก่อนที่จะนำมาพิจารณาองค์ประกอบตัวชี้วัด เช่น เมื่อพิจารณาจากแนวคิด ของ Storsul and Krumsvik (2013) จะสามารถแบ่งออกเป็น นวัตกรรมสื่อเชิงกระบวนการ นวัตกรรมการวางตำแหน่งสินค้าและการตลาด นวัตกรรมกระบวนการ และความคิด นวัตกรรมสื่อเชิงตัวผลิตภัณฑ์ หรือแยกประเภทสื่อก่อนพิจารณา ตัวชี้วัด เช่น แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ รายการโทรทัศน์ เพื่อให้วัตกรรมการดังกล่าวอยู่ใน หมวดหมู่ที่สามารถเทียบเคียงกันได้ เช่น กรณีของนวัตกรรมด้านไอทีที่คนจะเข้ากับ ตัวชี้วัดด้านส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ใช้น้อยกว่านวัตกรรมด้านแอปพลิเคชัน เมื่อเป็นเช่นนั้น การตัดแยกประเภทของสื่อออกมาก่อนจึงทำให้เกิดการประเมิน ในกลุ่มของสื่อแบบเดียวกัน ทำให้เกิดมาตรฐานการประเมินเหมือนกัน จากนั้น จึงนำไปสู่กระบวนการหาค่าคะแนนจากองค์ประกอบตัวชี้วัดทั้ง 10+1 ต่อไป

แผนภาพที่ 1 กระบวนการประยุกต์ใช้ตัวชี้วัดนวัตกรรมสื่อ

1. ตัดแยกประเภทของนวัตกรรม
2. ลงคะแนนตัวชี้วัด



ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า การเลือกใช้ตัวชี้วัดนั้นสามารถนำไปประยุกต์กับสถานการณ์ประเมินนวัตกรรมสื่อได้หลายทาง ทั้งตัดทอนหรือรวมหัวข้อ และปรับค่าคะแนนตามความเหมาะสมเพื่อใช้ในโอกาสต่าง ๆ ทั้งในแบบสำหรับให้คะแนนเพื่อประเมินผลนวัตกรรมสื่อ สำหรับการประเมินข้อเสนอโครงการจัดทำนวัตกรรมสื่อ และสำหรับประเมินสถานการณ์นวัตกรรมสื่อ ก็ได้เช่นเดียวกัน ตัวอย่างเช่น หากนำไปประเมินข้อเสนอโครงการจัดทำนวัตกรรมสื่อ ควรต้องตัดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ใช้งานออกไป (เพราะยังไม่เกิดการใช้งานจริง) เป็นต้น

ดังที่กล่าวมาจึงเป็นก้าวแรกสำหรับการพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมสื่อในไทย ซึ่งสามารถประยุกต์เพื่อการประเมินนวัตกรรมสื่อในไทยอย่างเป็นระบบ และยังสามารถต่อยอดเพื่อพัฒนาปรับปรุงได้ในอนาคตต่อไป

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีและประยุกต์วิธีวิทยา โดยมีการนำวิธีวิทยาอย่างเทคนิคเดลฟายเข้ามาร่วมด้วย อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาไม่ได้มุ่งหมายสร้างการทำนายหรือองค์พยากรณ์โดยตรง เครื่องมือวิจัยดังกล่าวจึงถูกนำมาใช้ในลักษณะของการประยุกต์โดยยึดหลักการของการปรึกษาหารือผู้เชี่ยวชาญและการประมวลผลทางสถิติเป็นหลัก เพื่อให้ได้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากตัวชี้วัดที่ผ่านการสำรวจจากเอกสารขั้นต้น

2. การวิจัยครั้งนี้ยังอยู่ในระดับของการพัฒนา โดยมุ่งหมายให้ได้องค์ประกอบตัวชี้วัดเพื่อประเมินและส่งเสริมนวัตกรรมสื่อจำนวนหนึ่งขึ้นมาก่อน และมีการทดสอบเบื้องต้น ดังนั้น องค์กรประกอบตัวชี้วัดที่ได้นำเสนอไปจึงควรถูกนำไปทดสอบในเชิงลึกและกว้างต่อไป โดยอาจจะผ่านการแยกประเภทของนวัตกรรมและการแยกประเภทของสื่อที่เป็นนวัตกรรม ซึ่งจะทำได้ทราบว่าเป็นเมื่อนำไปปรับใช้ในบริบทต่าง ๆ ที่มีความเป็นเฉพาะด้านแล้ว ควรจะใช้องค์ประกอบใดสำหรับนวัตกรรมสื่อประเภทใด และยังคงควรนำไปทดสอบกับกลุ่มผู้ใช้งานหรือกลุ่มผู้ประกอบการโดยมีการลงค่าคะแนนและประมวลด้วยสถิติขั้นสูงต่อไปในอนาคต

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- นันทิยา ดวงภุมเมศ และ สิรินทร พิบูลภานุวัธน์. (2559). การสร้างตัวชี้วัดคุณภาพรายการไทยพีบีเอสตามมาตรฐานสื่อสาธารณะ. *วารสารศาสตร์*, 9(3), 207-243.
- มนต์ชัย เทียนทอง. (2548). *สถิติและวิธีการวิจัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2537). *ทฤษฎีการประเมิน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Bleyen, V.A., Lindmark, S.L., Ranaivoson, H., and Ballon, P. (2014). A Typology of Media Innovations: Insights from an exploratory Study. *The Journal of Media Innovations*, 1(1), 28-51.
- Briggs, M. (2013). *What makes journalism 'innovative'? Lessons from this year's Scripps Howard Awards*. Retrieved n.d. from <https://www.poynter.org/reporting-editing/2013/what-makes-journalism-innovative-lessons-from-this-years-scripps-howards-awards/>.
- Bruns, A. (2014). Media Innovations, User Innovations, Societal Innovations. *The Journal of Media Innovations*, 1(1), 13-27.
- Digital News Initiative Fund (2018). *Innovation Challenges*. Retrieved n.d. from <https://newsinitiative.withgoogle.com/innovation-challenges/funding/>.
- Dogruel, L. (2014). What is so Special about Media Innovations? A Characterization of the Fiel. *The Journal of Media Innovations*, 1(1), 52-69.

- Krumsvik, A.H., Milan, S., Ni Bhroin, N., and Storsul, T. (2019). *Making (Sense of) Media Innovations In* : Mark Deuze and Mirjam Prenger (eds). *Making Media: Production, Practices, and Professions*. 193-205. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Pettersen, L. and Krumsvik, A.H. (2021). Rocking the Boat: Proposing a Participatory Business Model for News. *The Journal of Media Innovations*,7(1), 63-78.
- Ranking Digital Rights (2020). *2020 RDR Index methodology*. Retrieved n.d. from <https://rankingdigitalrights.org/index2020/methodology>.
- Santos-Silva, D. (2021). Paradigmatic innovation in European cultural journalism: the pursuit of sustainability. *The Journal of Media Innovations*, 7(1), 95-108.
- Storsul, T., & Krumsvik, A. H. (2013). *What is Media Innovation?*. In *Media Innovations. A Multidisciplinary Study of Change*. Gothenburg: Nordicom. Retrieved n.d. from https://www.academia.edu/4732092/What_is_Media_Innovation.
- Stufflebeam, D. L., & Shinkfield, A. J. (2007). *Evaluation theory, models and applications*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- UNAIDS Monitoring and Evaluation Division (2010). *An Introduction to Indicators*. Geneva: UNAIDS.