

คู่มือเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ประเด็น



เด็กและเยาวชน กับการใช้

สื่อดิจิทัล

รู้เท่าทันดิจิทัล

วิชาชั้นต่างๆ

สื่อดิจิทัลกับลิขสิทธิ์

สื่อดิจิทัล
คืออะไร?

ประโยชน์และโทษ
ของสื่อดิจิทัล



คู่มือเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ประเด็น

เด็กและเยาวชน ใส่ใจ สิ่งแวดล้อม

กับการใช้



ผู้เขียน	รองศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พลนิกรกิจ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ (นิเทศศาสตรดิจิทัล) สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
พิมพ์ครั้งที่	1
ปีที่พิมพ์	2564
จำนวน	300 เล่ม
จัดพิมพ์โดย	ศูนย์ประสานงานขับเคลื่อนการส่งเสริมและปกป้องคุ้มครอง เด็กและเยาวชนในการใช้สื่อออนไลน์ กรมกิจการเด็กและเยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ พหจก. เอส.ออฟเซ็ทกราฟฟิคดีไซน์
พิมพ์ที่	ที่อยู่
	63 ถนนประชาอุทิศ 75 แขวง 5 แขวง/เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140
ออกแบบและจัดรูปเล่ม	อนุดรา บุตรสุวรรณ วัชรวิทย์ เขตอริยกุล

ข้อมูลรายการบรรณานุกรม

คู่มือเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ประเด็น “เด็กและเยาวชนกับการใช้สื่อดิจิทัล” / วีรพงษ์ พลนิกรกิจ.
กรุงเทพฯ: ศูนย์ประสานงานขับเคลื่อนการส่งเสริมและปกป้องคุ้มครองเด็กและเยาวชนในการใช้สื่อ
ออนไลน์ กรมกิจการเด็กและเยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2564.
110 หน้า: ภาพประกอบสี

ISBN 978-616-331-119-1

P96.M4 ว64 2564

1. การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล. 2. ระบบนิเวศสื่อดิจิทัล. 3. นวัตกรรมสื่อ. 4. จริยธรรมสื่อดิจิทัล.
5. สื่อดิจิทัลกับเด็กและเยาวชน. I. สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ (นิเทศศาสตรดิจิทัล)
สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. III. ชื่อเรื่อง.

คำนำ

คำนำกรมกิจการเด็กและเยาวชน

สื่อดิจิทัลมีบทบาทในการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบัน เนื่องจากการพัฒนาแบบก้าวกระโดดของเทคโนโลยี จึงทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึง แลกเปลี่ยนข้อมูล การติดต่อสื่อสาร ได้อย่างง่ายดาย เปรียบได้กับการย่อโลกมาอยู่ในเรือนย่อเป็นเอนาอยู่ในมือผ่านระบบอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม สื่อดิจิทัลเปรียบเหมือนเหรียญสองด้านหรือดาบสองคม โดยเฉวนะอย่งกับกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งหากมีความรู้เท่าทันสื่อก็สามารถใช้สื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของตนเอง รวมถึงต่อ ยอดเป็นอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่ตนเองในอนาคตได้ แต่หากขาดการรู้เท่าทันการใช้สื่อดิจิทัลก็อาจส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ สังคม ทำให้เสียเวลา เสียสุขภาพ ขาดสัมพันธภาพที่ดีกับคนในครอบครัว เพื่อนฝูง และหน้าที่การงานได้

กรมกิจการเด็กและเยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ในฐานะหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริม ปกป้องคุ้มครองเด็กและเยาวชน ตระหนักถึงสถานการณ์การใช้สื่อดิจิทัลในเด็กและเยาวชน ทั้งมิติของการเสริมสร้างศักยภาพความสามารถและมีต่อการปกป้องคุ้มครองเด็กและเยาวชนที่ได้รับผลกระทบจากการใช้สื่อดิจิทัล จึงได้ดำเนินการจัดทำคู่มือเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ประเด็น "เด็กและเยาวชนกับการใช้สื่อดิจิทัล" เป็นเป็นเครื่องมือสำหรับเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในเด็กและเยาวชนทั้งในฐานะผู้ผลิตสื่อ ผู้รับสื่อ และผู้เผยแพร่สื่อ อีกทั้งเป็นองค์ความรู้สำหรับการดูแลเด็กในยุคดิจิทัลสำหรับผู้ปกครอง บุคคลแวดล้อม รวมทั้งผู้ประกอบการด้านเด็กและเยาวชน โดยได้รวบรวมประเด็นสำคัญ เช่น ระบบนิเวศของสื่อดิจิทัล สถานการณ์การใช้สื่อดิจิทัลในเด็กและเยาวชน อิทธิพลทางบวกและลบของสื่อดิจิทัล การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล รวมถึงปัญหาและความท้าทายในการใช้สื่อดิจิทัลในเด็กและเยาวชน ฯลฯ เพื่อเป็นการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมและนำไปสู่การส่งเสริมและปกป้องคุ้มครองและช่วยเหลือเยาวชนเด็กและเยาวชนในยุคดิจิทัลอย่างมีคุณภาพต่อไป

ศูนย์ประสานงานขับเคลื่อนการส่งเสริมและปกป้อง
คุ้มครองเด็กและเยาวชนในการใช้สื่อออนไลน์
(CHILD ONLINE PROTECTION ACTION THAILAND : COPAT)
กองคุ้มครองเด็กและเยาวชน กรมกิจการเด็กและเยาวชน

พฤษภาคม 2564

เด็กและเยาวชน สื่อดิจิทัล



คำนำ

คำนำผู้เขียน

"เด็กและเยาวชนกับการใช้สื่อดิจิทัล" เล่มนี้เป็นพื้นฐานของการนำไปสู่ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (digital citizenship) พลเมืองที่มีความรู้ความเข้าใจ และทักษะการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลได้อย่างเท่าเทียมเหมาะสมและมีความรับผิดชอบ

เนื้อหาภายในเล่มให้น้ำหนักกับสื่อสังคมและเกมดิจิทัลมาก ทั้งนี้เพราะเป็นสื่อดิจิทัลที่มีการใช้มาก โดยบางฐานข้อมูลทางเป็นฐานของทางดิจิทัลที่ประเทศไทยมีผู้ใช้เป็นอันดับต้น ๆ ของโลก นอกจากนี้สื่อดิจิทัลทั้งสองยังมีประเด็นปัญหาสังคมที่เกี่ยวข้องมากเช่นกัน ผู้เขียนตั้งใจที่จะใช้ภาษาอังกฤษควบคู่ภาษาไทยด้วยความหวังให้หนังสือเล่มนี้ช่วยหนุนเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ และถูกใช้เป็นคำสำคัญในการสืบค้นเพื่อการศึกษาค้นคว้าการอธิบายความ ซึ่งบางคำบางประเด็นมีการอธิบายอย่างกว้างขวางด้วยภาษาอังกฤษในแหล่งสารสนเทศดิจิทัล นอกจากนี้ผู้เขียนยังตั้งใจใช้คำบางคำโดยไม่อธิบาย อาทิ สпойล์ (spoil) ด้วยคาดหวังว่าจะชวนผู้ใหญ่ที่ไม่รู้ได้ถามเด็กและเยาวชนที่รู้ หรือร่วมกันหาคำตอบ

จุดเน้นสำคัญที่สุดของหนังสือเล่มนี้ คือ ความพยายามในการเสนอความคิด และแนวทางการเปลี่ยนฐานะจาก "ผู้ใช้" เป็น "ผู้สร้างสรรค์สื่อดิจิทัล" หรืออย่างน้อยเป็นผู้ใช้เพื่อสร้างผลเชิงบวกต่อสังคมจริงและสังคมดิจิทัล

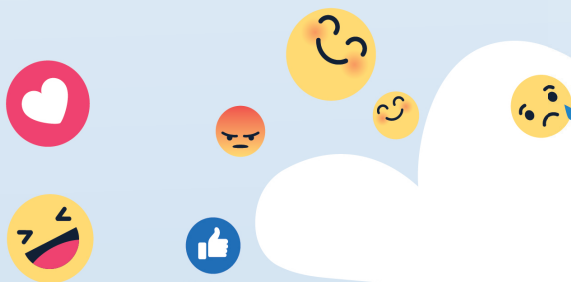
วีรพงษ์ นลนิกรกิจ
บพช. ๒๕๖๔

สารบัญ

	หน้า
คำนำกรมกิจการเด็กและเยาวชน	3
คำนำผู้เขียน	5
สารบัญ	6

เลเวลพื้นฐาน

1. สื่อดิจิทัลคืออะไร	8
2. ความสำคัญของสื่อดิจิทัล	14
3. คุณลักษณะของสื่อดิจิทัล	18
4. แนว (genre) และประเภทของสื่อดิจิทัล	22
5. ระบบนิเวศสื่อดิจิทัล	30
6. ประโยชน์และโทษของสื่อดิจิทัล	38



สารบัญ (ต่อ)

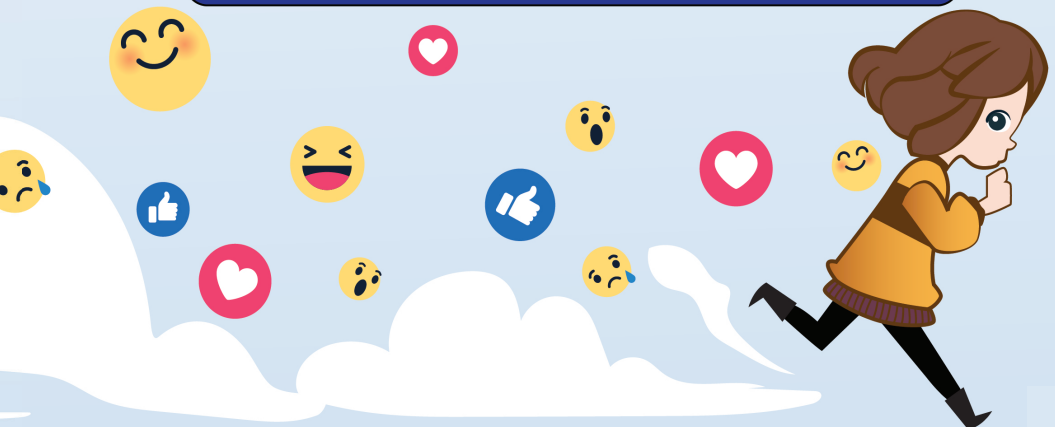
เลเวลสูง

หน้า

7. สิทธิมนุษยชนและสิทธิเด็กกับสื่อดิจิทัล	46
8. วารสารศาสตร์เยาวชน (youth journalism)	52
9. นวัตกรรมสื่อดิจิทัลกับเด็กและเยาวชน	58
10. การคิดเพื่อการสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัล	64
11. สื่อดิจิทัลกับลิขสิทธิ์	70
12. การรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy)	76
13. ฆปษสารสนเทศในสื่อดิจิทัล	82
14. ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (digital divide)	88
15. โลก 2 ใบในชีวิตของเด็กและเยาวชน	92
16. การ "เล่น" หรือการใช้สื่อดิจิทัลมากเกินไป	98
17. จริยธรรมสื่อดิจิทัล (digital media ethics)	104

บรรณานุกรม

108



บางคนเรียกสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อมือถือ
สื่อออนไลน์ แต่เราเรียกว่า สื่อดิจิทัล
แล้วสื่อดิจิทัลคืออะไร ต่างจากสื่อเหล่านั้น ?

เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้ว่า สื่อดิจิทัลคืออะไร



1 สื่อดีจัง! คืออะไร?

สื่อที่อยู่คู่กับสังคมมาอย่างยาวนานมีหลายสื่อ ตัวอย่างดังนี้

สื่อที่บ้าน สื่อประเพณี หรือสื่อวัฒนธรรม ตัวอย่างหนังตะลุง มโนราห์ ลิเกฮูลู กันตรึม หมอลำ เพลงโคราช ลิเก ลำตัด ละครชาตรี เพลงเรือ เพลงซอ การบายศรี ปูชนียสถาน และงานประเพณีต่าง ๆ

สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปรษณีย์ แผ่นพับ/ใบปลิว

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (ระบบแอนะล็อก)

สื่อกิจกรรม/การแสดง เช่น กิจกรรมการรณรงค์ต่าง ๆ งานเทศกาล การสัมมนา/ประชุม การอบรมเชิงปฏิบัติการ โครงการต่าง ๆ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับสื่อ เช่น โครงการกราฟิตี้ โครงการประกวดสื่อ รวมทั้งละครเวที ดนตรีสด และอีเวนต์



การอธิบายข้างต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เห็นขอบเขตของสื่อที่บางคนเรียกว่า "สื่อเก่า" แต่สื่อเหล่านี้เมื่ออยู่ในรูปของดิจิทัลหรือมีความเป็นดิจิทัล กล่าวคือ "ผลิต" ด้วยซอฟต์แวร์/ฮาร์ดแวร์/อุปกรณ์ดิจิทัล และหรือนำเสนอ "ผ่าน" สื่อดิจิทัล (digital media) ทั้งสื่อเป็นบ้าน สื่อประเพณี หรือสื่อวัฒนธรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (แอนะล็อก) และสื่อกิจกรรม/การแสดงข้างต้น ก็เป็นสื่อดิจิทัล เช่น เราใช้กล้องดิจิทัลถ่ายภาพนิ่งหรือบันทึกเป็นคลิปวิดีโอ हमอล่า หรือลำตัด ภาพนิ่งและคลิปวิดีโอคือ สื่อดิจิทัล โดยไม่ว่าภาพดิจิทัลหรือคลิปนี้จะถูกเสนอผ่านยูทูปหรือทวิตเตอร์หรือไม่ก็ตาม เช่นเดียวกันหากเราผลิตหนังสือด้วยซอฟต์แวร์เป็นหนังสือดิจิทัล ซึ่งก็เป็นสื่อดิจิทัลรูปแบบหนึ่ง หรือผลิตรายการวิทยุ หรือนี้ออดคาสต์ (podcast)¹ ด้วยซอฟต์แวร์จัดการไฟล์เสียง สื่อนี้ก็คือ สื่อดิจิทัลที่เป็นสื่อเสียงดิจิทัล เป็นต้น



¹ มาจากคำว่า iPod กับ broadcasting

ในยุคดิจิทัล มีการเรียกขานสื่อที่มีความเป็นดิจิทัลหรือที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีดิจิทัล อยู่หลายคำ ตัวอย่างเช่น สื่อใหม่ (new media) สื่ออินเทอร์เน็ต (internet media) สื่อออนไลน์ (online media) ซึ่งคำเหล่านี้มีข้อจำกัดในการอธิบาย เพราะคำว่า "ใหม่" มีข้อโต้แย้งว่า เวลาใดคือจุดเริ่มต้นของความใหม่ และเมื่อใดคือจุดสิ้นสุด เพราะ การพัฒนาเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องอันทำให้สื่อมีคุณลักษณะแตกต่างจากเดิม อย่างไม่สิ้นสุด ดังนั้นคำนี้จึงคลุมเครือไม่ชัดเจน ส่วนคำว่า "อินเทอร์เน็ต" และ "ออนไลน์" จำกัดเฉพาะสื่อที่ต้องใช้ผ่านอินเทอร์เน็ตหรือเมื่อเข้าถึงไซเบอร์สเปซ หรือนั่นที่ไซเบอร์ (cyberspace) แต่สื่อในยุคดิจิทัลสามารถเข้าถึงหรือใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต หรือไม่ได้ หรือจะออนไลน์หรือออฟไลน์ก็ได้ เช่น การเปิดโปงลับดิจิทัล ดูลิขสิทธิ์โอ หรือหนังสือดิจิทัลที่เก็บไว้ในคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟน (ทั้งที่สร้างเสร็จขึ้นเอง หรือที่ดาวน์โหลดเครื่องแล้ว)



ดังนั้นคำว่า "สื่อดิจิทัล" จึงสามารถครอบคลุมสื่อที่ใดในสังคมยุคดิจิทัล
 ใ้ใช้ในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี และต่อไปนี้ คือ ตัวอย่างสื่อดิจิทัล

	สื่อสิ่งนิมบ์ดิจิทัล	หนังสือดิจิทัล หนังสือนิมบ์ดิจิทัล นิตยสารดิจิทัล ไปสเตอร์ดิจิทัล แผ่นนบ์ดิจิทัล อินโปกราฟีก (ดิจิทัล)
	สื่อเสียงดิจิทัล	วิทยุกระจายเสียงดิจิทัล วิทยุอินเทอร์เน็ต นี้อดคาสต์ ดนตรี/เพลง/เสียงประกอบดิจิทัล
	สื่อภาพดิจิทัล	ภาพถ่ายดิจิทัล สติกเกอร์ การตูนช่องดิจิทัล (digital comics)
	สื่อภาพและเสียงดิจิทัล	วิทยุโทรทัศน์ดิจิทัล โทรทัศน์อินเทอร์เน็ต ภาพยนตร์/วีดิทัศน์ (ระบบดิจิทัล) แอนิเมชัน (ดิจิทัล) วอดคาสต์ (vodcast) ²
	สื่อสังคม (social media)	เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์) โปรแกรมประยุกต์ หรือแอปพลิเคชัน (applications: Appl หรือ app) ส่งข้อมูลข่าวสาร และแชร์สื่อประสม (เช่น อินสตาแกรม) แอปพลิเคชันเครือข่ายสังคม (เช่น คลิ๊ปแฮลส์)
	เกมดิจิทัล	เกมคอมพิวเตอร์ เกมคอมพิวเตอร์ เกมมือถือ (จำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้เล่น)
	สื่อดิจิทัลอื่นๆ ๓	การแสดงดิจิทัล การประชุมสัมมนาดิจิทัล และอีเวนต์ดิจิทัล (เช่น งานแสดงนิทรรศการเสมือน การประชุมเว็บ (web conference) การสัมมนาเว็บ (webinar) ³ งานเปิดตัวสินค้า และงานแถลงข่าว) รวมทั้งหุ่นยนต์สังคมหรือโรบอตสังคม (social robots) (เช่น หุ่นยนต์เพื่อการดูแลและรักษา (carebots))

² มาจากคำว่า video clips กับ broadcasting

³ มาจากคำว่า web กับ seminar

หากใช้สื่อดิจิทัลข้างต้นตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ก็สามารถเรียกว่าเป็นสื่อดิจิทัล
เพื่อการประชาสัมพันธ์ สื่อดิจิทัลเพื่อการโฆษณา สื่อดิจิทัลเพื่อการรณรงค์ ฯลฯ
และสามารถเรียกตามอุปกรณ์ในการเปิดรับ เช่น สื่อมือถือ (mobile media)
ตัวอย่างเกมมือถือ (mobile game) และโปรแกรมประยุกต์มือถือหรือแอปพลิเคชันมือถือ
(mobile application)



สื่อดิจิทัลมีใช้มีไว้ "ใช้" เมื่อผ่อนคลาย ฆ่าเวลา หาความรู้ ฯลฯ
แต่หาก "สร้างสรรค์" ขึ้นเป็นผลงาน สื่อดิจิทัลก็จะเป็นส่วนสำคัญ
ทางเศรษฐกิจและการเมือง

เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้ว่า สื่อดิจิทัลมีความสำคัญอย่างไร



2 ความสำคัญของ สื่อดิจิทัล

สื่อดิจิทัล เป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัลสร้างสรรค์ (digital-creative economy) เศรษฐกิจที่ครอบคลุมสินค้าและบริการดิจิทัลสร้างสรรค์ สินค้าดิจิทัลสร้างสรรค์ เช่น ดนตรี/เพลง/เสียงประกอบดิจิทัล ฟิล์มวิดีโอ แอนิเมชัน สตีกเกอร์ และนิตยสารดิจิทัล ส่วนบริการดิจิทัลสร้างสรรค์ เช่น สื่อสังคมที่เป็นฐานช่องทาง (platform) และบริการผ่านฐานช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ ในขณะที่สื่อดิจิทัลบางส่วนเป็นทั้งสินค้าและบริการ เช่น เกมดิจิทัล ส่วนที่เป็นสินค้า คือ แผ่นเกมและการดาวน์โหลดเครื่องเล่น แต่เกมดิจิทัลยังมีมิติของการให้บริการที่เรียกว่า **เกมในฐานะบริการ** จากมุมมองของการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับเกมของผู้ให้บริการเกม เช่น การให้บริการเซิร์ฟเวอร์ การดูแลและแก้ไขปัญหาขณะเล่นเกม

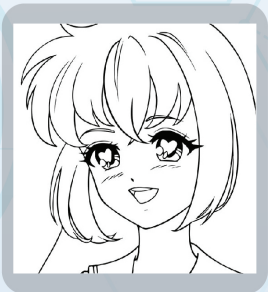
DIGITAL TECHNOLOGY





สื่อดิจิทัลยังเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจที่ยั่งยืน โดยเฉพาะเมื่อเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นที่ถูกใช้ในการสร้างนวัตกรรมสื่อด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อจำหน่ายและให้บริการเชิงพาณิชย์ ส่งผลต่อเศรษฐกิจครอบครัว ชุมชน ท้องถิ่น และประเทศ และที่เป็นการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลบนฐานของการยึดมั่นในหลักสิทธิมนุษยชน อันส่งผลตรงตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals)

อีกด้านหนึ่ง สื่อดิจิทัลยังถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองระหว่างประเทศ เป็น**อำนาจอ่อน (soft power)** ด้วยการใช้สื่อดิจิทัลที่มีเนื้อหาวัฒนธรรมเพื่อสร้าง การรับรู้และเข้าใจอันดีงามต่อประเทศผู้พัฒนา ตรงข้ามกับการใช้วิธีการบีบบังคับหรือ **อำนาจแข็ง (hard power)** เช่น อะนิเมะดิจิทัลของญี่ปุ่น ซีรีส์และเพลงเกาหลี ซึ่งส่งเกตจากสังคมไทยและอีกหลายประเทศที่ได้รับอิทธิพลของสื่อดิจิทัลเหล่านี้ ส่งผล ไปถึงการซื้อขายสินค้าดิจิทัลสร้างสรรค์ เช่น อะนิเมะ (anime) และซีรีส์ต่าง ๆ แต่ยังคง รวมถึงการมีทัศนคติที่ดีต่อคนและประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี การสนใจศึกษาภาษา วัฒนธรรม และวิทยาการต่าง ๆ ตลอดจนมีความต้องการไปท่องเที่ยวยังประเทศ ผู้สร้างสรรค์ด้วย การใช้สื่อดิจิทัลเป็นอำนาจอ่อนนี้ ไม่ใช่เรื่องใหม่ เพราะในยุค สื่อแอนะล็อก สื่อก็ถูกใช้เป็นอำนาจอ่อน เช่น ในยุคการ์ตูนวอลต์ ดิสนีย์ของสหรัฐ อเมริกา และมังงะ (manga) ญี่ปุ่น



สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลี คือ ตัวอย่างประเทศที่ไทยเรานำเข้าสินค้า และบริการที่เป็นสื่อดิจิทัลและอยู่ในฐานะ "ผู้ซื้อ" "ผู้ใช้" "ผู้เสพ" ในขณะที่เรา ในฐานะของการเป็น "ผู้ขาย" "ผู้สร้างสรรค์สื่อดิจิทัล" (digital media creator) มีสัดส่วนที่น้อยกว่ามาก นี่คือสิ่งที่ท้าทายสำหรับเราทุกคน

ความสำคัญของสื่อดิจิทัลในมิติของการใช้ประโยชน์มีหลายด้าน เช่น การใช้ ประโยชน์ในการส่งเสริมทางการเมือง การรณรงค์เพื่อสุขภาพ การศึกษา และ การเรียนรู้ ซึ่งจะได้กล่าวในรายละเอียดต่อไป

แก่นของคุณลักษณะของสื่อดิจิทัลมีหลายมิติ
เช่น ความเป็นดิจิทัล ความเสมือน อริสสาร
และการมีปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลาย

เนื้อหาส่วนนี้เราจะได้ว่า สื่อดิจิทัลมีลักษณะอย่างไร



3

คุณลักษณะของ สื่อดิจิทัล

คุณลักษณะสำคัญของสื่อดิจิทัล มีดังนี้ (สุวิทย์ ชีระโคตร และคณะ, 2558)

- 1) **ความเป็นดิจิทัล** จากสถานะข้อมูล 1 กับ 0 และคุณสมบัติในมิติของคุณภาพของข้อมูล เช่น ข้อความ ภาพ และเสียงที่คงทนไม่เปลี่ยนแปลงสถานะจากการทำซ้ำ หรือทำสำเนา ความสามารถในการทำงานร่วมกับสื่ออื่น รวมทั้งความสามารถในการพัฒนาต่อยอดได้ และในมิติเชิงปริมาณ เช่น จำนวนและความสามารถในการทำปฏิกิริยาต่าง ๆ ที่มากกว่า ตลอดจนในมิติความสะดวกของผู้เปิดรับสื่อ หรือผู้ใช้สื่อ เช่น ผู้ใช้สื่อสามารถเลือกใช้งานด้านต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบายในคราวเดียว
- 2) **การหลอมรวม** เอาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเข้าไว้ด้วยกันและทำงานร่วมกัน อย่างอัตโนมัติหรืออภิศาร (convergence)
- 3) **สื่อเคลื่อนหลายมิติ** (hypermedia) หรือการเชื่อมโยงระหว่างสื่อ
- 4) **ความเสมือน** (virtual) จากลักษณะของการจำลองสิ่งต่าง ๆ
- 5) **ปฏิสัมพันธ์** (interactive) ระหว่างผู้ใช้ด้วยกัน และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับสื่อดิจิทัล

ทั้งนี้คุณลักษณะข้างต้นมีความสัมพันธ์กันและกัน โดยไม่แยกขาดจากกัน และด้วยเทคโนโลยีเว็บ 2.0 เป็นต้นมา ทำให้สื่อดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ เช่น สื่อสังคมมีลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ด้วยกันที่หลากหลาย ดังนี้

- 1) การสื่อสารแนวระนาบและหลากหลายทิศทาง ผู้ใช้ทุกคนเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ส่ง สลับบทบาทในการสื่อสารเมื่อได้ตอบกันและกันระหว่างผู้ใช้ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจากทั่วทุกมุมโลกและจากคนทุกกลุ่ม
- 2) การรวมกลุ่มเป็นชุมชน (community) เช่น กลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียน เพื่อนร่วมรุ่น กลุ่มเพื่อนเล่นฟุตบอล และกลุ่มจิตอาสา
- 3) การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ (networking/connection) เช่น เครือข่ายภายในครอบครัวญาติพี่น้อง เครือข่ายแฟนคลับ และเครือข่ายเกมเมอร์
- 4) การแบ่งปัน (sharing) ทั้งข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ เจตคติ และความคิดเห็นในรูปของข้อความ เสียง รูปภาพ และวิดีโอ ฯลฯ ภายในชุมชนและเครือข่ายดิจิทัล
- 5) ความร่วมมือเสมือน (virtual collaboration) เช่น ความร่วมมือในการสร้างเนื้อหาดิจิทัลผ่านวิกิพีเดีย และความร่วมมือในการจัดการเรียนการสอนในห้องเรียนเสมือน
- 6) การระดมทรัพยากร (crowdsourcing) เมื่อร่วมสร้าง ร่วมสร้างสรรค์ ร่วมทำร่วมผลิต หรือร่วมหาแนวทางและการแก้ปัญหาต่าง ๆ เช่น การอนุกรมวิธานที่ผู้ใช้ร่วมกันสร้างคำศัพท์เพื่อจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาที่อยู่ในสื่อสังคม ที่เรียกว่า ฟอล์กโซโนมย (folksonomy) โดยผู้ใช้สร้างแท็ก (Tag) หรือป้ายระบุที่เชื่อมโยงไปยังส่วนต่าง ๆ ทำให้ง่ายในการค้นหา/สืบค้น ทั้งนี้ทรัพยากรที่มีการระดมครอบคลุมทั้งความคิดเห็น ข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ ความสามารถ และทุน เป็นต้น

การมีปฏิสัมพันธ์ ยังครอบคลุมถึงการที่ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับส่วนต่อประสานผู้ใช้ (user interface) ขณะใช้สื่อดิจิทัล

นอกจากนี้ ผู้ใช้ยังมีปฏิสัมพันธ์กับระบบคอมพิวเตอร์ เช่น กรณีที่สื่อสังคมที่มีระบบในการจัดสรรเนื้อหาเฉพาะตัวสำหรับผู้ใช้ ซึ่งเจ้าของฐานข้อมูลทางดิจิทัลใช้ข้อมูลของผู้ใช้และข้อมูลการใช้งาน เพื่อคัดสรรให้เนื้อหาที่ผู้ใช้สนใจ รวมทั้งส่งเนื้อหาโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ แม้ในคราวที่ผู้ใช้สื่อสังคมบางรายยังไม่ทราบความต้องการของตน และในบางครั้งทำให้ผู้ใช้สื่อสังคมเข้าใจว่าคนอื่นสนใจเหมือนตนเอง การส่งเนื้อหาโฆษณาและประชาสัมพันธ์นี้ ในมุมมองของผู้ใช้โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ คือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ดิจิทัลที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย และนี่ก็คือการสร้างรายได้จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ของเจ้าของฐานข้อมูลทาง (monetization)

หากเป็นโรคประสาทสังคม การมีปฏิสัมพันธ์จะเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับโรคประสาท

สื่อดิจิทัลยังมีคุณลักษณะของ **ความอัจฉริยะ** (intelligent) โดยเฉพาะการเป็นสื่อปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence media) หรือการเป็นสื่อที่พัฒนาด้วยระบบคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างระบบอัตโนมัติให้คิด นัก รู้ลึก และกระทำได้หลายหรือเลียนแบบสิ่งมีชีวิตเช่นมนุษย์ และคุณลักษณะของ **สถานที่เคลื่อนที่ได้** (mobility) ทำให้การเปิดรับสื่อดิจิทัลทำได้ในทุกแห่งหนจากอุปกรณ์เคลื่อนที่และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น





แนว/ประเภทของสื่อดิจิทัล
มีหลายลักษณะจากแนว/ประเภทในอดีต
สู่แนว/ประเภทดิจิทัล ซึ่งมีทั้งเก่าและใหม่
การรู้และเข้าใจทำให้สามารถเลือกใช้ได้และ
สามารถใช้เป็นฐานเพื่อคิดใหม่และทำใหม่

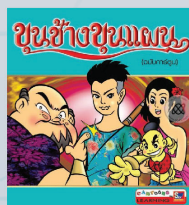
เนื้อหาส่วนนี้เราจะได้ว่า
สื่อดิจิทัลมีแนว/ประเภทใด

4 "แนว(genre)" และประเภท ของสื่อดิจิทัล

ต่อไปนี้เป็น ตัวอย่างของแนวและประเภทของสื่อต่าง ๆ ที่มีมาแต่ในอดีตและปัจจุบัน

งานวรรณกรรมหรืองานเขียน

เช่น โศกนาฏกรรม (tragedy) วรรณกรรมล้อ (parody) บันเทิงคดีแนววิทยาศาสตร์ (science fiction: sci-fi)



แหล่งที่มา: ban.hongse-ed.com



แหล่งที่มา: ban.hongse-ed.com



แหล่งที่มา: Youtube ช่อง The Shock 13

รายการวิทยุกระจายเสียง

เช่น ฆูดคุย (talk) ข่าว (news) สารคดี (documentary) สารคดีทั่วไป (feature) ละคร (drama) รายการเพลง รายการเล่าข่าว จากหนังสือพิมพ์

รายการวิทยุโทรทัศน์

เช่น ข่าว สารคดี สารคดีทั่วไป ละคร เกมโชว์ (game show) ตลก/คอมเมดี้ (comedy) ตลกสถานการณ์ (situation comedy: sitcom) วาไรตี้ (variety) กีฬา



แหล่งที่มา: Youtube ช่อง โฆษณาระแส (Hone-Krasae) Official

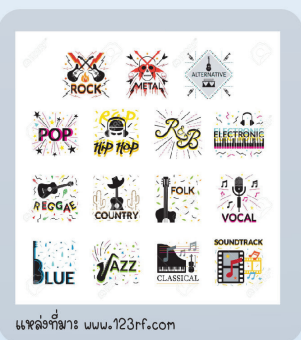


แนวหนังหรือภาพยนตร์

เช่นแอ็คชั่น (action) โรแมนติก (romance) เชยขวัญ (horror) อาชญากรรม/ฉ้อฉล (crime/gangster) หรือความระทึกใจหรือระทึกขวัญ (suspense or thriller) สงคราม (war)

แอนิเมชัน และการ์ตูนช่อง

มีประเภท/แนว เช่นเดียวกับหนัง แต่ยังมีแนว/ประเภทอื่นที่มีความโดดเด่นในลักษณะเฉพาะ เช่น การ์ตูนล้อเลียน และแอนิเมชันสร้างสรรค์ในสไตล์ลึกลับที่เรียกว่า อะนิเมะ และการ์ตูนช่องที่เรียกว่า มังงะ



แนวเพลง/ดนตรี

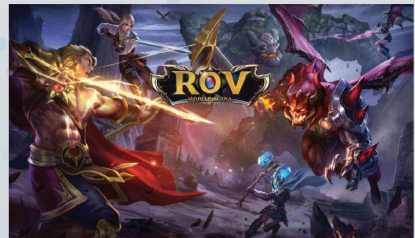
เช่น แจ๊ส (jazz) บลูส์ (blues) ริทึมแอนด์บลูส์ (rhythm and blues: R&B) ป๊อป (pop) ร็อก (rock) ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์แดนซ์หรืออีดีเอ็ม (electronic dance music: EDM) สกา (ska) ฮิปฮอป (hip hop) ลูกทุ่ง ลูกกรุง เนื้อชีวิต และเพลงพื้นบ้านต่าง ๆ

แนวเกม

เช่น แข่งขันความเร็ว (race) ยิง (shooting) ผจญภัย (adventure) แบบต่อสู้ (action) เอาชีวิตรอด (survival) วางแผนกลยุทธ์ (strategy) ปริศนา (puzzle) กีฬา (sport) เกมลอบเร้น (stealth)



แหล่งที่มา: www.gamenonday.com



แหล่งที่มา: <https://bangkokesports.com>



แหล่งที่มา: <https://www.beartai.com/>

ประเภทของเว็บไซต์

เช่น เว็บไซต์รวม (portal web) เว็บไซต์ตัว (personal web) บล็อก (blog/weblog) เว็บไซต์สังคม (social media web) และเว็บไซต์แลกเปลี่ยนสื่อ (media-sharing web)



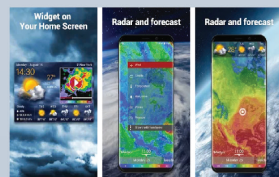
แหล่งที่มา: <https://www.freepik.com>

ประเภทของซอฟต์แวร์

ซอฟต์แวร์ระบบ (system software) ซอฟต์แวร์ประยุกต์ (application software) ซอฟต์แวร์เขียนโปรแกรม (programming software) และซอฟต์แวร์อรรถประโยชน์ (utility software)

ประเภทของแอปพลิเคชัน

เช่น แอปพลิเคชันคำนวณตัวเลข แอปพลิเคชันพยากรณ์อากาศ แอปพลิเคชันเกี่ยวกับสุขภาพ และการออกกำลังกาย แอปพลิเคชันเพลงและเสียง แอปพลิเคชันบันทึงบการเงิน แอปพลิเคชันกีฬา และแอปพลิเคชันอื่นที่เว็บไซต์มี ในขณะเดียวกัน เว็บไซต์ก็มีเช่นเดียวกับที่แอปพลิเคชันมีได้



แหล่งที่มา: www.thaisappcenter.com

นอกจากนี้ยังมีการจำแนกเป็นประเภท/แนวหลัก (main genres) และประเภท/แนวรอง/ย่อย (subgenres) เช่น เบลงแนวเร่ปรีสไต์ไลต์ และแกรอป เป็นแนวย่อยของฮิปปอป รายการอติปรายและรายการสนทนาเป็นประเภท/แนวย่อยของรายการบุคคล และภาพยนตร์แนวสืบสวนและความลึกลับซ่อนเงื่อน (detective-mystery films) เป็นประเภทรองของอาชญากรรม/อันธพาล หรือระทึกขวัญ



ประเภท/แนวของสื่อข้างต้นมี **การผสมผสาน**กัน เช่น การผสมระหว่าง เบลงฮิปปอปกับหมอลำ การผสมระหว่างฮาร์ดคอร์มังงกับดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ เป็นแนวฮาร์ดคอร์ดิจิทัล (digital hardcore) รูปแบบรายการผสมผสานระหว่าง สารคดีกับสารคดีทั่วไป (feature documentary) และกึ่งสารคดี (semi-documentary) การผสมรวมระหว่างละครและสารคดีที่เรียกว่า สารคดีละคร (drama documentary: dramadoc) และละครสารคดี (documentary drama: docudrama) แนวหนังระทึกขวัญแอ็กชัน (action thriller) และผจญภัยไซไฟ (sci-fi adventure)



แหล่งที่มา: www.facebook.com/ThaiPBSPodcast



แหล่งที่มา: www.twitter.com/ch3thailand



แหล่งที่มา: www.imdb.com

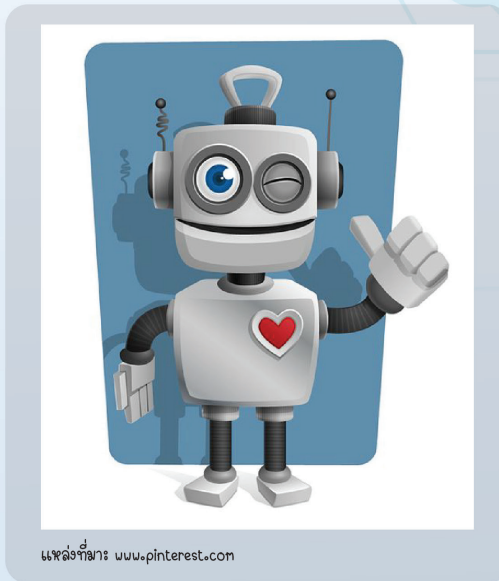
แนว/ประเภทดิจิทัล (digital genre) มีทั้งการเกิดขึ้นใหม่ การเปลี่ยนรูป และการผสมผสานของแนว/ประเภทในสื่อดิจิทัล เช่น

- 1) **แนว/ประเภทใหม่** เช่น "รีวิว" (review) ของผู้ใช้สินค้าและบริการ หรือของผู้ทรงอิทธิพลในสื่อดิจิทัล และ "บล็อก" ในที่นี้ให้ความหมายในมุมของลักษณะ (แม้บล็อกมีอีกความหมายในมิติประเภทของสื่อ)
- 2) **การเปลี่ยนรูป** เช่น ในอดีตการหลอกลวงมีลักษณะหนึ่ง แต่ในสื่อดิจิทัลมีลักษณะใหม่ เช่น สแกม (scam) ผ่านอินเทอร์เน็ต และสารสนเทศเท็จในสื่อสังคม
- 3) **การผสมผสาน** เช่น สารคดีเว็บ (web documentary) ที่ผสมคุณลักษณะของเว็บกับการนำเสนอในแนวสารคดี และเกมดิจิทัลที่สร้างสรรคด้วยการผสมระหว่างแอ็กชัน (action) กับการวางแผนกลยุทธ์ (strategy) แบบเรียลไทม์/ตามเวลาจริง เป็นเกมวางแผนกลยุทธ์เรียลไทม์แอ็กชัน (action real-time strategy: ARTS) (ประเภทย่อยของเกมวางแผนกลยุทธ์เรียลไทม์ (real-time strategy: RTS) และผสมระหว่างความเป็นเกมออนไลน์ผู้เล่นจำนวนมาก (massively multiplayer online: MMO) กับเกมสวมบทบาท เป็นเกมออนไลน์แบบเล่นตามบทบาท (massively multiplayer online role-playing game: MMORPG)



วิธีการนำเสนอในสื่อดิจิทัล

- 1) การนำเสนอด้วยคน คือ การใช้คนเป็นผู้นำเสนอในฐานะพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้ประกาศ นักแสดง และนักร้อง ฯลฯ
- 2) การนำเสนอด้วยตัวแทนคนและวัตถุ เช่น อวตาร (avatar) สิ่งประดิษฐ์ เสียงประกอบ และเสียงจำลอง
- 3) การนำเสนอด้วยแอนิเมชันและกราฟิก เช่น ตัวละคร 2 มิติ 3 มิติ และสถานแวดล้อมเสมือน
- 4) การใช้หุ่นยนต์ และระบบอัตโนมัติที่ดำเนินการโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โปรแกรมบอต และปัญญาประดิษฐ์หรือเอไอ (artificial intelligence: AI) อื่น
- 5) การนำเสนอสื่อดิจิทัลด้วยการผสมผสานวิธีการนำเสนอข้างต้น



การออกแบบเพื่อการใช้สื่อดิจิทัล

- 1) การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการเปิดรับและหรือเข้าถึงเนื้อหาเว็บไซต์ คือ การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลให้ผู้ใช้งานสามารถเปิดรับสื่อดิจิทัลหรือเข้าถึงเนื้อหาเว็บไซต์ได้ หรือสามารถเปิดรับสื่อพร้อมกับเนื้อหาเว็บไซต์ เช่น การสร้างสรรค์รายการพอดคาสต์เพื่อให้ผู้ใช้สื่อได้ฟัง การสร้างสรรค์แอปพลิเคชันเพื่อให้ผู้ใช้เป็นเนื้อหาเว็บไซต์ด้วยติดต่อสื่อสารด้วยข้อความ อารมณ์ และเสียง ระหว่างผู้ใช้แอปฯ ด้วยกัน และการสร้างสรรค์ฐานข้อมูลทางดิจิทัลให้ผู้ใช้งานเปิดรับฟังและชม และเข้าถึงเนื้อหาเว็บไซต์ได้ด้วย ซึ่งผู้ใช้สามารถเปิดรับและหรือเข้าถึงเนื้อหาเว็บไซต์ผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล เช่น คอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟน



- 2) การออกแบบสื่อดิจิทัลเชื่อมโยงเนื้อหาเว็บไซต์กับเนื้อหาจริง คือ การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเมื่อเชื่อมโยงระหว่างสื่อดิจิทัลกับกิจกรรมทางกายภาพ หรือเป็นการเชื่อมโยงกิจกรรมเสมือนกับกิจกรรมจริง ตัวอย่างไปเกมออนไลน์ ที่ออกแบบให้ผู้ใช้งานเล่นเกม (เสมือน) บนสมาร์ตโฟน และอีกส่วนออกแบบให้ผู้ใช้งานไปยังสถานที่ (จริง)



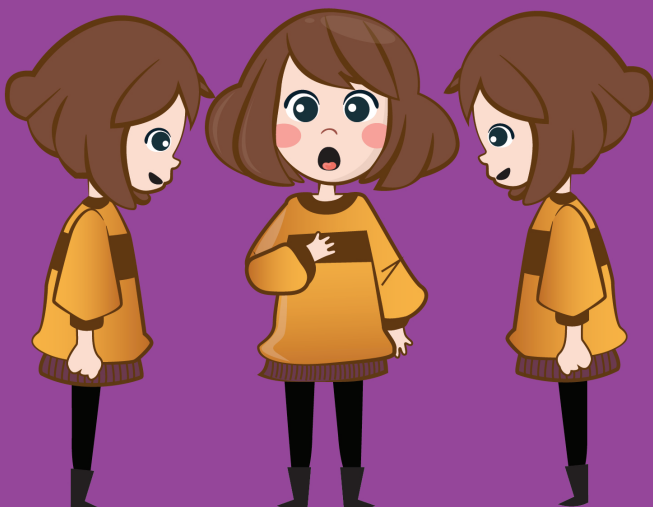
แหล่งที่มา: นน. sanook.com

“

สื่อดิจิทัลทำให้โครงสร้าง
การสื่อสารมวลชนเปลี่ยนแปลง
จากผู้ส่งสารจำนวนจำกัด ผู้รับสื่อสาร
ที่มีหลากหลายขนาด ระดับ และลักษณะ
บุคคลหรือกลุ่มบุคคลขนาดเล็กสามารถ
ประกอบวิชาชีพขึ้นสื่อได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีสังกัด
ทั้งยังมีตำแหน่งงานที่หลากหลาย

เนื้อหาส่วนนี้เราจะได้ว่า สื่อดิจิทัลแวดล้อมด้วย
สิ่งใดและต่างจากเดิมอย่างไร และงานเกี่ยวกับ
สื่อดิจิทัลมีอะไรบ้าง

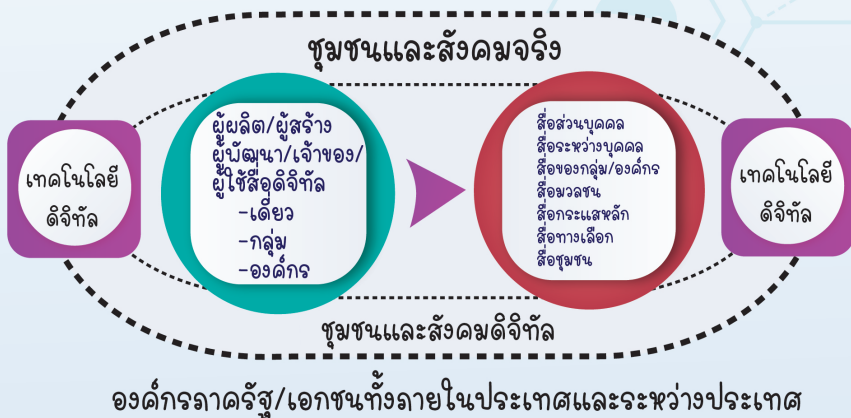
”



5 ระบบนิเวศสื่อดิจิทัล

สื่อดิจิทัลถูกผลิต สร้าง พัฒนา เป็นเจ้าของ และใช้โดยคน ทั้งในลักษณะบุคคลคนเดียว กลุ่มบุคคล หรือองค์กร เพื่อให้เป็นสื่อส่วนบุคคล สื่อระหว่างบุคคล และสื่อของกลุ่ม/องค์กร หรือแม้แต่ในฐานะสื่อมวลชน ในฐานะสื่อกระแสหลัก สื่อทางเลือก และสื่อชุมชน ทำหน้าที่และมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมจริง รวมทั้งชุมชนและสังคมดิจิทัล (เสมีอง) ทำให้ระบบนิเวศสื่อดิจิทัลมีผู้ผลิต ผู้สร้าง และผู้พัฒนาที่หลากหลาย ทุกเพศ ทุกวัย ทุกเชื้อชาติ ทุกศาสนา รวมทั้งทุกผู้คนที่มิรู้มีพลังทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคมที่แตกต่างกัน และมีภารกิจกระจายตัวของการเป็นเจ้าของสื่อ โดยใครก็เป็นเจ้าของสื่อได้ในหลากหลายลักษณะ เช่น เป็นเจ้าของรายการยูทูบ เจ้าของสตีกเกอร์ และเจ้าของแอปพลิเคชัน มีความเป็นอิสระในการทำหน้าที่และบริหารจัดการด้วยตนเองได้ ระบบนิเวศสื่อดิจิทัลยังทำให้เกิดฐานช่องทางและเนื้อหาดิจิทัลที่หลากหลาย ทั้งในแง่ของแนวและประเภท และทำให้ผู้ร่วมใช้สื่อมีการเลือกที่หลากหลายและผู้ร่วมใช้ยังสามารถร่วมเป็นผู้สร้างและสร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัลและช่วยส่งต่อหรือเผยแพร่เนื้อหาได้ด้วย ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นระบบที่เอื้อให้เกิด **พหุนิยมในสื่อ** (media pluralism) เมื่อประกอบกับ**สิทธิในการสื่อสาร**ในสังคมประชาธิปไตย

ในระบบนิเวศสื่อดิจิทัลมีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคม เช่น ปัญญาประดิษฐ์ และโปรแกรมบอต ตัวอย่างในสื่อสังคมที่มีการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการคัดเลือกเนื้อหาตามพฤติกรรมของผู้ใช้ และในเกมดิจิทัลที่มีการใช้บอต ฯลฯ และในระบบนิเวศฯ นี้ยังมีองค์กรภาครัฐและเอกชนในประเทศและระหว่างประเทศที่ควบคู่กัน ก้ากับดูแล (หน่วยงานกำกับดูแลและองค์กรที่กำกับดูแลกันเองของผู้ประกอบวิชาชีพ) และส่งเสริมสนับสนุน ตัวอย่างองค์กรภาครัฐและเอกชนในประเทศ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกมไทย และสมาคมสื่อดิจิทัลไทย เป็นต้น องค์กรระหว่างประเทศ เช่น สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ และสหพันธ์ผู้สื่อข่าวระหว่างประเทศ



เมื่อเปรียบเทียบกับระบบนิเวศสื่อเดิม ซึ่งมีสื่อมวลชนเป็นสถาบันหนึ่งในสังคมและมีวิธีการดำเนินการในลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากระบบนิเวศสื่อดิจิทัล ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ระบบนิเวศเดิม

"สื่อมวลชน" คือ องค์กรหรือองค์การที่ดำเนินการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังสาธารณะชนหรือประชาชน ซึ่งมีโครงสร้างการบริหารจัดการ การจัดแบ่งหน้าที่ และกำหนดรายละเอียดการทำงานภายในส่วน/ฝ่ายต่าง ๆ เช่น มีการกำหนดตำแหน่งผู้บริหาร ผู้จัดการ บรรณาธิการ ฝ่าย/แผนกต่าง ๆ เช่น ฝ่ายบริหารบุคคล ฝ่ายการเงินบัญชี และฝ่ายเทคนิค องค์กรสื่อเดิมจึงมีลักษณะขนาดกลางถึงขนาดใหญ่⁵ และมีจำนวนน้อย จำกัดอยู่ในวงแคบ ๆ กล่าวคือ มีค่ายเบลงและค่ายหนังสือใหญ่ ๆ ไม่กี่ค่าย มีสถานวิทยุโทรทัศน์และสถานีวิทยุ ไม่กี่สถานี และคนในวงการสื่อมักต้องสังกัดค่าย/ช่อง ไม่เช่นนั้นก็ไม่มีช่องทางการเผยแพร่ไปยังมวลชน

ลักษณะงาน/ตำแหน่งงาน: ผู้ประกาศ ผู้สื่อข่าว/นักข่าว ผู้ผลิตรายการ ผู้กำกับ ผู้ประพันธ์ ผู้เขียนบท ช่างภาพ ผู้ติดต่อ/ลำดับภาพ วิศวกรและช่างเทคนิค และนักร้อง นักแสดง/ดารา

ระบบนิเวศใหม่

สื่อดิจิทัลมีการทำหน้าที่ในลักษณะเดียวกับสื่อมวลชนเดิม แต่บุคคลคนเดียวยุ่กลุ่มบุคคล และองค์กรขนาดเล็กสามารถทำได้ มีความเป็นอิสระ และสามารถทำได้เป็นอาชีพหลัก และเป็นงานเสริม โดยไม่จำเป็นต้องมีสังกัด เพราะมีช่องทางการดิจิทัลที่หลากหลายให้เลือกโดยเสรี และสามารถเริ่มต้นการประกอบธุรกิจสื่อดิจิทัลในลักษณะสตาร์ทอัพ สื่อดิจิทัล (digital media startup) ได้เช่นเดียวกับ Trisha Prabhu เด็กอเมริกันอายุ 13 ปี ผู้ก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (chief executive officer: CEO) ของแอปพลิเคชันที่ยับยั้งการประชุขร้ายบนโลกไซเบอร์ชื่อ Rethink™

ในระบบนิเวศใหม่นี้จึงเกิดปรากฏการณ์การกระจายอำนาจจากเดิมที่เจ้าของสื่อมีจำนวนจำกัด และมักมีขนาดใหญ่ ไปสู่เจ้าของสื่อที่เป็นบุคคลคนเดียวยุ่หรือมากกว่าจำนวนที่คนก็ได้ทำเข้าถึงสื่อและใช้ประโยชน์จากสื่อ หรือมีพัฒนาฐานช่องทางการดิจิทัลหรือแอปพลิเคชันได้ ก็เป็นเจ้าของสื่อได้ อำนาจที่เป็นอำนาจเชิงเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง จึงกระจายตัวไปสู่พลเมืองดิจิทัลที่มีความรู้และทักษะในการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล

⁵ ยกเว้นองค์กรสื่ออื่นที่เป็นผู้เข้าช่วงเวลาในสถานีวิทยุ และวิทยุโทรทัศน์ที่อาจเป็นองค์กรขนาดเล็ก

ระบบนิเวศเดิม

สื่อเดิม มีสื่อมวลชนที่เป็นสื่อกระแสหลัก คือ สื่อขนาดใหญ่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารชุดเดียวถึงคนจำนวนมาก มีผู้รับสารเป็นจำนวนมาก ทำหน้าที่โดยให้ความรู้สำคัญกับประเด็นทางสังคมในภาพกว้าง สื่อเดิวยังมีสื่อทางเลือก คือ สื่อที่มีขนาดเล็ก และเผยแพร่เนื้อหาข่าวสารที่เป็นต่างจากสื่อกระแสหลัก กล่าวคือ เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารทางเลือกที่สื่อกระแสหลักไม่สนใจนำเสนอ และมีสื่อชุมชน คือ สื่อของชุมชน โดยชุมชน เบื้องชุมชน (สื่อชุมชนสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อทางเลือก ดังนั้นสื่อทางเลือกอาจเป็นสื่อชุมชน)

ระบบนิเวศใหม่

สื่อดิจิทัลเป็นได้ทั้งสื่อมวลชน สื่อกระแสหลัก สื่อทางเลือก และสื่อชุมชน ทั้งยังเป็นสื่อส่วนบุคคล สื่อระหว่างบุคคล และสื่อของกลุ่ม

ระบบนิเวศเดิม

สื่อมวลชนที่ประกอบกิจการในเชิงธุรกิจ มีรายได้จากการโฆษณา เช่น การขายพื้นที่โฆษณา การขายเวลาโฆษณา และการขายสปอตโฆษณา

ระบบนิเวศใหม่

ผู้ประกอบการสื่อดิจิทัลในเชิงธุรกิจ สามารถมีรายได้จากโฆษณาดิจิทัล เช่น การขายป้ายโฆษณา (banner advertising) การโฆษณาในสตรีม วิดีโอโฆษณาแบบกดข้ามได้และกดข้ามไม่ได้ รวมทั้งการจำหน่ายสกุลเงินเสมือน (virtual currency) เช่น เหรียญต่าง ๆ (coins) และสินค้าเสมือน (virtual goods) เช่น ตัวละคร และไอเทมในเกมดิจิทัล การโฆษณาดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ จึงเป็นเครื่องมือของการตลาดดิจิทัล นอกจากนี้ยังมีผู้ทรงอิทธิพลทางสื่อดิจิทัล เช่น ดิปลิดารา นักกิจกรรม/นักเคลื่อนไหว (activist) นักปลุกกระแสสังคมเชิงบวก (agitator) และผู้มีชื่อเสียงในแวดวงสื่อสังคม เช่น อินสตาแกรมเมอร์ ยูทูบเบอร์ รวมทั้งเน็ตไอดอล/คนดังบนเน็ต และบ็อดคาสเตอร์

วิชาชีพในสื่อดิจิทัล

ตำแหน่งหน้าที่ในวิชาชีพสื่อดิจิทัลตั้งแต่ระดับพื้นฐานถึงระดับสูงในด้านต่าง ๆ มีดังตัวอย่างต่อไปนี้

- 1) ครีเอทีฟ (creative) สำหรับสื่อดิจิทัล
- 2) ผู้เขียนบท เช่น ผู้เขียนบทภาพยนตร์ ผู้เขียนบทละคร ผู้เขียนบทเกม (game writer) ผู้เขียนบทโฆษณา (digital copywriter)
- 3) ผู้ประกาศ ผู้ดำเนินรายการ นักแสดง นักแต่งเพลง นักร้อง ผู้สื่อข่าว/นักข่าว บล็อกเกอร์ ผู้ผลิตสื่อสังคม สตริทเมเยอร์ (streamer) ผู้กระจายเสียงและแพร่ภาพ (broadcaster)⁶ นักพากย์เกม (shoutcaster หรือ commentator) (คนไทยยกกลุ่มหนึ่งเรียก นักคาสต์เกม) ผู้แปลภาษา
- 4) ผู้สร้าง, ผู้ผลิต, ผู้จัด (producer) บรรณาธิการ (editor) นักตัดต่อภาพและเสียง
- 5) ช่างภาพดิจิทัล (digital photographer) (ถ่ายภาพ และตัดต่อภาพ)
- 6) นักออกแบบกราฟิก (graphic designer) นักวาดการ์ตูน (cartoonist) นักออกแบบสตีกเกอร์ นักออกแบบตัวละคร (character designer) นักวาดภาพประกอบ (illustrator) แอนิเมเตอร์ (animator) นักออกแบบ 2 มิติ และ 3 มิติ (2D & 3D designer) นักออกแบบกราฟิกเคลื่อนไหว (motion graphics designer) ศิลปินผู้สร้างละครดอปเปิ้ลเพิกต์นินเคซาด้านวิช่วล (visual effects artist)



⁶ หมายถึงถึง ผู้ที่จัดการการผ่านการแอปพลิเคชัน

- 7) นักออกแบบและนักพัฒนาสื่อประสม (multimedia designer & developer) นักออกแบบนิทรรศการเสมือน (virtual exhibition designer) นักออกแบบและนักพัฒนาเกมดิจิทัล (digital game designer & developer)
- 8) นักออกแบบเสียง (sound designer)⁷ นักดนตรี วิศวกรที่เกี่ยวข้องกับเสียงและดนตรี นักพากย์ (voice actor/actress, voice artist) ผู้ให้เสียงบรรยาย
- 9) นักพัฒนาเว็บ (web developer) นักพัฒนาแอปพลิเคชัน (applications developer) ผู้เขียนโค้ด (coder) นักออกแบบและนักพัฒนาซอฟต์แวร์ (software designer & developer) โปรแกรมเมอร์ฐานข้อมูล (database programmer) โปรแกรมเมอร์เอไอ (AI programmer) วิศวกรหุ่นยนต์ (robotics engineer)
- 10) นักออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (user interface designer: UID) นักออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (user experience designer: UXD) นักวิเคราะห์ประสบการณ์ผู้ใช้ (user experience analyst)
- 11) วิศวกรประกันคุณภาพ (quality assurance: QA engineer) ผู้ทดสอบ (tester) ผู้ทดสอบจุดบกพร่อง (bug tester) ทีมวิจัย นักวิจัยผู้ใช้ (user researcher) นักวิทยาศาสตร์ข้อมูล (data scientist)
- 12) ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้จัดการสื่อดิจิทัล (digital media specialist/manager) ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้จัดการสื่อสังคม (social media specialist/manager) ผู้จัดการรณรงค์ดิจิทัล (digital campaign manager) ผู้จัดการเนื้อหาดิจิทัล (digital content manager) นักการตลาดเนื้อหาดิจิทัล (digital content marketer) นักวิจัยสื่อดิจิทัล (digital media researcher)



7 เช่น นักสร้างเสียงหรือโพลี (Foley) คือ ผู้สร้างสกรีนเสียงประกอบฉาก (sound effect) ในภาพยนตร์ และสื่อดิจิทัลอื่น ๆ โพลี เป็นชื่อสกุลของ Jack Donovan Foley เพื่อการยกย่อง เชิดชูเขาในฐานะนักสร้างเสียงที่เป็นที่ยอมรับในวงการภาพยนตร์ในฮอลลีวูด โพลี ยังถูกใช้เรียกศิลปินที่ทำางานเกี่ยวกับเสียงประกอบฉาก

ความก้าวหน้าในสายวิชาชีพ วิชาชีพในสื่อดิจิทัลมีตำแหน่งงานที่สูงขึ้น เช่น ผู้กำกับครีเอทีฟ (creative director) ผู้นำออกแบบ (lead designer) นักออกแบบอาวุโส (senior designer) ผู้กำกับศิลป์ (art director) ผู้กำกับงานศิลป์อาวุโส (senior art director) ลีดอาร์ตติสท์ (lead artist) ลีดแอนิเมเตอร์ (lead animator) ผู้กำกับเสียง (audio director) ผู้กำกับดนตรี (music director) ผู้กำกับด้านเทคนิค (technical director) ผู้กำกับดิจิทัล (digital director) โปรดิวเซอร์อาวุโส (senior producer) ผู้อำนวยการบริหารการผลิต (executive director) ลีดโปรแกรมเมอร์ (lead programmer) โปรแกรมเมอร์อาวุโส (senior programmer) ผู้นำการประกันคุณภาพ/ผู้นำผู้ทดสอบ (QA lead/lead tester) ผู้จัดการการประกันคุณภาพ (QA manager) ผู้อำนวยการบริหารการประกันคุณภาพ (QA executive) นอกจากนี้ยังมีฝ่ายบริหาร ตั้งแต่ผู้บริหารที่เป็นหัวหน้าโครงการที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนและดูแลตารางเวลาการทำงาน งบประมาณ บุคลากรและทรัพยากรต่าง ๆ ภาาณาการจัดจำหน่าย และการตลาด ส่วนตำแหน่งงานระดับสูงในการบริหารและการจัดการ เช่น ผู้อำนวยการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) และประธานบริหาร (president)





จากการที่สื่อดิจิทัลถูกใช้โดย "คน" จึงเป็นอีกสิ่งหนึ่ง
ที่หนีไม่พ้นที่จะถูกกล่าวถึงว่าเป็น "เหรียญสองด้าน" หรือ
"ดาบสองคม" เพราะสื่อดิจิทัลถูกใช้ให้เป็นคุณและเป็นโทษได้

เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้ว่า สื่อดิจิทัลมีประโยชน์และโทษอย่างไร

6 ประโยชน์และโทษ ของสื่อดิจิทัล

สื่อดิจิทัลถูกใช้ในหลายด้านทั้งที่เป็นประโยชน์และที่เป็นโทษ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

6.1 ด้านการเมือง

1) ประโยชน์

ส่งเสริมประชาธิปไตย เช่น หนุนเสริมการสานเสวนาเมื่อประชาธิปไตย ทร่วงค์ การเลือกตั้ง การสำรวจความคิดเห็นทางการเมือง และการตรวจสอบการทุจริตของนักการเมือง รวมทั้งการเคลื่อนไหวทางการเมืองออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่หลากหลาย สร้างความโปร่งใส และเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง/การปกครอง

กรณีตัวอย่าง

สื่อสังคมถูกใช้ในการเผยแพร่แนวคิดประชาธิปไตย เกิดแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมือง และการเคลื่อนไหวทางการเมืองออนไลน์ จนทำให้การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เช่น กรณีอาหรับสปริง

2) โทษ

ถูกใช้เป็นอาวุธ (weaponized) สร้างความเกลียดชังระหว่างกันในความเห็นต่างทางการเมือง สร้างความแตกแยกได้โดยง่าย โดยเฉพาะในประเทศที่ประชาชนยังขาดการศึกษาย่างทั่วถึง

กรณีตัวอย่าง

ในเมียนมาสื่อสังคมถูกใช้เพื่อสร้างความเกลียดชัง และนำไปสู่การฆ่าล้างชาวโรฮีนจา

6.2 ด้านเศรษฐกิจ

1) ประโยชน์

ทำให้เกิดธุรกิจ และโมเดลธุรกิจใหม่ การซื้อ-ขายสินค้าและบริการเกิดขึ้นหลายลักษณะ บนฐานช่องทางดิจิทัล ส่งผลต่อเศรษฐกิจในหลายระดับ

กรณีตัวอย่าง

การใช้ข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นหรือคอมเม้นต์ในสื่อสังคมเมื่อพัฒนาธุรกิจจนทำให้เกิดธุรกิจใหม่ และการเกิดขึ้นของพ่อค้าแม่ค้าขายของออนไลน์ ทั้งทำโดยลำพัง ธุรกิจครอบครัว ร่วมทุนกับเพื่อน และทำในลักษณะองค์กร

2) โทษ

เกิดการหลอกลวงหรือหลอกให้ซื้อ ทั้งที่ได้สินค้าและไม่ได้สินค้า และได้สินค้าไม่มีคุณภาพ หลอกร่วมลงทุน และการขายของแชร์ลูกโซ่

กรณีตัวอย่าง

สื่อสังคมถูกใช้ในการสร้างภาพความสำเร็จ เช่น ภาพเงินสดจำนวนมาก ภาพบ้านและรถหรูและภาพจำนวนเงินในบัญชี เพื่อลวงให้ลงทุน

6.3 สังคม

1) ประโยชน์

ทำให้เกิดการช่วยเหลือกันและกัน การบ่งบาอภัยกันและกัน สาขาสมาคมดีทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคม และเกิดการเรียนรู้ทางสังคมอันทำให้คนอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

กรณีตัวอย่าง

กลุ่มคนและองค์กรจัดทำเว็บไซต์ และใช้สื่อสังคมในการสาขาสมาคมดีด้วยการระดมความร่วมมือ ระดมทุน และระดมช่วยเหลือทางสังคม เมื่อเกิดภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ และเมื่อเกิดปัญหาทางสังคมอื่น ๆ

2) โทษ

สื่อสังคมถูกใช้เพื่อการกระทำผิดกฎหมาย สร้างความเสียหายต่อสังคม และการหลอกลวง

กรณีตัวอย่าง

สื่อสังคมถูกใช้เป็นช่องทางของการค้ายาเสพติด เกมดิจิทัลถูกใช้เป็นช่องทางในการปลอมเงินผ่านการซื้อขายเงินในเกมและของในเกม และการใช้อีเมลหลอกขอยืมเงินช่วยเหลือชั่วคราวและจะให้เงินตอบแทนกลับจำนวนมาก

6.4 การศึกษา

1) ประโยชน์

สถาบันการศึกษาใช้สื่อดิจิทัลในการจัดการเรียนการสอนและส่งเสริมการเรียนรู้มาอย่างยาวนาน เช่น การใช้แผ่นซีดี ดีวีดีในการบันทึกและเผยแพร่รายวิชา และการใช้วิทยุเว็บและโทรทัศน์อินเทอร์เน็ตในการจัดการเรียนการสอนทางไกล นอกจากนี้ยังมียุคต่าง ๆ ยังได้ใช้สื่อดิจิทัลในการอบรมให้ความรู้ด้านต่าง ๆ อีกด้วย

กรณีตัวอย่าง

การสอนภาษาอังกฤษผ่านโปรแกรมประยุกต์และคลิป์วิดีโอในสื่อสังคม การจัดหลักสูตรอบรมออนไลน์ และการจัดการเรียนการสอนในโลกเสมือน เช่น Second Life และการส่งเสริมให้ผู้เรียนสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้

2) โทษ

การเรียนรู้จากสถานแวดล้อมเสมือนมากเกินไป อาจทำให้มีความจำเป็นต้องเสริมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ตรงในสถานแวดล้อมจริง ในแง่ของเนื้อหาดิจิทัลทางวิชาการ หากไม่มีการพัฒนาต่ออาจทำให้เกิดผลกระทบจากการเรียนข้อมูล ขาดความรู้รอบรู้ และขาดความรู้ที่เป็นปัจจุบัน รวมทั้งการใช้สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางการให้ความรู้ผิด ๆ ที่อาจส่งผลเสียต่อการเรียนรู้เพื่อการเข้าใจที่แท้จริง

กรณีตัวอย่าง

เว็บไซต์นำเสนอความรู้ไม่ถูกต้อง และสื่อสังคมถูกใช้ในการทำทุจริตการบ้านและการสอบ

6.5 ศาสนา/ความเชื่อ

1) ประโยชน์

บุคคล กลุ่ม และองค์กรทางศาสนาใช้สื่อดิจิทัลเผยแพร่ศาสนา ทั้งศาสนาพุทธ ศาสนาอิสลาม ศาสนาคริสต์ ฯลฯ

กรณีตัวอย่าง

คลิป์สอนศาสนา และการถ่ายทอดสดพิธีทางศาสนาผ่านสื่อสังคม

2) โทษ

เผยแพร่ความผิดความเชื่อผิด ๆ ทำให้งมงาย

กรณีตัวอย่าง

สื่อสังคมถูกใช้ในการเผยแพร่ความเชื่อที่ไม่ดี/ไม่ถูกต้อง เช่น กลุ่มก่อการร้ายที่ใช้สื่อสังคมในการส่งต่อความเชื่อของการสังหารหมู่ด้วยการปลิดชีพตนเอง และการโฆษณาขายเหรียญนำโชคทำให้รวยได้

6.6 วัฒนธรรม

1) ประโยชน์

ทักษะการเรียนรู้วัฒนธรรมได้ในหลายลักษณะ ทั้งวัฒนธรรมที่บ้าน ท้องถิ่น และวัฒนธรรมชาติ และทั้งวัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรมรอง มีเป้าหมายในแง่ของเก็บรวบรวมรักษาไว้ในรูปแบบดิจิทัล และนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมผ่านสื่อดิจิทัล แต่ยังรวมถึงการเป็นสื่อเสริมหรือสื่อทดแทนวัฒนธรรมและช่วยในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม นอกจากนี้สื่อดิจิทัลเช่นสื่อสังคมยังก่อให้เกิดวัฒนธรรมดิจิทัล (digital culture)

กรณีตัวอย่าง

ผลิตภัณฑ์เพื่อการแสดงวัฒนธรรมที่บ้านต่าง ๆ เช่น มินิเธียเตอร์ แบ็กกิ้งตุ๊กต มวยและโปงลาง และจำลองยาว การรวมกลุ่มในสื่อสังคมของคนต่างด้าวออนไลน์ สื่อเสริมหรือสื่อทดแทน เช่น แอปพลิเคชันสงกรานต์ และเว็บไซต์เวียนเทียนออนไลน์ การใช้ฐานข้อมูลดิจิทัลในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม มีภาษาสากล (universal language) เช่น อีโมจิ 😊😄 ช่วยในการสื่อสารและเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมดิจิทัล ในขณะที่สื่อดิจิทัลถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน

2) โทษ

สื่อสังคมถูกใช้ในการเผยแพร่เนื้อหาที่ลดทอนคุณค่าของวัฒนธรรม การดูถูกดูหมิ่นวัฒนธรรมที่ต่างจากตน

กรณีตัวอย่าง

สื่อสังคมถูกใช้เป็นเครื่องมือในการคิดว่าดูถูกวัฒนธรรมอื่นที่ผู้ใช้ไม่รู้คุณค่าและไม่เคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรม

6.7 สุขภาพ

1) ประโยชน์

นำเสนอข้อมูลสาระความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ ทั้งสุขภาพกาย สุขภาพจิต สุขภาพสังคม และสุขภาพจิตวิญญาณ และช่วยในการดูแลสุขภาพ การป้องกัน และการฟื้นฟูสุขภาพ

กรณีตัวอย่าง

เว็บไซต์ให้ความรู้ขององค์กรทางการแพทย์ แอปพลิเคชันให้บริการประเมินสุขภาพ แอปพลิเคชันช่วยในการฝึกสมาธิ และสื่อสังคมที่คอยตอบคำถามปัญหาสุขภาพ

2) โทษ

สื่อดิจิทัลถูกใช้เป็นสื่อโฆษณาเท็จจริงในผลิตภัณฑ์อาหารและยา เผยแพร่ความเชื่อผิด ๆ ในการรักษาพยาบาลส่งผลเสียต่อร่างกาย

กรณีตัวอย่าง

สื่อสังคมถูกใช้ในการโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยอธิบายสรรพคุณสามารถรักษาโรคได้ร้อยแปดนับเก้า และถูกใช้เผยแพร่ข่าวสารเท็จบิดเบือน/เท็จเกี่ยวกับการรักษาโรค เช่น "ดื่มน้ำใบมะละกอปั่นสด ช่วยป้องกันและรักษา COVID-19" หรือแม้แต่ "ยาบ้าสามารถรักษาโรคโควิด-19 ได้"

6.8 สิ่งแวดล้อม

1) ประโยชน์

ช่วยในการรณรงค์เพื่อปกป้องคุ้มครองสิ่งแวดล้อม และสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญและผลกระทบต่องานจากการทำลายสถานแวดล้อมทางธรรมชาติ

กรณีตัวอย่าง

สื่อดิจิทัลถูกใช้ในการรณรงค์ลดโลกร้อน การไม่ฆ่าสัตว์ป่ามาทำยาหรือเป็นอาหาร และ การไม่เผาป่า

2) โทษ

สื่อดิจิทัลมีส่วนในการสืบสานความผิดผิด ๆ ในเรื่องๆ ที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กรณีตัวอย่าง

สื่อสังคมถูกใช้เผยแพร่ความเชื่อและค่านิยมในการบริโภคสัตว์ป่า อันนำไปสู่การทำลายระบบนิเวศ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวม

6.9 ข้อมูลข่าวสาร

1) ประโยชน์

ช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมช่วยทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคล กลุ่ม และองค์กร ทำให้ข่าวสารแพร่กระจายได้โดยไม่จำกัดพื้นที่และเวลา (ทราบเท่าที่มีอุปกรณ์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเมื่อเข้าถึง/เข้าใช้)

กรณีตัวอย่าง

การใช้อีเมล และสื่อสังคมในการส่งข่าวสารถึงกันและกันของคนในครอบครัวและระหว่างเพื่อน สำหรับการใช้สื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ และสื่อสังคม ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารหรือผู้ใช้สื่อดิจิทัล และหน่วยงานทั้งรัฐ เอกชน และองค์กรเอกชนใช้สื่อดิจิทัลในการส่งข่าวสารไปยังประชาชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2) โทษ

สื่อสังคมที่มีการวิเคราะห์และใช้ข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์ ด้วยระบบอัตโนมัติที่ชาญฉลาด เลือกรองข้อมูลข่าวสารเฉพาะที่ผู้ใช้มีความสนใจ ซึ่งอาจทำให้ผู้ใช้สื่อเข้าใจ ผิดกลุ่ม และเพื่อข้อมูลชุดเดียว ทำให้เป็นอคติและเห็นแก่ตัวด้านเดียว นอกจากนี้ สื่อดิจิทัลยังถูกใช้ส่งสารสนทนาที่เป็นลบในสังคม (ดังจะกล่าวต่อไป)

กรณีตัวอย่าง

การส่ง/เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเท็จผ่านสื่อสังคม



6.10 ความบันเทิง

1) ประโยชน์

สื่อดิจิทัลถูกใช้เพื่อเผยแพร่ความบันเทิง ไม่แตกต่างจากสื่อเดิม เช่น เพื่อความเพลิดเพลิน
ผ่อนคลาย

กรณีตัวอย่าง

คลังวิดีโอออนไลน์ การถ่ายทอดสดการแสดงดนตรีหรือคอนเสิร์ต

2) โทษ

ความบันเทิงผ่านสื่อดิจิทัลอาจแฝงด้วยความรุนแรง หากการนำเสนอหรือการผลิต
ไม่ได้ตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยไม่มีการกำกับดูแล ทั้งการกำกับดูแลตนเอง
ของผู้ประกอบวิชาชีพ หรือการกำกับดูแลโดยหน่วยงานอิสระ

กรณีตัวอย่าง

เกมดิจิทัลบางเกมไม่เหมาะสมกับเด็ก เพราะมีความรุนแรงและเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมกับเด็ก
จึงมีการกำหนดระดับประเภชนี้อายุของเกมดิจิทัล (rating) เพื่อช่วยแนะนำผู้เล่นเกมและ
ผู้ปกครอง



ประโยชน์จากการใช้สื่อดิจิทัลของเด็กและเยาวชน
จะยิ่งทวีคูณมากขึ้น หรือโทษของสื่อดิจิทัลจะลดลง
หรือหมดไปได้ก็ด้วยหน่วยที่เล็กที่สุด แต่สำคัญที่สุด
คือ ครอบครัว



“

ในสังคมไทย ยังคงมีการละเมิดสิทธิมนุษยชนและสิทธิเด็ก
อย่างกว้างขวาง สังเกตได้จากข่าวรายวัน

"สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิมนุษยชน"
คือ สื่อที่สร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการเคารพและการปฏิบัติ
ตามหลักสิทธิมนุษยชน หนุนเสริมพลังพลเมืองดิจิทัลในการใช้สิทธิ
และหนุนเสริมการทำหน้าที่ของรัฐและเอกชนในการคุ้มครอง
และส่งเสริมสิทธิมนุษยชน

เพื่อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้ สาระสำคัญของสิทธิมนุษยชนและสิทธิเด็ก
และแนวทางการใช้และสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการคุ้มครองและส่งเสริม

”

๗ สิทธิมนุษยชน และสิทธิเด็ก กับสื่อดิจิทัล

ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights)⁸ มีแนวคิดสำคัญคือ มนุษย์ทุกคนเกิดมาเป็นอิสระ มีศักดิ์ศรีและสิทธิเท่าเทียมกัน และมีสิทธิและเสรีภาพที่ระบุไว้ในปฏิญญาฯ ทั้งสิทธิของพลเมืองและสิทธิทางการเมือง (civil and political rights) และสิทธิทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (economic social and cultural rights) โดยไม่ถูกเลือกปฏิบัติ จากความแตกต่างด้านเชื้อชาติ สีผิว ภาษา ศาสนา ความเห็นทางการเมือง ชาติกำเนิด หรือ สถานะอื่น ๆ โดยค่านิยมหลัก (core value) ของสิทธิมนุษยชน มีดังนี้

- หลักการไม่เลือกปฏิบัติ (non-discrimination)
- หลักความยุติธรรม (justice)
- หลักความเที่ยงธรรม (equity)
- หลักเสรีภาพ (freedom)
- หลักศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (human dignity)
- หลักการไม่ใช้ความรุนแรง (nonviolence)



8 สหประชาชาติจะประกาศคำรับรองและประกาศใช้ เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2๕91 (ประเทศไทยร่วมให้การรับรอง)



พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน แห่งชาติ พ.ศ. 2560 มาตรา 4 บัญญัติไว้ว่า สิทธิมนุษยชน หมายถึง "ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิ เสรีภาพและความเสมอภาคของบุคคล บรรดาที่ได้รับ การรับรองหรือคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ ตามกฎหมาย หรือตามหนังสือ สัญญาที่ประเทศไทยเป็นภาคีและมีพันธกรณีที่จะต้องปฏิบัติตาม"



สิทธิมนุษยชน เป็นเรื่องที่เราต้องเคารพ ให้การคุ้มครอง และทำให้เกิด การเข้าถึงสิทธิได้ ทั้งสิทธิในความปลอดภัย (security rights) สิทธิในกระบวนการ ยุติธรรม (right to fair trial & due process rights) สิทธิในเสรีภาพ (liberty rights) สิทธิทางการเมือง (political rights) สิทธิในความเสมอภาค (equality rights) และสิทธิในสวัสดิการสังคม (social or welfare rights) รวมทั้งหากมี การกระทำละเมิดสิทธิมนุษยชนอย่างรุนแรง กว้างขวาง และเป็นระบบโดยรัฐ รัฐมีหน้าที่ชดเชยเยียวยา แก้ไขปัญหา และสร้างกลไกไม่ให้เกิดขึ้นอีก

- อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก กำหนดสิทธิเด็กในด้านต่าง ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้
- (1) เด็กทุกคนมีสิทธิติดตัวที่จะมีชีวิตหรือสิทธิในการมีชีวิต
 - (2) ไม่ถูกเลือกปฏิบัติเพราะเชื้อชาติ สีผิว เผ่า ภาษา ศาสนา ความเห็นทางการเมือง ชาติกำเนิด ทรัพย์สิน ความทุพพลภาพ หรือสถานะอื่น ๆ
 - (3) ได้รับการปกป้องคุ้มครอง จากความรุนแรงทั้งร่างกายและจิตใจ การทำร้าย หรือการกระทำอันมิชอบ การทอดทิ้งหรือการปฏิบัติโดยประมาท
 - (4) ได้รับการพัฒนา ทั้งด้านร่างกาย สมอง จิตใจ ศิลปกรรม และสังคม
 - (5) สิทธิการมีส่วนร่วมอย่างเสรีในทางวัฒนธรรมและศิลปะ และสิทธิของเด็กในการมีส่วนร่วมในชุมชน
 - (6) สิทธิในเสรีภาพของเด็กในการแสดงออก เสรีภาพในการแสวงหา ได้รับ และส่งข้อมูลข่าวสารและความคิดทุกลักษณะ และไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด หรือผ่านสื่อใดตามที่เด็กเลือก
 - (7) สิทธิในเสรีภาพทางความคิด มโนธรรม ศาสนา การสมาคม และการชุมนุมอย่างสงบ
 - (8) สิทธิความเป็นส่วนตัว



สื่อดิจิทัลสามารถนำมาใช้ในการคุ้มครอง และทำให้เกิดการเข้าถึงสิทธิในหลายรูปแบบ เช่น การใช้และการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการสร้างความเข้าใจในสิทธิเด็ก การรณรงค์ให้เกิดการเคารพสิทธิเด็ก และการดำเนินการตามมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องคุ้มครอง ทั้งกับตัวเด็ก เยาวชน และบุคคลแวดล้อมตัวอย่างเช่น การใช้สื่อสังคมเพื่อการสร้างความเข้าใจในสิทธิเด็ก และการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการรณรงค์ด้วยอินโฟกราฟิก การ์ตูนช่องดิจิทัล รายการพ็อดคาสต์ และการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชัน ฯลฯ

อีกด้านหนึ่ง เป็นที่ปรากฏชัดว่า สื่อดิจิทัลโดยเฉพาะสื่อสังคมช่วยหนุนเสริมในการใช้สิทธิในเสรีภาพในการแสดงออกทั้งของเด็กและผู้ใหญ่ แต่เสรีภาพนี้ต้องถูกใช้ด้วยความรับผิดชอบ เพราะเสรีภาพในการแสดงความเห็น (free speech) ไม่ใช่การแสดงออกที่มีอคติ สร้างความเกลียดชัง ดูถูก ดูหมิ่น และยุยงให้เกิดการใช้ความรุนแรง หรือที่เรียกว่า ประทุษวาจา (hate speech) และไม่ใช่การแสดงออกอันเป็นการข่มเหงรังแก การคุกคาม และสร้างความอับอาย ฯลฯ ที่เป็นการประทุษร้ายบนไซเบอร์ (cyberbullying) อย่างไรก็ตาม ประทุษวาจาในสื่อดิจิทัล ที่เป็น "เสียง" ของคนกลุ่มน้อยในสังคม กลุ่มคนที่ถูกเลือกปฏิบัติ กลุ่มคนไม่ได้รับความสนใจ/ใส่ใจในปัญหาที่เขาเผชิญ อันสะท้อนถึงปัญหาสังคม การแสดงออกดังกล่าวควรได้รับความสนใจและศึกษาถึงสาเหตุของความไม่เท่าเทียมในสังคม และสร้างกลไกในสังคมเพื่อลดและแก้ไขปัญหาดังกล่าว



นอกจากนี้ เสรีภาพ ไม่ได้มีไว้เพื่อการไล่ล่าดิจิทัล (digital hunting) หรือไว้ใช้เพื่อขุดคุ้ยและเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ อันเป็นการรุกรานสิทธิส่วนบุคคล แต่ผู้ใช้อสื่อสังคมสามารถมีบทบาทเป็น "พลเมืองดิจิทัลเคลื่อนไหวเพื่อความเป็นธรรม" (digital vigilantism) ที่คอยสืบค้นข้อมูลเมื่อค้นหา ติดตาม เปิดเผย และแบ่งปันข้อมูลส่วนบุคคลของผู้กระทำการละเมิดระหว่างผู้ใช้สื่อสังคมด้วยกัน

อันเป็นการกระทำเพื่อต่อต้านภัยคุกคามทางไซเบอร์และอาชญากรรมไซเบอร์หรือเพื่อเรียกร้องความเท่าเทียม ต่อสู้เรียกร้องความไม่เป็นธรรมในการบังคับใช้กฎหมายหรือระบบตุลาการโดยรวม ตลอดจนการสร้างค่านิยมใหม่ในสังคม และต่อต้านการสืบทอดค่านิยมการให้คุณค่าสิ่งอื่นเหนือความเป็นคน/มนุษย์ เช่น (1) ชาตีกาเนด ตัวอย่างเช่น คนเกิดในตระกูลที่มีชื่อเสียงมีอำนาจเดิม ได้รับการปฏิบัติแตกต่างจากคนที่เกิดในตระกูลทั่วไป บางคนให้คุณค่าของ "คนลาว" กับ "คนไทย" ต่างกัน (2) ตำแหน่งหน้าที่การงาน ตัวอย่างเช่น การเป็นทหาร หมอ ครู/อาจารย์ข้าราชการ แตกต่างจากเกษตรกร อาชีวนิติบสามล้อ คนรับจ้างทั่วไป และการเป็นเจ้าของ/นายจ้างกับลูกน้อง/ลูกจ้าง (3) สถานะทางเศรษฐกิจ ตัวอย่าง คนจะถูกเลือกปฏิบัติต่างจากคนรวย และ (4) การศึกษา คนจบประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาถูกมองต่ำกว่าคนจบปริญญา

หากผู้ถือครองค่านิยมเหล่านี้มีหลายตำแหน่งใด ผู้หนึ่งยังได้รับการให้คุณค่ามากขึ้นอีก



ค่านิยมดังกล่าว ทำให้เกิดการเลือกปฏิบัติ ความไม่เที่ยงธรรมและไม่ยุติธรรมในสังคม เด็กและเยาวชนจำนวนหนึ่งอยู่ในภาวะกดดันนี้ จากคำพูดและการปฏิบัติของคนแวดล้อมทั้งพูดโดยตรงและเชิงเปรียบเทียบกับคนอื่นทั้งภายในครอบครัวและคนอื่น และการปฏิบัติที่ทั้งตั้งใจและไม่ตั้งใจ ทำให้เด็กและเยาวชนส่วนหนึ่งเกิดความไม่เข้าใจ เกรียดย และพัฒนาไปสู่โรคความวิตในหลายลักษณะ

“

ในยุคที่ทุกคนสามารถเป็นสื่อมวลชน หรืออยู่ใน
ฐานะเน็ตรัก 5 ได้ แต่จะเป็นได้จริง ผู้นั้นต้องยึด
หลักการทางวารสารศาสตร์ดิจิทัล มิเช่นนั้นก็เป็น
ได้เพียง "ผู้ใช้" ทัวไป

”

เนื้อหาส่วนนี้เราจะได้ว่า เยาวชนสามารถใช้สื่อดิจิทัล
ในฐานะนักวารสารศาสตร์เยาวชนและวารสารศาสตร์
ดิจิทัลได้อย่างมีความรับผิดชอบและมีภาระ
ความรับผิดชอบได้อย่างไร



8 "วารสารดาวสตรี เยาวชน (Youth Journalism)"

สื่อมวลชนหรือ วารสารดาวสตรี

ที่ประกอบด้วย

นักข่าว/ผู้สื่อข่าว ผู้เขียน/ผู้เรียบเรียงข่าว บรรณาธิการข่าว ฯลฯ ผู้ทำหน้าที่ในองค์กรสื่อที่ยึดมั่นในหลักการทำหน้าที่และจรรยาบรรณในวิชาชีพ ซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นฐานันดรที่ 4 ของสังคม (ขยายจากแนวคิดในยุโรปที่เดิมมีฐานันดรเพียง 3 ฐานันดร ได้แก่ ผู้แทนขุนนาง ผู้แทนศาสนบุคคล (ศาสนจักร) และผู้แทนราษฎร) แต่ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อออนไลน์เช่นสื่อสังคมที่ทำให้คนหนึ่งคนเพียงลำพังสามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปยังบุคคลอื่นได้อย่างกว้างขวางและง่ายดาย และสามารถอยู่ในฐานะของฐานันดรที่ 5 (fifth estate) ซึ่ง Elliott and Spence (2017: 112) อธิบายว่า เป็นผู้ที่ดำเนินถึงประโยชน์สาธารณะและดำเนินการตามหลักวารสารศาสตร์ ไม่เกรงกลัวอำนาจใดและไม่ฝักใฝ่หรืออยู่ภายใต้อิทธิพลใด ๆ ด้วยหลักการนี้เอง เยาวชนจึงสามารถเรียนรู้และใช้พลังสร้างสรรค์ในฐานะนักวารสารศาสตร์ดิจิทัลได้



วารสารศาสตร์เยาวชนในยุคดิจิทัลมีศักยภาพในการช่วยขยายขอบเขตของวารสารศาสตร์ จากวารสารศาสตร์เดิมที่จำกัดพื้นที่หรือกลุ่มคนที่เปิดรับสารจากสื่อในอดีต เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หรือวิทยุกระจายเสียงภาคพื้นดินสู่วารสารศาสตร์ที่ครอบคลุมพื้นที่ทั้งท้องถิ่น ภูมิภาค ประเทศ และระหว่างประเทศ หรือเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างกว้างขวางจากการใช้สื่อดิจิทัลหรือเทคโนโลยีดิจิทัล ที่เรียกว่า วารสารศาสตร์ดิจิทัล

วารสารศาสตร์เดิม (traditional journalism)

วารสารศาสตร์ภาคพลเมือง
วารสารศาสตร์ระดับรากหญ้า
วารสารศาสตร์ประชาสังคม
วารสารศาสตร์แบบมีส่วนร่วม
วารสารศาสตร์เชิงสืบสวน
วารสารศาสตร์เพื่อการพัฒนา
วารสารศาสตร์ทางเลือก
วารสารศาสตร์แบบร่วมมือ
วารสารศาสตร์สันติภาพ
วารสารศาสตร์เพื่อสาธารณะ
วารสารศาสตร์เพื่อการรณรงค์
วารสารศาสตร์ผู้หญิง
วารสารศาสตร์สืบสวนเชิงลบ
(สืบสวนข้อมูลเชิงลบของนักการเมือง/ผู้มีอำนาจ)

ฯลฯ

วารสารศาสตร์ดิจิทัล (digital journalism)

วารสารศาสตร์บนฐานของเทคโนโลยีเว็บ
(web-based/web journalism)
วารสารศาสตร์ออนไลน์ (online journalism)
วารสารศาสตร์แบบมีปฏิสัมพันธ์ (interactive journalism)
วารสารศาสตร์เครื่องรับรู้ (sensor journalism)
วารสารศาสตร์โรบอต (robot journalism)
วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (data journalism)
วารสารศาสตร์เชิงข้อมูลมหาศาลซับซ้อน
(big data journalism)
วารสารศาสตร์ออกเเมนเต็ด (augmented journalism)
วารสารศาสตร์มือถือ (mobile journalism: mojo)
วารสารศาสตร์สื่อสังคม (social media journalism)

ฯลฯ

วารสารศาสตร์เดิมและวารสารศาสตร์ดิจิทัลข้างต้น ไม่สามารถแยกจากกันได้เด็ดขาด เพราะมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยวารสารศาสตร์เดิมเป็นฐานสำคัญในการกำหนดจุดยืนของการทำหน้าที่ในฐานะสื่อเพื่อประโยชน์สาธารณะ แต่วารสารศาสตร์ดิจิทัลมีองค์ประกอบสำคัญเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลหรือเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนั้น วารสารศาสตร์เชิงข้อมูลอาจเป็นวารสารศาสตร์เชิงสืบสวนข้อมูลดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการประทุษร้ายบนโลกไซเบอร์ในเด็กและเยาวชนไทย ด้วยการสืบค้น รวบรวม เรียบเรียง และนำเสนอข้อมูลเชิงลึก เป็นต้น

นักวารสารศาสตร์เยาวชนหรือนักข่าวเยาวชนอาจทำหน้าที่ในฐานะนักวารสารศาสตร์ดิจิทัล แบบมีส่วนร่วม แบบร่วมมือ เมื่อการรณรงค์ เพื่อนำเสนอในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ปกป้องคุ้มครองเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะการทำหน้าที่เป็นสื่อเฝ้าเด็กและเยาวชน และดำเนินการโดยเด็กและเยาวชนเอง ตัวอย่างการนำเสนอประเด็นการจัดการกับมลพิษสารพิษตกค้างในสื่อสังคมของเยาวชนเพื่อให้สื่อดิจิทัลเป็นเวทีสาธารณะของเยาวชนในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเยาวชนด้วยกัน

ทั้งนี้ หลักการสำคัญของวารสารศาสตร์ มีดังนี้

1) **ความถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริง** ค้นหาและสืบค้นข้อมูล ตรวจสอบ ทวนสอบ ข้อมูลและข้อเท็จจริงอย่างรอบคอบและรอบด้าน ใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และมากเพียงพอเมื่อยืนยันความถูกต้อง โดยเฉพาะแหล่งข้อมูลมีชื่อเสียง (ปฐมภูมิ) (ด้วยการสังเกตการณ์ สัมภาษณ์ และการสำรวจออนไลน์ด้วยตนเอง ฯลฯ) หากใช้แหล่งข้อมูลมีสอง (ทุติยภูมิ) เช่น เว็บไซต์ เอกสารดิจิทัล ควรมีการตรวจสอบ ทวนสอบว่าถ่านหรือวิดีโอจริงไม่มีการตัดต่อหรือตกแต่งเพื่อบิดเบือน หรือเป็นถ่านที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นจริง ๆ และเนื้อหาข่าวมิใช่ข่าวปลอมหรือข่าวลวง ควรตรวจสอบแหล่งข่าว ทั้งนี้หากมีความจำเป็นต้องใช้แหล่งข่าวที่ไม่เปิดเผยชื่อหรือนิรนาม ควรให้มั่นใจว่าได้ทำการตรวจสอบข้อเท็จจริงแล้ว ซึ่งการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลดิจิทัลเหล่านี้ต้องอาศัยทักษะดิจิทัล เช่น ทักษะการใช้ซอฟต์แวร์/แอปพลิเคชันและสื่อสังคมในการสืบค้น รวบรวม คัดสรร คัดกรอง ทวนสอบ และอ้างอิง รวมทั้งการระดมทรัพยากร (crowdsourcing)



- 2) **ความตรงไปตรงมา** ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง ไม่มีอคติ หากเป็นข่าวไม่ควรแสดงความเห็นเข้าไปในเนื้อหาข่าว (ไม่ได้ห้ามให้แสดงความเห็นหรือคอมเมนต์ในเนื้อหาทั่วไป)
- 3) **ความสมดุลและความยุติธรรม** เสนอข้อเท็จจริงทุกด้าน ของทุกฝ่าย ไม่โน้มเอียงด้าน/ฝ่ายใด เป็นกลาง เที่ยงธรรมไม่ลำเอียง
- 4) **ความเป็นอิสระ** ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลหรืออำนาจครอบงำ หรือผลประโยชน์ทับซ้อน (conflict of interest) และยึดมั่นในเสรีภาพของสื่อ
- 5) **ความรับผิดชอบต่อแหล่งข่าว** ผู้รับข่าวสาร ชุมชนและสังคมดิจิทัล และชุมชนและสังคมจริง
- 6) **เคารพและยึดมั่นในสิทธิมนุษยชนและสิทธิเด็ก** ทั้งสิทธิเสรีภาพในการแสดงความเห็นและการแสดงออก สิทธิที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครองจากความรุนแรงออนไลน์ สิทธิที่จะถูกลืม (สิทธิที่จะร้องขอให้มีการลบข้อมูลส่วนบุคคล) และความเป็นส่วนตัวดิจิทัล รวมทั้งสิทธิอื่นดังกล่าวก่อนหน้านี้แล้ว



แนวปฏิบัติสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ
สภาวิชาชีพวิทยุและโทรทัศน์ไทย
สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ เรื่อง การ
ใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน
พ.ศ. ๒๕๖๒



การยกให้ผู้ที่ทำงานสื่อเป็นฐานันดรที่ 4 ในอดีต ด้านหนึ่งเพื่อเป็น
หลักประกันว่าในสังคมจะมีผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบการทำงานของผู้แทนในรัฐสภา
และด้วย "เกียรติ" นี้จึงทำให้บางคนบางกลุ่มที่ล้มเหลว ใช้ความเป็นสื่อ
สร้าง "อิทธิทธิ" แสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น กร่าง เบ่ญ เรียกรับผลประโยชน์
และทำเพื่อประโยชน์ส่วนตน ภาพในอดีตนี้เป็นกระจกสะท้อนภาพอัปลักษณ์
ของคนใช้สื่อ แต่ที่สำคัญ คือ เป็นภาพเตือนใจสำหรับเยาวชนที่สนใจในการ
ทำหน้าที่เป็นนักวารสารศาสตร์เยาวชน ผู้ต้องมีความรับผิดชอบ (responsibility)
ต่อการกระทำในหน้าที่หรือในฐานะฐานันดรที่ 5 มีความซื่อสัตย์สุจริต และมี
วินัยรับผิดชอบ (accountability) ที่พร้อมได้รับการตรวจสอบ ควบคุม และ
ชี้แจงต่อผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม หรือผู้ใช้สื่อดิจิทัล และทำหน้าที่ด้วยความโปร่งใส
หรือโดยรวมคือ การมี "ธรรมสุจริตแห่งสื่อดิจิทัล" (digital media integrity)



3. เปิดประเด็นสำคัญทางสังคม และผลักดัน/
ขับเคลื่อน ผู้การเปลี่ยนแปลง (พัฒนา
ปรับปรุง แก้ไข)

2. ค้นหา/สืบค้น และรวบรวมข้อมูลเชิงลึก นำเสนอ
ผลการวิเคราะห์ข้อเท็จจริง และวิพากษ์เชิงสร้างสรรค์

1. เฝ้ามองและรอเหตุการณ์ เมื่อเกิดเหตุการณ์จึงรายงาน

ลำดับขั้นของวารสารศาสตร์เยาวชน

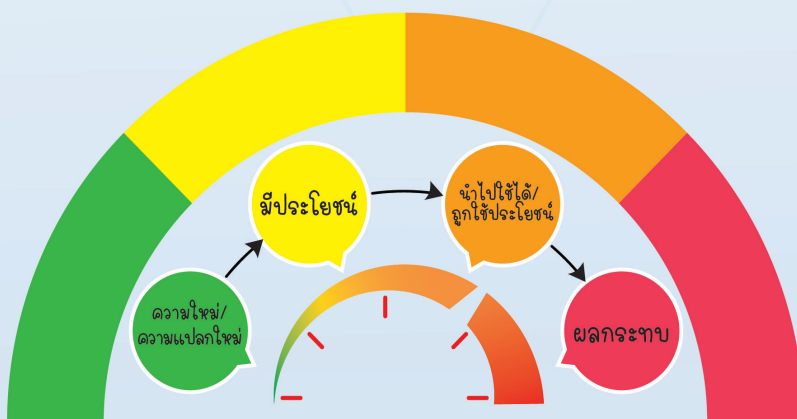
สื่อดิจิทัลจะเป็นคุณมากยิ่งขึ้น หากถูกใช้
อย่างสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในการสร้างนวัตกรรมสื่อ
"นวัตกรรม เราทำได้"

เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้ว่า นวัตกรรมสื่อดิจิทัลมีมิติใดบ้าง



9 นวัตกรรมสื่อดิจิทัล กับเด็กและเยาวชน

อะไรคือ นวัตกรรมสื่อดิจิทัล (digital media innovation) มีคำถามที่จะช่วยตอบดังนี้ สื่อดิจิทัลนั้นมีความใหม่หรือแปลกใหม่จากสื่อที่มีอยู่หรือไม่ หรือมีอะไรเกิดขึ้นใหม่หรือเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมหรือไม่ สื่อดิจิทัลที่ออกแบบและนำเสนอ สร้างหรือผลิตขึ้นนั้น มีประโยชน์หรือมีคุณค่าและหรือมูลค่าต่อองค์กร ชุมชน และสังคมหรือไม่ สามารถนำไปใช้ได้จริงหรือไม่ และมีการนำไปใช้จริงหรือไม่ การนำไปใช้นั้นมีผลกระทบในเชิงบวกต่อชุมชนและสังคมหรืออย่างน้อยมีผลกระทบในเชิงบวกกับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ถ้ามีคำตอบต่อคำถามทั้งหมดว่า "ใช่" นั่นคือ นวัตกรรมสื่อดิจิทัล



นวัตกรรมสื่อดิจิทัลครอบคลุมทั้งมิติด้านเนื้อหาดิจิทัล รูปแบบ/วิธีการ
ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์/แอปพลิเคชัน และฐานข้อมูลดิจิทัล ดังตัวอย่างต่อไปนี้

มิติของความรู้ใหม่ และความแปลกใหม่	สื่อกลางดิจิทัล	สื่อเสียงดิจิทัล	สื่อภาพและ เสียงดิจิทัล	เกมดิจิทัล	กิจกรรมดิจิทัล
เนื้อหา	เรื่องราวในภาพ	เนื้อร้อง/เรื่องราว	เรื่องราว	เนื้อเรื่อง	เรื่องราว/ประเด็น
รูปแบบ	วิธีการถ่าย/ มุมมอง	เมโลดี้ดนตรี/ เพลง/เสียง/ เสียงประกอบ	วิธีการนำเสนอ เสนอรายการ	การเล่นเกม (gameplay)	วิธีการเสนอ
ซอฟต์แวร์/ แอปพลิเคชัน	ซอฟต์แวร์/ แอปพลิเคชัน ในการตกแต่ง ภาพ	ซอฟต์แวร์/ แอปพลิเคชัน ในการบันทึก สร้างเสียง และ ตัดต่อเสียง	ซอฟต์แวร์/ แอปพลิเคชัน ในการบันทึก และตัดต่อภาพ และเสียง และ สร้างเอฟเฟกต์ พิเศษ	ซอฟต์แวร์ ในการ ออกแบบ และ พัฒนาเกม	ซอฟต์แวร์/ แอปพลิเคชัน ในการสร้างสรรค์ กิจกรรมเสมือน
ฮาร์ดแวร์	กล้อง เลนส์ แผ่นกรองแสง	อุปกรณ์ บันทึกเสียง/ ผสมเสียง	อุปกรณ์ บันทึกภาพ และเสียง	อุปกรณ์ การเล่น และ อุปกรณ์เสริม (gaming gear)	อุปกรณ์ในการ สร้างสรรค์และ เข้าร่วมกิจกรรม
ฐานข้อมูล ดิจิทัล ⁹	เว็บไซต์ หรือการให้บริการในฐานะตัวกลางการสื่อสารและการเชื่อมต่อ				

ตัวอย่างรายการยูทูป ซึ่งเป็นสื่อภาพและเสียงดิจิทัล ความใหม่และความแปลกใหม่เกิดได้จากการมี (1) เนื้อหา คือ เรื่องราวหรือ "สาร" (message) ที่อยู่ในรายการ หรือสิ่งที่นำเสนอในรายการที่ใหม่จากเดิม หรือไม่เคยมีการนำเสนอมาก่อน (2) รูปแบบ คือ วิธีการนำเสนอรายการใหม่หรือแปลกใหม่ เช่น รูปแบบรายการแบบเดิมที่เริ่มต้นด้วย (ก) บั๊กรเกริ่นนำเข้ารายการ (ข) เข้าเรื่องด้วยภาพและเสียงของผู้ให้สัมภาษณ์ (ค) เข้าภาคบรรยายด้วยเสียง (ง) ... (จ) ... (ฉ) ... ผู้ผลิตอาจสร้างสรรค์รายการใหม่ด้วยการจัดลำดับวิธีการใหม่ด้วยการนำส่วน (ข) ขึ้นก่อน ตามด้วย (ก) (ฉ) และ ... แทนวิธีการนำเสนอแบบเดิม นอกจากนี้ ผู้ผลิตรายการอาจพัฒนาซอฟต์แวร์/แอปพลิเคชันและฮาร์ดแวร์ในการบันทึก และตัดต่อภาพและเสียง รวมทั้งอาจสร้างฐานข้อมูลดิจิทัลของตนเองขึ้นทดแทนการนำรายการออกทางยูทูป ดังนั้นซอฟต์แวร์/แอปพลิเคชัน ฮาร์ดแวร์ และฐานข้อมูลสื่อดิจิทัล (รวมการออกแบบส่วนต่อประสานใหม่/แปลกใหม่) ก็คือ นวัตกรรมสื่อดิจิทัล

⁹ ตัวอย่าง แอปพลิเคชัน, ภูเก็ต, อีเบย์ และเปซบุ๊ก



ตัวอย่างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน

เนื้อหา	เรื่องราวการใช้ชีวิตของคนแม่วัยใส จากมุมมองของคนแม่วัยใสเองที่ไม่เคยถูกนำเสนอ
รูปแบบ/วิธีการนำเสนอ	นำเสนอด้วยการผสมผสานระหว่างภาพจริงกับแอนิเมชันแบบร่าง ด้วยการสลับไปมาระหว่างภาพจริงกับแอนิเมชันแบบใหม่
แอปพลิเคชัน	- แอปพลิเคชัน NetCare สำหรับผู้ปกครอง ใช้ในกำหนดเวลาใช้อินเทอร์เน็ตของเด็กและเยาวชน กำหนดช่วงพักการใช้งาน พักการใช้งานแอปพลิเคชัน และการติดต่อฉุกเฉิน - แอปพลิเคชัน Teen's Mind สำหรับผู้ปกครองได้เรียนรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงดูวัยรุ่น - แอปพลิเคชัน Hero (Health and Education Reintegrating Operation) สำหรับครู เพื่อช่วยเหลือสถานจิตนักเรียน และเชื่อมโยงครูกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ - แอปพลิเคชัน "คุ้มครองเด็ก" แจ้งเหตุช่วยเหลือเด็กและเยาวชนที่ประสบปัญหา - แอปพลิเคชัน RethinkTM ให้ผู้ใช้หยุดคิดก่อนจะส่งข้อมูลที่อาจทำร้ายจิตใจผู้อื่น

ตัวอย่างผลงานของณัฐริชต์ สาเมาะ และคณะ (2562)

ได้การออกแบบและพัฒนาเพชฌัญญ์แฉ่งแฉ่งให้เยาวชนร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาเชิงบวก เพื่อสร้างความตระหนักต่อปัญหาความรุนแรงออนไลน์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการบูรณาการข้ามศาสตร์ทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศ สังคมศาสตร์ และสุขภาพ ซึ่งเป็นนวัตกรรมทางสังคม การใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงศาสตร์ต่าง ๆ เป็นฐานความรู้ และใช้ความร่วมมือในการสร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัล โดยมีเป้าประสงค์ให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม จึงเป็นนวัตกรรมสื่อสังคม (social media innovation) ที่เป็นนวัตกรรมกระบวนการผลิตสื่อดิจิทัล (digital media production innovation) รูปแบบใหม่



มีความพยายามจากผู้ใหญ่ที่ประสงค์จะให้ความช่วยเหลือ ปกป้องคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากการใช้สื่อออนไลน์ด้วยการสร้างนวัตกรรมสื่อดิจิทัลหลายลักษณะ แต่ต้องเผชิญกับจำนวนการเข้าถึงและใช้งาน เพราะกระบวนการออกแบบและพัฒนา/สร้าง/ผลิตมาจากริธีคิดที่เป็น "ความต้องการของผู้ใหญ่" ในบางครั้งไม่ได้คำนึงถึงความต้องการหรือ "ความคิดเห็นของเด็ก" แนวทางหนึ่งในการเพิ่มจำนวนการเข้าถึงและใช้งานและบรรลุเป้าหมายของการสร้างนวัตกรรมสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คือ **การร่วมสร้างสรรค์** (co-creation) ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างเด็กและเยาวชนกับผู้ใหญ่ ตลอดจนอาจมีส่วนร่วมของชุมชนและสังคมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรการนอกภาครัฐ และภาคประชาสังคม ในการสร้างนวัตกรรมสื่อในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นตอนก่อน ระหว่าง และหลังในกระบวนการสร้างสรรค์ กล่าวคือ ขั้นตอนเตรียมการ วางแผน ประเมินความเหมาะสม และการวางแผนใดจริง ฯลฯ คือ ขั้นตอนก่อนการสร้างหรือผลิต ส่วนขั้นตอนระหว่างการสร้างสรรค์ คือ ขั้นตอนการสร้างหรือผลิตผลงาน และขั้นตอนหลังการสร้างสรรค์ คือ ขั้นตอนของการนำผลงานไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการนำไปใช้หรือเผยแพร่จริง และการติดตามประเมินผลการเปิดรับหรือใช้งาน ฯลฯ



ครูชนและสัณโดม

การร่วมสร้างสรรค์
(co-creation)

ผู้ใหญ่

เด็กและเยาวชน

“

"เออวะ แนวตรรกะสื่อดิจิทัลมีหลายแบบ
แต่ทำไรวะ ให้มันแปลกใหม่หรือแตกต่าง"
(ภาษาของชาวเน็ต)

เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้วิธีคิด
เพื่อการสร้างแนวตรรกะสื่อดิจิทัล

”



10 การคิดเพื่อการสร้างนวัตกรรมที่ดีจ้กัล

การคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมมีหลากหลายมิติ แต่หากเลือกการคิดเพื่อเป้าหมาย คือ การสร้างนวัตกรรมที่ดีจ้กัล อาจเลือกใช้จากการคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงออกแบบ และการคิดเชิงดิจิทัล ซึ่งแต่ละการคิดมีขั้นตอนดังนี้

การคิดสร้างสรรค์

(creative thinking)
(ชาญณรงค์ บรรจุงโจจัน, 2546)

- การกำหนดปัญหา
- การรวบรวมข้อมูล
- การวิเคราะห์ข้อมูล
- การคัดเลือกข้อมูล
- การประมวลความคิด
- การสังเคราะห์
- การประเมินผล

การคิดเชิงออกแบบ

(design thinking)
(Institute of Design at
Stanford, n.d.)

- การเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย
- การกำหนดปัญหา
- การสร้างแนวคิด (ideate)
- การสร้างต้นแบบ (prototype)
- การทดสอบต้นแบบ

การคิดเชิงดิจิทัล

(digital thinking)
(Kumar et al., 2020)

- การรวบรวมข้อมูล
- การวิเคราะห์ข้อมูล
- การแทนข้อมูล
- การแก้ปัญหา
- การกำหนดสาระสำคัญ (abstractions)
- ขั้นตอนวิธีและกระบวนการ (algorithm & procedure)
- การทำให้ข้อมูลเป็นแบบขนาน (palletization) (ทำให้แก้ปัญหาได้เป็นลำดับ)
- การทำให้เป็นอัตโนมัติ
- การจำลอง (simulation)



ขั้นตอนในแต่ละการคิดข้างต้น ไม่ได้แยกขาดจากกันตายตัว แต่มีความสัมพันธ์กัน และบางขั้นตอนสามารถย้อนกลับได้ เช่น การคิดเชิงออกแบบ ในขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอาจต้องทำอีกครั้งหรือทำย้อนกลับหากพบว่าต้นแบบยังไม่สามารถตอบจุดเจ็บปวด (pain point) ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้

จากตารางข้างต้นพบความเหมือนและความต่างของการคิดทั้ง 3 และแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของข้อมูล ทั้งการได้มา การวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบและสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ชุดการคิดเหล่านี้ยังสะท้อนความสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

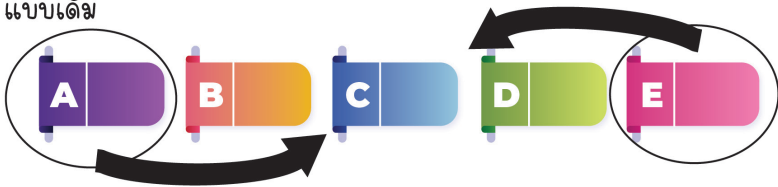
- 1) **การรู้เป้าหมาย** คือ รู้ว่าจะทำอะไร มีจุดมุ่งหมายอะไร ใครคือ ผู้รับสาร หรือผู้ใช้สื่อกลุ่มเป้าหมาย เขาเหล่านั้นมีธรรมชาติอย่างไร และเขาต้องการอะไร ฯลฯ
- 2) **การหาปัญหา และกำหนดปัญหา** ให้ชัดเจน
- 3) **การลองทำ** ลองสร้างสรรค์ ด้วยการเลือกเนื้อหา รูปแบบ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับเป้าหมาย

การนำวิธีคิด ขั้นตอน หรือกระบวนการของการคิดข้างต้นไปใช้ สามารถทำตามขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนจบ หรือเริ่มต้นใหม่ในทุกขั้นตอนทั้งกระบวนการ หรือรวบรวมขั้นตอนเพื่อทำคู่ขนาน หรือเริ่มใหม่จากขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น เช่น ความอึดของข้อมูล และความพร้อมของผู้สร้างสรรค์ และหรือทีมสร้างสรรค์ และหัวใจสำคัญของการคิด คือ **การเรียนรู้ของตนเอง และหรือทีม**

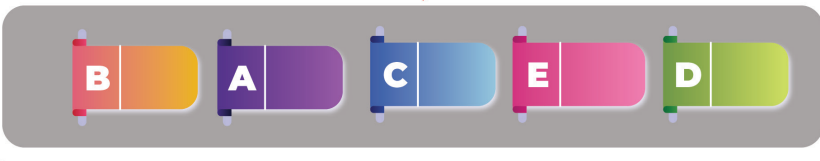
การคิดสามารถทำได้โดยลำพังคนเดียว หรือร่วมกันคิดได้ ตัวอย่างของการคิดด้วยตนเอง

- 1) การคิดสิ่งตรงข้าม เช่น คนกับวัตถุนั้นของ สิ่งมีชีวิตกับสิ่งไม่มีชีวิต กลางวันกับกลางคืน น้ำกับไฟ
- 2) การเปลี่ยนจากสิ่งหนึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่ง เช่น เปลี่ยนการนั่งดนตรี/เพลง เป็นการเต้นหรือวาดภาพ
- 3) การจัดระเบียบการคิดด้วยหมวด 6 ใบ จำแนกการคิดตามสีของหมวด โดยให้หมวดสีเขียวเป็นข้อมูลสารสนเทศ หมวดสีแดงเป็นความรู้สึก หมวดสีน้ำเงินเป็นเหตุผลด้านลบ หมวดสีเหลืองเป็นเหตุผลด้านบวก หมวดสีชมพูเป็นการคิดสร้างสรรค์ และหมวดสีฟ้าเป็นการควบคุมวิธีการคิด (De Bono, 1990)
- 4) การทำแผนที่ความคิด (mind mapping) โดยเลือกคำหรือความคิด เพื่อขยาย จำแนก และเชื่อมต่อเป็นภาพ ด้วยถาวยาว กรอบสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม วงกลม ฯลฯ ในแบบต่าง ๆ เช่น แบบใยแมงมุม และแบบวงกลมกับข้อเหวี่ยง
- 5) การเขียนถาวยาวหรือข้อความลงบนกระดาษตามลำดับเรื่องราว/เหตุการณ์/ขั้นตอน จากนั้นลองเปลี่ยนลำดับเพื่อสร้างและหาทางเลือกใหม่ (ลองสลับลำดับของการดำเนิน)

แบบเดิม



แบบใหม่ที่ได้



วิธีการร่วมกันคิด หรือคิดแบบกลุ่ม นอกจากปรับใช้วิธีคิดแบบเดี่ยวหรือด้วยตนเองดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีวิธีการอื่น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- 1) การระดมสมอง (brainstorming) เปิดโอกาสให้ทุกคนในทีมมีส่วนร่วม แสดงความเห็นอย่างอิสระ ไม่ตัดสิน ไม่ตัดออก แต่ร่วมกันแสดงความคิดเห็น และร่วมตัดสินใจเพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุด
- 2) การสวมบทบาทในสถานการณ์ (bodystorming) การให้ทีมมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันเพื่อหาปัญหาและความคิดใหม่ ๆ จากการสวมบทบาทในสถานการณ์ที่จำลองขึ้นหรือในสถานการณ์จริง เช่น การจำลองการใช้แอปพลิเคชันที่คิดว่า จะเริ่มพัฒนา โดยให้เพื่อนในทีมสวมบทบาทเป็นแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการใช้งานกับเพื่อน ๆ และให้ทีมร่วมกันอภิปรายในประเด็นต่าง ๆ



สิบเอ็ดช่าง ในการสร้างนวัตกรรมที่ดีมีค่า

ช่างคิด (คิดได้หลากหลายแนวทาง เช่น คิดเป็นเหตุเป็นผล คิดแบบเชื่อมโยง เครือข่าย คิดละเอียดรอบคอบ และยึดหยุ่นในการคิด)

ช่างจินตนาการ (อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ ยกให้จินตนาการมีความสำคัญมากกว่าความรู้ โดยเขากล่าวว่า "Imagination is more important than knowledge. For knowledge is limited to all we now know and understand, while imagination embraces the entire world, and all there ever will be to know and understand.")

ช่างสังเกต (ดูองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบแวดล้อม)

ช่างสงสัย (ไม่เชื่อในคำบอกเล่า/อ้างในทันที)

ช่างถาม (หาข้อมูล ข้อเท็จจริง)

ช่างเดา (บนฐานข้อมูล ข้อเท็จจริง ความรู้)
 ช่างหาทางออก (ทางเลือกอาจมีมากกว่าหนึ่ง)
 ช่างท้าทายและกล้าหาญ (ปัญหาไว้ให้แก้ไข โจทย์ชีวิตมีไว้ให้ขบคิด)
 ช่างยอมรับความเสีย (ความผิด/ความผิดพลาดทำให้เราเรียนรู้ (เพื่อการพัฒนาและเติบโต))
 ช่างห่วงใยตนเอง ผู้อื่น สังคม และสิ่งแวดล้อม
 ช่างสร้างสรรค์

เด็กและเยาวชน

กล้าคิด
 กล้าแสดงออก
 กล้าเสีย
 กล้าทำ

ผู้ใหญ่

เปิดใจรับฟัง (ไม่ยึดติดความคิดเกี่ยวกับความอาวุโสที่ถือว่าเด็ก ผู้น้อยต้องฟัง/เชื่อฟังผู้ใหญ่)

เรียนรู้จากเด็กและเยาวชน (มีหลายสิ่งหลายอย่างที่เราไม่รู้ และการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลา)

เรียนรู้ร่วมกับเด็กและเยาวชน (เป็นฐานสำคัญของการพัฒนา)

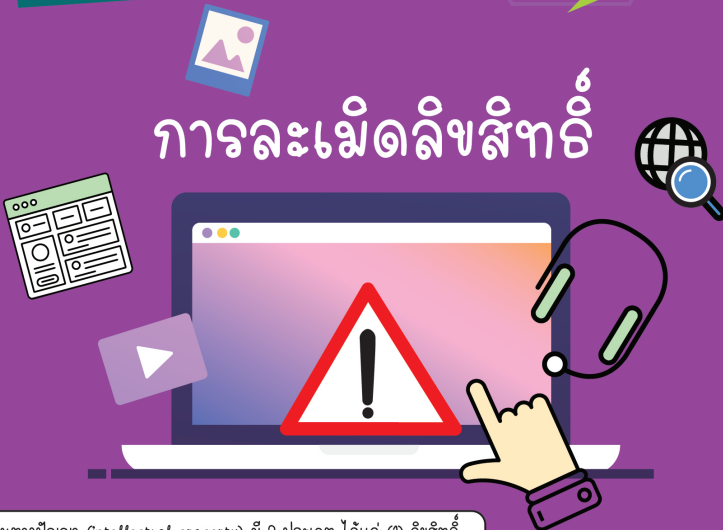




นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ เป็นทรัพย์สินทางปัญญา และ
ส่วนหนึ่งเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ คนจำนวนหนึ่งไม่รู้ว่างานใด
เป็นงานอันมีลิขสิทธิ์และงานใดไม่ถือเป็นงานลิขสิทธิ์¹⁰
เราสามารถใช้งานลิขสิทธิ์ได้จากการขออนุญาต และการใช้งาน
ที่เป็นธรรม ฯลฯ หลายคนจึงกระทำละเมิดลิขสิทธิ์ด้วยความไม่รู้

เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ในสิ่งประดิษฐ์

การละเมิดลิขสิทธิ์



10 ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) มี 2 ประเภท ได้แก่ (1) ลิขสิทธิ์
และ (2) ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมประเภทที่ 2 ประกอบด้วยสิทธิบัตร
แบบประดิษฐ์ของวรรณกรรม เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า ชื่อทางการค้า
และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมที่เว็บไซต์กรมทรัพย์สินทางปัญญา
<http://www.ipthailand.go.th/th/>)

๑๑ สื่อดิจิทัล กับลิขสิทธิ์

- ตัวอย่างต่อไปนี้ คือ การกระทำอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์
- การนำเพลงของคนอื่นมาร้องใหม่ หรือ cover ทำเป็นคลิปวิดีโอและเผยแพร่ทางสื่อสังคม โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์
 - การนำภาพยนตร์เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์และสื่อสังคม โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ (อาจมาร้องกับชวนเล่นบนออนไลน์)
 - การติดตั้งและใช้งานซอฟต์แวร์โดยไม่มีหนังสืออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ เช่น ซอฟต์แวร์ทำกราฟิก และซอฟต์แวร์สร้างแอปพลิเคชันพิเศษในการผลิตสื่อดิจิทัล
 - การถือภาพถ่าย วิดีโอ หรือกราฟิกของคนอื่นเพื่อใช้ประโยชน์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์



แม้ประเทศไทยได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 และต่อมาได้ยกเลิกและประกาศใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ประกอบกับความพยายามในการป้องกันและปราบปรามการละเมิด ทั้งยังมีการรณรงค์สร้างจิตสำนึก/การปลูกฝังค่านิยมการใช้สินค้าและบริการที่ไม่ละเมิด แต่ประเด็นปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เกิดขึ้นมาอย่างยาวนาน และยังคงอยู่ทั้งจากความไม่รู้ และมีเจตนาจะกระทำความผิด ทั้งนี้สาระสำคัญของกฎหมายฉบับนี้ มีดังนี้

- 1) **ลิขสิทธิ์** คือ สิทธิแต่ผู้เดียวที่จะทำการใด ๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น
- 2) **งานอันมีลิขสิทธิ์** คือ งานสร้างสรรค์ประเภทวรรณกรรม (งานนิพนธ์ที่ทำขึ้นทุกชนิด รวมถึงโปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้วย) นาฏกรรม ศิลปกรรม ได้แก่ งานจิตรกรรม งานประติมากรรม งานสถาปัตยกรรม งานภาพถ่าย งานภาพยนตร์ ประกอบ แผนภาพ โดรงสร้าง ภาพร่างหรืองานสร้างสรรค์ รูปทางสามมิติ งานศิลปะประยุกต์ รวมทั้ง ภาพถ่ายและแผนผังของงานดังกล่าวด้วย) ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ ของผู้สร้างสรรค์ ไม่ว่างานดังกล่าวจะแสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบอย่างไร
- 3) **การคุ้มครอง** เจ้าของลิขสิทธิ์ มีสิทธิแต่ผู้เดียวในการ (1) ทำซ้ำหรือดัดแปลง (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน (3) ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนาของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ และสิ่งบันทึกเสียง (4) ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น (5) อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิตาม (1) (2) หรือ (3) โดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างไรก็ได้ (แต่เงื่อนไขดังกล่าวจะกำหนดในลักษณะที่เป็นการจำกัดการแข่งขันโดยไม่เป็นธรรมไม่ได้)
- 4) **งานที่ได้รับการคุ้มครองนับแต่วันที่เจ้าของได้สร้างสรรค์ และมีอายุอีก 50 ปี** นับจากเจ้าของลิขสิทธิ์ถึงแก่ความตาย จึงไม่ต้อไป "จดลิขสิทธิ์" แต่หากประสงค์จะขอแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ก็สามารถทำได้

5) **งานต่อไปไม่ใช่ถือเป็นงานลิขสิทธิ์** คือ (1) ข่าวประจำวัน และข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่มีลักษณะเป็นเพียงข่าวสารอันมิใช่งานในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ (2) รัฐธรรมนูญ และกฎหมาย (3) ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง คำชี้แจง และหนังสือตอบโต้ของกระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่น (4) คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายงานของทางราชการ (5) คำแปลและการรวบรวมสิ่งต่าง ๆ ตาม (1) ถึง (4) ที่กระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่น จัดทำขึ้น นอกจากนั้นกฎหมายไม่ให้ความคุ้มครองกับความผิด หรือขึ้นตอน กรรณวิธี หรือระบบ หรือวิธีใช้ หรือทำางาน หรือแนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์

6) **การละเมิดลิขสิทธิ์** คือ การกระทำที่ผู้กระทำรู้อยู่แล้วหรือมีเหตุอันควรรู้ว่า งานใดได้ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น เป็นการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง แก่งานนั้นเมื่อหากำไร ผู้นั้นกระทำการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำดังต่อไปนี้

- (1) ขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือเสนอให้เช่าซื้อ
- (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- (3) แจกจ่ายในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์
- (4) นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร

7) ลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์

ใส่ตัวต้นวัสดุ ลายพิมพ์ สิ่งบันทึกเสียง	ทำซ้ำหรือ ดัดแปลง	เผยแพร่ต่อ สาธารณชน	เผยแพร่ซ้ำ	ให้เช่าต้น ฉบับหรือ สำเนา	จัดให้ประชาชน ฟัง/ชม โดย เรียกเก็บเงิน หรือผลประโยชน์ อื่นใดทางการค้า	จัดทำใส่ ตัวต้นวัสดุ ไม่ว่าทั้งหมด หรือบางส่วน	ทำซ้ำโดย การบันทึก ในระหว่ง การฉายใน โรงภาพยนตร์
ละเมิดลิขสิทธิ์	ละเมิด	ละเมิด	ละเมิด	ละเมิด	ละเมิด	ละเมิด	ละเมิด
งานแบบเสียง แบบร่าย			ละเมิด		ละเมิด	ละเมิด	
โปรแกรม คอมพิวเตอร์	ละเมิด	ละเมิด		ละเมิด			
งานอื่น ลิขสิทธิ์อื่น	ละเมิด	ละเมิด					

- อย่างไรก็ตาม กฎหมายกำหนดข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ โดยการกระทำ
แก่งานอันมีลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นดังต่อไปนี้ มิให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์
- (1) วิจัยหรือศึกษางานนั้น อันมิใช่การกระทำเพื่อหากำไร
 - (2) ใช้เพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือเพื่อประโยชน์ของตนเองและบุคคลอื่น
ในครอบครัวหรือญาติสนิท
 - (3) ดัดแปลง วิจารณ์ หรือแนะนำผลงานโดยมีการรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์
ในเวลานั้น
 - (4) เสนอรายงานข่าวทางสื่อสารมวลชนโดยมีการรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์
ในเวลานั้น
 - (5) ทำซ้ำ ดัดแปลง นำออกแสดง หรือทำให้ปรากฏ เมื่อประโยชน์ในการนิยาม
ของศาลหรือเจ้าหน้าที่ซึ่งมีอำนาจตามกฎหมาย หรือในการรายงานผล
การนิยามดังกล่าว
 - (6) ทำซ้ำ ดัดแปลง นำออกแสดง หรือทำให้ปรากฏโดยผู้สอนเพื่อประโยชน์
ในการสอนของตน อันมิใช่การกระทำเพื่อหากำไร
 - (7) ทำซ้ำ ดัดแปลงบางส่วนของงาน หรือตัดทอนหรือทำบาตรรูปโดยผู้สอนหรือ
สถาบันศึกษา เพื่อแจกจ่ายหรือจำหน่ายแก่ผู้เรียนในชั้นเรียนหรือในสถาบัน
ศึกษา ทั้งนี้ ต้องไม่เป็นการกระทำเพื่อหากำไร
 - (8) นำงานนั้นมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการถามและตอบในการสอบ

ทั้งนี้ หลักการสำคัญ คือ ต้องไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์จากงานอันมี
ลิขสิทธิ์ตามปกติของเจ้าของลิขสิทธิ์ และไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิอันชอบด้วย
กฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร

ถ้าไม่ซื้องานอันมีลิขสิทธิ์มาใช้เมื่อประโยชน์ในการพาณิชย์ เรามีทางเลือกสำหรับการไม่กระทำละเมิด เช่น

- 1) เลือกใช้ผลงานที่ให้ใช้ฟรีจากเว็บไซต์ที่ให้บริการฟรี (เฉพาะส่วน และมักมีส่วนบริษัทยาที่ต้องจ่ายเงิน) ซึ่งมีให้เลือกทั้งงานนิ่ง วิดีโอ ตัวอักษร กราฟิก สัญลักษณ์ (icon) เสียงประกอบงาน (sound effect: SFX) และแผ่นแบบ (template) สำหรับสไลด์/โปสเตอร์ ฯลฯ
- 2) เลือกใช้ผลงานสัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์ (Creative Commons: CC)
- 3) ขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อนใช้
- 4) ยึดหลักการใช้งานลิขสิทธิ์อย่างเป็นธรรม เช่น ในการรายงานข่าวเกี่ยวกับงานยุทธวิธีใหม่ ต้องมีภาพไม่เกินร้อยละ 10 หรือ 3 นาที โดยไม่สปอยล์ (spoil) หรือการใช้เพลงที่มีลิขสิทธิ์ได้ไม่เกินร้อยละ 10 หรือ 30 วินาทีของแต่ละงาน และห้ามดัดแปลงทำนองหรือส่วนอันเป็นสาระสำคัญ
- 5) เลือกใช้ซอฟต์แวร์โอเพนซอร์ส (open source software: OSS) และซอฟต์แวร์เสรี (free software)



ครีเอทีฟคอมมอนส์
(Creative Commons: CC)



ดาวน์โหลด คู่มือการใช้
งานลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรม
กรมทรัพย์สินทางปัญญา

แต่ที่ดีที่สุด คือ การสร้างสรรค์ด้วยตนเอง เมื่อเปลี่ยนจาก "ผู้กระทำละเมิด" (ผิดกฎหมาย) หรือ "ผู้ใช้" (user) เป็น **"นักสร้างสรรค์"** (creator) เมื่อเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ และสร้างรายได้

สื่อดิจิทัลมีคุณลักษณะแตกต่างจากสื่อเดิม
เป็นอย่างมาก การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลจึงต่างจาก
การรู้เท่าทันสื่อเดิม โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในกรอบใหญ่
ของการรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy)

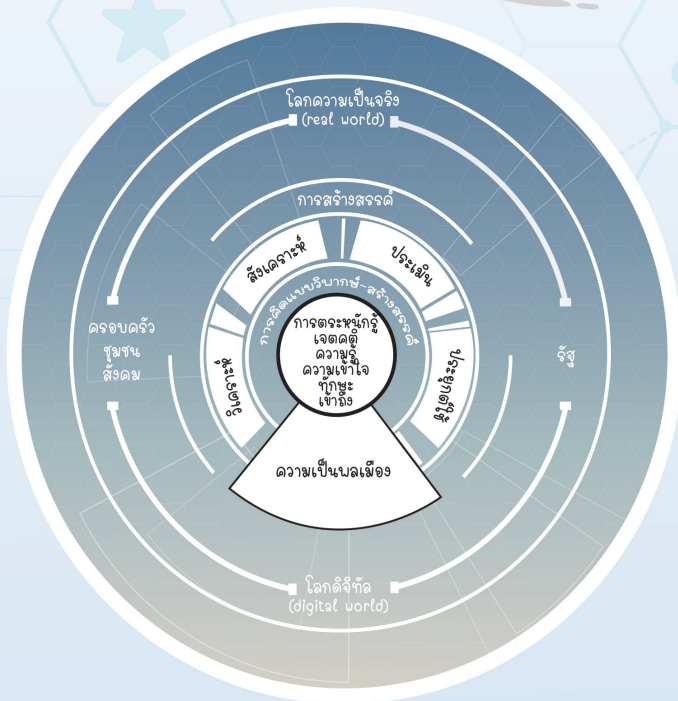
เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้ว่า การรู้เท่าทันดิจิทัล
ที่ครอบคลุมสื่อดิจิทัลเป็นอย่างไร

ผู้รับสื่อ

เด็กไทยยุคใหม่
รู้เท่าทันดิจิทัล



12 การรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy)



ปรับจาก วีรพงษ์ พลนิกกิจ (2563). สื่อดิจิทัลกับสังคมและสังคมดิจิทัล. นครราชสีมา

การรู้เท่าทันดิจิทัล คือ การที่บุคคล

- 1) ตระหนักรู้ มีเจตคติที่ดี มีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญ คุณลักษณะ ของสื่อดิจิทัล การสื่อสารดิจิทัล และกลไก/วิธีการการใช้งาน ฯลฯ

- 2) มีทักษะในการใช้ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ เช่น ทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบคอมพิวเตอร์ และแอปพลิเคชัน ทักษะการใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์ และสามารถโฟกัส และทักษะการใช้หุ่นยนต์สังคมหรือโรบอตสังคม
- 3) เข้าถึงซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ต เข้าถึงข้อมูล สารสนเทศ และความรู้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- 4) คิดแบบวิพากษ์-สร้างสรรค์ คือ คิดอย่างมีวิจารณญาณ สะท้อนความคิด และคิดสร้างสรรค์
- 5) วิเคราะห์ สังเคราะห์ ประเมิน และประยุกต์ใช้
- 6) สร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

การรู้เท่าทันดิจิทัลเป็นพลวัต ไม่หยุดนิ่ง เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลอย่างต่อเนื่อง ทำให้เป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิตและเกิดขึ้นในระดับสังคมโดยรวม เมื่อคนในสังคมมีลักษณะดังกล่าว ทำให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน

วิเคราะห์

สังเคราะห์

ประเมิน

สร้างสรรค์

วิเคราะห์

จำแนก แยก ดูความต่าง
จัดแบ่งกลุ่ม/ประเภท
อย่างละเอียด

สังเคราะห์

ผสมผสาน รวบรวมเป็นแบบแผน
ระบบ ความคิดแบบองค์รวม
(จากความรู้และการวิเคราะห์)

ประเมิน

ตัดสิน ให้ค่า/คุณค่า (บนข้อเท็จจริง
หลักฐาน และกฎเกณฑ์
เกณฑ์มาตรฐาน ค่านิยมของสังคม
และความดีเห็น)

สร้างสรรค์

ออกแบบ พัฒนา
สร้างหรือผลิตขึ้น

การรู้เท่าทันดิจิทัล ไม่ได้เกิดขึ้นทั้งในโลกจริง (เชิงกายภาพ) เท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นในโลกดิจิทัลหรือในพื้นที่ไซเบอร์ การผสมผสานโลกความเป็นจริงกับโลกดิจิทัลนี้เป็นหัวใจสำคัญของการทำความเข้าใจการรู้เท่าทันดิจิทัล

นอกจากนี้ครอบครัว ชุมชน สังคม มีส่วนสำคัญในการเอื้ออำนวย/ส่งเสริม ทำให้คนมีการรู้เท่าทันดิจิทัลอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ และรัฐก็มีส่วนที่และความรับผิดชอบในการพัฒนาทักษะทางดิจิทัลของพลเมืองเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล และสร้างความเท่าเทียมทางดิจิทัล บนฐานคิดของความเป็นพลเมือง

ตัวอย่างคำถามที่สะท้อนการเป็นผู้รู้เท่าทันดิจิทัลด้านการคิดแบบวิพากษ์-สร้างสรรค์ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมิน

- 1) เนื้อหาดิจิทัลเป็นเรื่องอะไร
- 2) ใครคือ ผู้สร้างสรรค์ (ผู้เขียน ผู้โพสต์ ผู้ออกแบบ ผู้ผลิตเนื้อหา) มีการอ้างอิงหรือไม่ หรือเนื้อหาถูกนำมาจากแหล่งใด
- 3) มีความหมายโดยตรง (ตามตัวอักษร หรือถ้อยคำ) หรือมีความหมายแฝงหรือไม่ โดยนัยหรือไม่ อย่างไร
- 4) มีความเป็นเหตุเป็นผลหรือไม่ มีความขัดแย้งกันเองหรือไม่



เด็กไทยยุคใหม่ รู้เท่าทันดิจิทัล



- 5) มีความสอดคล้องตรงกันกับแหล่งข้อมูลอื่นหรือไม่
- 6) เนื้อหา นั้นเป็นข้อเท็จจริง ความเชื่อ หรือความคิดเห็น หรือผสมผสานกันอยู่
- 7) ข้อเท็จจริงจากมุมมองของใคร หากเป็นความคิดเห็น เป็นความคิดเห็น
ของใคร เป็นความคิดเห็นส่วนตัว ความคิดเห็นของกลุ่มใหญ่ หรือความคิดเห็น
ของคณะผู้น้อย (เสียงส่วนใหญ่มีความหมายว่ามีความน่าเชื่อถือ)
- ข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นมีความสำคัญต่อเรื่องใดบ้าง และมีใครได้ประโยชน์
หรือเสียประโยชน์
- 8) เรื่องนี้มีคุณค่าหรือไม่ มีคุณค่าต่อใครหรือกลุ่มใด อย่างไร และตัวเราเอง
มีความเห็นต่อเรื่องนี้อย่างไร
- 9) การเลือกสำหรับการตัดสินใจมีกี่ด้าน และแต่ละทางเลือกจะเกิดผลลัพธ์หรือ
ผลกระทบใดได้บ้าง
- 10) หากจะสร้างสรรค์ จะเลือกสร้างนวัตกรรมสื่อใด



เด็กไทยยุคใหม่ รู้เท่าทันดิจิทัล

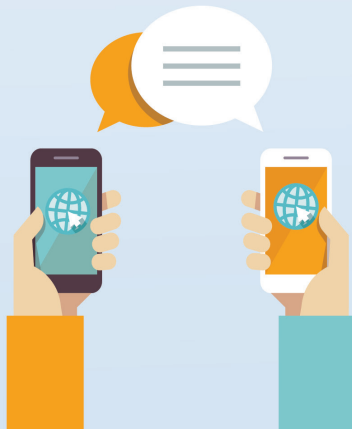
- เนื้อหาตรงกับแหล่งอื่นหรือไม่?
- เชื่อถือได้หรือไม่?
- ความคิดเห็นมีความสำคัญต่อเรื่องใด?
- เนื้อหา มีคุณค่าหรือไม่?
- เกิดผลลัพธ์หรือผลกระทบหรือไม่?
- หากสร้างสรรค์ จะเลือกสร้างนวัตกรรมสื่อใด



ตัวอย่างการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินเนื้อหาดิจิทัลในเว็บไซต์ สื่อมวลชน เช่น มิติชนออนไลน์ ไทยรัฐออนไลน์ เดลินิวส์ และโพสต์ทูเดย์ พบว่า

- 1) มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความคล้ายคลึงกับข่าว บทความ หรือสารคดีวางในตำแหน่งเดียวกัน
- 2) ใช้ข้อความในลักษณะการবাদหัวข่าว ข้อความอ้างอิงผลจากการใช้ของผู้ใช้สินค้า และผลการทดสอบของผู้เชี่ยวชาญ พร้อมถามประกอบ
- 3) บางเนื้อหาใช้คำว่า "ผู้สื่อข่าว" ในฐานะผู้สัมภาษณ์ผู้ใช้สินค้า และแพทย์ และยักร่นเสนอคอมเมนต์ในด้านบวกที่ถูกสร้างขึ้นหรือคัดลอกมา
- 4) ใช้ภาษาอังกฤษ ตัวอักษรขนาดเล็ก และสีจาง ๆ เช่น "Sponsored" "Sponsor" ภาษาไทยคือ ได้รับการสนับสนุน หรือผู้สนับสนุน "AD" "Ads" (AD คือ advertisement/advertising) ภาษาไทยคือ โฆษณาหรือการโฆษณา และ "PR" (PR คือ public relations) ภาษาไทยคือ การประชาสัมพันธ์
- 5) บางส่วนใช้ชื่อคล้ายกับการจำแนกประเภทเนื้อหา เช่น "Style&Beauty" "Style&Care" "Woman's beauty" และใช้ชื่อสินค้าด้วยภาษาอังกฤษ และใช้กลุ่มคำที่รวมชื่อสินค้าคู่กับคำต่าง ๆ ข้างต้น เช่น "... (ละชื่อสินค้าภาษาอังกฤษไว้) I Sponsored" และใช้คำว่า "advertiser" คู่กับการใช้ชื่อคล้ายกับประเภทเนื้อหา เช่น "advertiser: Style&Beauty"

ลักษณะดังกล่าวเป็นกลยุทธ์การทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของสินค้าประเภทเครื่องสำอางค์ และสิ่งนำโชค ทำให้เราสงสัยโซดลาล ฯลฯ ใช้ความ "เนียน" และความคลุมเครือในการนำเสนอเนื้อหาให้คล้ายคลึงกับข่าว บทความ หรือสารคดีที่เรียกว่า **การโฆษณาแฝงดิจิทัล** (digital native advertising)

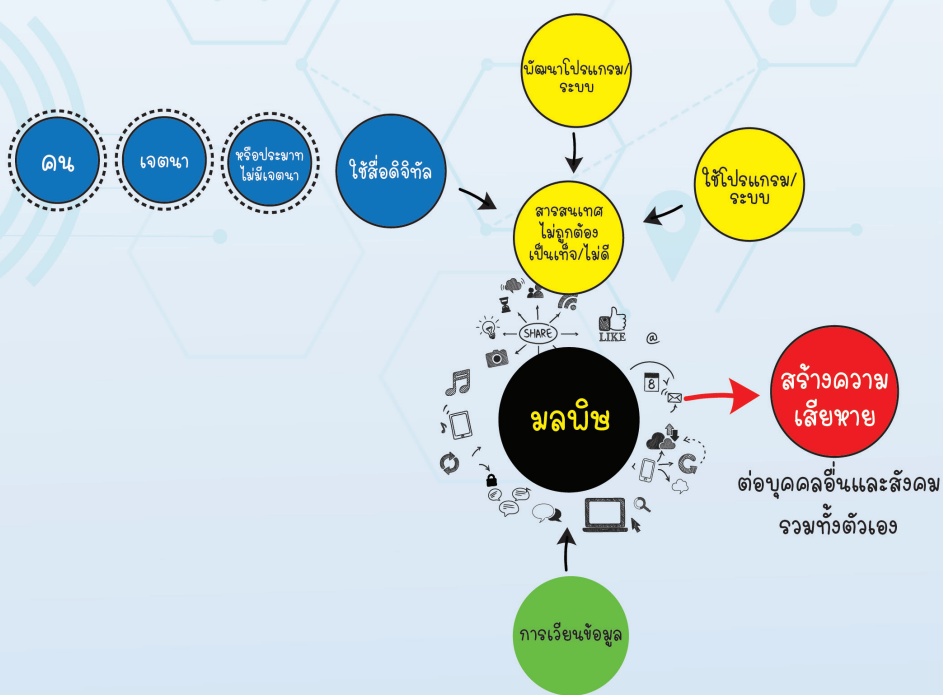


เราใช้สื่อดิจิทัลให้เกิดประโยชน์ได้ แต่ก็มี "ผู้ใช้ที่เป็นมลพิษ"
ทำให้สังคมดิจิทัลเต็มไปด้วยมลพิษสารสนเทศ

เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้ว่า มลพิษสารสนเทศเป็นอย่างไร



13 มลนิษสารสนเทศ ในสื่อดิจิทัล



บริบทของมลพิษสารสนเทศ

ผู้ใช้สื่อดิจิทัลจำนวนมากใช้สื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ มีมารยาท เคารพกฎกติกาของชุมชนและสังคม มีจริยธรรมในการใช้ แต่ส่วนหนึ่งก็ต้องเผชิญปัญหาโดยเฉพาะจากการใช้สื่อสังคม ทำให้สังคมดิจิทัลเต็มไปด้วยมลพิษของสารสนเทศที่ถูกรสร้างขึ้นโดยผู้ใช้ด้วยกัน จากการกระทำของคนเดียว กลุ่มบุคคลหรือองค์กร ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ตั้งใจหรือจงใจพัฒนาโปรแกรมหรือระบบคอมพิวเตอร์เพื่อใช้สร้าง ส่งหรือกระจายสารสนเทศที่ไม่ถูกต้อง (disinformation) **สารสนเทศเท็จ/คลาดเคลื่อน** (misinformation) และ**สารสนเทศที่ไม่ดี** (mal-information) หรือสารสนเทศที่มักถูกเรียกแบบรวม ๆ ว่า ข่าวปลอมหรือข่าวลวง (fake news) ซึ่งมีความหมายเฉพาะข่าวจากการใช้คำว่า "ข่าว" (news) รวมทั้งการใช้โปรแกรมหรือระบบคอมพิวเตอร์ดังกล่าว หรือผู้ใช้สื่อใช้สื่อดิจิทัลโดยตรงในการส่งหรือส่งต่อสารสนเทศดังกล่าว ซึ่งเป็นการกระทำทั้งโดยเจตนาหรือคาดหวังผลเสียหายที่จะเกิดขึ้น และเป็นการกระทำโดยไม่มีเจตนา เปรียบเท่าไม่ถึงการกระทำดังกล่าวทำให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่นและสังคมโดยรวม เช่น การละเมิดสิทธิมนุษยชน การละเมิดสิทธิเด็ก การประทุษร้ายบนโซเชียล เช่น ข้อความด่าทอ กระบวนการสร้างความกดดันจากกลุ่มเพื่อน และโพสต์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่นทั้งข้อความ ภาพ และคลิปวิดีโอที่มุ่งสร้างความอับอาย สร้างความเสียใจหรือเจ็บปวดใจ หรือเสียหายต่อบุคคลอื่น และประทุษร้ายจากทั้งนี้มลพิษนี้อาจส่งผลเสียหายต่อผู้กระทำเองได้เช่นกัน



ส่วน **"การเวียนข้อมูล"** เกิดขึ้นจากการที่ผู้ใช้สื่อดิจิทัลสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต เช่น จากเว็บไซต์ และสื่อสังคมต่าง ๆ มาทำการจัดวาง เรียบเรียง ตัด ตกแต่ง แปลงจากข้อความเป็นภาพ กราฟิก และเสียง ซึ่งมีทั้งที่อ้างอิงแหล่งที่มา และไม่อ้างอิงแหล่งข้อมูลที่นำมาใช้ ทำให้ข้อมูลถูกเวียนใช้ ซ้ำไปมา ข้อมูลที่มีในสื่อ จึงจำกัดในวงแคบ นอกจากนี้อีกส่วนหนึ่ง เป็นข้อมูลที่ได้จากการแปลจากแหล่งสารสนเทศจากต่างประเทศ ด้านหนึ่งทำให้มีข้อมูลจากต่างประเทศ เน้นความหลากหลายในเนื้อหาในสื่อดิจิทัล และช่วยผู้มีข้อจำกัดด้านภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และเกาหลี ได้เข้าถึงสารสนเทศจากต่างประเทศ แต่อีกด้านก็เป็นการนำข้อมูลมาเวียนซ้ำ ซึ่งหากมีมากเกินไปจนความจำเป็น และเป็นเนื้อหาที่ไม่มีประโยชน์ และยังเป็นโทษ (ไม่ับรวมการแปลผิด) ก็เป็นข้อมูลที่ เป็นมลพิษได้



ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องสร้างความสมดุล และเบี่ยงจำนวนและความหลากหลาย ด้วยการสร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัลที่มีคุณลักษณะที่เกิดจากการคิดริเริ่ม สร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเข้าถึงและการใช้ในชีวิต เพื่อลดภาวะมลพิษสารสนเทศในสื่อดิจิทัล ทำให้การสื่อสารดิจิทัลมีคุณค่าต่อผู้ร่วมใช้สื่อ และเพื่อให้เราเป็นต้นฉบับหรือต้นแบบ ให้ต่างประเทศต้องแปลจากเราเพื่อใช้ประโยชน์



การสร้างสรรค์สารสนเทศส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากการใช้นามแฝง หรือการปกปิด หรือไม่เปิดเผยชื่อ หรือนิรนามของผู้ใช้สื่อ เพื่อประโยชน์ส่วนตน และสร้างความเสียหายแก่บุคคลอื่น เช่น การโพสต์ข้อความกล่าวหาหรือตกแต่งภาพของผู้อื่น ทำให้เขาเสื่อมเสีย และการหลอกลวง ล่อลวง อันเป็นการกระทำที่สะท้อนให้เห็นถึง การขาดจริยธรรม และเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย¹¹

11 อาทิ บวรราชบัญญัติ ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ บัญญัติให้การโพสต์ การแชร์ข้อมูลที่เป็นเท็จ ปลอมเท็จ ก็นำมาเกิดความเสียหายแก่ประชาชน โดยทุจริตหรือหลอกลวง เป็นการกระทำความผิด ต้องระวางโทษ จำคุกหรือปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ

อย่างไรก็ตามหากนามแฝงและนิรนามถูกใช้ในกระบวนการประชาธิปไตย โดยเฉพาะในประเทศที่มีผู้นำเผด็จการ ปิดหูปิดตาพลเมือง ไม่ฟังเสียงของพลเมือง หรือในสังคมที่ทำให้คุณได้กับฐานะทางสังคม ความร่ำรวย สังคมที่ไม่เคารพศักดิ์ศรี ความเป็นมนุษย์ และมีการเลือกปฏิบัติ ในมิตินี้ กลัวได้ว่าเป็นประโยชน์ เพราะการใช้ความนิรนามหรือนามแฝงช่วยทำให้คนกล้าแสดงออก และใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการแสดงความเห็นและรวมกลุ่มทำกิจกรรมและการเคลื่อนไหวทางการเมืองที่สร้างสรรค์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์



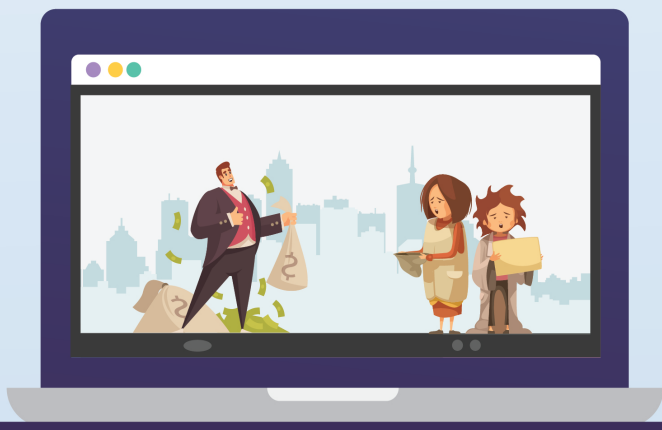
ท่ามกลางมลพิษสารสนเทศในสื่อดิจิทัลที่เด็กและเยาวชนเผชิญ
และความท้าทายในการส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเป็นนักสร้างสรรค์
ในขณะที่ยังมีเด็กและเยาวชนขาดโอกาสเข้าถึงสื่อดิจิทัล
เพราะความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล



เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้ มิติต่าง ๆ ของความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล
โดยเจาะของเด็กและเยาวชน

14 ความเหลื่อมล้ำ ทางดิจิทัล (digital divide)

ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล คือ การที่คนถูกแบ่งแยกและทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมในสังคมจากการที่มีทั้งกลุ่มที่ได้เข้าถึง ได้ใช้ และได้ใช้ให้เป็น (กล่าวคือ ต้องมีความรู้ และทักษะ ทำให้สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์) กับกลุ่มตรงข้ามที่ไม่มี ทั้งนี้ ความไม่เท่าเทียมทางดิจิทัลนี้เกิดขึ้นได้ในหลายมิติ เช่น จากฐานะทางเศรษฐกิจ (รวย/จน) เป็นที่อยู่อาศัย (ในเมือง/ชนบท) และเพศสภาพ (ชาย/หญิง/กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ)



เด็กและเยาวชนเผชิญความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลในหลายลักษณะ เช่น เด็กและเยาวชนที่มีฐานะยากจนเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ได้อย่างจำกัด ต่างจากเด็กและเยาวชนที่มีฐานะทางการเงินดี เมื่อก่อนจะเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่อาจไม่มีเงินซื้อหรือมีเงินซื้อได้เพียงความเร็วต่ำและอย่างจำกัด และเด็กและเยาวชนที่มีข้อจำกัดทั้งเรื่องเงินและพื้นที่ตั้งของบ้านมักอาศัยอยู่ห่างไกล สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่ครอบคลุมถึง รวมทั้งการเข้าถึงของเด็กและเยาวชนที่เป็นได้เพียง "ผู้เสนอสื่อ" หรือ "ผู้ใช้" แต่ไม่มีความรู้ทักษะ และอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่เพียงพอที่ทำให้สามารถเป็น "ผู้สร้างสรรค์" ได้ รวมทั้งเด็กและเยาวชนที่มีเพศสภาพแตกต่างกันอาจมีความรู้และทักษะดังกล่าวต่างกัน เช่น คำถามเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนหญิงหรือที่มีหลากหลายทางเพศมีความรู้และทักษะแตกต่างจากเด็กและเยาวชนชายหรือไม่ และหากนับรวมเด็กและเยาวชนที่มีข้อจำกัดในชีวิต เช่น เด็กและเยาวชนพิการหรือทุพพลภาพ ยิ่งอาจทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลมากขึ้น



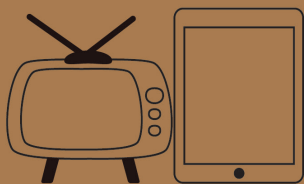
ลำดับตามดัชนีแบ่งชี้
ระดับความพร้อมของ
การบ่มเพาะเทคโนโลยี
สารสนเทศและการ
สื่อสาร (networked
readiness index (NRI))

ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลหรือความไม่เท่าเทียมทางดิจิทัล เกิดขึ้นได้ทั้งในสังคมภายในประเทศ และระหว่างประเทศ และความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลระดับโลก (global digital divide) ระหว่างประเทศรวมกับประเทศจน ประเทศที่พัฒนาประเทศพัฒนาน้อยที่สุดหรือประเทศกำลังพัฒนา จึงมีเมียงเด็กและเยาวชนไทยที่ต้องได้รับการปกป้องจากความเหลื่อมล้ำนี้ แต่รวมถึงเด็กและเยาวชนทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศพัฒนาน้อยที่สุด



“ความไม่เข้าใจกันของคนต่าง "เจน" เกิดขึ้นได้ โดยเฉพาความต่าง
ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์การใช้สื่อที่แตกต่างกัน
ระหว่างสื่อยุคแอนะล็อกกับยุคดิจิทัล

เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้ ช่องว่างระหว่างวัยจากการใช้สื่อที่ต่างกัน



15 โลก 2 ใบในชีวิตของเด็กและเยาวชน

ในแต่ละวัน คนยุคดิจิทัลใช้ชีวิตทั้ง "โลกจริง" และ "โลกดิจิทัล"

โลกจริง คือ โลกทางกายภาพที่แวดล้อมด้วยสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิตที่มนุษย์อาศัยอยู่

โลกดิจิทัล คือ โลกเสมือนที่มีพื้นที่ไซเบอร์เป็นแหล่งรวมสิ่งต่าง ๆ ในสถานแวดล้อมเสมือน มีวัตถุสิ่งของต่าง ๆ ที่เป็นของเสมือนที่ถูกสร้างขึ้นจากข้อความ กราฟิก แอนิเมชัน และเทคโนโลยีดิจิทัลอื่น ๆ

โลก 2 ใบนี้ คือ โลกที่เด็กและเยาวชนใช้ชีวิตอยู่



คนที่ใช้ชีวิตประจำวันควบคู่ทั้ง 2 โลก จึงรู้และเข้าใจในโลกทั้ง 2 ใบ แตกต่างจากผู้ที่ใช้ชีวิตบนโลกใบเดียว จึงมีความพยายามในการอธิบายความแตกต่างระหว่าง "เจน" (generation) (แม้ในความเป็นจริงคนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน) โดยแต่ละช่วงวัยมีสถานแวดล้อมทางสังคมและสื่อที่เปิดรับแตกต่างกัน เช่น

ยุคสมัย	ช่วงเวลาการเกิด
ยุคเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer)	พ.ศ. 2489-2507
ยุคเอ็กซ์ (Generation X)	พ.ศ. 2508-2523
ยุควาย (Generation Y)	พ.ศ. 2524-2543
ยุคซี (Generation Z)	พ.ศ. 2544 ขึ้นไป

(การกำหนดตัวเลขช่วงปีมีการกำหนดแตกต่างกัน ช่วงปีข้างต้นเป็นเพียงตัวอย่างหนึ่ง)

นอกจากนี้นักวิชาการได้จำแนกช่วงปีของกลุ่มคนที่เกิดในยุคดิจิทัล ยุคแรกคือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2526 ถึง 2533 และกลุ่มคนที่เกิดในยุคดิจิทัล ยุคที่สองคือ คนที่เกิดหลังปี พ.ศ. 2533 (Helser & Eynon, 2010) แต่สิ่งสำคัญ คือ ช่วงเวลาที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มคนเหล่านั้นหรือเรียกว่า **ช่องว่างระหว่างวัย** (generation gap) จากวิถีชีวิตในการใช้สื่อ โดยเฉพาะคนในยุคสื่อสังคมมี ยุคแอนะล็อกที่ไม่ประสงค์จะเรียนรู้โลกดิจิทัลกับคนยุคดิจิทัล ซึ่งต่างจากกลุ่มที่เป็นผู้อพยพสู่โลกดิจิทัล (digital immigrants) ผู้ซึ่งเกิดก่อนยุคดิจิทัล แต่ให้ความสำคัญ เรียนรู้และใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีดิจิทัล กระนั้นก็ตาม ความแตกต่างยังเกิดขึ้นจากการใช้สื่อดิจิทัลที่แตกต่างกันอีกด้วย เพราะสื่อดิจิทัลแต่ละประเภทสร้างประสบการณ์แก่ผู้ใช้แตกต่างกัน ทำให้มีการรับรู้และเข้าใจสื่อดิจิทัลต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ใช้ไลน์ แตกต่างจากผู้ที่ใช้ทวิตเตอร์ ผู้ใช้เฉพาะเฟซบุ๊กแตกต่างจากผู้ที่ใช้หลายสื่อ เช่น ใช้ทั้งเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม และตีกติก ดังนั้นมุมมองของผู้ใหญ่ที่เกิดในยุคสื่อแอนะล็อกกับเด็กและเยาวชนที่เกิดและเติบโตในยุคสื่อดิจิทัลจึงแตกต่างกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ประเด็น	มุมมองของผู้ใหญ่ที่เกิดในยุคสื่อแอนะล็อก	มุมมองของเด็กและเยาวชนที่เกิดและเติบโตในยุคสื่อดิจิทัล
ปริมาณการใช้งาน	ผู้ปกครองบางคนชอบบ่นด้วยความเป็นห่วง "เล่นแต่โทรทัศน์" "เล่นมือถือทั้งวัน" "ไม่ทำอย่างอื่นเลย" "เสียสายตา"	เด็กและเยาวชนบางคน "ไม่ได้เล่นแบบไร้สาระ ะหะน้อย" "พอตัวเองได้เล่น ก็เล่นทั้งวันเหมือนกัน" "ทั้งดู ดู อ่าน และซื้อของทุกวัน"
การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	ทำให้ "ดีจัน" "ไม่เชื่อปิง"	"มีเรื่องการเมือง ที่แชร์กัน เขา (ผู้ใหญ่) ไม่รู้" แนะนำให้ใช้แอปฯ ที่ดีกว่า "พยายามอ้างอิงข้อมูลให้ปิง แต่ดูเหมือนกัน ๆ จะเชื่อ"
เหตุผลในการใช้	ผู้ปกครองที่ขอสงวนที่มีข้อความ เช่น ภาพดอกไม้และภาพพระที่มีข้อความ "สวัสดีวันจันทร์" และวันอื่น ๆ ของแต่ละสัปดาห์ รวมทั้งวันพระ บอชมคำอวยพร ผ่านทางสื่อสังคม เพราะต้องการแสดงความคิดถึงห่วงใย ความรัก และความปรารถนาดี ฯลฯ	เด็กและเยาวชนบางคนไม่ชอบการสงวนที่มีข้อความ เช่น "สวัสดีวัน..." ในทุกวัน เพราะมีความรู้สึกจำเจ
เหตุผลในการตอบกลับ	เมื่อได้รับอะไรแล้ว เราต้องตอบกลับเป็นมารยาท เช่น เมื่อมีการ "ส่งบุญ" ก็ต้อง "สาธุ"	การสนทนาสิ้นสุดด้วยการใช้สติ๊กเกอร์ หรือข้อความ "เดร" "โอ" หรือ "555" ไม่จำเป็นต้องตอบกลับอีก
ความรุนแรง	"เกมเป็นต้นเหตุของการฆ่าชิงทรัพย์" "เด็กเลียนแบบการกระทำที่รุนแรงจากเกม" "เกมคือสาเหตุ..."	"ชอบโทษแต่เกม" "เกมเป็นแบบฉบับ" "เมื่อเกิดการก่อเหตุรุนแรง "ก็โทษแต่เกม" #SaveGame"

ความไม่รู้และไม่เข้าใจในโลกดิจิทัล และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านเดียวเกี่ยวกับนิชฉัยหรือโทษของสื่อดิจิทัลหรือการกล่าวโทษสื่อดิจิทัลเมื่อมีเหตุรุนแรงใด ๆ ในสังคม ทำให้เด็กและเยาวชนที่ใช้สื่อดิจิทัลจำนวนหนึ่งได้รับแรงกดดันและตั้งคำถามถึงความไม่รู้ไม่เข้าใจและการตัดสินใจของผู้ใหญ่ ในบางคราวทำให้เด็กและเยาวชนบางคนเกิดความคิดว่า ไม่จำเป็นต้องบอกรับ และไม่ต้องการพูดคุยกับผู้ใหญ่ เพราะพูดไปก็ไม่เข้าใจ เพราะผู้ใหญ่ไม่รู้จริง ๆ ว่าโลกดิจิทัลเป็นอย่างไร มูลเหตุนี้ในฐานะนี้อาจพัฒนาไปสู่ความขัดแย้งในครอบครัว และสร้างผลกระทบด้านลบอื่น ๆ ตามมาได้

ตามนัยของการตามช่วงวัยของเด็ก โดยในช่วงวัยรุ่นนั้นมักมี "เพื่อน" เป็นส่วนสำคัญของชีวิต หากวัยรุ่นกับผู้แวดล้อมไม่ได้พูดคุยกัน เป็นการเปิดให้เขาเข้าหาเพื่อนที่อยู่บนโลกดิจิทัลมากขึ้น เป็นเพื่อนที่มีมากมายหลายตา ทั้งเพื่อนแท้เพื่อนจริง ๆ และเพื่อนปลอม ที่สร้างอัตลักษณ์ดิจิทัลขึ้นมาเพื่อหลอก (เช่น การใช้ภาพปลอม¹² การสร้างโปรไฟล์หลอก) รวมทั้งเป็นการเปิดให้เขาใช้สื่อดิจิทัลมากขึ้นเมื่อขาดแทนการสื่อสารออฟไลน์ และใช้แทนกิจกรรมออนไลน์ด้วย

¹² ภาพบุคคลอื่น ภาพบุคคลที่ตกแต่งใหม่ และภาพบุคคลที่เกิดขึ้นจากการสร้างโดยเอไอ (ไม่มีตัวตนจริง)

การทำผู้ปกครองและผู้แวดล้อมเด็กและเยาวชน เรียนรู้โลกดิจิทัลในสื่อดิจิทัล ที่มักถูกมองว่าเป็นปัญหา เช่น สื่อสังคม และเกมดิจิทัลในหลาย ๆ แง่มุม และอีกด้านหนึ่งการทำเด็กและเยาวชนเรียนรู้และทำความเข้าใจชีวิตและความคิด ของผู้ใหญ่ที่ไม่รู้จักโลกดิจิทัลหรือผู้ใหญ่บางคนเมื่อมีโอกาสได้เรียนรู้และใช้สื่อดิจิทัล ในช่วงกลางและท้ายของชีวิต ซึ่งมีทั้งผู้ใหญ่ที่เป็นผู้ที่เชี่ยวชาญมากถึงเชี่ยวชาญน้อย รวมทั้งชวนผู้ใหญ่ให้เรียนรู้โลกดิจิทัล การกระทำดังกล่าวช่วยให้ทั้งผู้ปกครองและผู้ แวดล้อมกับเด็กและเยาวชนมีเรื่องพูดคุยหรือสามารถคุยกันรู้เรื่องและเข้าใจกัน และกันมากยิ่งขึ้น เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีปัญหาจะได้มีผู้ร่วมให้คำปรึกษาและร่วม หาทางแก้ไข และทำให้เด็กและเยาวชนกล้าและมั่นใจที่จะถามผู้ใหญ่ เมื่อผู้ใหญ่ตั้งใจ รับฟัง (ไม่ใช่ได้ยิน) โดยไม่จำเป็นต้องตัดสินในทุกเรื่อง แต่อาจเสนอทางเลือก และส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนตัดสินใจ จะทำให้เด็กเรียนรู้ที่จะตัดสินใจด้วยตนเอง เมื่อเกิดข้อผิดพลาด ผู้ใหญ่ก็สามารถถามคำถามที่เอื้ออาหารและส่งเสริมการเรียนรู้ เช่น "ลูก/หลานได้เรียนรู้อะไร (จากความผิดพลาดที่เกิดขึ้น)" เพื่อให้เด็กและเยาวชน เกิดการสะท้อนคิดในตัวเอง เป็นอีกหนทางหนึ่งที่ช่วยลดและ **ปิดช่องว่างระหว่าง "เจน"**





สกิลที่ 1 เล่นเป็น
สกิลที่ 2 เล่นเก่ง ไม่เป็น toxic player ไม่โกง
สกิลที่ 3 รักษาสมดุลพลังชีวิต (vitality: VIT)
สกิลที่ 4 (สกิลท้าทาย) ผู้สร้างสรรค์สื่อดิจิทัล
(ภาษาของเกมเมอร์ (บางส่วน))

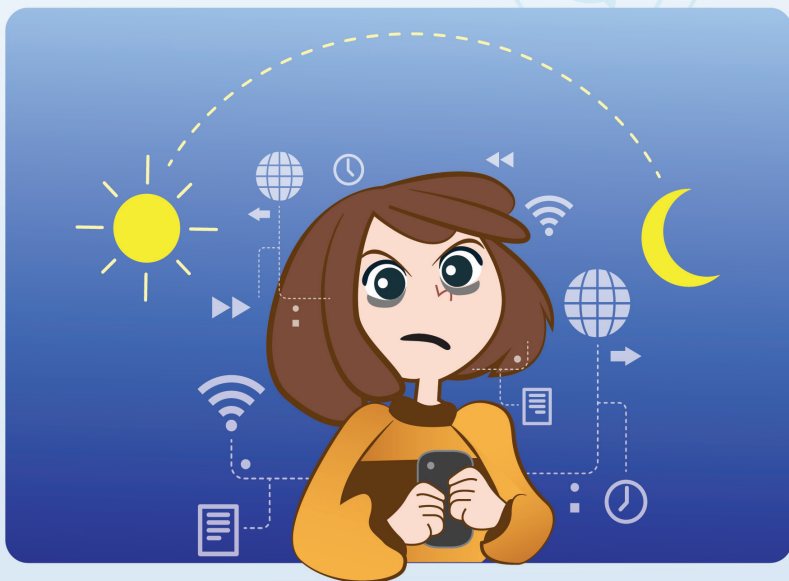
เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้ ลักษณะของการเล่นหรือใช้สื่อดิจิทัลมากเกินไป

16 การ "เล่น" หรือการใช้สื่อดิจิทัลมากเกินไป

ผู้คนที่ใช้สื่อดิจิทัลเช่นสื่อสังคมมีวัตถุประสงค์ของการใช้งานที่แตกต่างกัน ทั้งใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและคนในครอบครัว หาเพื่อน หาแฟน เพื่อรวมกลุ่มเพื่อนที่ชอบของ ขายของ แสดงความคิดเห็น แสดงตัวตน/อัตลักษณ์ และสร้างสรรค์ผลงาน ฯลฯ คนเล่นเกมหรือเกมเมอร์ เล่นเพื่อการพักผ่อน สนุก ฆ่าเวลา ด้วยกับเพื่อน และรวมกลุ่ม/ชุมชน (community) ฯลฯ มองอีกด้านหนึ่ง คือ การใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน แต่เมื่อการ "เล่น" มากเกินไปจนกระทบต่อชีวิต ย่อมเกิดปัญหาได้เป็นธรรมดา เช่นการทำอะไรก็ได้ ๆ ที่มากเกินไปที่อาจส่งผลเสียต่อความสมดุลของชีวิต



การติด (addition) ใช้สื่อดิจิทัล ไม่ต่างจากการ "ติดละครทีวี" ที่บางคนต้องตระเตรียมความสะดวกงานเพื่อการดูละครโทรทัศน์ เร่งรีบทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ได้ดูหน้าจอทีวีทันเวลา บางคนถ้ามีใครมาทวงใจขณะลุ้นดูละครก็หงุดหงิด และต่อว่าคนอื่นหรือสิ่งอื่นที่มาขัดจังหวะ ไม่ต่างจากการ "ติดดูมวยตัว" ที่มีอาการคล้ายกับการติดดูละครหลังข่าว และการ "ติดดูบอล" ต่างประเทศ แม้ดึกดื่น และต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตในช่วงฤดูการแข่งขัน และเกิดผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายเนื่องจากการเปลี่ยนเวลาที่ทำให้เหนื่อยน้อยหรือพักผ่อนไม่เพียงพอ ปรากฏการณ์ดังกล่าวในหลาย ๆ ครั้งทำให้เกิดเหตุการณ์ "ถนนโล่ง" เพราะผู้คนส่วนหนึ่งรีบกลับบ้านเพื่อไปติดตามรายการทีวีดังกล่าว แต่**การติดสื่อดิจิทัล (digital media addition)** อาจมีผลกระทบมากกว่าการติดสื่อเดิม ในแง่ที่ไม่ต้อง "อดใจรอ" เพราะสื่อดิจิทัลสามารถใช้ได้ทุกเวลาที่ต้องการ และใช้มากเพียงใดก็ได้



การติดสื่อดิจิทัลมีหลายลักษณะที่สัมพันธ์และซ้อนทับกันอยู่ ที่สะท้อนจากคำเรียกแบบกว้าง ๆ เช่น การติดอินเทอร์เน็ต การติดโซเชียล หรือการติดแบบเฉพาะ เช่น การติดสื่อสังคม การติดเกม การติดบนโซเชียล การติดสื่อลามกออนไลน์ การติดโทรศัพท์มือถือ/สมาร์ตโฟน และการติดเฟซบุ๊ก ซึ่ง "การติด" เหล่านี้เกิดจากการใช้มากเกินไป จนกระทบต่อตัวเองและคนแวดล้อม รวมทั้งสังคมโดยรวมได้

ตัวอย่าง**การติดสื่อสังคม** ซึ่งมีนักวิชาการได้กล่าวถึงอาการการติด (Brown, 1993, Griffiths, 1996) ดังนี้

- (1) มีการปรับเปลี่ยนทางอารมณ์ เช่น ใช้เมื่อหลีกเลี่ยงบางสิ่งบางอย่างในชีวิตเพื่อให้รู้สึกไฮ (high) (ความรู้สึกจากการติดยาเสพติด) รู้สึกซึมซา
- (2) ให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคมมากที่สุดในชีวิต สังเกตได้จากความคิด อารมณ์/ความรู้สึก และพฤติกรรม
- (3) มีการใช้สื่อสังคมได้ยาวนานมากขึ้น
- (4) มีอาการ "ลงแดง" หากต้องหยุด เลิก หรือไม่สามารถใช้สื่อสังคมได้ เมื่อถูกจำกัดหรือต้องหยุด/เลิกใช้จะเกิดความไม่พอใจและแสดงออกทางกายให้เห็น
- (5) เกิดความขัดแย้งในความคิดจิตใจตนเอง และมีปัญหากับคนอื่น
- (6) เคยพยายามในการหยุดหรือเลิกใช้สื่อสังคมอย่างมาก แต่ไม่สำเร็จและกลับมาใช้มากเหมือนเดิม



ตัวอย่าง**การติดเกม** ซึ่งองค์การอนามัยโลก เสนอเกณฑ์การวินิจฉัยเกี่ยวกับอาการติดเกม ดังนี้

- (1) มีการเล่นเกมมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ
- (2) ไม่สามารถควบคุมพฤติกรรม แม้เกิดผลกระทบทางลบแต่ยังคงขบถติกรวมหรือเพิ่มพฤติกรรมดังกล่าว
- (3) เกิดปัญหาและสูญเสียสมรรถภาพอย่างมีนัยสำคัญต่อตนเอง ครอบคลุม สังคม การเรียน หรือการทำงาน เช่น ปัญหาการนอนหลับพักผ่อน ปัญหาเกี่ยวกับอาหาร และการขาดกิจวัตรทางกายภาพ ฯลฯ ทั้งนี้ต้องมีพฤติกรรมลักษณะนี้ต่อเนื่องติดต่อกันไม่น้อย 12 เดือน (WHO, 2018)



สาเหตุของการติดหรือเล่นมากเกินไป มีหลายมูลเหตุแตกต่างกันแต่ละบุคคล เช่น บางคนต้องการการยอมรับจากสังคมดิจิทัล บางคนได้แสดงอัตลักษณ์เสมือนที่ในสังคมจริงทำได้ หรือขยายพื้นที่การแสดงอัตลักษณ์จากที่เป็นจริงสู่อัตลักษณ์เสมือน บางคนติดเพื่อนในสังคมดิจิทัล บางคนยึดติดกับวัตถุเสมือน (เช่น เนซุร นลอย ดวงดาว และอาวุธเสมือน และสกิน) ยึดติดกับตำแหน่งเสมือน (เช่น แรงก์ ระดับ ลำดับ ยศ และจำนวนผู้ติดตาม) หากเป็นการเล่นเกมดิจิทัลยังอาจรวมถึงการต้องการเอาชนะ เป็นที่หนึ่ง และเหนือกว่าคนอื่น ฯลฯ



การติดสื่อดีดิจิทัลไม่รวมการใช้สื่อดีดิจิทัลเป็นประโยชน์ต่อชีวิต และการ "เล่น" ที่ผู้เล่นเกมหรือบริหารจัดการเวลาสำหรับสุขภาพของตนเองได้ สามารถรับมือต่อข้อต่อกิจวัตรประจำวันและหน้าที่ของตนเองได้ โดยไม่เกิดการสูญเสียหรือสร้างความเสียหายต่อตนเองและคนแวดล้อม กล่าวคือ เป็นผู้เล่นที่มีสกิลหรือทักษะทั้งในสังคมดิจิทัลและสังคมจริง เช่น ความฉลาด/สติปัญญา (intelligence: INT) ความแข็งแรงของร่างกาย (strength: STR) และความคล่องแคล่ว/ว่องไว (agility: AGI) (ดูแลสุขภาพกาย เช่น ออกกำลังกาย) ความชำนาญ/ความแม่นยำ (dexterity: DEX) (ค้นหาและแก้ปัญหาทักษะเป็นความชำนาญเพื่อการทำการงานหารายได้เลี้ยงตัวเอง เช่น อาชีวดิจิทัลหรืออาชีพในสื่อดีดิจิทัล) เพื่อเป็น **"นักรบ"** (warrior) ในโลกดิจิทัลและโลกจริง ที่สำคัญ คือ สกิลการเห็นอกเห็นใจและเข้าใจผู้อื่น (empathy) ไม่เฉพาะคนรอบข้างที่อยู่ในโลกดิจิทัล แต่รวมถึงคนที่อยู่ในโลกจริง (ทางกายภาพ) ที่รักและห่วงใย

e-sport game





ฐานสำคัญของการใช้และการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล
คือ การมีจริยธรรมสื่อดิจิทัล

เนื้อหาส่วนนี้ เราจะได้รู้ว่า จริยธรรมสื่อดิจิทัลมีหลักสำคัญใด

17 จริยธรรมสื่อดิจิทัล (digital media ethics)

หากพูดถึงจริยธรรมสื่อดิจิทัลในฐานะสื่อบุคคล สื่อของกลุ่มบุคคลหรือองค์กร หรือสื่อมวลชนมักนึกถึงอยู่กับจริยธรรมหรือจรรยาบรรณสื่อ แต่หากพูดถึงในด้านเทคโนโลยี จริยธรรมสื่อดิจิทัลมีสาเหตุมาจากศาสตร์ทางวิทยาการคอมพิวเตอร์ วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมักนึกถึงอยู่กับจริยธรรมเทคโนโลยี (technoethics) จริยธรรมสารสนเทศ (information ethics) จริยธรรมคอมพิวเตอร์ (computer ethics) จริยธรรมอินเทอร์เน็ต (internet ethics) และจริยธรรมไซเบอร์ (cyberethics) จริยธรรมสื่อดิจิทัล จึงครอบคลุมในหลายมิติ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับผู้ทั่วไป และเกี่ยวข้องกับผู้สร้างสรรค์หรือผู้ประกอบการวิชาชีพเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล

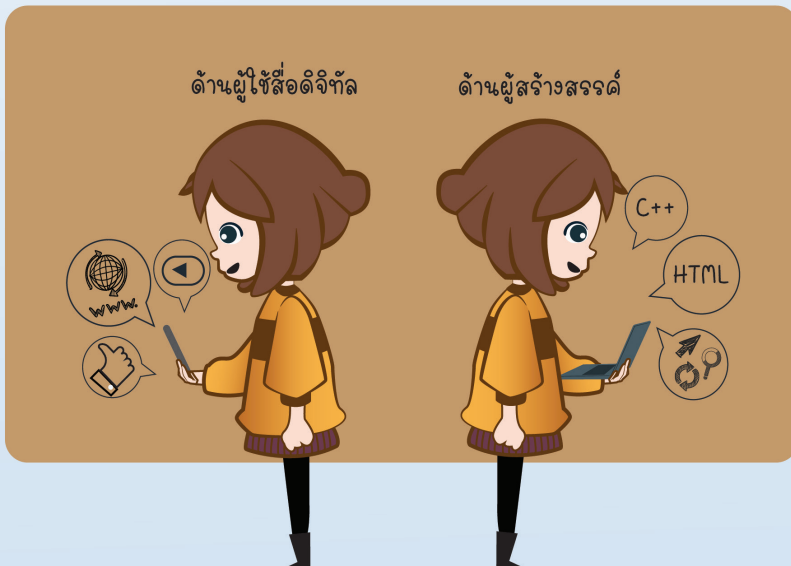


จริยธรรมสื่อดิจิทัลครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ด้านผู้ใช้สื่อดิจิทัล

- 1) **ข้อสัต์ย สุจริต** ไม่ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการหลอกลวง ลักขโมยหรือปลอมแปลงข้อมูล โกง และสร้างความเสียหายอื่นต่อบุคคลอื่น
- 2) **เคารพความเป็นส่วนตัว** (privacy) ของบุคคลอื่น ไม่รบกวน สอดแนม เปิดดู/อ่าน และแก้ไขข้อมูลของบุคคลอื่น โดยไม่มีสิทธิหรือได้รับอนุญาตหรือยินยอม
- 3) **มีความรับผิดชอบ**ต่อการใช้สื่อดิจิทัลทั้งต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งการหลีกเลี่ยงการกระทำที่เป็นอันตรายต่อชุมชนและสังคม และการส่งเสริมให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันของคนในสังคมจริงและสังคมดิจิทัล เช่น มีมารยาทในการใช้สื่อสังคม ไม่ดูถูกดูหมิ่นและคุกคามบุคคลอื่น ไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลอื่น
- 4) **เคารพทรัพย์สินทางปัญญา**ของผู้อื่น โดยเฉพาะไม่ละเมิดงานอันมีลิขสิทธิ์ (ดังกล่าวแล้ว)

ด้านผู้สร้างสรรค์และผู้ประกอบวิชาชีพเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลนั้น นอกจากต้องมีจริยธรรมข้างต้นแล้ว ยังต้องมีความข้อสัต์ยสุจริตในการประกอบวิชาชีพด้วย เช่น หลีกเลี่ยงผลประโยชน์ทับซ้อน มีความรับผิดชอบต่อองค์กรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการพัฒนาสื่อดิจิทัลของตน



นอกจากนี้ ยังได้มีความพยายามพูดถึงจริยธรรมเฉพาะสื่อ เช่น จริยธรรมเกม ดิจิทัล (digital game ethics) ที่ครอบคลุมทั้งผู้เล่นเกม ผู้ออกแบบและนักพัฒนาเกม ผู้จัดทำหน่วย และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเกม ในมิติเฉพาะ เช่น จริยธรรมของผู้เล่นที่มีต่อผู้เล่นเกมหรือคนในชุมชนเกมด้วยกัน ความรับผิดชอบต่อความรุนแรงในเกมของผู้พัฒนาเกม รวมทั้งจริยธรรมของโฆษณาในและนอกเกม จริยธรรมสื่อสังคม (social media ethics) เช่น ใช้สื่อสังคมอย่างสุจริต มีมารยาทในการสื่อสารผ่านสื่อสังคม และความรับผิดชอบต่อผู้ใช้สื่อสังคมด้วยกัน ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารก่อนส่งและแชร์ ไม่ประทุษร้าย ไม่เฝ้าติดตามและข่มขู่ไซเบอร์ และจริยธรรมโรบอตสังคม (social robot ethics) เช่น ไม่ใช้หรือควบคุมโรบอตเพื่อสร้างความเสียหายหรือเป็นอันตรายต่อบุคคลอื่น ผู้พัฒนาโรบอตต้องพัฒนาและผลิตโรบอตที่ปลอดภัยและสร้างโรบอตที่ใช้หลักการปัญญาประดิษฐ์หรือเอไอในการตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม ฯลฯ

จริยธรรมสื่อดิจิทัลข้างต้นอาจมีความใหม่ แต่ก็เบี่ยงชื่อเท่านั้น เพราะความซื่อสัตย์ สุจริต และความรับผิดชอบต่อ เป็นจริยธรรมพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นไม่ว่าเทคโนโลยีจะมีความก้าวหน้าเพียงใด **คุณธรรมดีลธรรมยังคงเป็นหัวใจสำคัญของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติของมนุษย์ทั้งในสังคมและสังคมดิจิทัล**

9 กุมภาพันธ์ ของทุกปีเป็นวันอินเทอร์เน็ตที่ปลอดภัยยิ่งขึ้น (Safer Internet Day: SID) วันนี้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชนผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเองร่วมมือกันสร้างสถานแวดล้อมดิจิทัลที่ดีกว่าและปลอดภัยกว่า รวมทั้งการปกป้องคุ้มครอง และหนุนเสริมพลังของเด็กและเยาวชนที่ใช้อินเทอร์เน็ต



บรรณานุกรม

- ชาญณรงค์ บรจุรโจนัน. (2546). *ความคิดสร้างสรรค์*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐริพัทธ์ สาเมาะ, บัณฑิตย์ บุญมงคล, อุบลสิทธิ์ จิรสิทธิ์กุล, และ โฉมัส กวาดามุข. (2562). "มนุษย์ไซเบอร์เปลี่ยนเบจ": วิธีการที่เป็นมิตรและละเอียดอ่อนเพื่อสร้างความตระหนักต่อปัญหาความรุนแรงในบ่อน้ำร้อนในไลน์ในกลุ่มเยาวชน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 12(4), 318-336.
- วีรพงษ์ บลนิกกิจ. (2563). *สื่อดิจิทัลกับสังคมและสื่อมวลชนดิจิทัล*. สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, บัณฑิตย์จาง วัฒนะสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย, และ ประกอบ คุปรัตน์. (2553). *นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ*.
<http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba128/Article/JBA128Somnuk.pdf>
- สุวิทย์ ธีระโคตร, ปิรวิทย์ คำเจริญ, และ วีรพงษ์ บลนิกกิจ. (2558). *สื่อใหม่: ความหมาย คุณลักษณะ และการวิจัย*. *วารสารสารสาธิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 33(3), 112-129.
- Bleyen, V., Lindmark, S., Ranavivson, H., & Ballon, P. (2014). A Typology of media innovations: Insights from an exploratory study. *The Journal of Media Innovations*, 1(1), 28-51.
- Brown, R. I. F. (1993). Some contributions of the study of gambling to the study of other addictions. In W. R. Eadington & J. Cornelius (Eds.), *Gambling Behavior and Problem Gambling* (pp. 241-272). University of Nevada Press.
- De Bono, E. (1990). *Six thinking hats*. Penguin Books.
- Elliott, D., & Spence E. H. (2017). *Ethics for a digital Era*. Wiley-Blackwell.
- Ess, C. (2014). *Digital media ethics*. Polity.
- Ess, C. (2017). *Digital media ethics*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.508>
- Griffiths, M. (1996). Behavioural addictions: An issue for everybody?. *Journal of Workplace Learning*, 8(3), 19-25.
- Helmsper, E. J., & Eynon, R. (2010). Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3), 503-520. <https://doi.org/10.1080/01411920902989227>
- Institute of Design at Stanford. (n.d.). *The design thinking process: An Introduction to design thinking process guide*. <http://web.stanford.edu/~mshanks/MichaelShanks/files/509554.pdf>
- Kumar, K., Zindani, D., & Davim, J. P. (2020). *Design thinking to digital thinking*. Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-31359-3>
- Storsul, T., & Krumsnik, A. H. (2013). What is media innovation? In T. Storsul & A. H. Krumsnik (Eds.), *Media innovations: A multidisciplinary study of change* (pp. 13-26). Nordicom.
- WHO (2018). *Gaming disorder*. <https://www.who.int/features/qa/gaming-disorder/en/>



ศูนย์ช่วยเหลือสังคม สายด่วน 1300
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
<https://1300thailand.m-society.go.th>



เว็บไซต์ และ แอปพลิเคชัน "คุ้มครองเด็ก"
กรมกิจการเด็กและเยาวชน บม.
<https://cpis.dcy.go.th>



สายด่วนสุขภาพจิต 1323
กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข
<https://www.dmh.go.th>



กองบัญชาการสืบสวนสอบสวนอาชญากรรม
ทางเทคโนโลยี
<https://www.hightechcrime.org>



กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิด
เกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี
<https://tcsd.go.th>



ชุดปฏิบัติการปราบปราม
การฉ้อโกงและการเบียดเบียนเด็กทางอินเทอร์เน็ต
<https://www.facebook.com/TICAC2016>



บัญชีรายชื่อองค์การเอกชน
โดยคณะกรรมการสังคม
กิจการเด็ก เยาวชน สตรี ผู้สูงอายุ
คนพิการและผู้ด้อยโอกาส สภานิติ
บัญญัติแห่งชาติ (รายชื่อองค์การ
พัฒนาเอกชนด้านเด็ก หน้า 1-5)

คณะผู้จัดทำ
ที่ปรึกษา

นายไมตรี อินทุสุต

นางสุภัชชา สุทธิพล

นางสาวอุไร เล็กน้อย

นางนันทา ไวกุล

ประธานอนุกรรมการส่งเสริมการปกป้องคุ้มครองเด็กและเยาวชน
ในการใช้สื่อออนไลน์

อธิบดีกรมกิจการเด็กและเยาวชน

รองอธิบดีกรมกิจการเด็กและเยาวชน

ผู้อำนวยการกองคุ้มครองเด็กและเยาวชน

คณะทำงาน

นายโอภาส ภูครองนาค

ผู้อำนวยการศูนย์ประสานงานขับเคลื่อนการส่งเสริมและปกป้อง
คุ้มครองเด็กและเยาวชนในการใช้สื่อออนไลน์

นางสาวปฐมภรณ์ ให้อวยชัย

นักพัฒนาสังคมชำนาญการ

นางสาวพรรณทิพย์ ทองหลิม

นักประชาสัมพันธ์

นางสาวจริยา ทอดอาจ

นักพัฒนาสังคม



กรมกิจการเด็กและเยาวชน
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

