

วารสาร

นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า

“นวัตกรรมการสื่อสารกับอาเซียน”

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2558

Journal of Communication and Innovation NIDA

บทความ

● The Challenges of Social Media in ASEAN Community

Mohd Azizuddin Mohd Sani

● เทคโนโลยีสารสนเทศกับการขับเคลื่อนประชาคมอาเซียน

กุลทิพย์ ศาสตราจุฑิ

● อุตสาหกรรมภาพยนตร์ยุคสื่อใหม่ในอาเซียน: ก้าวอย่างไรสู่โลกออนไลน์ และภูมิภาคอาเซียน

กุลฤดี นุ่มทอง อัครวิน เนตรโพธิ์แก้ว

● นวัตกรรมสื่อดิจิทัลใหม่สำหรับนิเทศศาสตร์

ชุตีสันต์ เกิดวิบูลย์เวช

● การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อแก้ไขปัญหาแรงงานเด็กข้ามชาติของชุมชน ในจังหวัดสมุทรสาคร

กุลฤดี นุ่มทอง

● ผลผลิตของสื่อกิจกรรมประเภทค่ายเยาวชนระดับนานาชาติ: บริบทวิเคราะห์ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

พีเชต ธวัช

● การรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ เตือนภัยພັດในประเทศไทย

วสิริรัตน์ อักษรดี

● การพัฒนาสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ขององค์การบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และคณะ

บทวิจารณ์หนังสือ

● เกาะแก่งอาเซียน เรียนรู้วัฒนธรรมร่วมสมัย "POP Culture"

พีทักษิ์ ชูมงคล

● Think ASEAN! คิดอย่างอาเซียน

วศิน ประดิษฐ์ศิลป์

นวัตกรรมสื่อดิจิทัลใหม่สำหรับนิเทศศาสตร์

ชุดสั้นต์ เกิดวิบูลย์เวช⁵

บทคัดย่อ

ในระบบการเห็น ระบบการได้ยิน ระบบการสัมผัส ระบบการได้กลิ่น และระบบการลิ้มรสของมนุษย์ ทุก ๆ ประสาทสัมผัสทั้งห้ามีบทบาทสำคัญอย่างมากในการเสริมสร้างประสบการณ์ของชีวิตประจำวันของมนุษย์ผ่านทางอารมณ์ ความรู้สึก และความทรงจำ อย่างไรก็ตามในอดีตกาลการสื่อสารสำหรับสื่อ มักจะถูกจำกัดอยู่เพียงการสื่อสารผ่านระบบการได้ยินของมนุษย์ เช่น โทรศัพท์มือถือ 2G ในโลกปัจจุบันที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตของมนุษย์มากขึ้นทุกวัน การสื่อสารและสื่อดิจิทัลไปไกลเกินกว่าเพียงแค่การได้ยิน บทความวิจัยชิ้นนี้นำเสนอกรอบที่เรียกว่า “สื่อดิจิทัลใหม่” ซึ่งกรอบนี้จะเป็นการบูรณาการระหว่างสื่อดิจิทัลแบบดั้งเดิมในเชิงนิเทศศาสตร์เข้ากับกรอบความรู้ทางวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของการสื่อสารแบบดั้งเดิมในยุคสารสนเทศใหม่นี้ รวมไปถึงจะมีการอธิบายการพัฒนางานวิจัยล่าสุดของสื่อดิจิทัลใหม่ที่มีการใช้และการประยุกต์ใช้อุปกรณ์ที่เห็นเรียลลิตี้ (Augmented Reality) และคอมพิวเตอร์วิทัศน์ (Computer Vision) อนึ่งบทความวิจัยชิ้นนี้จะมีกรอบโดยย่อสำหรับงานวิจัยสื่อดิจิทัลในอนาคตเมื่อมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีวิศวกรรมคอมพิวเตอร์เข้ากับประสาทสัมผัสทุกประสาทของมนุษย์ (กล่าวคือ การได้ยิน การเห็น การสัมผัส การได้กลิ่น และ การลิ้มรส) อย่างเป็นทางการ นอกจากนี้จะมีการวิเคราะห์ในแง่ของสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับอุปนิสัยของประชาชนที่ใช้อินเทอร์เน็ตในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมไปถึงการอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลใหม่ในกรอบอาเซียนด้วยเช่นกัน

คำสำคัญ: เทคโนโลยีนวัตกรรม สื่อดิจิทัลใหม่ คอมพิวเตอร์วิทัศน์ กรอบอาเซียน นิเทศศาสตร์ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

⁵ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

New Digital Media Innovation for Communication Arts

Abstract

In human vision system, hearing system, somatosensation system (touch), olfactory system (smell) and gustatory system (taste), all five senses perform a very important role in enhancing one's daily life experiences through moods, emotions and memory. However previously, communication for media was often only limited through human hearing system, such as 2G mobile phone. In this today's world where technologies increasingly shape our everyday lives, communication and digital media go far beyond than just audition. This paper presents a framework called "new digital media". This framework integrates between conventional digital media in the context of communication arts and computer engineering-based innovative technologies together, which will change some traditional communication landscapes in this new information age. In addition, the recent development of the new digital media research work using and applying augmented reality and computer vision is discussed. Furthermore, this paper provides a brief framework for future digital media research when applying computer engineering-based technologies into every traditional human sense (i.e., hearing, vision, somatosensation, olfactory and gustatory systems) innovatively. Moreover, some digital media habits of people using internet in Southeast Asia are synthesized. Further discussion about new digital media in ASEAN framework is included also.

Keywords: innovative technology, new digital media, computer vision, ASEAN framework, communication arts, integrated marketing communications