

MEDIA INNOVATION

นวัตกรรมสื่อ (Media Innovation) เป็นงานสร้างสรรค์สื่อและเนื้อหา ด้วยการใช้วิธีการใหม่ ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ส่งและรับสาร ทั้งในระดับบุคคล และสังคม โดยเป็นการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารใหม่หรือต่อยอดจากเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีอยู่เดิม

ลักษณะสำคัญของนวัตกรรมสื่อ มีดังนี้



“นวัตกรรมสื่อ” แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. เทคโนโลยีสื่อ (Media Technology Innovation)
2. เนื้อหา (Media Content Innovation)

สนช.มุ่ง สนับสนุนการสร้างธุรกิจใหม่ที่พัฒนานวัตกรรมสื่อ ที่เป็น ประโยชน์ กับประชาชน ชุมชน ประเทศ ทั้งในเชิงพาณิชย์ การศึกษา การท่องเที่ยว สุขภาพ และอุตสาหกรรมใหม่ ที่มีศักยภาพที่จะนำไปใช้ ในวงกว้าง หรือส่งออกสู่ต่างประเทศได้ หรือเป็นนวัตกรรมสื่อที่ช่วย เสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศไทย สินค้าไทย และสังคมไทย

การเปลี่ยนแปลงอะไร ที่เป็น “นวัตกรรมสื่อ”



PRODUCT

การเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์ เช่น

- การนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่เข้ามาใช้ในการผลิตเครื่องบันทึก เก็บ และส่งต่อข้อมูล ภาพและเสียง แบบใหม่
- การอำนวยความสะดวกในการเผยแพร่เนื้อหาด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร



PROCESS

การเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการ เช่น

- การเปลี่ยนให้ผู้ใช้เป็นผู้สร้างเนื้อหาเอง
- การเปลี่ยนให้ผู้ส่งสารเป็น ผู้ทำหน้าที่พิสูจน์กลั่นกรอง
- การสร้างเทคนิคการสังเคราะห์ข้อมูล



POSITIONING

การเปลี่ยนแปลงด้านวางตำแหน่งสื่อ เช่น

- การเปลี่ยนให้เนื้อหาสื่อเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารกลุ่มใหม่ จากกลุ่มทั่วไป สู่กลุ่มที่เจาะจง
- การขยายตลาดผู้รับสื่อจากในประเทศ สู่ระดับนานาชาติ



PARADIGM

การเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนทัศน์ เช่น

- การเปลี่ยนแนวคิดใหม่เกี่ยวกับสื่อว่าสื่อคืออะไร
- การเปลี่ยนแนวคิดเกี่ยวกับการกำกับและดูแลสื่อ
- การเปิดเสรีนิยมด้านสื่อดิจิทัล (Digital Liberalization)

รายการอ้างอิง
GARCÍA-ÁVILES, J. A., CARVAJAL-PRÍETO, M., DE LARA-GONZÁLEZ, A., & ARIAS-ROBLES, F. (2016). DEVELOPING AN INDEX OF MEDIA INNOVATION IN A NATIONAL MARKET: THE CASE OF SPAIN. JOURNALISM STUDIES, 1-18.
STORSUL, T., & KRUMSVIK, A. H. (2013). WHAT IS MEDIA INNOVATION? In S. STORSUL & A. H. KRUMSVIK (EDS.), MEDIA INNOVATION: A MULTIDISCIPLINARY STUDY OF CHANGE (PP. 13-26). GÖTEBORG: NORDICOM.
WESTLUND, O., & LEWIS, S. C. (2014). AGENTS OF MEDIA INNOVATIONS: ACTORS, ACTANTS, AND AUDIENCES. THE JOURNAL OF MEDIA INNOVATIONS, 1(2), 10-35.