

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 ที่เป็นประโยชน์ กับประชาชน ชุมชน ประเทศ ทั้งในเชิงพาณิชย์ การศึกษา การท่องเที่ยว สุขภาพ และอุตสาหกรรมใหม่ ที่มีศักยภาพที่จะนำไปใช้ในวงกว้าง หรือส่งออกสู่ต่างประเทศได้ หรือเป็นนวัตกรรมสื่อที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศไทย 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.