

สื่อดิจิทัลใหม่.. สื่อแห่งอนาคต

New Digital Media..Media for the Future



พศ.ดร.บุตีสืบษ์ เกียรติบุญญาเวช



สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



สื่อดิจิทัลใหม่..สื่อแห่งอนาคต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ เกดวิบูลย์เวช



สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



สื่อดิจิทัลใหม่..สื่อแห่งอนาคต

ผู้เขียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ เกดวิบูลย์เวช
เลขมาตรฐานประจำหนังสือ 978-974- 231- 912- 0

ข้อมูลการลงรายการในสิ่งพิมพ์

ชุตินันต์ เกดวิบูลย์เวช

สื่อดิจิทัล..สื่อแห่งอนาคต/ชุตินันต์ เกดวิบูลย์เวช.- -พิมพ์ครั้งที่ 1.- -กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,2559

234 หน้า ซม.

SBN 978-974-231-912-0

บรรณานุกรม.

1.สื่ออิเล็กทรอนิกส์. 2.การสื่อสาร. 3. สื่อสังคมออนไลน์. (1) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สำนักพิมพ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

TK 510.8884. ท44 2559

NIDACIP

658.8342- dc

2016

จัดจำหน่ายโดย สำนักพิมพ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

จัดจำหน่ายโดย บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 1858/87-90 ถนนบางนา-ตราด

แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โทร:0-2739-8222,0 2739-80000 โทรสาร 0-2739-8356-9

พิมพ์ที่ สำนักงานกิจการโรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก

พิมพ์ครั้งที่ 1 สิงหาคม 2559

จำนวนพิมพ์ 500 เล่ม

ราคา 290 บาท

คำแถลงของสำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ได้รับการจัดตั้งโดยพระราชบัญญัติสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๐๙ ให้มีบทบาทในการสอนระดับบัณฑิตศึกษา ด้านการบริหารและพัฒนาเพื่อผลิตนักบริหาร นักวิชาการ ในหลากหลายสาขา นอกจากนี้ยังได้มุ่งพัฒนาผลงานวิจัย ทั้งการวิจัยพื้นฐาน ประยุกต์ และการวิจัยอื่น ๆ

สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้รับการจัดตั้งขึ้นโดยระเบียบฯ ด้วยการจัดตั้งและบริหารงานสำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๕๘ โดยมีฐานะเป็นหน่วยงานหนึ่งของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ วัตถุประสงค์หลักของสำนักพิมพ์เพื่อทำการส่งเสริมและพัฒนาการจัดพิมพ์และเผยแพร่ตำราและเอกสารวิชาการในระดับอุดมศึกษาและสูงกว่าระดับดังกล่าว ตำราและเอกสารวิชาการที่ได้รับการพิจารณาและส่งเสริมมาจากทั้งคณาจารย์และนักวิชาการภายในและนอกสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ การส่งเสริมจึงมุ่งที่จะให้ผลงานวิชาการมีคุณภาพสูงและแพร่หลายโดยทั่วถึง ทั้งในด้านคณาจารย์ ผู้สอน นักวิชาการ นิสิตและนักศึกษา รวมทั้งผู้สนใจงานวิชาการโดยทั่วไป

ในปัจจุบันสำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์อยู่ในฐานะที่ได้ทำการส่งเสริมโดยการจัดพิมพ์เผยแพร่ตำราและเอกสารวิชาการ บริหารงานโดยคณะกรรมการบริหารสำนักพิมพ์ได้ร่วมกันดำเนินงานพิจารณาและหาแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานอยู่เสมอ คณะกรรมการฯ จึงมีความยินดีที่จะน้อมรับข้อเสนอแนะและการวิพากษ์วิจารณ์ในลักษณะสร้างสรรค์เพื่อที่จะได้พิจารณาและนำมาปรับปรุงการบริหารสำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สื่อดิจิทัลใหม่..สื่อแห่งอนาคต

New Digital Media..Media for the Future

ผศ.ดร.ชุตินันต์ เกติวิบูลย์เวช

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

คำนำ

ในโลกยุคสารสนเทศสมัยปัจจุบัน สื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทอย่างสูงในศาสตร์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ วิศวกรรมศาสตร์คอมพิวเตอร์ และ นิเทศศาสตร์ เนื้อหาภายในเล่มผู้เขียนได้อธิบายถึงพื้นฐานความรู้ของสื่อดิจิทัลทั้งในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน รวมไปถึงจรรยาบรรณในการผลิตสื่อดิจิทัลในรูปแบบใหม่ ตลอดจนทั้งความเป็นไปได้ในการนำสื่อดิจิทัลไปสร้างสรรค์ในอนาคต ทั้งการสื่อสารในรูปแบบที่ใช้ประสาทสัมผัสของมนุษย์ที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งการมองเห็น การได้กลิ่น การรับรส การฟังเสียง และการสัมผัส

ซึ่งการสร้างระบบที่สามารถทำให้มนุษย์สามารถติดต่อกันได้ในหลายประสาทสัมผัสพร้อม ๆ กัน แม้อาจจะเป็นเรื่องใหม่แต่คงมีบทบาทในประเทศไทย แต่ในความเป็นจริงแล้วในต่างประเทศ ได้มีการสร้างระบบและผลิตงานวิจัยที่พยายามเชื่อมต่อ ติดต่อกับ สื่อสาร (Connectivity) และทำให้มนุษย์ในศตวรรษที่ 21 “ใกล้” กันมากขึ้นมาได้ สักพักใหญ่ ๆ แล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ อาทิ สถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ (Massachusetts Institute of Technology: MIT) ในสหรัฐอเมริกา มหาวิทยาลัยเคโอ (Keio University) ในประเทศญี่ปุ่น และ มหาวิทยาลัยแห่งชาติสิงคโปร์ (National University of Singapore) ในประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น

เพราะฉะนั้นจึงเป็นการดีที่เนื้อหาภายในตำราเล่มนี้จะเป็นการอธิบายถึงความรู้ที่ทันสมัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นการผสมผสานบูรณาการ ทั้งองค์ความรู้พื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พื้นฐานทางด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์ องค์ความรู้ทางด้านวิศวกรรมศาสตร์คอมพิวเตอร์ ตลอดจนทั้งองค์ความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์เข้าด้วยกัน โดยผู้เขียนพยายามอย่างดีที่สุดให้การบูรณาการนี้ลงตัว เข้าใจง่าย และเหมาะสม

สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาทั้งระดับบัณฑิตศึกษาในมหาวิทยาลัยในประเทศไทย นักวิชาการในหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน หรือรวมไปถึงบุคคลภายนอก แวดวงวิชาการที่ต้องการที่จะศึกษาและอรรถาธิบายความผู้เกี่ยวกับสื่อดิจิทัล ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัลในปัจจุบันที่มีความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา ซึ่งนอกจาก บรรณานุกรมท้ายเล่มแล้ว ผู้เขียนได้แยกเอกสารอ้างอิงไว้ในแต่ละบทเพื่อความสะดวก ในการค้นหาของผู้ท่าน โดยผู้อ่านอาจอ่านวารสารวิชาการและงานวิจัยในต่างประเทศ ที่เป็นภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับสื่อดิจิทัลประกอบเพิ่มเติมไปด้วย ก็จะทำให้สนุกกับการอ่านและเข้าใจเนื้อหาการอ่านไว้อวดเร็วและเที่ยงมากขึ้น

หากใครที่พบเจอข้อผิดพลาด ข้อบกพร่อง หรือ มีข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์เป็น ประโยชน์ ผู้เขียนยินดีอย่างยิ่งที่จะรับฟังข้อคิดเห็นต่าง ๆ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ โดยสามารถติดต่อผู้เขียนได้ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ chutisanket@nida.ac.th

ท้ายที่สุดนี้ผู้เขียนขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสองท่านที่สละเวลาจำนวนมากในการอ่านประเมินตำราเล่มนี้ทั้งหมด แม้ผู้เขียนจะไม่ทราบว่าคุณคือผู้ประเมินตำราของผู้เขียนเองก็ตาม แต่ข้อเท็จจริงก็คือคำแนะนำของผู้ประเมินทั้งสองท่านได้ช่วยให้ตำราเล่มนี้มีคุณภาพดียิ่งขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนผู้เขียนขอขอบคุณคณะกรรมการของสำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ที่ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงตำราเล่มนี้ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานวิชาการในระดับสากล รวมไปถึงผู้เรียนขอขอบคุณทั้งเพื่อน ๆ และกลุ่มนักศึกษาของผู้เขียนที่ได้มาช่วยกันอ่านตรวจคำที่ สะกดผิดในตำราเล่มนี้ทั้งหมดอย่างละเอียด สุดท้ายผู้เขียนขอขอบคุณครอบครัวของผู้เขียนเองที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และ ให้กำลังใจแก่ผู้เขียนด้วยวิเศษตลอดมา

ผศ.ดร.ชูติสินธ์ เกิดวิบูลย์เวช

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

ธันวาคม 2558

สารบัญ

รายละเอียด	หน้า
คำนำ	ii – iii
สารบัญ	iv
บทที่ 1 สื่อดิจิทัลจากอดีตสู่ปัจจุบัน	1 – 28
บทที่ 2 สื่อดิจิทัลเชิงบูรณาการ	29 – 50
บทที่ 3 ความเป็นจริงเสริม	51 – 68
บทที่ 4 ความเป็นจริงลด	69 – 78
บทที่ 5 สื่อดิจิทัลสร้างสรรค์ให้กับคอมพิวเตอร์	79 – 96
บทที่ 6 การรู้จำแบบและการวิเคราะห์ส่วนประกอบสำคัญ	97 – 112
บทที่ 7 เทคโนโลยีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และคอมพิวเตอร์	113 – 126
บทที่ 8 นวัตกรรมสื่อดิจิทัลในเชิงพาณิชย์	127 – 142
บทที่ 9 สื่อสารผ่านหลายประสาทสัมผัส	143 – 156
บทที่ 10 การทำให้เหมาะที่สุดสำหรับโปรแกรมค้นหา	157 – 165
บทที่ 11 เศรษฐกิจดิจิทัลสร้างสรรค์จากสื่อดิจิทัล	169 – 184
บทที่ 12 จรรยาบรรณในการผลิตสื่อดิจิทัล	185 – 196
บรรณานุกรม	197 – 220
ดัชนี	221 – 225

