

พลังและผลกระทบ ของการสื่อสารดิจิทัล ๒๕๖๕



1. บทนำ

ประวัติศาสตร์ การสื่อสารของมนุษยชาติเริ่มจากการพูด (oral) เมื่อวันเวลาผันผ่าน การสื่อสารก็ก้าวหน้าจากวัฒนธรรมการพูดสู่การเขียนบท (script) สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การสื่อสารไร้สาย จวบจนปัจจุบันคือการสื่อสารดิจิทัล ที่เป็นพลังการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่สุดของการกระจายข่าวสาร เกิดเมื่อมีการนำคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมาใช้เมื่อยุคต้นปี 1990 ตั้งแต่นั้นมา ก็เกิดการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและรุนแรง (drastic change) อันมีผลที่ยิ่งใหญ่ที่สุดต่อการรับรู้ (perception) ของผู้คน วิธีการใช้เวลา (time) และพื้นที่ (space) รวมทั้งพลังในการเข้าถึงและควบคุมสื่อ (Chen, 2012)

ในยุคการสื่อสารดิจิทัล เวลาได้ถูกบีบอัด (compressed) โดยการลดระยะทางระหว่างพื้นที่ (space) ทำให้ความรู้สึกว่าพื้นที่ที่เคยถูกแบ่งเป็น ระดับชุมชน ระดับชาติ ระดับโลก

ดร. วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์

รองศาสตราจารย์

คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

กลายเป็นสิ่งล้าสมัยไปแล้ว (Harvey, 1990) ยุคสมัยนี้ไม่มีใครแบ่ง space แบบนี้อีกแล้ว การเข้าถึงของสื่อดิจิทัลไปยังทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้สิทธิพิเศษที่เคยอยู่ในอุ้งมือของรัฐบาล จังหวัด องค์กรของรัฐและศาสนาทกอยู่ในมือปัจเจกบุคคลมากขึ้น มิติของเวลาและพื้นที่เปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิง

นวัตกรรมของการสื่อสารดิจิทัลคือพลังการเปลี่ยนแปลงวิธีการคิด วิธีการกระทำและวิถีชีวิตของผู้คน Chen (2007) ระบุว่าผลกระทบของสื่อดิจิทัลต่อสังคมมนุษย์ทั้งมิติด้านความรู้ ด้านสังคม (social effect) และด้านสุนทรียะ (new form of aesthetics เช่น ประสบการณ์เสมือน การมีปฏิสัมพันธ์) ส่วน Hamelink (1997) ระบุว่าเทคโนโลยีดิจิทัลได้นำความเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลกทำงานได้รวดเร็วขึ้น สามารถทำธุรกรรมการเงินได้อย่างไร้ขอบเขต แพร่กระจายข่าวและความบันเทิงสู่ผู้ชมใหม่ๆ ได้อย่างกว้างขวาง ด้วยข้อดีเหล่านี้ทำให้องค์กรใหญ่ๆ ดิ้นรน และพยายามควบคุมอุตสาหกรรมข่าวสารให้ได้ Ghai (1997)

กล่าวว่าการสื่อสารดิจิทัลคือ

นวัตกรรมสำคัญทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีที่ฝ่าฟัน และสร้างโอกาสใหม่สำหรับการพัฒนาของมนุษย์ ขณะที่ tKaul (2012) ระบุว่า การสื่อสารดิจิทัลคือ **พลังที่นำ**

การสื่อสารดิจิทัลคือ พลังสื่อนามิที่ถาโถมมนุษยชาติ...ได้เปลี่ยนแปลงวิธีการคิด, การกระทำและวิถีชีวิตของผู้คน...เป็นสิ่งที่นำการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ที่สุด...

นับจากยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม

การเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ที่สุด นับจากยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม หากจะเปรียบจากกล่าวได้ว่าการสื่อสารดิจิทัลคือ พลังสึนามิ ที่ถาโถมมนุษยชาติ ทำให้เกิดการปฏิวัติอย่างรุนแรง เปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางสังคมโดยการปลดปล่อยให้อิสราภาพแก่ประชาชนนับล้านที่เคยเป็นคนชายขอบ (marginalization) ปราศจากเสียง บัดนี้ทุกคนมีอำนาจ มีเสียงตามสิทธิ์ โลกได้ถูกลดลงจนทุกคนสามารถติดต่อกันได้ชั่วลัดมือ ด้วยเครื่องมือที่มีอยู่ทุกหนแห่ง

2. ความหมาย

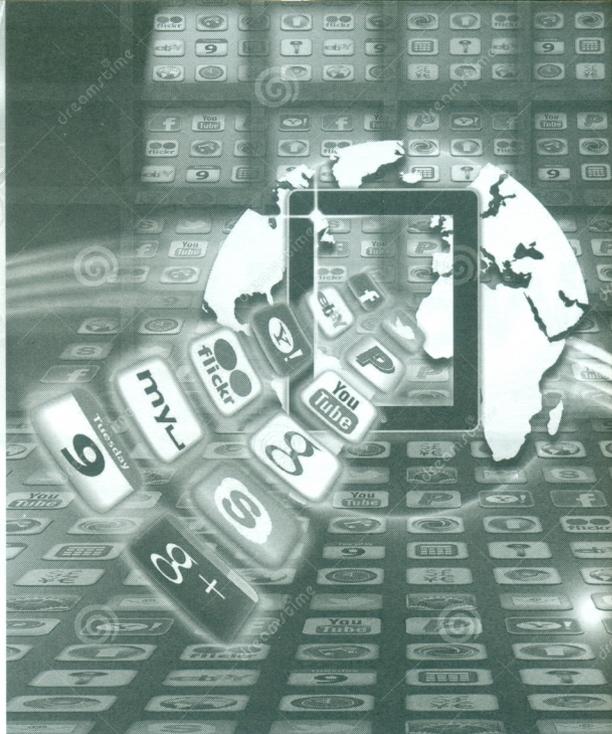
The Princeton Review (2014) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารดิจิทัลไว้สั้นๆ กระชับได้ใจความว่า คือการสื่อสารที่ดำเนินการด้วยและโดยเทคโนโลยีดิจิทัล (with and by digital technology)

ส่วน Kaul (2012) นิยามการสื่อสารดิจิทัล คือการแลกเปลี่ยนข่าวสารด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีตัวเลือกหลากหลาย ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข่าวสารได้ทุกสถานที่ทุกเวลา

3. สื่อดิจิทัลมีอะไรบ้าง

Green and Huang (2014) ได้แบ่งชนิดของสื่อดิจิทัลไว้ตามหลักของ Dewey ได้มากมายราว ๆ 60 ชนิด ดังนี้

Audiovisual materials	Electronic books
Blogs	Electronic bulletin boards
Books	Electronic journals
Broadcast communications	Electronic mail
CDs (Compact discs)	Electronic publications
Cellular radio	Electronic resources
Cellular telephone	Instant messaging
Chat groups	Integrating resource



Computer game music	Interactive television
Digital audi	Interactive videotex
Digital media	Internet forums
Digital publications	Internet publishing
Digital photography	Internet telephony
Digital radio	Machine-readable materials
Digital television	Mobile radio
Digital video	Mobile television
Discussion lists	Teletex
Motion pictures	Teletext
Newspapers	Television
Online chat groups	Text messages
Online social networks	Video recording
Podcasts	Videoconferencing
Point-to-point communications	Videotelephony
Radio	Vidiotex
Radiotelephony	Visual materials
RSS feeds	Web publications
Serials	Webcasts
Social media	Wikis
Software radio	
Streaming media	
Telegraphy	
Telephony	



การสื่อสารดิจิทัลคือ การสื่อสารที่ดำเนินการด้วยและโดยเทคโนโลยีดิจิทัล... มีมากถึง 60 ชนิด...



4. ปัจจุบัน และอนาคตของพลวัตการสื่อสาร: ตัวเลขที่ควรรู้

- การสื่อสารดิจิทัลได้สร้างความเปลี่ยนแปลงแก่โลกมากกว่าพลวัตอื่นได้ในรอบ 200 ปี
- ผู้ใหญ่ใช้เวลามากกว่า 15 ชั่วโมงต่อสัปดาห์บนอินเทอร์เน็ต
- คู่รัก 1 ใน 5 พบกันบนโลกออนไลน์
- 56% ของผู้ทำหน้าที่ HR ใช้เครือข่ายสังคมเป็นแหล่งสำคัญในการหาผู้สมัคร
- มี blogs ใหม่ 1 ล้าน blogs ทุกเดือน (2 วินาทีต่อ 1 blog)
- มี Twitter เกิดใหม่ วันละ 1 ล้าน Twitter /หรือ 250 Twitter ต่อวินาที
- มีคนใช้งาน Twitter ผ่านมือถือ 165 ล้านคน โดยมี 107 ล้านคน อาศัยอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา
- มีคนใช้งาน Facebook กว่า 900 ล้านทั่วโลก 500 ล้าน ใช้ผ่านมือถือ 93% ของคนสหรัฐใช้ Facebook แต่ละคนมีเพื่อนอย่างน้อย 130 คน โดย 250 ล้านคน upload ภาพทุกวัน เช็ก Facebook วันละ 5 ครั้ง
- in (LinkedIn) มีสมาชิก 161 ล้านคนใน 200 ประเทศ
- มีคนนำ video ขึ้น U-tube ยาว 72 ชั่วโมง ทุก 1 นาที
- มีคนใช้ U-tube เฉลี่ยวันละ 15 นาที มีผู้ชมเดือนละ 800 ล้านคน ใน 43 ประเทศ 60 ภาษา 20% ชมผ่านมือถือ
- U-tube คือ Search engine ที่มีผู้ใช้เป็นอันดับ 2 ของโลกออนไลน์
- 90% ของผู้บริโภคเชื่อคำแนะนำจากเพื่อน (peer recommendations) มีเพียง 14% ที่เชื่อโฆษณา

- 93% ของนักการตลาดใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) เพื่อธุรกิจ
- ความคิดสร้างสรรค์คือ สิ่งที่มีคุณค่าสูงของบริษัทต่างๆ
- Wikipedia เปิดเมื่อปี 2001 ขณะนี้มีบทความกว่า 13 ล้านเรื่อง กว่า 200 ภาษา (Wiki เป็นภาษาฮาวายแปลว่า รวดเร็ว อ่านว่า Witi)
- ปี 2000 มีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 738 ล้านเครื่อง ปี 2010 มีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 5,000 ล้านเครื่อง ปี 2020 จะมีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 6,000 ล้านเครื่อง
- ปี 2000 มีผู้ใช้ Internet 394 ล้านเครื่อง ปี 2010 มีผู้ใช้ Internet 2,000 ล้านคน ปี 2020 จะมีผู้ใช้ Internet 5,000 ล้านคน
- ปี 2010 Smartphone สามารถเก็บข้อมูลได้ 16Gb ปี 2020 จะสามารถเก็บได้ 1 Tbyte
- ปี 2020 โทรศัพท์เกือบทุกเครื่องจะเชื่อมต่อกับ Internet
- ปี 2020 คนชั้นกลาง 1 คน จะมีเครื่องมือเพื่อเชื่อมต่อเครือข่ายออนไลน์ คนละ 10 ชิ้น โดยทั้งโลกจะมีอุปกรณ์เชื่อมต่อ Internet มากกว่า 50,000 ล้านชิ้น โดยสามารถจะเชื่อมต่อได้ทุกเวลาทุกสถานที่ สำหรับทุกคน ทุกอุปกรณ์
- ปี 2020 โลกดิจิทัล (digital universe) จะใหญ่กว่าปัจจุบัน 44 เท่า (35ZB)
- ความสัมพันธ์ของคนในสังคมจะได้ผลกระทบจาก Internet ในทุกระดับ ทั้งโลกจริงและโลกเสมือน อย่างไรก็ตามจะจินตนาการได้

ปี 2020 โลกดิจิทัล จะใหญ่กว่าปัจจุบัน 44 เท่า



5. ลักษณะเฉพาะ 5 ประการ

การสื่อสารดิจิทัล มีลักษณะที่เด่นชัดเฉพาะ 5 ประการ คือ ความเป็นดิจิทัล การหลอมรวม การมีปฏิสัมพันธ์ การเชื่อมโยง และประสบการณ์เสมือน (Chen & Zhang, 2010; Flew, 2005; Lister, Dover, Giddings, Grant & Kelly, 2009)

• **ความเป็นดิจิทัล** เป็นคุณสมบัติเด่นสุดของสื่อใหม่ ภาพ เสียง ต่างๆ ถูกแปลงจาก Analog เป็น digital ทำงานด้วยวิธีการ ทางคณิตศาสตร์ (mathematical operations) ทำให้สามารถดำเนินการควบคุม จัดเก็บ นำมาใช้ด้วยพื้นที่จำกัด

• **พลังการหลอมรวม** ของสื่อยุคใหม่ ทำให้ง่ายต่อการส่งผ่านทาง Internet และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทำให้สามารถจัดแสดงและรวมสื่อต่างๆ ทั้งผลผลิตและบริการไว้ด้วยกัน

• **การมีปฏิสัมพันธ์** สื่อดิจิทัลได้สร้างอิสรภาพอันยิ่งใหญ่ในการผลิต และการผลิตซ้ำเนื้อหารูปแบบต่างๆ การสร้างปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้ใช้กับทรัพยากรข้อมูล เครือข่ายและระบบต่างๆ ทั้งง่าย สะดวกสบาย เป็นการสร้างพลังอำนาจใหม่ในการสื่อสารของมนุษย์

• **การเชื่อมโยง** สื่อดิจิทัลทำให้ผู้คนสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งโลกมาเชื่อมต่อและเคลื่อนย้ายได้สะดวก (freely move around) ตามความต้องการเป็นประสบการณ์ของชีวิตใหม่ (new life experience) ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงกิจกรรมทางการเงิน เปลี่ยนวิถีชีวิตและมิติอื่นๆ ของผู้คนในสังคม

• **ประสบการณ์เสมือน** (virtual experience) Cyberspace ได้สร้างช่องว่างระหว่างความเป็นจริง และ



โลกเสมือนอันมีผลต่อเพศ สภาพ บุคลิกภาพ อาชีพ ก่อเกิดชุมชน สังคมเสมือนมากมาย อันเป็นสิ่งท้าทายในการรับรู้ความเป็นจริง (reality) และอัตลักษณ์ดั้งเดิม (traditionally identity)

6. พลวัตรของการสื่อสารดิจิทัลต่อโลกาภิวัตน์

ผลกระทบที่ยิ่งใหญ่ของการสื่อสารดิจิทัลต่อการเปลี่ยนแปลง ของโลกสามารถพูดย่อๆ ได้ 5 ประการคือ

1. การย่อโลก (shrinking world)
2. การบีบอัดเวลาและพื้นที่ (compression of time and space)
3. การเชื่อมโยงโลกทั้งใบไว้ (global connectivity)
4. การปฏิสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดของสังคมในมิติต่างๆ (close interaction)
5. การเร่งความร่วมมือและแข่งขันกันทั้งระดับชุมชน และระดับโลก (accelerated local and global competition/cooperation)

5 สิ่งที่ทำให้โลกเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ในเกือบทุกมิติ

สิ่งที่ทำให้สื่อดิจิทัลก่อให้เกิดการปฏิวัติ (revolutionary) ความคิดของผู้คนทั่วโลกเปลี่ยนโครงสร้าง (restructured) สังคมมนุษย์ใหม่และสร้างนิยามใหม่ (redefined) ของคำว่าชุมชน คือ

- ก) พลังพลวัตของการแลกเปลี่ยนแบ่งปัน และโต้แย้ง
- ข) พลังการแพร่ กระจายซึ่มลึกไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว

การสื่อสารดิจิทัลมีลักษณะเด่นเฉพาะ 5 ประการคือ

- ความเป็นดิจิทัล
- การหลอมรวม
- การมีปฏิสัมพันธ์
- การเชื่อมโยง
- และประสบการณ์เสมือน



- ค) พลังการเชื่อมต่อกันและกัน
- ง) การผสมข้ามพันธ์ทางวัฒนธรรม
- จ) การสร้างพลังอำนาจ ให้แต่ละบุคคล อย่างที่ไม่มีสื่อใดทำได้มาก่อน (Chen, 2012)

7. ผลกระทบเชิงลบของสื่อดิจิทัล

สรรพสิ่งที่มีประโยชน์มหันต์แต่ถ้าไม่ฉลาดใช้อย่างก่อโทษมหันต์ เช่นกันการสื่อสารดิจิทัลก็ไม่มีข้อยกเว้น ผลกระทบเชิงลบมีมากมาย จาระไนกันไม่หวาดไม่ไหว ตั้งแต่ปัญหากระยะสั้น/ยาว/เด่นชัด แอบแฝง ตั้งแต่เป็นโรคอ้วน ติด sex ติดเกม ติดความรุนแรง ติด Internet แยกตนเองจากสังคม ขาดปฏิสัมพันธ์ (lack of physical interactivity) ไร้มารยาท คนพูดกันมาก ได้ยินแต่ไม่มีใครฟัง รับรู้แต่ไร้อารมณ์ ข้อมูลท่วมโลกแต่ไร้สาระ ทำให้เด็กโง่งง มีเสรีภาพตน แต่ละเมิดสิทธิ์คนอื่น หยาดคาย กร้าวร้าว ลำเอียง อกติ สุขภาพจิตเสีย ควบคุมอารมณ์ไม่ได้ ขาดความอดทน (deteriorated patience) ระยะความสนใจสั้นลง (attention span) มีปัญหาเชิงวิเคราะหฺ์สารพัดสารพัน



ปรากฏการณ์สังคมไทย

ได้อ่านบทความเรื่อง “เรื่องที่มหาวิทยาลัยไม่สอน” ของศุ บุญเลี้ยง (2557) วิชาภษณ์นักศึกษาที่ไปทำงานด้วย ทำให้เห็นภาพของพฤติกรรมเด็กยุคดิจิทัลทั่วๆ ค่อนข้างซัด จึงยกมาเป็นอุทาหรณ์

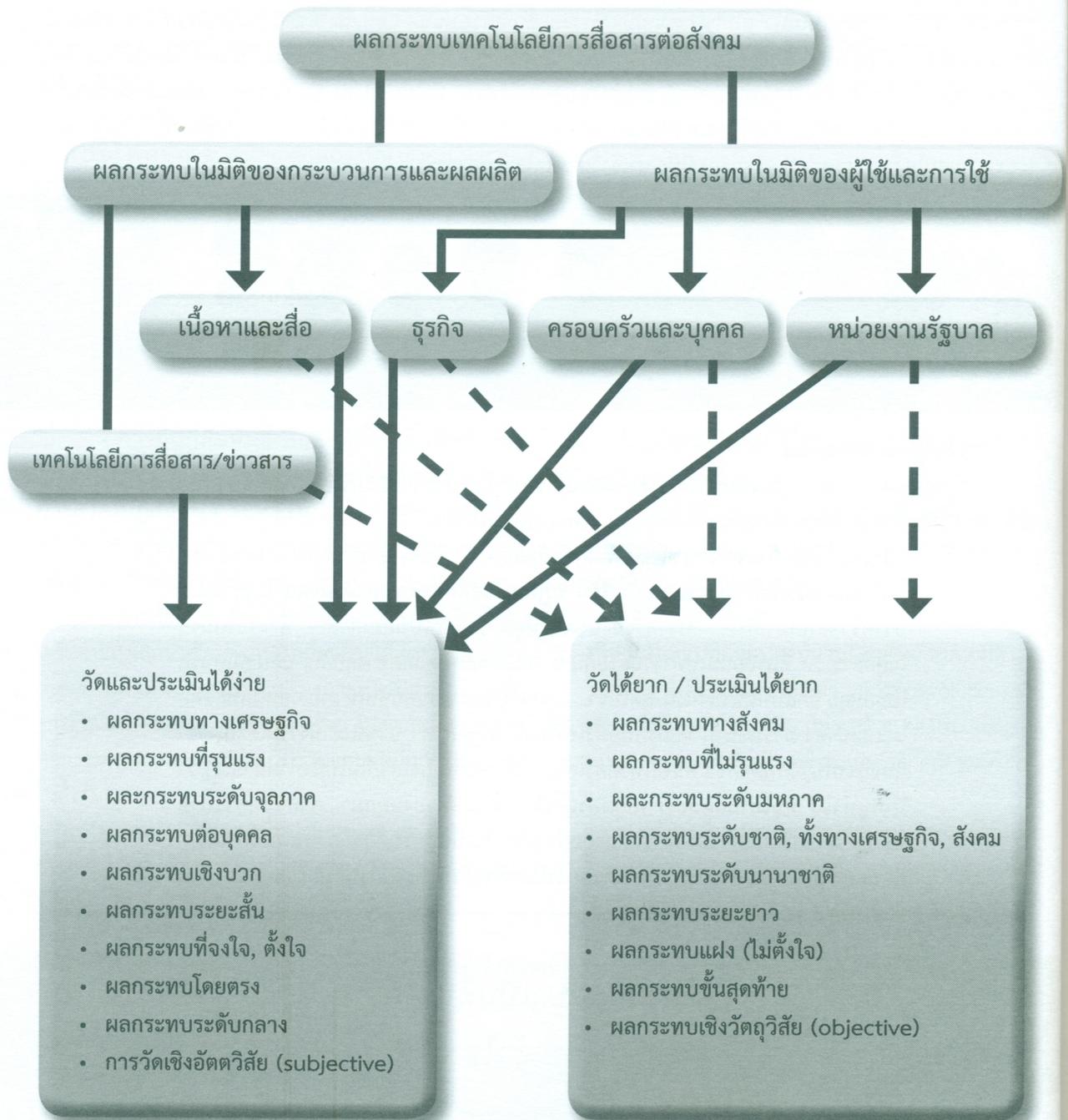
“ไม่น่าแปลกใจ ถ้ามหาวิทยาลัยเป็นที่ฝึกทำข้อสอบ/เป็นที่นัดเพื่อนฝูง มากกว่าจะสอนคนให้มีความสัมพันธ์ออกไปทำงานร่วมกันผู้อื่น ปฏิสัมพันธ์คือสิ่งที่คนทำงานใหม่ ไม่เข้าใจ... บางคราจะพูดมากไป.....บางครั้งนั่งนิ่งเฉยไม่พูด ราวกับเป็นสัมภเวสี.....ทำงานไปนิ่งๆ ไม่สื่อสาร.....ขึ้นรถยนต์ไปทำงานด้วยกัน บางคนโทรศัพท์ตลอดทางคุยกับคนอื่น คนบนรถไม่ยอมคุย อีกแบบหนึ่งนั่งนิ่งไม่พูดไม่จา.....ราวกับว่าเราเป็นคนขับให้ เคยเจอหนักที่สุดคือไม่แนะนำตัว มารับขึ้นรถ จนถึงที่พักทั้งไปทั้งกลับไม่พูดสักคำ บางคนมานั่งร่วมโต๊ะกินข้าว กินจนจบไม่รู้จักพูดจกจา ทนไม่ไหวต้องไล่ไปนั่งโต๊ะคนอื่น ไล่แล้วก็ไม่ไปนั่งทำหน้ามึนๆ ว่าไล่หนูทำไม หนูไม่ได้ผิดอะไร เลยต้องลุกเดินหนี ไล่ตัวเองออกมา...คำถามที่ควรถามแต่ไม่ถาม บางคนมีความสามารถหลายอย่างมาก ไม่ใช่ออย่างเดียวคือ พูดไม่เป็น และที่อ่อนแอมากๆ ก็คือการอ่าน ให้ยกตัวอย่างนิตยสารดังๆ ที่เคยอ่านก็นึกไม่ออก บางคนอ่านมาตั้งนานแล้วยังมาบอกว่าอ่าน...”

มหาวิทยาลัยเป็นเพียงที่ฝึกทำข้อสอบ..เป็นที่นัดเพื่อนฝูงมากกว่าจะสอนคน...
ปฏิสัมพันธ์คือสิ่งที่คนทำงานใหม่...ไม่เข้าใจ



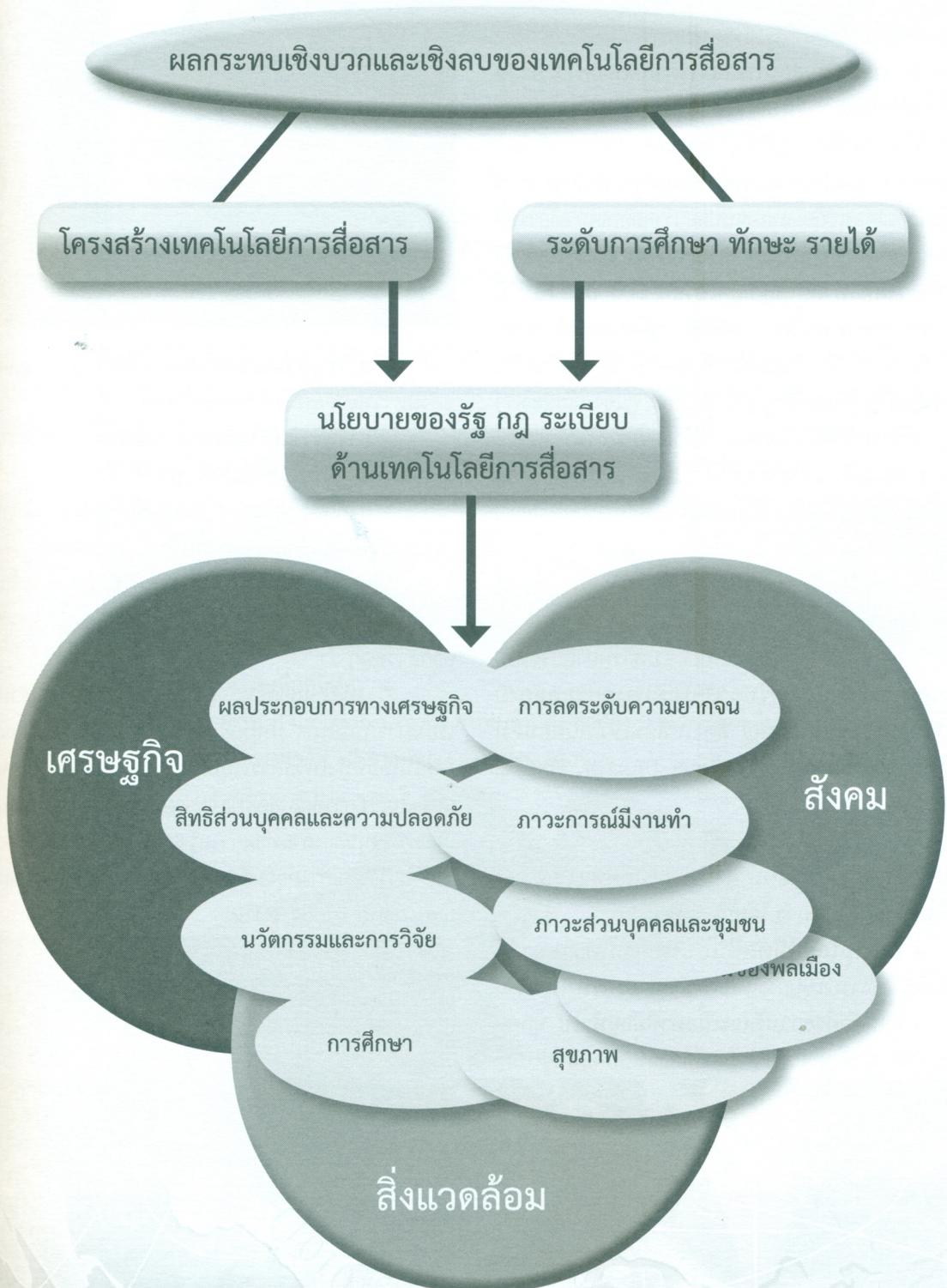
8. ผลกระทบของการสื่อสารดิจิทัลต่อสังคม

เมื่อผลกระทบของการสื่อสารดิจิทัลมีมากมาย องค์กรเพื่อการพัฒนาและความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (OECD, 2007) จึงได้ศึกษาผลกระทบ ของการสื่อสารต่อบุคคล องค์กรเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม แล้วสรุปเป็น Model ช่วยสร้างกรอบความคิดไว้ดังนี้

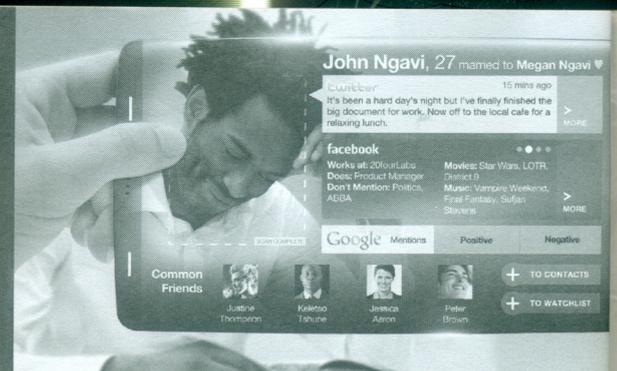


ที่มา : OECD, 2007

นอกจากนั้น UNCTAD (2011) ยังได้ระบุว่าถ้าจะศึกษาผลกระทบทั้งเชิงบวก, เชิงลบของการสื่อสารดิจิทัล ควรต้องพิจารณา ความสัมพันธ์ของ 3 องค์ประกอบสำคัญคือ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกันด้วย



ภาพกรอบแนวคิดผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ ที่มา : UNCTAD (2011)



9. ผลกระทบของการสื่อสารดิจิทัลต่อมหาวิทยาลัย

พลังของการสื่อสารดิจิทัลกลายเป็นแรงขับเคลื่อนของการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญยิ่ง ผู้บริหารมหาวิทยาลัยทั่วโลกต่างตระหนักที่อุตสาหกรรมการศึกษาเคยคงกะพันมานับพันปีตกอยู่ในภาวะต้องเปลี่ยนแปลงแบบถอนรากถอนโคน อธิการบดีในออสเตรเลียหลายคนให้ความเห็นว่า “มหาวิทยาลัยกำลังประสบความท้าทายที่ใหญ่ที่สุดในรอบ 800 ปี... 10 ปีนี้จะเป็นทศวรรษที่ทรหดเหนื่อยหนักสุด... รูปแบบมหาวิทยาลัยที่ดำเนินการมาเปรียบได้กับสังคม Analog แต่โลกปัจจุบันเป็น Digital เราต้องเปลี่ยนรูปโฉมใหม่หมด... คู่แข่งหลักของเราใน 10 ปีข้างหน้าคือ Google... (ถ้าเรายังมีชีวิตรอดอยู่..) จะมีมหาวิทยาลัยระดับโลกเพียง 15-20 แห่งที่เข้า Win นอกนั้นที่เหลือก็เป็นเพียงผู้ร่วมแข่งขัน ...ไม่มีทางได้เหรียญ... (Ernst and Young, 2012)

Peter Drucker (1997) ประมาจารย์ด้านการบริหารและการจัดการ ได้ยืนยันชัดเจนว่า

“...อีก 30 ปี จากนี้ไป campus มหาวิทยาลัยจะเป็นเพียงเศษซากวัตถุ มหาวิทยาลัยไม่มีทางอยู่รอดต้องมีการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ ต้องเปลี่ยนเหมือนตอนที่เทคโนโลยีการพิมพ์ครั้งแรก” (Peter Drucker, Forbes, 1997)

พลังที่ยิ่งใหญ่ในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงของมหาวิทยาลัย 5 ประการ ได้แก่

- เทคโนโลยีดิจิทัลที่บีบบังคับให้มหาวิทยาลัยต้องเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเรียนการสอนและการบริหารงาน
- การเข้าถึงความรู้และเนื้อหาที่มีอยู่ทั่วไป ทุกคนมีสิทธิเข้าถึง ทุกที่ ทุกเวลา ด้วยเครื่องมือที่ทุกคนมีอยู่

• การขับเคลื่อนของโลก การเกิดขึ้นและการแข่งขันของมหาวิทยาลัยที่มีแบรนด์ระดับโลก

• การแข่งขันช่วงชิงทางการตลาด (นักศึกษา) และการเงินที่รุนแรงทั้งในชาติและระหว่างชาติ

• องค์กรอุตสาหกรรมจะเป็นทั้งคู่แข่ง และผู้ร่วมมือในการผลิตนักศึกษาและการวิจัย

เรื่องอิทธิพลของการสื่อสารดิจิทัลต่อการศึกษาเป็นมหากาพย์เรื่องใหญ่คงต้องใช้เวลาสนทนากันยาววันนี่คงกล่าวสั้น ๆ ว่า

“...เทคโนโลยีดิจิทัลจะไม่ใช่สาเหตุการจากไปของการเรียนการสอนใน Campus ของมหาวิทยาลัย แต่จะเป็นเทคโนโลยีที่ทำให้วิธีการเรียนการสอนอุดมศึกษาเปลี่ยนวิถีอย่างสิ้นเชิง การสื่อสารดิจิทัลจะช่วยให้การเข้าถึง (accessed) และสนับสนุนการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์การเรียนรู้ จะช่วยสร้างคุณค่าแก่อุดมศึกษาและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง...” (Ernst and Young, 2012)

...อีก 30 ปี Campus ในมหาวิทยาลัยจะเป็นเพียงเศษซากวัตถุ... ไม่มีทางอยู่รอดต้องมีการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่



10. การรู้เท่าสื่อ: หนทางแก้ปัญหาด้านมืดของสื่อดิจิทัล

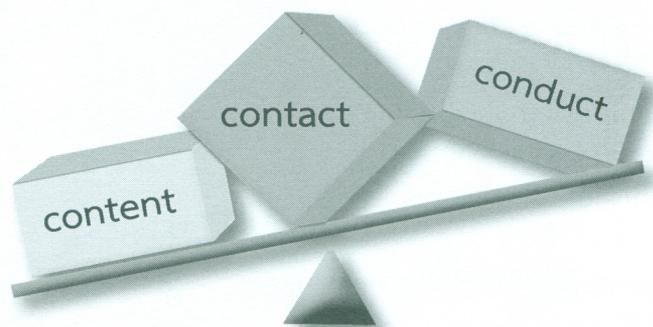
- ขณะที่ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหาข้อมูลได้หลากหลายมากมายที่สุดในประวัติศาสตร์ของโลก ข้อมูลเหล่านี้มีทั้งข้อมูลที่ดี (the good) ข้อมูลที่เลว (the bad) และข้อมูลที่น่ารังเกียจขยะแขยง (the ugly)
- ผลเชิงลบหรือปัญหาด้านมืดของโลกที่เต็มไปด้วยข่าวสารเห็นได้เด่นชัดมากขึ้นและมากขึ้น วัฒนธรรมของสื่อร่วมสมัยมีทั้งความรุนแรงที่สุด (ultra) และภาพยนตร์ที่แสดงออกทาง sex อย่างชัดเจนโจ่งแจ้ง (explicit) หนังสือเคลื่อนจอบล็อกนินทาวาร้าย เว็บโฆษณาชวนเชื่อ สินค้าไร้สาระ Web ที่ลำเอียงสร้างความเกลียดชังกันในสังคม (hate site) ลัทธิเช็กซ์ ลัทธินิยมเชื้อชาติ การก่อการร้าย การคุกคามทางเพศทางร่างกาย เหยียดหยามดูถูก ทำร้ายร่างกายและจิตใจ และการโจรกรรม การละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญามีให้เห็นเกลื่อนจอ
- การแพร่หลายของข่าวสารข้อมูลเบื้องต้น ทำให้ทุกคนต้องมีความรู้และทักษะใหม่ เพื่อบ่มเพาะ ฝึกฝนการตัดสินใจที่ชาญฉลาดและมีความรับผิดชอบ เพื่อให้สามารถอยู่ในยุคดิจิทัล (digital age) ได้อย่างมีความสุข สำเร็จประโยชน์ทั้งทางส่วนตัว อาชีพและสังคม (personal, professional and social benefits)
- ทักษะดังกล่าวไม่ใช่ทางเลือกหรือสิ่งพึงประสงค์ แต่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ และจำเป็นยิ่งของการเป็นพลเมืองดิจิทัล (digital citizenship) เราเรียกว่าการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (digital literacy)
- ในช่วง 50 ปีมานี้ มีคำที่ใช้ใกล้เคียงกันหลายคำทำให้สับสน อาทิ Information literacy, media literacy, media education, visual literacy, news literacy, health media literacy และ digital literacy เป็นต้น
- การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลคือ สมรรถวิสัย (ความรู้และทักษะ) ทางสังคม อารมณ์ และปัญญาในการใช้เนื้อหา ข้อมูล และเทคโนโลยี ทักษะในการคิดวิเคราะห์ การสร้างเนื้อหาและสร้างสื่ออย่างสร้างสรรค์ยึดมั่นความดีงาม เพื่อประโยชน์ตนและสังคม รู้จักใช้สิทธิ ใช้เสียง (power voices and rights) ภายใต้กฎหมายและการร่วมมือร่วมใจกับชุมชน (community collaboration) ในการแก้ปัญหา เพื่อปรับปรุงโลก และสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ไม่ใช่ทางเลือกหรือสิ่งพึงประสงค์ แต่เป็นองค์ประกอบสำคัญและจำเป็นยิ่งของการเป็นพลเมืองดิจิทัล



ทักษะสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล

ผลการวิจัยของสหภาพยุโรป (European Union) ค้นพบว่ามีความเสี่ยง 3 ประเภทที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อดิจิทัล ในวิถีชีวิตปัจจุบัน (Staksrud, Livingstone, Haddon, & Olafsson, 2009)



- ความเสี่ยงด้านเนื้อหา (Content risk) ประกอบด้วยความเสี่ยงในการเปิดรับเนื้อหาที่ก้าวร้าว เป็นอันตราย เช่น ความรุนแรง เพศ การเหยียดผิวหรือการสร้างความเกลียดชัง
- ความเสี่ยงในการติดต่อ (Contact risk) ประกอบด้วยการติดต่อสื่อดิจิทัลที่มีการคุกคามทางเพศผ่านสื่อ การใช้คำหยาบ การดูถูก การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล
- ความเสี่ยงด้านพฤติกรรม (Conduct risk) ประกอบด้วยพฤติกรรมการโกหกผ่านสื่อ การตั้งใจให้ข้อมูลที่ผิดพลาด การเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่น การพนัน การขโมยข้อมูล การดาวน์โหลดข้อมูลผิดกฎหมาย เป็นต้น

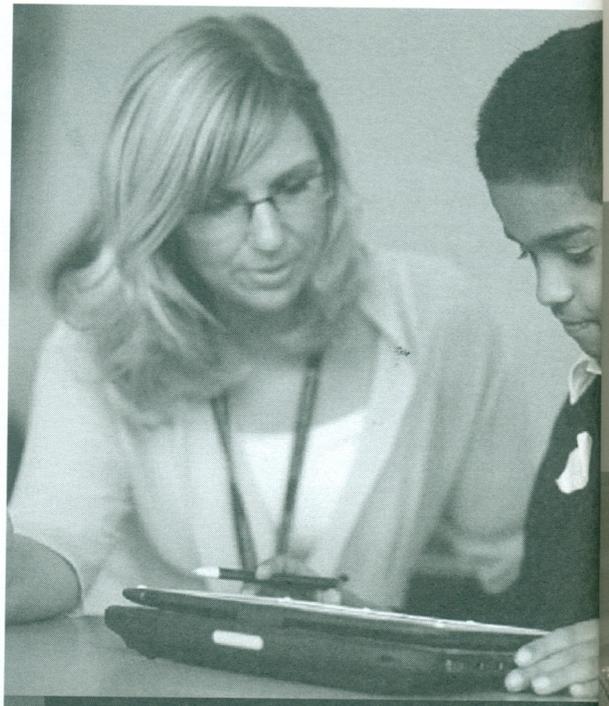
การใช้สื่อดิจิทัลปัจจุบันมีความเสี่ยง 3 ด้าน...Content...Contact...Conduct

เพื่อความปกติสุขของชีวิตประจำวัน ปัจจุบันทุกคนต้องพัฒนาทักษะในการแก้ปัญหาและทักษะการสื่อสารต่อไป นี้ เพื่อการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (digital literacy)



ทักษะที่จำเป็นในการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล

1. **ทักษะการเข้าถึงสื่อ (Access)** การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการค้นหาและใช้สื่ออย่างเชี่ยวชาญและแบ่งปันข่าวสารกับผู้อื่นที่ต้องการข้อมูลดังกล่าว
 2. **ทักษะการวิเคราะห์และประเมินข่าวสาร (Analyze & Evaluate)** การเข้าใจเนื้อหาของสารและการใช้ความคิดเชิงวิเคราะห์ ประเมินคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ ความจริง ความถูกต้อง และทรศนะต่างๆ ของสาร (เนื้อหา) รวมทั้งการคาดการณ์ ผลกระทบของสาร
 3. **ทักษะการสร้างสื่อ (Create)** การสร้างเนื้อหาหรือสื่อ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความเชื่อมั่น ในการแสดงออกด้วยการตระหนักในจุดประสงค์ ผู้รับสาร และเทคนิคการนำเสนอ
 4. **ทักษะการใช้สื่ออย่างรับผิดชอบและมีจริยธรรม (Reflect)** การใช้หลักการทางจริยธรรมและความรับผิดชอบ ต่อสังคมในการใช้สื่อและแสดงพฤติกรรมการใช้สื่อ
 5. **ทักษะการแบ่งปันความรู้และแก้ปัญหา (Act)** การแบ่งปันความรู้และทักษะการแก้ปัญหาของตนเอง ครอบครั้วที่ทำงานและชุมชนอย่างมีส่วนร่วมทั้งร่างกาย แรงใจ ในฐานะที่เป็นสมาชิกของชุมชนระดับท้องถิ่น ภาค ประเทศและระหว่างชาติ
- โดยทักษะดังกล่าวต้องพิจารณาควบคู่ไปกับวัฒนธรรมวิถีชีวิต (culture) และการร่วมมือ ร่วมใจ (collaboration)



และอน
ทุกคนจ
(visual
ลักษณะ
ภาพนิ่ง
เสียง (s
(design
การนำเ
และเข้าใ
มากกว่า

เป็นทฤ
สามารถ
สื่อสารต
สืบพันธุ
สื่อสารรู้
ญาณ (โ

ในยุค
นักสื่อ
เห็นภ



11. เราจะทำอย่างไร

• ข้อคิดสั้นๆ จากปรากฏการณ์จริงก็คือ สื่อปัจจุบันและอนาคตส่วนมากจะอยู่ในรูปแบบของภาพ (visual form) ทุกคนจะมีทักษะรู้เท่าทันสื่อได้ ต้องมีทักษะรู้เท่าทันภาพก่อน (visual literacy skills) เพื่อความเข้าใจข่าวสารที่ถูกส่งมา ลักษณะสื่อหลอมรวม (convergence) อันประกอบด้วย ภาพนิ่ง (image) ภาพเคลื่อนไหว (video) ขั้นตอน (sequence) เสียง (sound) เอฟเฟกต์ กราฟิก 3 มิติ สี การออกแบบ (design) รูปแบบ (form) สัญลักษณ์ (symbols) และเทคนิคการนำเสนอ เราทุกคนจึงต้องรู้การตีความข่าวสารผ่านภาพ และเข้าใจทะลุความหมายที่ฝังลึกอยู่ในภาพจากสื่อที่เราเห็นมากกว่าสิ่งที่ปรากฏเบื้องหน้าอย่างผิวเผิน

• ผู้เขียนจึงตกผลึกความจริงเหล่านี้แล้วนำมาเขียนเป็นทฤษฎีการสื่อสารยุคใหม่ว่า “ชีวิตคือการสื่อสาร บุคคลสามารถสื่อสารได้ทั้งระดับสัญลักษณ์ (โดยใช้จิตใต้สำนึก สื่อสารตามความต้องการของร่างกาย/ชีวภาพ กิน อยู่ ยา สืบพันธุ์ ฯลฯ) ระดับปริชาญาณ (โดยใช้จิตสำนึกมีทักษะการสื่อสาร วิชาการสื่อสารที่ดี เป็นผลผลิตของสมอง) ระดับปัญญาญาณ (โดยใช้จิตเหนือสำนึก สื่อสารด้วยผลผลิตของจิตที่ผ่าน

การฝึกฝนจนทรงพลัง) ผลกระทบและอิทธิพลของการสื่อสารต่อชีวิต ย่อมเกิดจากทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร (ผู้ส่งสาร/ระดับการสื่อสาร/วัตถุประสงค์การสื่อสาร/เนื้อหาของสาร/สื่อ/ผู้รับสาร) ผสมผสานกับปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญคือ บริบทของการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็บริบทส่วนบุคคล (การศึกษา ธรรมเนียม ความชอบ ฯลฯ) บริบทเชิงจิตวิทยา เศรษฐกิจ วัฒนธรรม เจือใจ เวลา สถานที่ การพิเคราะห์ที่ต้องประมวลพร้อมๆ กัน... ในยุคการสื่อสารดิจิทัล นักสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องสามารถได้ยินเสียงที่ผู้ส่งสารไม่ได้พูด/สามารถอ่านเนื้อหาในช่องว่างระหว่างบรรทัด/ต้องสามารถเห็นภาพที่ไม่ถูกบันทึก/เข้าใจกริยาที่ปิดบังซ่อนเร้น และต้องตระหนักรู้ถึงสิ่งที่ผู้ส่งสารจงใจละเว้นไม่นำเสนอ...” (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2557)

• ถ้าเรามีทักษะเรียนรู้เท่าทันดังกล่าวแล้วไม่ว่าการสื่อสารดิจิทัล จะมีอิทธิพลกับโลกใบนี้อย่างไร เราก็อยู่ได้อย่างเข้าใจ และมีความสุข



ในยุคดิจิทัล...

นักสื่อสารที่รู้เท่าทันต้อง...ได้ยินเสียงที่ไม่ได้พูด...สามารถอ่านเนื้อหาในช่องว่างระหว่างบรรทัด...เห็นภาพที่ไม่ถูกบันทึก...และต้องรู้เท่าทันสิ่งที่ผู้ส่งสารจงใจซ่อนเร้นละเว้นไม่นำเสนอ





เอกสารอ้างอิง

- วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2557) **ทฤษฎีและแบบจำลองแมทริกซ์การสื่อสาร (Revised Edition)**. www.infocommmju.com/icarticles/ajwittaya/
- ศุ บุญเลี้ยง (2557) เรื่องที่มหาวิทยาลัยไม่ค่อยสอน **ศ.คน** ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 (98) กุมภาพันธ์ 2557 (146-147)
- Chen, G.M (2007) Media (Literacy) education in the United State. **China Media Research** 3 (3) 87-103.
- Chen, Guo-Ming (2012) The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context. **China Media Research** 8 (2).
- Chen, G.M, & Zhang, K.(2010). New media and cultural identity in the global society. In R. Taiwo (Ed.), **Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication : Language Structures and Social Interaction**. (pp 801-815). Hershey, PA: Idea Group Inc.
- Chung, J., & Chen, G.M. (2007) The relationship between cultural and electronic-mail usage. In M. Hinner (Ed.) **The role of communication in business transactions and relationships** (pp.279-292). Germany: Peter Lang.
- Ernst and Young (2012) **University of the Future U.K** : Ernst & Young Global Limited.
- Flew, T. (2005). **New media**. New York: Oxford University Press.
- Green, Rebecca and Hung Xiaoli (2014) **Classification of Digital Content, Media and Device Types** OCLC online Library Computer Center Inc.
- Ghai, Dharam (1997). **New Information and Communication Technologies, Social Development and Cultural Change**, Geneva: UNRISD
- Harvey, D (1990) **The Conduction of postmodernity : An Inquiry into the origins of cultural Change**. Oxford: Backwell.
- Hobbs, Renee. (2010). **Digital and Media Literacy A Plan of Action**. MD : The Aspen Institute Publications Office.
- Kaul, Vineet. (2012) The Digital Communications Revolution. **Journal of Communication and Media Technologies** 2 (3) 113-130.
- Lister, N., Doverly, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009) **New media : A Critical Introduction**. New York: Routledge.
- OECD (2007). **Measuring the Impacts of ICT using official Statistics**. Working Party on Indicators for The Information Society. DSTI/ ICCP/ IIS (2007)/ FINAL.
- Peter Drucker (1997) in **The Future of the University in an Era of Change**. By James J.Duderstadt Georgia: Georgia Institue of Technology.
- Stakrud,E., Livingstone S, and Olafsson,K. (2009) **What do we know about children's use of online technologies? A report on data availability and research gaps in Europe** (2nd ed.) London School of Economics and Political Science. London, England: EU Kids Online.
- UNCTAD (2011) **Measuring the Impacts of Information and Communication Technology for Development**. Geneva: United Nations.