

บทบาทด้านการข่าวของเว็บทำยอดนิยม



นายฉณพล รังสาดทอง

ศูนย์วิทยทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE ROLE OF ONLINE NEWS FROM THAILAND'S POPULAR WEB PORTALS



Mr.Tanaphon Rangsadthong

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Journalism and Information

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

บทบาทด้านการข่าวของเว็บท่ายอดนิยม

โดย

นายธนพล รั้งลาดทอง

สาขาวิชา

วารสารสนเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)

ศูนย์วิทยุกระจายเสียงวิทยุ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ธณพล รังสาดทอง : บทบาทด้านการข่าวของเว็บทำยอดนิยม. (THE ROLE OF ONLINE NEWS FROM THAILAND'S POPULAR WEB PORTALS) อ.ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก : ผศ.ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ, 159 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บทำภายในประเทศ และพฤติกรรมการใช้งานเว็บทำของผู้ใช้งานรวมถึงความพึงพอใจข่าวที่ถูกคัดเลือกจากเว็บทำ และศึกษาถึงการรับรู้ถึงลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวออนไลน์ของเว็บมาสเตอร์และผู้ใช้งานเว็บทำภายในประเทศ ภายหลังจากก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 วิธี คือ สัมภาษณ์เชิงลึกเว็บมาสเตอร์ และการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

ผลการวิจัยพบว่าเว็บทำนำเสนอข่าวเพื่อประโยชน์ในด้านธุรกิจและมีการแสวงหาผลประโยชน์ ด้วยการนำเสนอโฆษณาในหน้าข่าวซึ่งผิดกับหลักการใช้น้ำหนักที่เป็นธรรม (Fair Use) ข่าวที่นำเสนอบนเว็บทำไม่แตกต่างกับข่าวที่นำเสนอบนเว็บข่าวออนไลน์ ภายหลังจากการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ส่งผลให้เว็บทำภายในประเทศเปลี่ยนรูปแบบการผลิตข่าวเป็นการนำข่าวจากหลายๆแหล่งมาเรียบเรียงใหม่ ส่งผลทำให้คุณภาพข่าวลดลงและก่อให้เกิดการใส่ความคิดเห็นส่วนบุคคลลงไปในเรื่องข่าวออนไลน์

การใช้งานเว็บทำพบว่าผู้ใช้งานไม่ได้ใช้งานเว็บทำในการติดตามข่าวออนไลน์เพียงแหล่งเดียวในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเท่านั้นแต่มีการใช้แหล่งข่าวจากเว็บข่าวออนไลน์ประกอบด้วย แม้การเรียบเรียงข่าวของเว็บทำส่งผลทำให้คุณภาพข่าวลดลงแต่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บทำเพราะผู้อ่านให้ความสำคัญกับความเร็วในการนำเสนอข่าวมากกว่า ในเรื่องการละเมิดจริยธรรมผู้ใช้งานมองว่าการผลิตซ้ำเป็นเรื่องที่ถูกต้องเพราะยังไม่มีบทลงโทษตามกฎหมายแตกต่างจากการแสดงความคิดเห็นหยาบคายที่มีบทลงโทษตามกฎหมาย

การรวมกลุ่มจัดเป็นชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์เพื่อแสดงให้เห็นว่าการผลิตข่าวซ้ำข่าวแบบเดิมส่งผลกระทบต่อเจ้าของเนื้อหาและการรวมกลุ่มสามารถสร้างอำนาจต่อรองกับเว็บทำเพื่อขอความร่วมมือในการสร้างจริยธรรมการนำเสนอข่าวออนไลน์ แต่ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ไม่สามารถเรียกร้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตข่าวตามที่ต้องการได้ เพราะข่าวออนไลน์ไม่ได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....ลายมือชื่อ นิสิต.....ธณพล รังสาดทอง.....
สาขาวิชา.....วารสารสนเทศ..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....(อ.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)
ปีการศึกษา 2553

5184684628 : MAJOR JOURNALISM AND INFORMATION

KEYWORDS : WEB PORTALS/ONLINE NEWS/ FAIR USE /COPYRIGHT/REPRODUCE

TANAPHON RANGSADTHONG: THE ROLE OF ONLINE NEWS FROM
THAILAND'S POPULAR WEB PORTALS. THESIS ADVISOR : DUANGKAMOL
CHARTPRASERT,PhD. 159 pp.

This research examines the news production process, the audience's use and satisfaction of news on Thailand web portals. It also examines the copyright concerns of both the web masters and the audience after the establishment of the Society for Online News Providers. Research methods are in-depth interviews of webmasters and survey of 400 internet users.

Research has found that the setting up of the online news sections on the web portals is mainly for business purposes. They use online news to sell advertisement space with violate the principle of fair use of content from primary sources. Online news presented on the web portals is not different from those presented on online news sites. After the establishment of the Society for Online News Providers, the process of making news on web portals has changed to rewriting the news obtained from various sources. Such practice affects the news quality and gives room for webmasters to put their opinion into the news reporting.

Most internet users do not use rely solely on Web portals as their news sources but they also expose to online news from news websites as well. Poorer quality of the news on web portals is not a major concern among users because they focus more on the speed of news delivery. They see that reproduction is not wrong because the punishment of the law is different from the case of rude comments which is protected by legal sanctions.

The establishment of Society for Online News Providers shows that the news presentation of the web portals affects the content owners so they have to collaborate in order to increase bargaining power with web portals and to set guidelines regarding ethics of presenting online news. However, the Society for Online News Providers has not brought about the changes in news production because online news is not protected under the Copyright law.

Department : Journalism.....

Student's Signature *Tanaphon R.*

Field of Study : Journalism and Information

Advisor's Signature *Duangkamol Chartprasert*

Academic Year : 2010.....

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาอันมีค่ายิ่งช่วยแนะนำผู้วิจัยเป็นอย่างดีเสมอแม้ว่าผู้วิจัยจะทำงานส่งไม่ได้ตั้งใจทุกครั้งไปแต่ก็ค่อยแนะนำและช่วยเปิดมุมมองที่แตกต่างให้กับผู้วิจัย และขอขอบพระคุณท่านประธานกรรมการหลักสูตร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต และ รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร ที่เสียสละเวลาที่สำคัญยิ่งมาเป็นกรรมการสอบวิจัยในครั้งนี้

รวมไปถึงเพื่อนๆภาคีวารสารสนเทศทุกคนที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจและให้คำแนะนำการเตรียมตัวสอบรวมไปถึงทำรูปเล่มและนำพาหัวข้อดังกล่าวได้ไปถึงจุดหมายในที่สุด และที่ลืมไม่ได้คือ ชูตินันท์ ผู้หญิงที่คอยเป็นกำลังใจให้ตลอดในวันที่ผู้วิจัยท้อแท้และสิ้นหวังให้มีกำลังใจเดินหน้าสู้ต่อไปได้จนสำเร็จ

สุดท้ายขอขอบคุณครอบครัว รังสาดทอง ทุกคนทั้งคุณพ่อที่คอยถามไถ่ความคืบหน้าของงานวิจัย คุณแม่ที่ทำให้เชื่อว่ายังมีคนใช้งานเว็บท่าภายในประเทศอยู่จริง พี่สาวและน้องชายที่คอยให้คำแนะนำและช่วยในการเก็บข้อมูล รวมไปถึงที่ช่วยสนับสนุนให้งานวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
คำถามวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับเว็บท่า.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับข่าว.....	13
การผลิตข่าวสาร.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับการทำหน้าที่นายประจักษ์ข่าวสาร.....	20
นายประจักษ์ข่าวสารลำดับที่สอง.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	25
แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ.....	29
แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมในอินเทอร์เน็ต.....	32
แนวคิดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ในเนื้อหา.....	36
RSS และการใช้แบบเป็นธรรม.....	38
ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	40

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	43
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	45
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	48
คุณลักษณะของเว็บท่าภายในประเทศ.....	50
กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศ.....	58
กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ภายหลังข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	71
คุณลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ.....	81
การใช้งานข่าวออนไลน์.....	90
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน.....	93
ความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ของเว็บท่าภายในประเทศ.....	100
อำนาจในการเรียกร้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์.....	102
การรับรู้ถึงลิขสิทธิ์ข่าวของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ.....	105
การละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศ.....	108
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	114
สรุปผลวิจัย.....	114
อภิปรายผล.....	116
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	135
ข้อเสนอแนะผู้วิจัย.....	136
ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป.....	137
รายการอ้างอิง.....	138
ภาคผนวก.....	145
ประวัติผู้เขียน.....	159

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การนำเสนอข่าวผ่าน สื่อเก่า(Old Media) และ สื่อใหม่(New Media).....	16
2	เนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์เอ็มไทย.....	32
3	เนื้อหาต่างๆที่นำเสนอบนเว็บไซต์สยามซ่า.....	34
4	เพศของกลุ่มตัวอย่าง.....	81
5	อายุของกลุ่มตัวอย่าง.....	81
6	ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง.....	82
7	อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง.....	82
8	รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง.....	83
9	ประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ต.....	84
10	สถานที่เข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.....	85
11	ช่วงเวลาที่เข้าใช้อินเทอร์เน็ต.....	85
12	ระยะเวลาในการอ่านข่าวออนไลน์.....	86
13	ประสบการณ์การใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ.....	87
14	ความถี่ในการเปิดรับข่าวออนไลน์.....	87
15	รูปแบบการเข้าถึงข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศ.....	88
16	เว็บท่าภายในประเทศที่ได้รับความนิยม.....	89
17	ประเภทเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจ.....	89
18	การเปิดรับข่าวจากเว็บท่าภายในประเทศ.....	91
19	แหล่งข่าวอื่นๆที่เปิดรับ.....	91
20	เหตุผลที่ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ.....	93
21	ความพึงพอใจในการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศในด้าน “เนื้อหาข่าว”	94
22	ความพึงพอใจในการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศในด้าน “รูปแบบการนำเสนอ” ...	95
23	ปัจจัยที่ส่งเสริมการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ.....	97
24	รูปแบบการให้ประโยชน์ข่าวออนไลน์ในเว็บไซต์เว็บท่าภายในประเทศ.....	98
25	ความสำคัญต่อแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์ในเว็บท่า.....	105
26	การติดตามไปยังหน้าเว็บไซต์ของแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์.....	105
27	ความสามารถของผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต.....	106

ตารางที่	หน้า
28	การรับรู้สิทธิชาว..... 107
29	พฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมในการนำเสนอข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ..... 109
30	ระดับความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวออนไลน์..... 128



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ตัวอย่างเว็บไซต์ Sanook.com.....	11
2	แบบจำลองการทำหน้าที่นายประตู่ข่าวสารของไวท์.....	20
3	กระบวนการรับรู้.....	24
4	สูตรการเลือกรับข่าวสาร.....	26
5	แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	31
6	การใช้งาน RSS บนหน้าเว็บผู้จัดการ.....	38
7	ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ Mthai.com.....	51
8	การตั้งประเด็นข่าวและการสำรวจความคิดเห็นของเว็บไซต์เอ็มไทย.....	52
9	ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์สยามซ่า.....	53
10	บริการฟังเพลงออนไลน์บนเว็บไซต์สยามซ่า.....	54
11	เนื้อหาที่น่าสนใจบนเว็บไซต์ซาบซ่า.....	55
12	ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ซาบซ่า.....	56
13	ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์Ryt9.com.....	57
14	ข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์เอ็มไทย.....	59
15	กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยก่อนซื้อเรียกจ้างจากชมรม ผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	60
16	การนำเสนอเนื้อหาข่าวในหน้าแรกของเว็บสยามซ่า.....	62
17	กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์สยามซ่าก่อนซื้อเรียกจ้างจากชมรม ผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	63
18	ข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์ซาบซ่า.....	65
19	กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ซาบซ่าก่อนซื้อเรียกจ้างจากชมรม ผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	66
20	เนื้อหาข่าวที่ผลิตเองของอินโฟเควสท์บนเว็บไซต์ Ryt9.....	68
21	เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ Ryt9.....	68
22	เนื้อหาข่าวที่ทำสัญญานำเสนอข่าวบนเว็บไซต์ Ryt9.....	69
23	กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ซาบซ่าก่อนซื้อเรียกจ้างจากชมรม ผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	70

ภาพที่		หน้า
24	การเรียบเรียงข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยภายหลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	73
25	การแปลข่าวออนไลน์จากต่างประเทศของเว็บไซต์เอ็มไทยภายหลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	74
26	การผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยภายหลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	75
27	กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยภายหลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	76
28	การใช้ข่าวออนไลน์จากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ที่เป็นสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์ซาบซ่า.....	78
29	การใช้ข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศบนเว็บไซต์ซาบซ่าภายหลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	79
30	กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ซาบซ่าภายหลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	80
31	การผลิตซ้ำข่าวออนไลน์ก่อนข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	117
32	การผลิตซ้ำข่าวออนไลน์ภายหลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์.....	118
33	การแทรกข่าวประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์ลงไปบนหน้าข่าวออนไลน์.....	123
34	การแสดงความคิดเห็นลงไปบนเนื้อหาข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศและการเน้นสีข้อความที่เป็นใจความสำคัญ.....	124
35	ข้อความระบุถึงลิขสิทธิ์ในเนื้อหาบนเว็บข่าวออนไลน์ ผู้จัดการ มติชน และสยามกีฬา.....	129
36	การแสวงหาผลประโยชน์จากเนื้อหาข่าวออนไลน์ด้วยการนำเสนอโฆษณาของเว็บไซต์ซาบซ่า.....	130
37	การแสวงหาผลประโยชน์จากเนื้อหาข่าวออนไลน์ด้วยการนำเสนอโฆษณาของเว็บไซต์เอ็มไทย.....	131

บทที่ 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ¹ เข้ามามีบทบาทอย่างสูงในชีวิตประจำวันของมนุษย์ คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะและคอมพิวเตอร์แบบพกพามีราคาถูกลงอย่างมาก ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการและข้อมูลสารสนเทศได้ง่ายและสะดวกมากกว่าแต่ก่อน ประกอบกับการสื่อสารด้วยอินเทอร์เน็ตถูกพัฒนาให้มีรูปการรับส่งข้อมูลด้วยความเร็วสูง (ADSL)² ทำให้ช่องว่างระหว่างการสื่อสาร (Time and Space) ถูกตัดทอนให้สั้นลงและผู้ใช้สามารถเข้าถึงบริการและข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในความสนใจได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ข้อได้เปรียบของการสื่อสารด้วยอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถกระทำได้ทั้งการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) และการสื่อสารแบบกลุ่ม (Group Communication)

Holfman and Novak (1995) ประมาณการว่ามีข้อมูลให้ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตสามารถสืบค้นได้จากฐานข้อมูลทั่วโลกมากกว่า 20,000,000 ไฟล์ รวมถึงจำนวนผู้ใช้มีจำนวนสูงขึ้นถึงวันละ 64 ล้านคนทั่วโลก การคาดการณ์ของ Holfman and Novak ในช่วงเวลาดังกล่าวสอดคล้องกับการเปิดเผยข้อมูลของ บริษัท Google เว็บเซิร์ชเอ็นจิน อันดับหนึ่งของโลกได้กล่าวว่า “ปัจจุบันเว็บไซต์ของเรามีข้อมูลสำหรับสืบค้นมากกว่า 1,000,000,000 ข้อมูลนับตั้งแต่ก่อตั้งเมื่อปี 1996”

จากการเก็บสถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก ของ Internet World Stats³ พบว่าปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ถึง 1,596,270,108 คน โดยทวีปที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ เอเชีย 657,170,816 คน รองลงมาคือทวีปยุโรป 393,373,398 คน และทวีปอเมริกาเหนือ 251,290,489 คน (ข้อมูลล่าสุดวันที่ 31 มีนาคม 2009)

¹ เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ ประมวลผล และเผยแพร่สารสนเทศซึ่งรวมแล้วคือเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสื่อสาร โทรคมนาคม(ครรชิต มาลัยวงศ์, 2540)

² ADSL มาจากคำว่า Asymmetric Digital Subscriber Line เป็นเทคโนโลยีของ Modem แบบใหม่ ที่เปลี่ยนโฉมหน้าของสายโทรศัพท์ที่ทำจากลวดทองแดง ให้เป็นเส้นสัญญาณนำส่งข้อมูลความเร็วสูง โดย ADSL สามารถจัดส่งข้อมูลจากผู้ให้บริการด้วยความเร็วมากกว่า 6 Mbps ไปยังผู้รับบริการ

³ <http://www.internetworldstats.com>

เมื่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเริ่มได้รับความนิยมและมีจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับความนิยมในการผลิตข้อมูลข่าวสารของปัจเจกบุคคลทั้งในรูปแบบ เว็บเพจ⁴ และกระดานสนทนา⁵ ออนไลน์ ทำให้ข้อมูลสารสนเทศและข่าวสารในโลกอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเป็นเท่าตัวอีกทั้งข่าวสารที่ปัจเจกบุคคลได้ผลิตไม่มีพื้นที่ให้นำเสนอเรื่องราวและเป็นเรื่องยากที่ผู้รับสารในอินเทอร์เน็ตจะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการรวบรวมข้อมูลและข่าวสารที่กระจายตัวอยู่มากมายในโลกอินเทอร์เน็ตเข้าไว้ในเว็บไซต์เดียว และเรียกเว็บไซต์ประเภทนี้ว่า “เว็บท่า”⁶

เว็บท่า (Web portal)⁶ เป็นลักษณะหนึ่งของเว็บไซต์ในโครงข่าย เวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web) บริการที่เป็นหัวใจสำคัญของเว็บท่าคือการรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่กระจายตัวอยู่บนอินเทอร์เน็ตเข้ามาไว้ในเว็บท่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสามารถรับข้อมูลข่าวสารและสามารถค้นหาข้อมูลที่อยู่ในความสนใจได้อย่างรวดเร็ว นอกจากบริการด้านข้อมูลข่าวสารแล้วเว็บท่าเองสามารถให้บริการด้านสาระบันเทิงต่างๆ ได้เหมือนกับเว็บไซต์เฉพาะด้านอื่นๆ เช่นอ่านข่าวออนไลน์ ฟังเพลง ชมคลิปวิดีโอ หาเพื่อนออนไลน์ เป็นต้น

ผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2551 ของเว็บไซต์ ทูริตี⁷ ในประเด็น “ประเภทของเว็บไซต์ที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเข้าชม”⁸ อันดับที่ 1 เป็นเว็บไซต์ประเภทบันเทิง ร้อยละ 38.88 % ในขณะเดียวกันเว็บไซต์ประเภทข่าวออนไลน์โดยตรงมีผู้เข้าชมเพียงร้อยละ 6.4% เท่านั้น เว็บไซต์ประเภทเว็บพ่านั้นจัดอยู่ในกลุ่มของเว็บไซต์ด้านบันเทิงเพราะมีกิจกรรมอย่างอื่นให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ใช้งาน

สอดคล้องกับข้อมูลทางด้านสถิติ ในด้านการใช้งานเว็บไซต์ภายในประเทศประจำปี พ.ศ. 2551 “เว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด 100 อันดับ”⁹ พบว่าอันดับที่ 1 คือเว็บท่า Sanook.com มีจำนวนผู้เข้าชมสะสมทั้งปี 11,877,748 ครั้ง อันดับที่ 2 คือเว็บท่า Kapook.com มีจำนวนผู้เข้าชมสะสมทั้งปี 4,551,416 ครั้ง อันดับที่ 3 คือเว็บท่า Mthai.com มีจำนวนผู้เข้าชมสะสมทั้งปี 2,829,650 ครั้ง จะเห็นได้ว่าทั้ง 3 อันดับล้วนแต่เป็น

⁴ เว็บเพจ (webpage) หมายถึง หน้าหนึ่ง ๆ ของเว็บไซต์ ที่เราเปิดขึ้นมาใช้งาน โดยทั่วไป เว็บเพจส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของเอกสาร HTML หรือ XHTML <http://th.wikipedia.org/wiki/เว็บเพจ>

⁵ เว็บบอร์ด (webboard) คือลักษณะของเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับการแลกเปลี่ยนบทสนทนา การพูดคุย การอภิปรายในสังคมออนไลน์ <http://th.wikipedia.org/wiki/เว็บบอร์ด>

⁶ **ดูความหมาย** Web portal http://en.wikipedia.org/wiki/Web_portal

⁷ <http://truehits.net/>

⁸ ดร.ปิยะ ตันทวิเชียร Thailand Internet Snapshot 2008 <http://truehits.net/awards2008/downloadppt.php>

⁹ Truehits Truehits Award 2008 <http://truehits.net/awards2008/>

เว็บท่าภายในประเทศทั้งหมด ข้อมูลที่น่าสนใจคือเว็บยอดนิยม 10 อันดับแรกมีเว็บไซต์ของสำนักข่าวเพียงเว็บไซต์เดียวคือเว็บไซต์ ผู้จัดการอยู่ในอันดับที่ 4 และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์รายที่มียอดจำหน่ายสูงอย่าง เดลินิวส์ อยู่ในอันดับที่ 41 ในขณะที่เว็บไซต์ ไทยรัฐ ที่มียอดจำหน่ายฉบับพิมพ์รายวันสูงที่สุดในประเทศไทย ไม่เข้าร่วมการจัดอันดับเว็บไซต์

สำหรับการจัดอันดับจากต่างประเทศเว็บไซต์ Alexa¹⁰ ที่เก็บข้อมูลทางด้านสถิติได้จัดอันดับ “50 เว็บไซต์ที่ผู้ใช้งานในประเทศไทยที่นิยมเข้าชมมากที่สุด”¹¹ 5 อันดับแรกเป็นเว็บไซต์ยอดนิยมจากต่างประเทศทั้งสิ้น เว็บไซต์ประเภทเว็บท่าอย่าง sanook.com มีผู้เข้าชมเป็นอันดับที่ 6 ในขณะที่เว็บไซต์ Mthai.com และ Kapook.com อยู่ในอันดับที่ 12 และ 13 ตามลำดับ เว็บข่าวออนไลน์อย่างเอเอสทีวีผู้จัดการ อยู่ในอันดับที่ 17

จากข้อมูลทางสถิติที่กล่าวมาข้างต้นพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่รับข่าวสารออนไลน์จากเว็บท่ามากกว่าเว็บข่าวออนไลน์โดยตรงและเว็บท่าให้ความสำคัญกับข่าวออนไลน์เป็นลำดับแรกเนื่องจากการจัดตำแหน่งข้อมูลข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์จะอยู่ด้านบนของเว็บไซต์และข่าวในเว็บท่าแสดงบทบาทราวกับเว็บไซต์ของสำนักข่าวบนอินเทอร์เน็ตมีการพาดหัวข่าวและแบ่งหมวดหมู่ของข่าวเอาไว้อย่างเป็นระเบียบและให้มีการเปิดให้ผู้อ่านแสดงความคิดเห็นต่อข่าวออนไลน์ เนื้อหาของข่าวมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา

จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นพบว่าผู้ใช้งานมีแนวโน้มจะหันไปอ่านข่าวจากเว็บท่าภายในประเทศเนื่องจากเว็บไซต์ประเภทเว็บท่ามีผู้เข้าชมรายวันเฉลี่ย 500,000 ครั้งต่อวัน¹² ส่วนเนื้อหาข่าวหากเป็นข่าวอยู่ในความสนใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะมียอดผู้ชมสูงถึงราว 10,000 ครั้ง และข่าวที่ได้รับความสนใจสูงสุดของเว็บ sanook.com คือข่าว “คลิปลับ หน้าคล้ายไฮโซ วอนเซียงใหม่!!!” มียอดผู้เข้าชมสะสมถึง 464,715 ครั้ง¹³ นับจากวันแรกที่โพสข่าวคือ 1 มิถุนายน 2552 ในส่วนของเว็บท่าอื่นๆ ไม่ได้ระบุจำนวนผู้เข้าชมไว้แต่ผู้วิจัยสามารถสังเกตได้จากจำนวนผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นในช่วงเวลาที่ข่าวถูกนำเสนอในหน้าแรก เช่นข่าว “มิสเวเนซุ

¹⁰ <http://www.alexa.com>

¹¹ .Alexa Top Sites in Thailand <http://www.alexa.com/topsites/countries/TH>

¹² อ้างแล้ว <http://truehits.net/>

¹³ คลิปลับ หน้าคล้ายไฮโซ วอนเซียงใหม่!!! <http://news.sanook.com/คลิปลับ-หน้าคล้ายไฮโซ-วอนเซียงใหม่-768460.html>

เอลา คำว่า Miss Universe 2009”¹⁴ ของเว็บไซต์ kapook.com มีผู้แสดงความคิดเห็นถึง 498 ข้อความหลังจากที่ข่าวถูกแสดงไปเพียงแค่ 5 ชั่วโมง

ด้วยจำนวนผู้เข้าชมในแต่ละวันที่เพิ่มมากขึ้นเป็นช่องทางการทำเงินชั้นดีของเว็บท่าภายในประเทศที่ไม่จำเป็นต้องส่งทีมงานออกไปทำข่าวเหมือนเว็บข่าวออนไลน์และอาศัยช่องว่างทางกฎหมายที่ไม่ครอบคลุมให้ข่าวประจำวันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 7¹⁵ ทำให้เว็บท่าสามารถดำเนินการกับเนื้อหาข่าวได้ตามใจชอบ และส่งผลกระทบต่อเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ทั้งในด้านจำนวนผู้ชมและจริยธรรมการนำเสนอข่าวทำให้เว็บไซต์ข่าวชั้นนำของไทยรวมกลุ่มกันจัดตั้ง “ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์”¹⁶ เพื่อส่งเสริมสิทธิการรับรู้ข่าวสารของประชาชน ปราศจากการปิดกั้น และเพื่อป้องกัน “เว็บท่าภายในประเทศ” นำข้อมูลข่าวสารไปใช้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ ทางชมรมมีข้อเรียกร้องให้เว็บไซต์ที่นำข่าวไปเสนอนั้นจัดทำลิงค์เชื่อมต่อโดยตรงกลับยังเว็บของแหล่งข่าวและเรียกร้องถึงสิทธิที่ผู้ผลิตข่าวควรจะได้รับจากการนำเนื้อหาของเว็บสมาชิกไปผลิตซ้ำ

งานวิจัยเรื่องบทบาทด้านข่าวของเว็บท่ายอดนิยมเป็นงานวิจัยที่ยังไม่เคยมีการศึกษามาก่อนผู้วิจัยศึกษา 3 ด้านคือด้านเว็บท่าภายในประเทศ ด้านผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและด้านชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

ในด้านเว็บท่าภายในประเทศผู้วิจัยศึกษาถึงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศ รวมไปถึงมีเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกข่าวและแหล่งข่าวที่ใช้ใช้งานทั้งก่อนและหลังการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ นอกจากนี้ยังศึกษาถึงความตระหนักในลิขสิทธิ์ข่าวออนไลน์และพฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศ ในด้านผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผู้วิจัยศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวออนไลน์รวมถึงความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บท่าและการรับรู้ถึงความมีลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวออนไลน์และพฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศส่วน ส่วนในด้านชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ผู้วิจัยศึกษาถึงอำนาจที่ใช้ในการเรียกร้องเพื่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตข่าวของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์และพฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศ

¹⁴ มิสเวเนซุเอลา คำว่า Miss Universe 2009 <http://women.kapook.com/view2200.html?p=1>

¹⁵ <http://sonthongdee.page.tl>

¹⁶ ตั้งชมรม “ผู้ผลิตข่าวออนไลน์” ปกป้องลิขสิทธิ์ข่าวเว็บ <http://www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9520000112139>

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศก่อนและหลังการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์
2. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดจากกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศภายหลังเกิดข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์
3. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศของผู้ใช้งานเพื่อประโยชน์ในด้านข่าวออนไลน์
4. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้งานในการรับข่าวที่ถูกคัดเลือกจากเว็บมาสเตอร์เว็บท่าภายในประเทศ
5. เพื่อศึกษาถึงระดับความความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ในผลงานข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศ
6. เพื่อศึกษาถึงอำนาจของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ในการเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศ
7. เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้ถึงความมีลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวออนไลน์ของผู้ใช้งาน
8. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมในการนำเสนอข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศ

คำถามวิจัย

1. กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศมีอย่างไรบ้าง
2. เมื่อก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์แล้วกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

3. ผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศเปิดรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศเพียงแหล่งเดียวเท่านั้นหรือไม่
4. สาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้งานพึงพอใจที่จะรับข่าวออนไลน์ที่ถูกคัดเลือกจากเว็บมาสเตอร์ของเว็บท่าภายในประเทศคืออะไร
5. เว็บท่าภายในประเทศมีระดับความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ในผลงานข่าวออนไลน์ของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์มากน้อยเพียงใด
6. ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ใช้อำนาจอะไในการเรียกร้องเพื่อเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ
7. ระดับการรับรู้ถึงความมีลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวออนไลน์ของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศอยู่ในระดับใด
8. พฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมในการนำเสนอข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศรูปแบบใดรุนแรงที่สุด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศที่ละเมิดลิขสิทธิ์ข่าวออนไลน์ และการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตข่าวของเว็บท่าภายในประเทศภายหลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์
2. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศรวมถึงความตระหนักในลิขสิทธิ์ข่าวออนไลน์ของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ
3. เพื่อสะท้อนให้เห็นปัญหาในด้านจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศและเป็นแนวทางการป้องกันการละเมิดจริยธรรมของผู้ผลิตเว็บไซต์ต่อไปในอนาคต

4.ผลที่ได้จากการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความล้าหลังในตัวกฎหมายและช่วยผลักดันให้ชาวออนไลน์ได้รับความคุ้มครองจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ในอนาคต



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “บทบาทด้านการข่าวของเว็บท่ายอดนิยม” แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นส่วนสำคัญในการวางกรอบความคิดในการศึกษาเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มีดังนี้

- 1) การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์(Computer-mediated Communication)
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับเว็บท่า (Web Portal Website)
- 3) แนวคิดเกี่ยวกับข่าว (News)
 - 3.1 การผลิตซ้ำข่าวสาร (Reproduce News)
- 4) การทำหน้าที่นายประตูข่าวสาร (Gatekeeper)
 - 4.1 การเป็นนายประตูข่าวสารลำดับที่สอง (Secondary Gatekeeper)
- 5) แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)
- 6) แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Information Seeking)
- 7) แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ(Uses and Gratification's Approach)
- 8) แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมในอินเทอร์เน็ต
- 9) แนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ในเนื้อหา
 - 9.1 แนวคิดเกี่ยวกับ RSS และการใช้แบบเป็นธรรม (RSS and Fair Use)
 - 9.2 ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ (Society for Online News Providers)

1. แนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์(Computer-mediated Communication)

ณัฐ เพชรไม้ (2550) ให้ความหมายของอินเทอร์เน็ตว่า อินเทอร์เน็ต (internet) คือระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อกันทั่วโลก ใช้มาตรฐานเดียวกันในการรับส่งข้อมูล เรียกว่า โพรโตคอล(Protocol) โพรโตคอลที่ใช้บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีชื่อว่า TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนห้องสมุดสาธารณะขนาดใหญ่ที่มีข้อมูลต่างๆ มากมายให้เราค้นหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาวิจัย การโฆษณาขายสินค้า หรือ ความบันเทิง

Joseph B. Walther (1992, อ้างถึงใน กิตติ กัญภัย, 2543 : 101) นิยามความหมายของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ไว้ว่า เป็นการประชุมที่อาศัยคอมพิวเตอร์ (computer conferencing) และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์(electronic mail) เกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (synchronous) หรือต่างเวลากัน (asynchronous) ผู้ส่งสารใส่รหัส (encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (text messages) จะถูกถ่ายทอดจากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร

คอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทสำคัญในกระบวนการสื่อสารในปัจจุบันความสามารถในการสื่อสารระหว่างคอมพิวเตอร์ถูกเชื่อมโยงถึงเป็นเครือข่าย(กรรณิการ์ วรณธนปรีดา,2547)กล่าวว่า ความเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะเป็นสากล(Universal medium) ในตัวของมันเองคือการมีศักยภาพเป็นทั้งเครื่องรับและเครื่องลำเลียงข่าวสาร(Information Processing Machine) Lindolf,T and Shatzer,M.(1998,อ้างถึงในกิตติ กัญภัย,2543) กล่าวว่า CMC ยังแตกต่างจากสื่อรุ่นก่อนๆคือ CMC เป็นสื่อประเภทที่จะใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient) ไม่ติดเงื่อนไขเรื่องเวลาในการนำเสนอเนื้อหาเหมือนสื่ออื่นๆ CMC กระจายตัวเองอยู่ทั่วไป (Widely Distributed) และมีความหลากหลายในแง่เส้นทางหรือช่องทาง (Multi-Model) และให้โอกาสกับผู้สื่อสารในการกระทำใดๆกับเนื้อหาสารย่อมได้

พิสุทธิณี บัวทรัพย์ (2551) จำแนกกระบวนการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็น 4 แบบดังนี้

1.การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่พร้อมกัน (One-to-one Asynchronous Communication) อย่างเช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

2. การสื่อสารระหว่างกลุ่มแบบไม่พร้อมกัน (Many-to-many Asynchronous Communication) อย่างเช่น การสื่อสารผ่านบล็อก (blog) เว็บไซต์ประเภท social networking ที่ผู้ใช้ต้องมี account ส่วนตัวเพื่อใช้ในการ Log-in เข้าสู่ระบบ และ กระดานข่าว (Bulletin boards) เป็นต้น

3. การสื่อสารแบบพร้อมกัน (Synchronous Communication) เป็นได้ทั้งการสื่อสารแบบ One-to-one communication และ One-to-many communication สามารถสนทนาได้หลากหลายหัวข้อตามความต้องการของแต่ละคน อย่างเช่น การสนทนาผ่านโปรแกรม chat เป็นต้น

4. การสื่อสารแบบไม่พร้อมกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร (Asynchronous Communication) ที่ผู้รับสารต้องการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสนใจ เป็นไปในลักษณะ Many-to-one communication, One-to-one communication หรือ One-to-many communication เช่น เว็บบอร์ด หรือเว็บไซต์ทั่วไป

ผู้วิจัยนำแนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ มาใช้ประกอบงานวิจัยนี้เนื่องจาก การสื่อสารของผู้ส่งสารจำเป็นต้องสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ กล่าวคือเว็บทำการนำเสนอข่าวออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของตัวเองจำเป็นต้องมีคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลาง อีกทั้งผู้รับสารก็จำเป็นต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้เช่นกันจึงจะสามารถรับข่าวออนไลน์ได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับเว็บท่า (Web Portal Website)

ปรียสรณ์ อาศรัยราชภูรี (2543) นิยามความหมายของเว็บท่าไว้ว่า คือการรวบรวมเว็บไซต์ที่มีเนื้อหา มาจากหลายแหล่งมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้เพื่อจูงใจให้ผู้ใช้ทั่วไปมาใช้ซ้ำ อย่างสม่ำเสมอ

ในต่างประเทศเว็บไซต์ประเภทเว็บท่ากำเนิดขึ้นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1990 บริษัทชั้นนำต่างๆของสหรัฐอเมริกาเริ่มต้นแข่งขันช่วงชิงความเป็นผู้นำตลาดด้วยการจัดทำเว็บไซต์ที่รวบรวมข่าวสารในด้านที่ตัวเองถนัดในเครือข่ายเว็ลด์ วาย เว็บ เช่นเว็บไซต์ที่รวบรวมข่าวสารในอินเทอร์เน็ตของ Netscape ก็เป็นส่วนหนึ่งของบริษัท America Online กลุ่มบันเทิงยักษ์ใหญ่ของอเมริกาอย่าง วอลท์ ดิสนีย์ ได้ให้ก่อตั้ง เว็บไซต์ที่รวบรวมสาระบันเทิงเอาไว้ภายใต้เว็บไซต์ Go.com และเว็บไซต์ที่ผันตัวเองมาเป็นเว็บท่าหลายๆเว็บไซต์ก็

เริ่มต้นมาจากการเป็นเว็บไซต์ให้บริการเฉพาะด้านมาก่อน เช่นเว็บไซต์ Yahoo.com ก็เริ่มต้นมาจากการเป็นเว็บไซต์ให้บริการด้านการสืบค้นข้อมูล เว็บไซต์ MSN.com ก็เริ่มต้นมาจากการให้บริการ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์

จุดเปลี่ยนสำคัญของผู้ใช้บริการข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมาเว็บทำที่ก่อตั้งขึ้นมาในยุคแรกนั้นจำเป็นต้องปิดตัวลงเป็นผลมาจากวิกฤติเศรษฐกิจและการผลิตเว็บไซต์มีต้นทุนการผลิตสูงทำให้บริษัทแม่ของเว็บไซต์ต่างๆจำเป็นต้องลดต้นทุนของบริษัท เนื่องจากเว็บไซต์ไม่ได้รับความนิยมเท่าเว็บขนาดใหญ่อย่าง Yahoo.com และ MSN.com ที่มีผู้รับชมนับล้านครั้งต่อวันและมีรายได้จากค่าโฆษณาและค่าการตลาดมูลค่ามหาศาล และกลับไปทำเว็บไซต์ด้านที่ตัวเองถนัดเพียงอย่างเดียวนับตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันรูปแบบการให้บริการข้อมูลเปลี่ยนไปตามยุคสมัย มีบริการต่างเพิ่มเข้ามาในเว็บไซต์เช่น บริการหาคู่มือ บริการดูหนังและฟังเพลงออนไลน์

ในประเทศไทยยุคแรกของการใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจำกัดวงแคบอยู่ในผู้ใช้ระดับสูงเท่านั้น เมื่อโลกเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์กระแสตื่นตัวในการใช้งานอินเทอร์เน็ตก็เริ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2540 การเริ่มต้นนำโทรศัพท์ประจำฐาน (Fixed Line) ต่อเข้ากับคอมพิวเตอร์เพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ทำให้อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของคนไทยมีเพิ่มมากขึ้นการสร้างเว็บไซต์ก็ได้รับความนิยมทั้งเว็บไซต์เพื่อการค้า และเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูล เว็บไซต์ภายในประเทศที่กำเนิดขึ้นในช่วงแรก คือ Sanook.com ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ.2541 Mthai.com ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2543 hunsu.com ก่อตั้งประมาณปี พ.ศ.2543 และเว็บไซต์ชั้นนำอื่นก็ถือกำเนิดในช่วงเวลาไล่เลี่ยกัน

โครงสร้างของเว็บไซต์ประเภทเว็บทำไม่มีกำหนดกฎเกณฑ์ตายตัวแต่เนื้อหาในเว็บไซต์มักจะประกอบไปด้วยหัวข้อหลัก 5 เรื่องดังนี้ (ปรียสรณ์ อาศรัยราชฎี, 2543:9)

- 1) Web Searching บริการสืบค้นข้อมูล
- 2) News บริการข่าวและสารบันเทิง
- 3) Reference tools บริการข้อมูลอ้างอิง
- 4) Access to Online Shopping Venues บริการซื้อขายออนไลน์

5) Communication Capabilities บริการในการติดต่อสื่อสาร เช่น Free E-mail และ Chat room เป็นต้น

รูปแบบของเว็บไซต์ประเภทเว็บทำหน้าหลักประกอบไปด้วย โลโก้เว็บของไซต์ทางด้านซ้าย และแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาเอาไว้ที่ด้านบนของเว็บไซต์เป็นรูปแบบมาตรฐานของเว็บไซต์ แต่มีบางเว็บทำที่ทำสารบัญของเว็บไซต์และหมวดหมู่ของเนื้อหาสาระบันเทิงเป็นคอลัมน์ด้านซ้ายของหน้าเว็บ ลำดับที่ต่อจากส่วนบนของเว็บไซต์เป็นป้ายโฆษณาหลักของเว็บไซต์ในรูปแบบBanner ภาพเคลื่อนไหว และเนื้อหาข่าวออนไลน์ที่ผู้วิจัยให้ความสนใจจะอยู่ในลำดับต่อมา

ภาพที่ 1 ตัวอย่างเว็บไซต์ Sanook.com



โฆษณาบนเว็บทำภายในประเทศแตกต่างกันไปตามรูปแบบของเนื้อหาเช่นโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามโฆษณาอยู่ในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพสตรี นอกจากขายพื้นที่โฆษณาในรูปแบบแบนเนอร์และแล้วยังมีการขายพื้นที่ข่าวรูปแบบการประชาสัมพันธ์สินค้าเช่น

- เตรียมพบ e-toyotaclub โฉมใหม่ เปิดตัวครั้งสำคัญ 1 พฤศจิกายนนี้ (Mthai.com)

- Giffarine The Branding Project มาร่วมค้นหานักสร้างแบรนด์รุ่นใหม่ พิธีตราวัลรวมกว่า 1,000,000 บาท(Mthai.com)
- สาหรัยปลุรงรเสถ้าแก่น้อย เพียงส่งรูปคู่ กับใครก็ได้ที่เป็นคู่ โดนใจกรรมการ รับ Black Berry (sanook.com)

เว็บท่าภายในประเทศมีการให้บริการข่าวออนไลน์ผ่านข้อความสั้นเหมือนกับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์เช่น

- “ MThai SMS News : ข่าวด่วนถึงมือคุณ ทันทุกเหตุการณ์ ไม่พลาดทุกข่าวร้อน สนใจรับข่าวกด *48259080066 แล้วโทรออก ทดลองใช้ฟรี 15 วัน สอบถามเพิ่มเติมโทร 02-1007000 ”
- สมัครรับข่าวผ่าน SMS sanook mobile magic

ผู้วิจัยให้ความสนใจเว็บท่าภายในประเทศเนื่องจากปัจจุบันช่องทางการนำเสนอข่าวสารในโลกอินเทอร์เน็ตนอกจากเว็บไซต์ประเภทข่าวแล้วเว็บท่าภายในประเทศก็ทำหน้าที่กระจายข่าวสารในโลกออนไลน์ได้เช่นเดียวกัน รูปแบบของข่าวนั้นเทียบเท่าการนำเสนอข่าวของเว็บข่าวออนไลน์ เว็บท่าชั้นนำเปิดตัวมานานและเป็นที่รู้จักของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีจำนวนผู้เข้าชมและใช้บริการในแต่ละวันเป็นจำนวนมาก

3.แนวคิดเกี่ยวกับข่าว

อินเทอร์เน็ตและการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ได้กำเนิดขึ้นข้อมูลข่าวสารต่างๆที่อยู่ในอินเทอร์เน็ตก็ยิ่งเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณทั้งข้อมูลข่าวสารที่ถูกผลิตจากปัจเจกบุคคลที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตและข้อมูลข่าวสารที่ถูกผลิตจากสำนักข่าวในรูปแบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ จึงเป็นการกำเนิดขึ้นของเว็บไซต์ที่รวบรวมข่าวสารไว้หรือที่เรียกว่า “เว็บท่า” ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น งานวิจัยนี้ผู้วิจัยเน้นไปที่เนื้อหาข่าวออนไลน์ที่ถูกผลิตจากสำนักข่าวต่างๆ การคัดเลือกข้อมูลข่าวสารที่กระจายตัวอยู่มากมายในอินเทอร์เน็ตมารวมไว้ในเว็บไซต์ประเภทเว็บท่าและการนำข่าวออนไลน์ของสำนักข่าวมาผลิตซ้ำ (Reproduce) อีกครั้งบนเว็บท่ายอดนิยมที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตนิยม

เข้ารับชมและติดตามข้อมูลข่าวสาร ก่อนที่จะเข้าสู่ความหมายข่าวออนไลน์ผู้วิจัยอธิบายถึงความหมายสากลของ"ข่าว"เพื่อให้มีความเข้าใจที่ตรงกัน

ความหมายของคำว่า"ข่าว"(News)

"ข่าว" เป็นเรื่องราวประจำวันที่อยู่ในความสนใจของประชาชนทั่วไป คำว่า"ข่าว" เขียนเป็นภาษาอังกฤษว่า "news" มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า nova แปลว่า "สิ่งใหม่" เป็นความหมายที่สอดคล้องกับเนื้อหาของข่าวที่จำเป็นจะต้องเป็นสิ่งใหม่วันต่อวันและมีการเคลื่อนไหวของเนื้อหาอยู่ตลอดเวลา

James M. Neal and Suzanne S. brown (1974) ได้ให้ความหมายของข่าวเอาไว้ว่าข่าว คือการรายงานเหตุการณ์ต่างๆ ความนึกคิด ความคิดเห็น และสถานการณ์ที่รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์และทำให้ประชาชนเกิดความสนใจ

สิริทิพย์ ชันสุวรรณ (2539) ให้ความเห็นว่า ข่าว คือรายงานของเหตุการณ์หรือความคิดเห็น ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการในฐานะที่เป็นตัวแทนของสาธารณชน ได้พิจารณาเลือกสรรแล้วด้วยความเชื่อมั่นว่า เหตุการณ์และความคิดเห็นดังกล่าวจะเป็นที่สนใจของผู้รับสารส่วนใหญ่หรือบางส่วน หมายความว่า ตัวเหตุการณ์หรือความคิดเห็นเองนั้น "ไม่เป็นข่าว" จนกว่าจะได้รับการรายงานให้ผู้อื่นได้ทราบแล้วเท่านั้น

จากนิยามดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า "ข่าว" คือ การรายงานเหตุการณ์ที่เป็นที่ต้องการและอยู่ในความสนใจของประชาชนชนในบริบทสังคม ประกอบไปด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการคือความน่าสนใจ (interest) ข้อเท็จจริง (Fact) และผู้อ่าน (Reader) กล่าวคือ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจ สำหรับผู้อ่าน ดังนั้น ผู้สื่อข่าวจำเป็นต้องรายงานข้อเท็จจริง ให้เป็นที่สนใจแก่ผู้อ่าน(วัลลิกา อึ้งสกุล,2544)

คุณค่า"ข่าว"(News Value)

เมื่อข่าวสารต่างๆที่ไหลเวียนเข้ามาในแต่ละวันนั้นมีจำนวนมากมายมหาศาลทั้งข่าวที่ประชาชนในบริบทสังคมให้ความสนใจและข่าวที่เป็นเรื่องราวของคนเพียงกลุ่มหนึ่งในสังคม รวมไปถึงข่าวที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ดังนั้นการคัดเลือกข่าวตาม คุณค่าของข่าว เพื่อให้ตรงกับผู้บริโภคข่าวและบริบทสังคม จึงเป็นสิ่งสำคัญ ศศิธร ยุวโกศล(2545) ได้แบ่งองค์ประกอบของคุณค่าข่าวดังนี้

1. ความทันเหตุการณ์ (immediacy/timeliness) หมายถึงความรวดเร็วฉับไวในการรายงาน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ผู้รับสารทราบทันที อย่างไรก็ตามเหตุการณ์แม้ว่าจะเกิดขึ้นในอดีตแต่พืงนำมาเปิดเผยก็ จัดอยู่ว่าเป็นองค์ประกอบของข่าวที่สร้างความสนใจเช่นกัน

2. ความใกล้ชิด (proximity/nearness) หมายถึงเหตุการณ์ใกล้ชิดกับตัวผู้รับสารทั้งด้านเวลา ระยะทางและความคิด ไม่ว่าจะเป็นการรู้จักบุคคลในข่าวสถานการณ์และสถานที่ที่เกี่ยวข้องในข่าว

3. ความสำคัญหรือความเด่น (prominence) ความเด่นในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านบุคคล สถานที่และสิ่งของที่มีมักจะเป็นสิ่งดึงดูดหรือกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นเพื่อสร้างความพอใจให้กับผู้รับสาร

4. ผลกระทบต่อเนื้อหรือที่ตามมา (Consequence) เป็นผลกระทบของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับ มวลชนอาจเป็นผลกระทบทางด้านความเป็นอยู่ การครองชีพหรือทางสังคมที่เกิดขึ้น ทางตรงและทางอ้อมทั้งนี้ หากเหตุการณ์ที่อุบัติขึ้นนั้นมีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก ย่อมมีคุณค่าข่าวสูงกว่าเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อ คนจำนวนน้อย

5. ความลึกลับซ่อนเงื่อน (mystery/suspense) หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่สามารถ คลี่คลายให้กระจ่างหรือยังไม่สามารถหาสาเหตุที่แท้จริงย่อมเป็นที่สนใจหรือระหยาใคร่รู้ของคนทั่วไป

6. ความผิดปกติ (unusual/oddity) ธรรมชาติมนุษย์มักจะสนใจในสิ่งที่แปลกประหลาดหรือไม่ เคยพบเห็นมาก่อน

7. ความขัดแย้ง (Conflict) คนส่วนใหญ่มักจะสนใจหรือให้ความสำคัญอย่างมากต่อเหตุการณ์ ที่มีความขัดแย้งหรือการเผชิญหน้า เช่นความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ ความขัดแย้งทางอุดมการณ์ เป็นต้น

8. องค์ประกอบทางด้านเพศ (Sex) เรื่องเพศมีคุณค่าความเป็นข่าวเสมอเพราะมีความใกล้ตัว มนุษย์เช่นความผิดปกติทางเพศ การแต่งงานระหว่างชายกับชาย และหญิงกับหญิงหรือแม้กระทั่งการต่อสู้ทาง กฎหมายที่เสียเปรียบของสตรี เป็นต้น

9.ความน่าสนใจตามปฏุชนสนใจ (human interest) เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกันกับอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์นับตั้งแต่ อารมณ์เศร้า เห็นอกเห็นใจ จนถึงอารมณ์ยินดีปรีดาร์ก เกลียด โกรธ อิจฉา ขบขัน ฯลฯ ทำให้ผู้รับสารเกิดความรูสึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย

10.ความก้าวหน้า (progress/change) เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความเจริญก้าวหน้าในสังคม การพัฒนา ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการเทคโนโลยีสมัยใหม่ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ล้วนมีผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชน

รูปแบบและการนำเสนอข่าว

การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์และเอื้ออำนวยให้เกิดเป็นสังคมสารสนเทศทำให้มีสื่อและช่องทางที่นักสื่อสารมวลชนและปัจเจกบุคคลสามารถนำเสนอข่าวและเรื่องราวที่พบเจอ ได้หลากหลายช่องทาง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้เป็น 2 ยุคสมัย คือ การนำเสนอข่าวผ่านสื่อเก่า(Old Media) และการนำเสนอข่าวผ่านสื่อใหม่ (New Media)

ตารางที่1 การนำเสนอข่าวผ่าน สื่อเก่า(Old Media) และ สื่อใหม่(New Media)

การนำเสนอข่าวผ่านสื่อเก่า(Old Media)	การนำเสนอข่าวผ่านสื่อใหม่(New Media)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ข่าวรายวันในโทรทัศน์ ▪ ข่าวต้นชั่วโมงในวิทยุ ▪ หนังสือพิมพ์ รายวัน 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ▪ ข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์ ▪ รายงานข่าวจากบริการเครือข่ายทางสังคม

การนำเสนอข่าวออนไลน์ในเว็บไซต์ประเภทข่าวนั้นจะมีลักษณะคล้ายกับ “หนังสือพิมพ์ออนไลน์” John V. Povlik (นพดล อินนา, 2548) ได้แบ่งระยะในการพัฒนาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ดังนี้

ระยะที่ 1 มีลักษณะเดียวกับหนังสือพิมพ์ฉบับปกติ และยังคงมีอิทธิพลต่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ กล่าวคือเป็นการใช้เนื้อหาเดียวกับแหล่งข่าวเดิมและวัตถุประสงค์เดิม (Repurpose content their mother ship)

ระยะที่ 2 เริ่มพัฒนามาไม่นานนี้และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ปัจจุบันจะมีอยู่ในระยะนี้คือนักข่าวจะสร้างข่าวจากแหล่งเดียวกับหนังสือพิมพ์ปกติและเพิ่มขยายข่าวใช้ไฮเปอร์ลิงค์ (Hyperlink) ผู้ที่อ่านจะเชื่อมโยงไปเว็บไซต์อื่นได้ นอกจากนี้ยังจัดให้มีปฏิสัมพันธ์ (Interactive Theory) เช่นการใช้เครื่องมือสืบค้นหัวข้อที่ต้องการด้วยตนเองได้

ระยะที่ 3 มีลักษณะเป็นการออกแบบเนื้อหาข่าวสารจากแหล่งข่าวเพื่อนำเสนอเฉพาะเว็บไซต์เพื่อเป็นแหล่งข่าวใหม่และไม่ต้องพึ่งพิงหนังสือพิมพ์

ปัจจุบันเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประเทศไทยนั้นยังคงอยู่ในระยะที่ 2 งานวิจัยของศุภิกา ดวงมณี (2539) พบว่า “หนังสือพิมพ์ออนไลน์” ไทยมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ใช้เนื้อหาเดียวกับฉบับตีพิมพ์ปกติ แต่ก็ได้ไม่นำเนื้อหาเผยแพร่ในเว็บไซต์ทั้งหมด บรรณาธิการ หรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบจะเลือกสรรข่าวส่วนใหญ่จะเป็นข่าวเด่น ข่าวที่มีความสำคัญและต้องเขียนขึ้นจากคนไทย

เว็บไซต์สำนักข่าวต่างๆที่เคยทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาผ่านสื่อเก่าของตัวเองเริ่มมีการรายงานข่าวผ่านสื่อใหม่ เช่นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการเพิ่มช่องทางการรายงานข่าวผ่าน www.thairath.or.th และสำนักข่าวไทยหน้าที่หลักคือการผลิตข่าวโทรทัศน์ให้กับช่อง 9 อสมท.ก็เพิ่มช่องทางการรายงานข่าวของตัวเองผ่านทาง www.mcot.net ลักษณะของการนำเสนอข่าวคือนำเสนอผ่านคอมพิวเตอร์ ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง อรรถนพ เจริญถาวร (2550) ได้สรุปข้อได้เปรียบของการรายงานข่าวด้วย หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ดังนี้

1. ผู้ใช้สามารถค้นหาสารสนเทศ หรืออ่านหนังสือพิมพ์ได้ทั่วโลกเนื่องจากเป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่และดึงข้อมูลจากจากหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตมาใช้ได้อย่างรวดเร็วเพียงแต่ผู้ใช้มีทักษะในการค้นหาเว็บไซต์ที่ต้องการเท่านั้น

2. หนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตมีความคล่องตัวในการส่งและรับได้สะดวกรวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์รูปแบบเดิม สามารถปรับเปลี่ยนข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ทันสมัยได้ตลอดเวลาแม้เป็นข่าวต่างประเทศที่ห่างไกลก็รู้ได้รวดเร็ว ทำให้ผู้อ่านรับทราบเหตุการณ์ได้ทันที เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป

3. หนังสือพิมพ์ออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตมีลักษณะเป็นมัลติมีเดียหรือนำเสนอหลายมิติ (Hypertext) มีทั้งตัวอักษร ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวหากมีผู้ใช้โปรแกรมที่สามารถดึงภาพและเสียงมาใช้งานได้ตามต้องการได้ดี

4. หนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตประหยัดทั้งในด้านผู้ส่งหรือผู้ให้บริการจะใช้ต้นทุนในการบริหารต่ำกว่าในรูปกระดาษเช่นไม่ต้องเสียค่าพาหนะหรือค่าขนส่งหนังสือพิมพ์ไปให้ผู้อ่านในด้านผู้รับที่อ่านหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตจะเสียเงินในลักษณะการใช้โทรศัพท์ ราคาถูกกว่าซื้อหนังสือพิมพ์หลายฉบับ

3.1 การผลิตซ้ำข่าวสาร (Reproduction News)

การผลิตซ้ำ (Reproduction) เป็นหนึ่งในแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีทางการสื่อสาร ในด้านของโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมแบบวิถีการผลิต นักคิดที่ให้ความสนใจในทฤษฎีดังกล่าวคือ Karl Marx "การผลิตซ้ำ" เป็นหนึ่งในแบบแผนการผลิต (Model of Production) Marx มองสังคมแห่งการผลิตเป็นเสมือนทุนนิยม ที่จำเป็นต้องมีกระบวนการผลิตขึ้นใหม่ (Produce) และการผลิตของเดิมซ้ำ (Reproduce) เพื่อสืบทอดตัวเองอยู่ตลอดเวลา (กาญจนา แก้วเทพ, 2550 : 67) การผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดเป็นหลักประกันการดำรงอยู่ของการผลิตแบบทุนนิยมอาจจะเกิดขึ้นได้ทั้งการผลิตซ้ำด้านวัตถุ (Material reproduction) การผลิตซ้ำด้านแรงงาน การผลิตซ้ำด้านความคิดจิตสำนึกและอุดมการณ์ (Ideological/mental reproduction) สำนักคิด Birmingham school ให้ความสนใจในแนวคิดการผลิตซ้ำเช่นกันแต่จะมองในด้านการผลิตซ้ำเพื่อการสืบทอดวัฒนธรรม (Cultural reproduction) เป็นหลัก

การผลิตซ้ำอาจเกี่ยวข้องกับการกระทำผิดตาม พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 ด้วยเช่นกัน ตามมาตรา 4 ได้ให้ความหมายของคำว่า "ทำซ้ำ" หรือ "ผลิตซ้ำ" ว่า

"ทำซ้ำ หมายความว่ารวมถึง คัดลอกไม่ว่าโดยวิธีใดๆ เลียนแบบ ทำสำเนา ทำแม่พิมพ์ บันทึกเสียง บันทึกภาพ หรือบันทึกเสียงและภาพจากต้นฉบับ จากสำเนา หรือจากการโฆษณาในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ

ทั้งนี้ ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วน สำหรับในส่วนที่เกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้ หมายความว่า คัดลอกหรือทำสำเนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์จากสื่อบันทึกใด ไม่ว่าจะด้วยวิธีใดๆ ในส่วนอันเป็นสาระสำคัญโดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำงานขึ้นใหม่ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วน”

นอกจากนี้ยังมีการขยายความไปถึงการ “ดัดแปลง” มาตรา 4 ให้ความหมายว่า “ดัดแปลง หมายความว่า ทำซ้ำโดยเปลี่ยนรูปใหม่ ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมหรือจำลองงานต้นฉบับในส่วนอันเป็นสาระสำคัญโดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำงานขึ้นใหม่ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วน”

การผลิตซ้ำในด้านการเผยแพร่ข่าวสารแต่เดิมนั้นไม่สามารถกระทำได้อย่างสมบูรณ์แบบ เพราะขาดช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกสู่สาธารณะชนเช่น การคัดลอกรายการข่าวทางโทรทัศน์ด้วยม้วนเทปถึงแม้จะสามารถผลิตซ้ำได้อย่างสมบูรณ์แต่ก็ขาดพื้นที่ในการนำข่าวไปเสนอสู่สาธารณะอีกทั้งระยะเวลาในการนำเสนอไม่สามารถกระทำได้ทันทีที่แตกต่างกับการรายงานผ่านสื่อกระแสหลัก

ความเป็นสังคมสารสนเทศ(Information society) สามารถช่วยให้การผลิตซ้ำสามารถทำได้สมบูรณ์มากขึ้น ความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารและแบ่งปันประสบการณ์ระหว่างผู้ใช้งานเพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ร่วมกัน สังคมสารสนเทศช่วยบูรณาการกระบวนการผลิตซ้ำในด้านต่างๆ ให้สมบูรณ์แบบทั้งอุปกรณ์ (Tools) ที่ใช้ในการคัดลอกหรือผลิตซ้ำสามารถทำได้ง่ายผู้ใช้งานสามารถคัดลอกและแบ่งปันเรื่องราวที่ตัวเองพบเจอออกมาในรูปแบบต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น รวมไปถึงความก้าวหน้าของการสื่อสาร (communicate) ที่สามารถกระทำได้ง่ายและทำเมื่อใด ที่ใดก็ได้ และช่องทางการนำเสนอที่สามารถส่งให้ผู้รับเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ได้ เช่น การส่งต่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ที่ตัวเองได้รับมาให้ผู้อื่นได้รับทราบ การนำข่าวในข้อความสั้นทางโทรศัพท์มือถือไปส่งต่อให้คนรู้จักได้รับทราบข่าวสารและการนำข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ข่าวไปโพสต์ลงกระดานสนทนาเฉพาะกลุ่ม

ผู้วิจัยให้ความสนใจกันแนวคิดนี้เนื่องจากเว็บท่ามีการนำข่าวออนไลน์ไปผลิตซ้ำในของเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตรับทราบและจำนวนของผู้เข้าชมเว็บไซต์นั้นมีมากกว่าเว็บหนังสือพิมพ์ออนไลน์หลายเท่าตัวการผลิตซ้ำเนื้อหาข่าวไม่เพียงเป็นการช่วยกระจายข่าวที่น่าสนใจประจำวันเท่านั้นยังสามารถแสวงหาผลประโยชน์จากเนื้อหาที่ผลิตซ้ำในรูปแบบต่างๆ ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

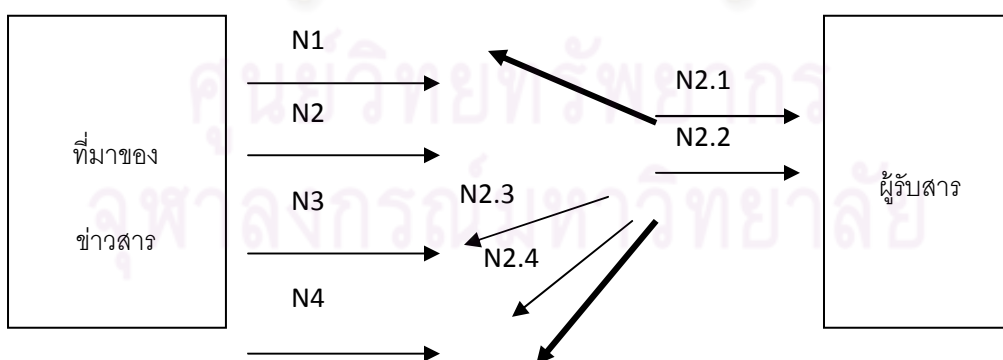
4. การทำหน้าที่นายประตูข่าวสาร (Gate Keeper)

ทฤษฎีนายประตูข่าวสารหรือ Gate Keeper เป็นทฤษฎีการสื่อสาร Kurt Lewin (1947) นักสังคมวิทยาชาวอเมริกันนำคำศัพท์ดังกล่าวมาใช้อธิบายทางสื่อสารมวลชนได้ให้ความเห็นไว้ว่า “ในกระบวนการสื่อสารจะต้องมีการส่งข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารและช่องทางนี้จะต้องมีผู้ทำหน้าที่ในการคัดกรองข่าวสารและผู้คัดกรองข่าวสารหรือนายประตูข่าวสารก็คือ Gate Keeper”

จากนิยามข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า นายประตูข่าวสาร Gate keeper คือ ผู้ที่ทำหน้าที่คัดกรองข่าวสารที่มีอยู่มากมายเอาไว้ให้อ่านหรือผู้รับสาร หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวสารนั้นนอกจากจะให้ความสำคัญของข่าวในด้านคุณค่าข่าวดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น

เดวิด แมนนิ่ง ไวท์ (White, D.M., 1950) ได้นำแนวคิดเรื่องนายประตูข่าวสารนี้ มาประยุกต์ในการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทการคัดเลือกข่าวสารของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ซึ่งการตัดสินใจเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ของบรรณาธิการนี้ มีลักษณะคล้ายกับการทำหน้าที่ของผู้เฝ้าประตู เนื่องจากมีข่าวจำนวนมากมายที่ส่งมาทางโทรพิมพ์ บรรณาธิการข่าวจึงต้องเลือกเฉพาะข่าวที่มีความเหมาะสมสามารถตีพิมพ์ ดังภาพแบบจำลองต่อไปนี้

ภาพที่ 2 แบบจำลองการทำหน้าที่นายประตูข่าวสารของไวท์ (White, D.M., 1950)



แบบจำลองของไวท์ แสดงให้เห็นว่า แผลข่าวจะส่งข่าวสารมากมาย (N1-N2-N3-N4) มายังสื่อมวลชน แต่เนื่องจากเนื้อหาในการนำเสนอข้อมูลมีจำกัด จึงเป็นหน้าที่ของนายประตู่ข่าวสารที่จะต้องคัดเลือกข่าวสารบางส่วนมานำเสนอ (N2.1และN2.2) ในขณะที่ข่าวที่เหลือจะต้องถูกคัดทิ้งไป (N2.3 และ N2.4)

Bagdikian (อ้างถึงใน อรุณช เลิศจรรยาภักดิ์ และดาราวรรณ สุขุมาลชาติ, 2531: 20) นักวารสารศาสตร์ชาวอเมริกัน ได้ให้ความเห็นไว้ว่า นักข่าวและบรรณาธิการจะตัดสินใจเลือกข่าวอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้ง 5 ประการดังนี้

1. หลักที่ยึดในการบริหาร
2. การมองโลกของความจริงและนิสัยของคนคนนั้นคือมองว่าผู้อ่านต้องการอะไรและมีความปรารถนาอย่างไร
3. ค่านิยมที่ยึดถือ กองบรรณาธิการที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ มีมาตรฐานด้าน ความยุติธรรม และเป็นที่ยอมรับในวงวิชาชีพ นั่นคือ เขาจะเป็นผู้ตัดสินใจอะไรที่ผู้อ่านในหมู่คณะของเขาควรจะได้รับรู้
4. การประเมินค่าของข่าวสารที่เกิดจากการแข่งขันของสื่อ
5. ค่านิยมส่วนตัวหรือนิสัยแปลก ๆ ของบรรณาธิการ

ผู้ทำหน้าที่เฝ้าประตูข่าวสารนอกจากผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์แล้ว Bittner (กิติพงษ์ พงศ์พัฒนามุขิ, 2539) ยังได้เสนอว่าผู้เฝ้าประตูนั้นไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่เพียงหนังสือพิมพ์เท่านั้นสามารถรวมไปถึงผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพยนตร์ บรรณาธิการหนังสือแม็กกาซีน ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ และบุคคลอื่นๆ ที่มีหน้าที่ควบคุม การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน Bittner ได้กล่าวสรุปถึงหน้าที่สำคัญ 3 ประการของผู้เฝ้าประตู ไว้ดังนี้

1. จำกัด (limit) ข่าวสารจากบรรณาธิการข่าวสารก่อนที่ผู้รับสารจะได้รับเช่นผู้รายงานข่าว อาจตัดข่าวบางส่วนที่เห็นว่าเป็นเรื่องนอกประเด็นทิ้งไป

2.ขยาย (expand) ข่าวสารนายประตู่ข่าวสารอาจเพิ่มเติมข่าวสารด้วยการแสวงหาข้อเท็จจริง หรือแสดงความคิดเห็นในข่าวสารนั้น

3.จัดระบบใหม่หรือการแปลความหมาย (reorganize or reinterpret) ของข่าวสาร รวบรวมหรือตกแต่งข่าวสารใหม่ ในบางกรณีผู้เฝ้าประตูจะต้องทำหน้าที่จัดตกแต่งข่าวสาร ขึ้นใหม่

ปัจจุบันรูปแบบใหม่ของสื่อสิ่งพิมพ์อย่างหนังสือพิมพ์ออนไลน์กำลังได้รับความนิยมสูงซึ่งประกอบกับรูปแบบการทำข่าวของหนังสือพิมพ์นั้นจำเป็นต้องพึ่งพาคอมพิวเตอร์ในการพิมพ์ข่าวและจัดรูปแบบหน้าเป็นหลัก ก่อให้เกิดการแบ่งปันเนื้อหาข่าวไปมาระหว่างหนังสือพิมพ์ฉบับปกติกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

งานวิจัยของกานตวี ปานสีทา (2545)เรื่อง บทบาทของเว็บมาสเตอร์ในการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ทำการศึกษาถึงบทบาทของเว็บมาสเตอร์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการคัดเลือกข่าวสารและทำหน้าที่นายประตู่ข่าวสาร พบว่า บทบาทในการกำหนดขอบเขตเนื้อหาที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่เฉพาะบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ใช้การพิจารณานำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้อ่านข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตและมีเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาในลักษณะเดียวกับเกณฑ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม และการนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่ไม่แตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มมีเนื้อหาเพียงเล็กน้อยที่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์เท่านั้น

Kawamoto(กานตวี ปานสีทา ,2545)ได้อธิบายถึงหน้าที่ทั่วไปของนักหนังสือพิมพ์ ที่อาจต้องปรับตัวกับการถือกำเนิดขึ้นของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แต่เดิมจะทำหน้าที่เป็นผู้คัดเลือกและตัดสินใจ (allocation) ไปเป็นเพียงที่ปรึกษา (consultation) ลักษณะของการเป็นที่ปรึกษาจะควบคุมบทบาทและหน้าที่เฉพาะในส่วนของการสนับสนุนให้มี การเผยแพร่ การสร้าง และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ใช้เท่านั้นยกตัวอย่างเช่นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องข่าวสารประจำวันบนกระดานสนทนาอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นการพูดคุยถึงข่าวที่เกิดขึ้นประจำวัน

จากข้อมูลทางด้านสถิติใน บทที่ 1 แสดงให้เห็นว่าปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังคงเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆความต้องการสาระบบเน็ตยังคงเป็นกิจกรรมที่สนองความต้องการของผู้ใช้เน็ตส่วนใหญ่ข่าวออนไลน์แต่เดิมผู้อ่านจำเป็นต้องเปิดรับด้วยการเข้าชมเว็บหนังสือพิมพ์ออนไลน์เปลี่ยนไป ข่าวสาร

ประจำวันนั้นกลับปรากฏอยู่ร่วมกับเว็บบันเทิงและมีการเคลื่อนไหวของข่าวแบบเดียวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ข่าวที่ปรากฏถูกคัดเลือกมาจากเว็บมาสเตอร์และไม่ได้อิงกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จึงเป็นที่มาของการคัดเลือกข่าวสารต่อจากข่าวที่ถูกคัดเลือกมาแล้วอีกชั้นหนึ่ง หรือเรียกว่า “นายประตูข่าวสารลำดับที่สอง”

4.1 นายประตูข่าวสารลำดับที่สอง (Secondary Gate Keeper)

การทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารของเว็บมาสเตอร์เว็บอื่นๆที่ไม่ใช่เว็บข่าวออนไลน์ Boczkowski (2000) ได้ให้ความเห็นว่า บุคคลที่อยู่ในกระบวนการสนับสนุนและสร้างเนื้อหา เพื่อเผยแพร่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นบทบาทเดียวกับกองบรรณาธิการ จะปรับเปลี่ยนไปสู่ลักษณะใหม่ที่เรียกว่า ‘เปิดประตู’ gate-opening ทำงานเกี่ยวข้องกับการตัดแปลงและจัดรูปแบบเนื้อหาให้เหมาะสมกับสื่อที่นำเสนอเท่านั้น แต่ไม่มีบทบาทในการคัดเลือกเนื้อหาขึ้นนำเสนอบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพราะเนื้อหานั้นได้ถูกคัดเลือกมาแล้วจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม

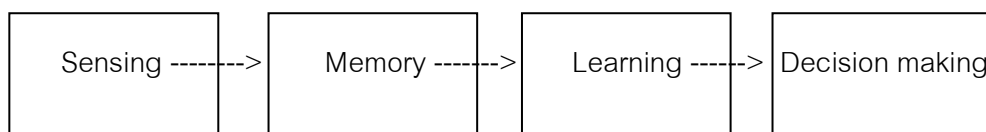
ผู้วิจัยให้ความสนใจกับการทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารในลำดับที่สองเป็นการคัดเลือกต่อจากเว็บข่าวออนไลน์ ไม่มีผลกระทบและไม่มีส่วนในการทำข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ข่าวที่นำมาแสดงในเว็บไซต์ประเภทเว็บทำนั้นกลับมีผู้เข้าชมเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยเน้นไปที่มาของเนื้อหาข่าว การให้เครดิตข่าวและหลักการในการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์ของตัวเองที่มียอดผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจำนวนมากเข้ามาติดตามอ่านข่าวสารประจำวัน

5.แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)

วรลักษณ์ ธีรโมกข์(2533) ได้อธิบายถึงความหมายของการรับรู้ของบุคคลว่า”การรับรู้คือกระบวนการที่มีการจัดหมู่และการตีความจากประสาทสัมผัสทั้ง5 ประการประกอบกับประสบการณ์ในอดีต

กระบวนการของการรับรู้ (Process) เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making) (พารณี ปัทมานันท์ ,2544)

ภาพที่ 3 กระบวนการรับรู้



ลักษณะของผู้รับรู้ พิจารณาจากการที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใดก่อนหรือหลัง มากหรือน้อย อย่างไรก็ตาม ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับรู้ด้วยเป็นสำคัญประการหนึ่ง ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้รับรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพกับด้านจิตวิทยา

1 ด้านกายภาพ หมายถึง การรับรู้ด้วยอวัยวะของร่างกายมนุษย์ในการรับรู้ผ่านทางประสาทสัมผัส เช่น หู ตา จมูก และอวัยวะอื่น ๆ ความสมบูรณ์ของอวัยวะรับสัมผัสของมนุษย์จะทำให้รับรู้ได้ดี สมรรถภาพทางรายการของมนุษย์เป็นสิ่งที่ไม่ยั่งยืน เมื่อใช้ไปนานๆร่างกายมีการสึกหรอและสามารถทำให้สมรรถภาพในการรับรู้ของมนุษย์ด้อยลงไป

การรับรู้บางอย่าง เกิดจากอวัยวะรับสัมผัส 2 ชนิดทำงานร่วมกัน เช่น ลิ้นและจมูกช่วยกันรับรู้รส การรับรู้จะมีคุณภาพดีขึ้น ถ้าเราได้รับสัมผัสหลายทาง เช่น เห็นภาพและได้ยินเสียงในเวลาเดียวกันทำให้เราแปลความหมายของสิ่งเราได้ถูกต้อง

2 ด้านจิตวิทยา อิทธิพลต่อการรับรู้ในด้านจิตวิทยานั้นมีหลากหลายสาเหตุ เช่น ความทรงจำ อารมณ์ ความสนใจ ทักษะค่านิยม และประสบการณ์เดิม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลจากการเรียนรู้เดิม การรับรู้ นั้นเป็นสิ่งที่มนุษย์เป็นผู้เลือก (High Selective) เริ่มตั้งแต่รับสัมผัสเลือกเอาเฉพาะสิ่งที่ตนต้องการ และแปลความให้เข้ากับตนเอง สำหรับลักษณะของผู้รับรู้ทางด้านจิตวิทยานั้น มีปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ 14 อย่างดังนี้

2.1 ความรู้เดิม (Experience) ประสบการณ์

2.2 ความต้องการ (need) มนุษย์ถ้ามีความต้องการในสิ่งใดแล้วก็จะให้ความสนใจแต่สิ่งนั้น

2.3 สภาพของจิตใจหรือภาวะของอารมณ์

2.4 เจตคติ

2.5 อิทธิพลของสังคม (Social Factor)

2.6 ความตั้งใจ (Attention)

2.7 ความสนุกสนานเพลิดเพลิน

2.8 แรงจูงใจ (Motivation)

2.9 คุณค่า (Value) และความสนใจที่มีผลต่อการรับรู้ แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ

- ความสนใจที่มีอยู่ในขณะนั้น (Momentary interest)
- ความสนใจที่ติดเป็นนิสัย (Habitual Interest)

2.10 ความดึงดูดในทางสังคม

2.11 สติปัญญา

2.12 การสังเกตพิจารณา

2.13 ความพร้อมหรือการเตรียมพร้อมที่จะรับรู้

2.14 การคาดหวัง (Expectancy)

ผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องการเปิดรับมาใช้เพื่ออธิบายพฤติกรรมการเปิดรับข่าวออนไลน์ของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ ที่มีลักษณะการเปิดรับในเชิงจิตวิทยาเป็นหลักและใช้ในการตอบคำถามวิจัย ที่ว่าผู้ใช้งานนั้นเปิดรับข่าวออนไลน์จากแหล่งข่าวในเว็บท่าเว็บท่าภายในประเทศเพียงแหล่งเดียวเท่านั้นหรือไม่

6.แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Information Seeking)

ข้อมูลและข่าวสารต่างๆที่มีอยู่รอบตัวเรานั้นมีหลายหลายรูปแบบ ทั้งภาพ เสียงและตัวหนังสือ เช่น โทรทัศน์ วิทยู หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ข่าวสารนั้นประกอบไปด้วยประเภทของสารที่หลากหลาย ทั้งสาระ ความรู้ และความบันเทิงดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ดังนั้นความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสาร เลือกรับรู้

ข่าวสารจากสื่อต่างๆของบุคคลขึ้นอยู่กับองค์ประกอบพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้(สุรเชษฐ พิทยาพิบูลพงศ์,2546)

1.องค์ประกอบด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติและประสบการณ์ของตน

2.องค์ประกอบทางด้านสังคมและสภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว สถาบันทางการศึกษา วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี และลักษณะทางประชากร (เพศ อายุ ภูมิฐานะ การศึกษา สถานภาพทางสังคม)

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ(2542) กล่าวว่าพฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นจากความต้องการ (needs) ความต้องการของแต่ละคนจะมีที่มาต่าง ๆ กัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานทางด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา

Schram(1973 อ้างถึงในกาญจนา กาญจนทวี,2542) กล่าวถึงวิธีการหรือหลักการทั่วไปในการแสวงหาข่าวสาร ไว้ว่าขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 2 ประการคือ การใช้ ความพยายามน้อยที่สุด(Least Effect) และสามารถบรรลุเป้าหมายหรือผลที่จะได้มากที่สุด (Achieve Goal) สามารถเขียนเป็นสูตรการเลือก รับข่าวสาร ดังนี้

ภาพที่ 4 สูตรการเลือกรับข่าวสาร

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร (Fraction of Selection)} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง (Expectation of Reward)}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้ (effort Required)}}$$

ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ผู้รับสารอาจเปิดรับ ผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) มีขั้นตอนต่างๆดังนี้ (สุรเชษฐ พิทยาพิบูลพงศ์,2546)

1.การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆที่สอดคล้องตามความคิดเห็น ความสนใจ และความต้องการของตน เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหา และใช้ตอบสนองความต้องการของตนเอง

2.การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้วบุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ หรือ ความเชื่อดั้งเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของตนจะทำให้บุคคลนั้นเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจและสับสนได้

3.การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะตีความสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4.การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจดจำเอาไว้ในประสบการณ์ ในขณะเดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

McCombs and Becker ได้ระบุถึงสาเหตุที่ปัจเจกบุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนก็เพื่อสนองความต้องการทั้ง 6 ประการดังนี้ (พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์, 2542 :12)

1.เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์(Surveillance) การติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่างๆรอบตัวจากสื่อมวลชนเพื่อรู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัยและรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งควรรู้

2. เพื่อต้องการคำแนะนำ(Guidance) เพื่อใช้ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวันเพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่

3. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย

4. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้นหรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

5. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา(Anticipated Communication)

6. เพื่อความบันเทิง(Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งผ่านคลายอารมณ์

เมอริล และโรเวสไตน์ ได้ให้ความเห็นต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารเช่นกัน มองว่ามีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกการใช้สื่อดังนี้ (สุรเชษฐ พิทยาพิบูลพงศ์, 2546 อ้างแล้ว)

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาว่า ตามปกติมนุษย์ไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพังเนื่องจากความเหงาจะทำให้เกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัวการเมินเฉยจากสังคม มนุษย์จึงพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้สิ่งที่ดีที่สุดก็คือการอยู่กับสื่อต่างๆที่ใช้ในการสื่อสาร เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างความกดดันเหมือนกับการสนทนา

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ปกติมนุษย์จะมีความอยากรู้อยากเห็น เริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ไกลตัวมากที่สุดทั้งนี้เพราะมนุษย์คิดว่าสิ่งเหล่านั้นอาจจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือบุคคลแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อมดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์นี้เองเป็นหลักอย่างหนึ่งในการนำเสนอข่าวสาร

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง พื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับสารมนุษย์จึงพยายามแสวงหาและใช้ข่าวสารที่คิดว่าจะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ สื่อแต่ละประเภทจะมีลักษณะเฉพาะตัวของสื่อที่แตกต่างกันกับสื่อชนิดอื่น ๆ ดังนั้นผู้รับสารจึงพยายามหันเข้าหาสื่อที่มีลักษณะเฉพาะที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากที่สุด

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเพื่อมาศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในการเปิดรับข่าวสารออนไลน์จากเว็บอื่นๆที่ไม่ใช่เว็บข่าวออนไลน์อย่างเว็บทำรวมไปถึงความน่าเชื่อถือที่มีต่อเว็บทำในการนำเสนอข่าวออนไลน์ของผู้รับสาร

7.แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ(Uses and Gratification's Approach)

แนวคิดเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นศึกษาผู้รับสาร(Audience Analysis) เช่นเดียวกันกับแนวคิดก่อนหน้านี้ แนวคิดนี้จะเน้นที่ความสามารถของผู้รับสารที่สามารถจะตัดสินใจเลือกใช้สื่อประเภทไหน และเนื้อหาใดตอบสนองความต้องการ (Need) ของแต่ละบุคคล รวมไปถึงความพอใจของผู้รับสารในการใช้สื่อและสารนั้นๆ ผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว

แนวคิดนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดทฤษฎีเชิงหน้าที่(Functional Perspective) มีความเชื่อว่าพฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์มีส่วนเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบทั้งแบบลูกโซ่และแบบวงจรความต้องการของมนุษย์นั้นมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป

Katz, Blumler and Gurovitch (ชล. นีร์ญรัตน์, 2549) ได้เสนอว่า “การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของผู้รับสารมาจากการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนที่เขาคาดหวังว่าจะให้สารสนเทศตามความต้องการอันเกิดจากสภาวะทางจิตใจและทางสังคม”ลักษณะที่สำคัญของแนวคิดนี้คือเป็นการศึกษามนุษย์มากกว่าสารที่มนุษย์ได้รับ การศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารมากกว่าศึกษาว่าสารนี้ก่อให้เกิดพฤติกรรมอย่างไร

ศาสตร์ทางด้านจิตวิทยา (Psychology) มีทฤษฎีที่เชื่อมโยงกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ก็คือทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ Maslow(1984) ได้จำแนกความต้องการออกเป็น 5 อย่าง คือ ความต้องการทางกายด้านเพศ ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความนับถือ ความต้องการความสำเร็จ มนุษย์ยังมีความต้องการที่จะเรียนรู้ดังนั้นการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้นจึงเข้าไปอยู่ในการความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ที่ต้องใช้และเลือกสื่อเพื่อติดตามข่าวสารต่างๆรอบตัวเพื่อเพิ่มพูนความรู้และสั่งสมประสบการณ์ของตัวเอง

Katz และคณะได้กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์เกี่ยวกับการใช้สื่อที่มีด้วยกัน 4 ประการคือ(มันด์ ชล หิรัญรัตน์ ,อ้างแล้ว)

1. ความต้องการในการสร้างเอกลักษณ์ของตน
2. ความต้องการในการที่จะมีการติดต่อทางสังคมกับผู้อื่น
3. ความต้องการสิ่งแปลกใหม่และความบันเทิงต่างๆ
4. ความต้องการแสวงหาข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับความเป็นไปของโลก

McQuil (ชัชวพันธ์ สันธิเดช, 2546) ได้จัดกลุ่มของบทบาทหน้าที่ของสื่อจากมุมมองของปัจเจกบุคคล ออกเป็น 4ประเภทคือ

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบเลี่ยงจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันที่น่ารำคาญใจ หรือเพื่อหลบหนีปัญหา
2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เป็นการใช้อสื่อเพื่อเสริมความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ในสังคม เช่น การดูรายการโทรทัศน์ร่วมกันในครอบครัว หรือการนำเอาเรื่องราวจากโทรทัศน์มาพูดคุยกับคนในที่ทำงาน
3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เป็นการใช้อสื่อเพื่อตอกย้ำหรืออ้างอิงกับกลุ่มเพื่อเสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง
4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) เป็นหน้าที่พื้นฐานในการเปิดรับสื่อ

Katz และคณะ (พรทิพย์ พัฒนานุสรณ์, 2543) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้อสื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ และได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น มีองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆดังนี้

Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น

1. ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
2. ต้องการให้ลดน้อยลง
3. ต้องการให้ได้มา

Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

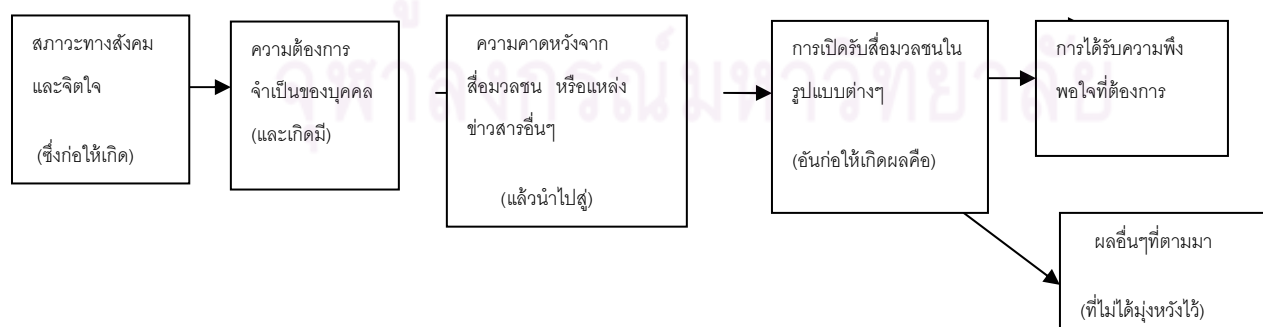
1. การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
2. การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
3. การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
4. การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอก และมีอิทธิพลต่อมนุษย์ ที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่

1. ตนเอง
2. ครอบครัว
3. เพื่อนฝูง
4. สังคม รัฐบาล
5. ขนบประเพณี วัฒนธรรม
6. โลก
7. สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายน้อย

Katz และคณะยังได้สรุปองค์ประกอบดังกล่าวออกมาเป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจดังนี้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534:88)

ภาพที่ 5 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ



จากแบบจำลองของ Katz และคณะ ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าสภาวะทางของสังคม และสภาพจิตใจของผู้รับสารที่แตกต่างกันสามารถก่อให้เกิดความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนั้นทำให้เป็นการยากที่จะคาดเดาว่าสื่อประเภทใดจะสามารถสนองต่อความต้องการต่อมนุษย์ลักษณะของการใช้สื่อของมนุษย์ที่มีความต้องการที่แตกต่างกันจะทำให้ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อแต่ละประเภทรุ่นจะไม่เหมือนกัน

Laerence A.Wenner (มันส์ชล หิรัญรัตน์ อ้างแล้ว) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratification) ของผู้บริโภคผลการวิจัยของ Laerence A.Wenner สามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 3 กลุ่มได้ดังนี้

1. Orientational Gratification หมายถึงการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความที่ต้องการที่แสดงออกมาได้แก่การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาของข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ(Decisional Utility)

2. Social Gratification เป็นการใช้สื่อข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม รับรู้ข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชนเช่นการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นหรือเพื่อการชักจูงใจ

3. Para-social Gratification หมายถึงกระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลหรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลเกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

ผู้วิจัยนำแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมาศึกษา พฤติกรรมของผู้รับสารในด้านต่างๆ การใช้งานสื่อเว็บทำเพื่อประโยชน์ในด้านข่าวออนไลน์ ในด้านความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการนำเสนอข่าวออนไลน์ของเว็บทำ

8.แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมในอินเทอร์เน็ต

พนัส หันนาคินทร์ (2523) ได้ให้ความความหมายว่า จริยธรรม หมายถึงความประพฤติอันพึงปฏิบัติต่อตนเอง ต่อผู้อื่นและต่อสังคม ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองเกษมสุขขึ้นในสังคมและสมาชิกในสังคม การที่จะปฏิบัติให้เป็นไปเช่นนี้ได้ผู้ปฏิบัติต้องรู้จักว่าสิ่งใดถูกต้อง สิ่งใดผิด ดังนั้นการปฏิบัติตามจริยธรรมจึงต้องประกอบกันทั้งความรู้สึกลึกซึ้งทางใจ และการปฏิบัติทางกายอันสอดคล้องกับความรู้สึกลึกซึ้งทางจิต

“จริยธรรม” นั้นสามารถแบ่งความหมายออกได้เป็น 2 ส่วนคือ “จริย” และ “ธรรม” คำว่า “จริย” นั้นแปลว่า ดีงาม ส่วนคำว่า “ธรรม” นั้นแปลว่า “ความถูกต้อง”

การกระทำผิดทางจริยธรรม

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2542) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง “จริยธรรมทางวิชาการ” ได้แบ่งการกระทำผิดจริยธรรมในทางวิชาการออกเป็น 2 ระดับดังนี้

1. การผิดจริยธรรมขั้นรุนแรง

1.1 การเอาผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน การผิดจริยธรรมขั้นรุนแรง คือ การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งที่เอาผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน วิธีการต่างๆ เช่น การนำผลงานของผู้อื่นมาเปลี่ยนแปลงและ/หรือเปลี่ยนชื่อผู้เขียนเสียใหม่ มีเจตนาทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิดว่าผลงานนั้นเป็นผลงานของตนการผิดจริยธรรมในขั้นนี้ ไม่จำเป็นที่ผู้กระทำจะต้องเอาผลงานทั้งหมดของผู้อื่นมาทำเสมือนหนึ่งว่าเป็นงานของตน เพียงแต่จะเอามาบางส่วนที่สำคัญๆ ไม่ได้มีการอ้างอิงถึงผู้เป็นเจ้าของผลงานไว้เลย ก็ถือได้ว่าการกระทำผิดได้เช่นกันทั้งนั้น ไม่จำเป็นว่างานของผู้อื่นจะมีการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ไว้หรือไม่

1.2 ผลงานที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ได้เสนอตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของปัญหาทางด้านจริยธรรมทางวิชาชีพในวงการวิจัยและวิชาการไว้ว่า เมื่อทศวรรษที่ 1960 คำว่าสงวนลิขสิทธิ์ จะเห็นได้จากตำราภาษาอังกฤษที่หลังปกใน ต่อมาทศวรรษที่ 1970 เริ่มมีการขยายความเพิ่มขึ้น เพื่อให้ทราบว่า การละเมิดลิขสิทธิ์นั้นครอบคลุมในส่วนตัวใดบ้าง หรือบางเล่มอาจมีการระบุว่า สงวนลิขสิทธิ์ทุกประการ ห้ามมิให้เอาส่วนใดของสิ่งตีพิมพ์ไปผลิตใหม่ เก็บไว้ในระบบเรียกใช้ หรือถ่ายทอดในรูปแบบหรือวิธีการใดไม่ได้รับอนุญาตที่เป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้พิมพ์

1.3 ผลงานที่ยังไม่ถูกตีพิมพ์ในปัจจุบันนี้ การเอาผลงานบางส่วน (คำคม วลี ประโยค ข้อความทั้งย่อหน้า) มาใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต ถือได้ว่าเป็นการละเมิดสิทธิทางวิชาการของผู้อื่น การถ่ายเอกสารจากตำราทั้งบทหรือทั้งเล่มการทำวิจัย รายงานทางวิชาการ และ/หรือวิทยานิพนธ์ ต้องทบทวนวรรณกรรมหรือผลงานวิชาการที่มีผู้ได้ทำมาแล้วในอดีต ผู้วิจัยและผู้ที่ทำรายงานทางวิชาการ

หรือวิทยานิพนธ์ไม่ควรเอาผลงานทบทวนวรรณกรรมของผู้อื่นไปใช้ทั้งดุ้น และนำเสนอราวกับว่าตนได้ทบทวนวรรณกรรมเหล่านั้นด้วยตนเอง การนำข้อค้นพบ ความคิดและทฤษฎีของผู้อื่นมาใช้หรืออ้างอิง จะต้องมีการระบุให้ชัดเจนว่า ส่วนใดที่ตนเอามาใช้นั้นเป็นผลงานหรือการทบทวนวรรณกรรมของผู้ใด การไม่ระบุอ้างอิงให้ชัดเจนนอกจากจะถือว่าขาดจริยธรรมทางวิชาการแล้ว ยังอาจจะถูกฟ้องร้อง ถ้าหากผลงานดังกล่าวที่ตนเอาใช้ได้รับการตีพิมพ์และมีการสงวนลิขสิทธิ์ผู้ที่เอาผลงานดังกล่าวมาใช้ไม่ได้อ้างอิงให้ถูกต้อง และไม่แจ้งขออนุญาตจากผู้ที่เป็นเจ้าของผลงานดังกล่าวก่อนทำการตีพิมพ์เป็นผลงานทางวิชาการ

2. การผิดจริยธรรมขั้นไม่รุนแรง

2.1 การอ้างอิงไม่ถูกต้อง การผิดจริยธรรมทางวิชาการขั้นไม่รุนแรง คือ การผิดจริยธรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการนำเอาผลงานของผู้อื่นมาเป็นผลงานของตน แต่ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการอ้างอิงไม่ถูกต้อง เช่น การเอาประโยคข้อความของผู้อื่นมาใช้ ไม่มีการแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน ทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิดว่าประโยคข้อความนั้นเป็นประโยคข้อความของผู้เขียนเอง

2.2 การลอกเลียน การลอกเลียนทางวิชาการไม่แตกต่างจากการทำของปลอม ด้อยทั้งคุณภาพและความเชื่อถือได้ อาจจะหลอกบุคคลบางกลุ่มที่ยังมีความรู้ในสาขานั้นๆไม่ลึกซึ้งเพียงพอได้ แต่สำหรับบุคคลที่มีความรู้เป็นนักวิชาการในสาขาวิชานั้นๆ จะทราบดีว่าแนวความคิดและผลงานในลักษณะนั้นๆเป็นของผู้ใด และงานชิ้นใดเป็นของแท้ ชิ้นใดเป็นของเทียม

จริยธรรมในอินเทอร์เน็ต

“Netiquette” มาจากคำว่า Net หมายถึง Internet กับคำว่า Etiquette หมายถึง มารยาทหรือจรรยาบรรณ คณะกรรมการกระบวนวิธีศัพท์เทคโนโลยี สารสนเทศราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติคำว่า “Netiquette” เป็นคำไทยว่า “มารยาทเครือข่าย”

มารยาทเครือข่าย คือกฎเกณฑ์ที่ผู้ใช้ในกลุ่มอภิปรายและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์พึงทราบไว้เพื่อทำให้การสื่อสารเป็นไปด้วยความราบรื่น(กิดานันท์ มลิทอง,2539)

นวรรตน์ คุปตานนท์(2541) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง “การพัฒนามารยาทเครือข่ายของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต” ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ “มารยาทเครือข่าย” ไว้คือความประพฤติ สิ่งที่ควรปฏิบัติสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ที่กำหนดขึ้นจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยกันเองสร้างขึ้นมา เพื่อเป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติ สำหรับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตพึงยึดถือปฏิบัติร่วมกัน ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเองและสังคม

บทบัญญัติที่ได้กล่าวถึงมารยาทหรือจรรยาบรรณที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตพึงปฏิบัติ และรับการยอมรับมากที่สุด ชื่อว่า “The Net User Guidelines and Netiquette” ของ Arlene H. Rinaldi มีบัญญัติ 10 ประการดังนี้

1. ไม่ใช้คอมพิวเตอร์ทำลาย ละเมิด หรือก่อกวนผู้อื่น
2. ไม่รบกวนการทำงานของผู้อื่น
3. ไม่สอดแนม แก้ไข หรือเปิดดูข้อมูลของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต
4. ไม่ใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อจารกรรมข้อมูลข่าวสารของผู้อื่น
5. ไม่ใช้คอมพิวเตอร์ในการสร้างหลักฐานเท็จ
6. ไม่คัดลอกหรือนำโปรแกรมของผู้อื่นอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์มาใช้งาน
7. ไม่ใช้ทรัพยากรของระบบคอมพิวเตอร์โดยไม่ได้รับอนุญาต
8. ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเอง ควรจะมีการอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของผลงานนั้น
9. ควรคำนึงถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับสังคม อันเนื่องมาจากการกระทำของตน
10. ใช้คอมพิวเตอร์โดยเคารพต่อกฎระเบียบหรือข้อบังคับอย่างเคร่งครัด

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมในอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการงานวิจัยเนื่องจากชาวออนไลน์ถูกนำไปผลิตซ้ำจากเว็บท่าและมีผู้ติดตามรับชมเป็นจำนวนมากดังนั้นความรับผิดชอบในด้านจริยธรรมไม่ได้ตกอยู่กับผู้ผลิตเนื้อหาข่าวเพียงอย่างเดียวเท่านั้นหากในกรณีที่เนื้อหามีการเปลี่ยนแปลงจากแหล่งข่าวหรือการเพิ่มเติม

รายละเอียดของข่าวในด้านต่างๆแหล่งข่าวที่น่าข่าวขึ้นนั้นไปผลิตซึ่งต้องมีความรับผิดชอบในการนำเสนอ รวมไปถึงในด้านผู้ใช้งานที่สามารถนำเนื้อหาข่าวออนไลน์ไปผลิตซ้ำได้เช่นกัน จึงควรที่จะมีความตระหนักในด้านจริยธรรมในระดับผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตดังนั้นแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมจึงมีความสำคัญสำหรับงานวิจัยนี้

9.แนวคิดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ในเนื้อหา

ไชยยศ เหมะรัชตะ (2543) กล่าวว่า ลิขสิทธิ์ คือ สิทธิแต่ผู้เดียว (Exclusive right) ที่กฎหมายกำหนดให้ความคุ้มครองแก่ผู้สร้างสรรค์ หรือเจ้าของงานที่จะไม่ให้อื่นมากระทำ หรือใช้หรือหาประโยชน์จากงานสร้างสรรค์นั้น โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิแห่งทรัพย์สินประเภทหนึ่ง มีลักษณะดังนี้

1. ลิขสิทธิ์เป็นทรัพย์สิน ในลักษณะทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) อันไม่มีรูปร่างจับต้องได้เกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์งาน แม้งานนั้น จะมีรูปร่างให้เห็น และหรือจับต้องได้หรือไม่ก็ตาม เช่น งานภาพวาด หนังสือ สิ่งบันทึกเสียง และงานแพร่เสียง แพร่ภาพ เป็นต้น

2. ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิแต่ผู้เดียว กฎหมายได้กำหนดให้สิทธิแต่ผู้เดียว (Exclusive right) แก่เจ้าของลิขสิทธิ์ เพื่อกระทำ หรือใช้หรือหาประโยชน์ ในงานอันมีลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามกฎหมายกำหนดไว้ เช่น การอนุญาตให้ใช้สิทธิ ไม่มีลักษณะที่เป็นการจำกัดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม เป็นต้น

3. ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิเฉพาะบุคคล ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิที่กฎหมายกำหนดให้แก่เจ้าของลิขสิทธิ์เป็นผู้สร้างสรรค์ หรือบุคคลใดๆที่ได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ตามกฎหมายก็ได้ ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนและตอบแทนการสร้างสรรค์งานต่างๆ เพื่อให้สังคมได้ใช้ประโยชน์หรือชื่นชมผลงานสร้างสรรค์

งานที่กฎหมายลิขสิทธิ์ให้ความคุ้มครอง

ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 6 วรรคแรก ได้ให้คำจำกัดความประเภทของงานอันมีลิขสิทธิ์คุ้มครองไว้คือ งานสร้างสรรค์ประเภทวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือ

แผนกศิลปะ ของผู้สร้างสรรค์ไม่ว่างานดังกล่าวจะแสดงออกวิธีหรือรูปแบบอย่างไรก็ตามการคุ้มครองลิขสิทธิ์ไม่คลุมถึงความคิด หรือขั้นตอน กรรมวิธีหรือระบบ หรือวิธีใช้หรือทำงาน หรือแนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์

ประเภทของงานที่ลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ไม่คุ้มครองตามมาตรา 7 ประกอบไปด้วย

1. ข่าวประจำวัน และข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่มีลักษณะเป็นเพียงข่าวสารอันมิใช่งานในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ
2. รัฐธรรมนูญ และกฎหมาย
3. ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง คำชี้แจง และหนังสือโต้ตอบของกระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่น
4. คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายงานของทางราชการ
5. คำแปลและการรวบรวมสิ่งต่าง ๆ ตาม 1 ถึง 4 ที่กระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่นจัดทำขึ้น

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ได้ขยายความของ “ลิขสิทธิ์” ด้วยมาตรา 15 ต่อไปว่า “ภายใต้บังคับมาตรา 9 มาตรา 10 และมาตรา 14 เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมมีสิทธิแต่ผู้เดียวดังต่อไปนี้

1. ทำซ้ำหรือดัดแปลง
2. เผยแพร่ต่อสาธารณชน
3. ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์และสิ่งบันทึกเสียง
4. ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น

การใช้แบบเป็นธรรม (Fair Use) ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 ได้บัญญัติเรื่องข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ไว้ในมาตรา32 โดยกำหนดให้การใช้งานลิขสิทธิ์ในบางลักษณะสามารถทำได้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เพราะถือว่าเป็นการใช้ที่เป็นธรรม เช่น การใช้งานในการเรียนการสอน การเสนอรายงานข่าว หรือการใช้งานโดยบรรณารักษ์ห้องสมุด เป็นต้น

การใช้งานลิขสิทธิ์ดังกล่าวตามที่พระราชบัญญัติกำหนดไว้จะต้องอยู่ภายใต้หลักการสำคัญ 2 ประการประกอบกันคือ

- 1) ต้องไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์ตามปกติของเจ้าของลิขสิทธิ์
- 2) ต้องไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิอันชอบด้วยกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร

สำหรับการพิจารณาว่าการนำเนื้อหาที่มีลิขสิทธิ์มากระทำใดๆ จะเป็นการใช้ลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรมหรือเข้าข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ตามกฎหมายหรือไม่ อาจพิจารณาได้จากวัตถุประสงค์การใช้งาน ดังนี้ (วีภิจ คุหะมณี, อ่างแล้ว)

1 การใช้งานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นจะต้องไม่มีลักษณะเป็นการกระทำเพื่อการค้าหรือหากำไร โดยปกติการใช้งานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นเพื่อการค้าหรือหากำไร ผู้ใช้จะต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้แก่เจ้าของลิขสิทธิ์ ตัวอย่างการใช้งานลิขสิทธิ์เพื่อการค้าหรือหากำไร เช่น การนำเพลงของบุคคลอื่นไปทำเทปเพลงเพื่อขายแก่บุคคลทั่วไป เป็นการกระทำเพื่อการค้า หรืออาจารย์ผู้สอนถ่ายสำเนาตำราเรียนบางตอน เพื่อขายนักศึกษาในชั้นเรียนในราคาเกินกว่าต้นทุนค่าถ่ายเอกสาร เป็นการกระทำเพื่อหากำไร เป็นต้น เช่นนี้ไม่ถือว่าเป็นการใช้งานลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรม

อย่างไรก็ดี ในการพิจารณาว่าการใช้เป็นการกระทำเพื่อหากำไรหรือไม่ จะพิจารณาจากการใช้เกณฑ์ ไม่ใช่พิจารณาจากตัวผู้ใช้ เช่น สถาบันการศึกษาเอกชนที่นำตำราเรียนบางส่วนที่มีลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นมาจำหน่ายในสถาบันฯ เช่นนี้ แม้ว่าสถาบันจะเป็นโรงเรียนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อหากำไรในการดำเนินการสถาบัน แต่ไม่ได้จำหน่ายสำเนาตำราเรียนเกินราคาถ่ายหรือจัดทำเอกสาร ก็ถือว่าเป็นการใช้โดยไม่แสวงหากำไร จึงเป็นการใช้งานลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรม เป็นต้น

2 การใช้งานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นจะต้องไม่มีเจตนาทุจริต เช่น การนำงานลิขสิทธิ์มาใช้โดยไม่อ้างอิงถึงที่มา หรือใช้ในลักษณะที่ทำให้คนเข้าใจว่าเป็นงานของผู้ใช้งานลิขสิทธิ์นั่นเอง เป็นต้น

3 หากการใช้งานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม โดยเป็นการนำงานลิขสิทธิ์มาใช้โดยปรับเปลี่ยน (Transform) ให้ต่างไปจากงานลิขสิทธิ์เดิมหรือมีการเพิ่มเติมสิ่งใหม่เข้าไป ก็อาจเป็นการใช้ลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรม เช่น การคัดลอกอ้างอิง (Quote) งานลิขสิทธิ์คนอื่นเพื่อใช้ในการอธิบายความคิดเห็นของผู้เขียนในการทำงานวิจัย หรือการรายงานข่าวที่ย่อคำกล่าว (Speech) ของนายกรัฐมนตรี หรือย่อบทความโดยการคัดลอกอ้างอิงมาเพียงสั้นๆ เป็นต้น

ดังนั้นวิธีแก้ปัญหาหรือหลีกเลี่ยงการละเมิดลิขสิทธิ์โดยการใช้แบบชอบธรรมสำหรับบุคคลหรือเว็บไซต์ที่ต้องการใช้ RSS Feed เพื่อการแสวงหากำไรจะต้องสร้างจุดที่สมดุลระหว่าง RSS กับการละเมิดลิขสิทธิ์และการใช้แบบเป็นธรรม จอน พอลฟรี (วิกิจ คูหะมณี, 2550) เสนอแนวทางและแยกเป็นกรณีไว้ 2 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 ถ้าบริษัทที่แสวงกำไร

- รวบรวม RSS Feed แค่วันเรื่องและเนื้อหาแบบย่อเท่านั้น
- มีกลไกหรือวิธีที่สามารถจะเลือกตกลงหรือไม่ยอมรับอย่างง่าย
- ทำให้ถูกต้องตามข้อกำหนดหรือลิขสิทธิ์อย่างระมัดระวังและมีการอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของ RSS Feed สามารถที่จะใช้สร้างเงินโดยการโฆษณาได้ (เช่นเว็บไซต์ My Yahoo! ที่ใช้การดึงเฉพาะหัวเรื่องแต่มีโฆษณาในเว็บของตัวเองเพื่อหากำไรได้)

กรณีที่ 2 ถ้าบริษัทที่แสวงกำไร หาผลประโยชน์จากการรวบรวม RSS Feed แบบเต็ม การให้เครดิตหรือสร้างลิงค์ต้นฉบับหรืออะไรก็ตามที่ไม่ได้จ่ายค่าตอบแทนด้วยเงินคงไม่เพียงพอ ดังนั้นการแบ่งส่วนแบ่งรายได้ให้กับผู้ผลิตเนื้อหาเป็นสิ่งที่สมควรอย่างยิ่ง เช่น เว็บ Gather.com ที่มีแนวคิดที่จะแบ่งรายได้จากการโฆษณาให้กับผู้ผลิตเนื้อหาโดยขึ้นอยู่กับคุณภาพและความนิยมของเนื้อหานั้นๆ ที่ให้กับ Gather.com

9.2 ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ (Society for Online News Providers)

เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทำให้การนำเสนอข่าวผ่านเว็บไซต์และช่องทางอื่นๆ สามารถทำได้รวดเร็ว และหลากหลายรูปแบบ หรือสื่อผสม (Multimedia) ทำให้มีผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่ให้บริการแก่ผู้เข้าชมบางส่วนหรือที่เรียกในงานวิจัยนี้ว่าเว็บท่าภายในประเทศ ได้นำข่าวสารและภาพข่าวจากเว็บไซต์ของผู้ผลิตข่าวออนไลน์ไปในเชิงพาณิชย์และไม่เคารพในลิขสิทธิ์งานสร้างสรรค์ของผู้เว็บไซต์ผู้ผลิตข่าวออนไลน์ นอกจากนี้การนำเสนอข่าวออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และช่องทางการนำเสนอข่าวสารใหม่ๆ เหล่านี้ยังไม่เป็นที่เข้าใจของสาธารณชนบางส่วน รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา

วัตถุประสงค์และข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ต่อการนำเสนอข่าวของเว็บท่าภายในประเทศมีดังนี้

1. สมาชิกชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ทุกรายมุ่งมั่นส่งเสริมและสนับสนุนสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ตามระบอบประชาธิปไตยปราศจากการปิดกั้นจากอำนาจใดๆ

2. สมาชิกชมรมฯ เชื่อมั่นว่าประชาชนผู้รับข้อมูลข่าวสารออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตระหนักในคุณค่าของงานสร้างสรรค์ที่ผ่านกระบวนการทางวารสารศาสตร์ และสนใจติดตามข้อมูลข่าวสารดังกล่าวจากเว็บไซต์ของผู้ผลิตข่าวสารแต่ละราย

3. ในกรณีที่มีการนำเนื้อหาจากเว็บไซต์ของผู้ผลิตข่าวออนไลน์ไปเผยแพร่ในช่องทางเว็บไซต์อื่นที่มีลักษณะเป็นเชิงพาณิชย์ หรือเจ้าของเว็บไซต์ได้รับประโยชน์ทางธุรกิจ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่นำข่าวสาร ไปผลิตซ้ำต้องเคารพในควมมีลิขสิทธิ์และงานสร้างสรรค์ที่ผลิตของเว็บไซต์สมาชิก

4. ชมรมฯ ส่งเสริมให้มีการทำข้อตกลงร่วมกันระหว่างสมาชิกกับผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่ ต้องการนำข่าวสารจากเว็บไซต์สมาชิกไปเผยแพร่ต่อ ยึดหลักความเคารพและคำนึงถึงลิขสิทธิ์ในการสร้างสรรค์งานเขียน และ จริยธรรมทางธุรกิจ และประโยชน์ที่ผู้ผลิตข่าวออนไลน์จะได้รับด้วย

ข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์มีดังนี้

1. ให้ใช้ระบบ RSS Feed และเชื่อมโยงลิงก์กลับมาหาเว็บไซต์ผู้ให้อนุญาตเท่าที่เผยแพร่เนื้อหาในได้ 3 วัน โดยไม่สามารถสืบค้นย้อนหลัง

2. ให้ใช้ข่าวโดย embedded แบบ frame หัวข้อข่าว โปรมข่าว รูปภาพพร้อมลายน้ำ เผยแพร่เนื้อหาในได้ 3 วัน โดยไม่สามารถสืบค้นย้อนหลัง

เว็บไซต์ ผู้ผลิตข่าวออนไลน์ได้ลงนามร่วมกันจัดตั้ง “ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์” ขึ้นและกำหนดให้มีข้อบังคับขึ้นเพื่อเป็นกติกาในการดำเนินการร่วมกัน เพื่อประโยชน์ต่อผู้ผลิตข่าวสารและสาธารณชนทั่วไป เว็บไซต์ข่าวออนไลน์ที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกับชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ประกอบไปด้วย

www.manager.co.th	www.thairath.co.th	www.dailynews.co.th
www.matichon.co.th	www.khaosod.co.th	www.bangkokpost.co.th
www.posttoday.com	www.gurubangkok.com	www.student-weekly.com
www.bangkokbiznews.com	www.siamsport.co.th	www.siamdara.com
www.siamsporttv.com	www.sbt.co.th	www.fhm.in.th
www.thannews.th.com	www.innnews.co.th	www.siamrath.co.th
www.daradaily.com	www.naewna.com	www.thaipost.net
www.nationmultimedia.com	www.komchadluek.com	

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์มาใช้ในงานวิจัยเนื่องจากพฤติกรรมการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศเข้าข่ายการละเมิดลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวของเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ในสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง“บทบาทด้านการข่าวของเว็บทำยอดนิยม”เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) ศึกษาครั้งเดียว (One Shot Study) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บทำภายในประเทศทั้งก่อนและหลังการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์รวมไปถึงพฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ประเด็นด้านจริยธรรมและอำนาจในการควบคุมของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. ในด้านกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างเป็นเว็บมาสเตอร์เว็บทำที่มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการคัดเลือกข่าวสารจากแหล่งต่างๆมานำเสนอบนเว็บของตัวเององค์ประกอบการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยเลือกจากความนิยมของเว็บไซต์ ความหลากหลายของการนำเสนอเนื้อหา และ ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูล สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้เว็บทำภายในประเทศที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษามีดังนี้

เว็บมาสเตอร์ประจำเว็บไซต์ เอ็มไทย (www.mthai.com)

เว็บมาสเตอร์ประจำเว็บไซต์ สยามซ่า(www.siamza.com)

เว็บมาสเตอร์ประจำเว็บไซต์ ซาบซ่า (www.zabza.com)

เว็บมาสเตอร์ประจำเว็บไซต์ RYT9 (www.RYT9.com)

2. ในด้าน การควบคุมเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเว็บไซต์ผลิตข่าวออนไลน์ที่เป็นสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์และให้ความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอำนาจในการควบคุมการนำเสนอของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ผลกระทบที่ได้รับจากการนำข่าวมาผลิตซ้ำของเว็บท่าภายในประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีดังนี้

เว็บมาสเตอร์ประจำสำนักข่าวออนไลน์ ผู้จัดการ (www.manager.co.th)

เว็บมาสเตอร์ประจำสำนักข่าวออนไลน์ มติชน (www.matichon.co.th)

เว็บมาสเตอร์ประจำสำนักข่าวออนไลน์ สยามกีฬา (www.siamsport.co.th)

3. ในด้าน พฤติกรรมการเปิดรับและการใช้ประโยชน์ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้ตัวอย่างจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานเว็บท่าในการรับข่าวสารเป็นประจำ ผู้วิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม และทำการศึกษาในประเด็นความพอใจที่จะรับข่าวที่ถูกคัดเลือกมาจากเว็บท่า ด้วยการเก็บข้อมูลด้วยวิธีสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและมีการนัดหมายล่วงหน้า

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ในด้านศึกษาผู้ส่งสาร เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) เว็บมาสเตอร์ของเว็บท่าที่มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการคัดเลือกข่าวสารของเว็บไซต์ จำนวน 4 เว็บไซต์ คือ เอ็มไทย สยามซ่า ซาบซ่า RYT9 และเว็บมาสเตอร์ของสำนักข่าวออนไลน์ที่เป็นเจ้าของเนื้อหาและได้เป็นสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จำนวน 3 เว็บไซต์ คือ ผู้จัดการ มติชน และสยามกีฬา

2. ในด้าน พฤติกรรมการใช้ประโยชน์ เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด และสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติมจำนวน 10 ตัวอย่าง ทำการเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้งาน

ความคาดหวัง และการรับรู้ถึงข่าวสารบนเว็บท่า การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบ่งออกเป็นสองรูปแบบดังนี้

2.1 เก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ 200 ผู้ตอบ

2.2 เก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามกระดาษ 200 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่เลือกใช้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีบทบาทเป็นผู้ส่งสาร ผู้วิจัยใช้คำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคลและให้รายละเอียดในประเด็นที่ต้องการค้นหา แนวคำถามจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามกลุ่มตัวอย่าง แนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของกลุ่มตัวอย่างเว็บมาสเตอร์เว็บท่ามีดังต่อไปนี้

- ตำแหน่ง และหน้าที่บนเว็บไซต์
- กระบวนการผลิตข่าวในเว็บไซต์ของเว็บท่ามีอย่างไรบ้าง
- เว็บท่าภายในประเทศมีการใช้แหล่งข่าวจากจากที่ใดบ้าง
- เกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวมานำเสนอบนเว็บท่ามีอย่างไรบ้าง
- ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอบนเว็บท่า
- เว็บท่ามีความตระหนักถึงควมมีลิขสิทธิ์ในเนื้อหาหรือไม่
- ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

แนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของกลุ่มตัวอย่างเว็บมาสเตอร์ของสำนักข่าวออนไลน์มีดังต่อไปนี้

- ตำแหน่งและหน้าที่บนเว็บไซต์
- ความคิดเห็นต่อการนำข่าวของสำนักข่าวไปผลิตซ้ำในแหล่งอื่นๆบนอินเทอร์เน็ต
- อำนาจในควบคุมการนำเสนอข่าวของชมรมผู้ผลิตออนไลน์
- มุมมองของผู้ผลิตข่าวออนไลน์คิดว่าการละเมิดจริยธรรมรูปแบบใดร้ายแรงที่สุด
- ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

แนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศมีดังต่อไปนี้

- เพราะเหตุใดจึงเลือกใช้งานเว็บท่าภายในประเทศเพียงแหล่งเดียว
- เพราะเหตุใดจึงพอใจที่จะรับข่าวออนไลน์ที่ถูกเลือกจากในเว็บท่าภายในประเทศ
- ผู้ใช้งานคิดว่าเว็บท่าภายในประเทศละเมิดจริยธรรมรูปแบบใดร้ายแรงที่สุด

2.แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับสารและได้รับผลกระทบแบบสอบถามจะประกอบไปด้วย คำถามปลายปิด (Closed-ended questions) คำถามปลายเปิด (Opened-ended questions) และมาตราประมาณค่า (Rating Scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รับจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-depth Interview) และการตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) มาวิเคราะห์ เพื่ออธิบายถึงบทบาททางด้านการข่าวของเว็บท่ายอดนิยมได้ดังนี้

1.การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-depth Interview) นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างเว็บมาสเตอร์ที่มีบทบาทและหน้าที่ในด้านการข่าวของเว็บท่าภายในประเทศและเว็บข่าวออนไลน์ที่

เป็นสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ มาวิเคราะห์ตามหลักทางสถิติใช้การพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และนำข้อมูลที่ได้มาตอบปัญหาวิจัยข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 5 ข้อ 6 ข้อ 7 ข้อ 8

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม(Questionnaire) นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ งานอินเทอร์เน็ตและรับข่าวสารบนเว็บทำภายในประเทศเป็นประจำ มาวิเคราะห์ตามหลักทางสถิติ ใช้สถิติ เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อตอบปัญหาวิจัย ข้อที่ 3 ข้อ 4 ข้อ 5 ข้อ 8



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง“บทบาทด้านการข่าวของเว็บทำยอดนิยม”เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และแบบสอบถาม (Questionnaire) การเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มตัวอย่างเว็บมาสเตอร์เว็บทำภายในประเทศและเว็บมาสเตอร์เว็บข่าวออนไลน์และผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่รับข่าวสารผ่านเว็บทำภายในประเทศ

กลุ่มตัวอย่างเว็บมาสเตอร์เว็บทำภายในประเทศเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์มีดังนี้

- 1.นายสิทธิโชติ สุภาวรรณ เว็บมาสเตอร์ด้านข่าว <http://www.mthai.com>
- 2.นายวุฒิกกร เว็บมาสเตอร์ <http://www.siamza.com>
- 3.นายสุขใจ เว็บมาสเตอร์ <http://www.zabzaa.com>
- 4.นายชาญกิจ ยงปิยกุล เว็บมาสเตอร์ <http://www.ryt9.com>

สำหรับกลุ่มตัวอย่างเว็บมาสเตอร์เว็บข่าวออนไลน์เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และคัดเลือกจากการเป็นสมาชิกชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์มีดังนี้

- 1.นายสมชาติ บุญวิทยา เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ในเครือสยามกีฬาและสยามดารา
- 2.นายสิทธิพงศ์ ผลเสวก ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศหนังสือพิมพ์มติชน
- 3.นายนิรันดร์ เขาวภาวีย์ เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์เอเอสทีวีผู้จัดการ

การศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศสามารถเก็บตัวอย่างด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 400 คน และเก็บข้อมูล 2 วิธีคือการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจำนวน 200 คน และการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในกระดาษคำตอบจำนวน 200 ชุด เพื่อให้ได้ข้อมูลของประชากรที่ครอบคลุมการใช้งานเช่นเดียวกับคุณลักษณะเด่นของเว็บท่าที่มีความหลากหลายของกลุ่มผู้ใช้งาน การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทำการกระจายแบบสอบถามไปยังเว็บท่าภายในประเทศที่ได้รับความนิยมดังนี้

www.sanook.com	www.teenee.com
www.konmun.com	www.siamza.com
www.mthai.com	www.ohozaa.com
www.zabza.com	www.kapook.com
www.pukpik.com	www.hunsa.com

นอกจากการกระจายแบบสอบถามบนเว็บท่าภายในประเทศแล้วผู้วิจัยเพิ่มเติมช่องทางการกระจายแบบสอบถามทางเครือข่ายสังคมอีกช่องทาง ด้วยการขอความอนุเคราะห์การเข้าตอบแบบสอบถามผ่านเครือข่ายสังคม Facebook Hi5 และ Twitter

การเก็บข้อมูลด้วยกระดาษคำตอบเน้นไปกลุ่มนักศึกษาและพนักงานบริษัทที่มีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำทุกวัน สถานที่เก็บข้อมูลประกอบไปด้วย

- มหาวิทยาลัยกรุงเทพวิทยาเขตกล้วยน้ำไท
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
- มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญวิทยาเขตหัวหมาก
- ย่านธุรกิจบริเวณสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสุทธิสาร
- ย่านธุรกิจบริเวณรถไฟฟ้าใต้ดินสีลม
- ย่านธุรกิจธนาคารกสิกรไทยสาขาใหญ่ ราษฎร์บูรณะ

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้ง 400 ชุด ตั้งแต่ 26 กุมภาพันธ์ 2553 ถึง 28 มีนาคม 2553 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 31 วัน

นอกจากนี้ยังทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยได้ทำการคัดเลือกจากกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้งานข่าวออนไลน์ในเว็บท่าภายในประเทศเพียงอย่างเดียวจำนวน 10 คน ดังนี้

- | | |
|------------------------|------------------------------------|
| 1. นายเทพพนม แซ่จ๋อง | 2. นางสาวชุตินันท์ วิวัฒน์ภริรักษ์ |
| 3. นายสุขโสภณ รียาย | 4. นางสาวรัมภา |
| 5. นายธนฤติ สุขชัย | 6. นางสาวพรพิมล ศรีม่วง |
| 7. นายอภิชาติ แซ่ตั้ง | 8. นายเอกลักษณ์ |
| 9. นางสาวนิดา เจียรนัย | 10. นางสาวแพรวไพยม วิชากรกุล |

ผลการวิจัยนำเสนอเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษากระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาริธีกรรมการนำเสนอข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษากระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศ

คุณลักษณะของเว็บท่าภายในประเทศ

เว็บท่าภายในประเทศ Mthai.com

เว็บไซต์เอ็มไทยก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2543 ชื่อเว็บไซต์เอ็มไทยย่อมาจากแม่กาทันไทย เดิมผู้ก่อตั้งมีความตั้งใจจะนำเสนอเนื้อหาสาระบนเว็บไซต์เปรียบเสมือนนิตยสารบนโลกอินเทอร์เน็ต แต่เมื่อปี พ.ศ. 2548 เว็บไซต์เอ็มไทยได้ถูกบริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด เข้าครอบครองกิจการและพัฒนาเรื่อยมา เว็บไซต์เอ็มไทยได้จดทะเบียนการค้าอิเล็กทรอนิกส์อย่างถูกต้องตามกฎหมายและมีหมายเลขทะเบียนการค้าอิเล็กทรอนิกส์เลขที่ 0127114707040

บริษัท โมโน เทคโนโลยี ใช้เว็บไซต์เอ็มไทยในการนำเสนอเนื้อหาจากสื่ออื่นๆในเครือของบริษัท เช่น สื่อภาพยนตร์ ภายใต้ชื่อโมโนฟิล์ม สื่อบันเทิงดาราทายใต้ชื่อ ก๊อตชิปสตาร์ สื่อสิ่งพิมพ์นิตยสารวัยรุ่น แคนดี้และนิตยสารสำหรับผู้ชายอาลัวร์แม็กกาซีน เป็นต้น รวมไปถึงการใช้เว็บไซต์เอ็มไทยเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ของทางบริษัท แต่ทางบริษัทโมโน เทคโนโลยีเองยังไม่มีสื่อที่เกี่ยวกับข่าวสารประจำวัน การผลิตข่าวจะนำจากสื่ออื่นๆมาผลิตซ้ำ นอกจากเว็บไซต์ www.mthai.com แล้วทางบริษัท โมโน เทคโนโลยียังเป็นเจ้าของเว็บไซต์ www.yenta4.com และ www.mono2u.com

ภาพที่ 7 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ Mthai.com



การนำเสนอ เนื้อหาของเว็บไซต์เอ็มไทยใช้โทนสีน้ำตาลสลับสีส้มเป็นหลัก รูปแบบของเว็บไซต์ในปี พ.ศ.2553 คือนำเนื้อหาต่างๆของเว็บไซต์มาแสดงที่ส่วนบนของเว็บไซต์ และมีโฆษณาประชาสัมพันธ์อยู่ที่ขอบซ้ายและขวา แนวทางการนำเสนอข่าวประจำวันของเว็บเอ็มไทยจะเน้นเรื่องข่าวการเมืองเป็นหลักและมีการนำประเด็นต่างๆที่เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ในสังคมมาตั้งเป็นกระทู้ ให้ผู้ใช้งานเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น รวมไปถึงการตั้งโพลล์เพื่อขอความคิดเห็นจากสมาชิกในเว็บไซต์ด้วย

ภาพที่ 8 การตั้งประเด็นข่าวและการสำรวจความคิดเห็นของเว็บไซต์เอ็มไทย

The image shows a screenshot of the Thai website 'EmThai'. At the top, there are two main sections: 'เกาะกระแส' (Trending News) and 'เกาะติดข่าวร้อน' (Hot News). The 'เกาะกระแส' section features a pie chart and a news item about a Thai woman's behavior. The 'เกาะติดข่าวร้อน' section includes several news items with images, such as a man in a suit, a woman, a group of people, and a soldier. Below these sections is a 'Hot Issue' section with five items, each with a small image and a title. The items are: 'ติดมากมัย ที่คิดนอกใจภรรยา', 'หน้าหนาวปีนี้จะไปเที่ยวไหนดีคะ', 'กินเจทำไม? เพื่อศีลธรรมหรือตามแฟชั่น', 'เสียใจ แฟนไม่ใส่ใจไม่สนใจ', and 'คนที่บ้านอยู่ติดถนนใหญ่ นอนหลับกันบ้างไหม'.

ตารางที่ 2 เนื้อหาที่น่าสนใจบนเว็บไซต์เอ็มไทย

ข่าว	บันเทิง	วิดีโอคลิป	ผู้หญิง	ผู้ชาย	กีฬา	เกมส์	กินเที่ยว	ดูดวง	เว็บบอร์ด	Society
หน้าแรกข่าว	หน้าแรก Gossip	หน้าแรกวิดีโอ	หน้าแรก Women	หน้าแรก Men	หน้าแรก กีฬา	หน้าแรก เกมส์	หน้าแรก กินเที่ยว	หน้าแรกดูดวง	หน้าแรกเว็บบอร์ด	Picpost
ข่าวการเมือง	ดูละครทีวี	ดูทีวีออนไลน์	แฟชั่น	แฟชั่นและสไตล์	ผลบอล	เกมส์ชิงรางวัล	ข่าวท่องเที่ยว	เรื่องเด่นดูดวง	เรื่องนี้ต้องขยาย	Market Place
ข่าวทั่วไป	ดาราคณดั่ง	คลิปเด่นประจำวัน	สุขภาพ ความงาม	สาวเซ็กซี่	วิเคราะห์บอล	แฟลชเกมส์	รีวิวโรงแรม	ดูดวงความรัก	บันเทิง	Club
ข่าวต่างประเทศ	ภาพยนตร์	เว็บมาสเตอร์จัดให้	ความรัก/SEX	เพียบบอย	บอลไทย	ดาวน้โหดเกมส์	บทความท่องเที่ยว	ดูดวงอื่นๆ	กีฬา	Album
สื่ूपข่าวเด่น	ฟังเพลงออนไลน์	เว็บบอร์ดวิดีโอ	ช้อปปัง	Allure Girls	กีฬาในประเทศ	ข่าวเกมส์	ตามรอยนักชิม	ทำนายฝัน	ชีวิตความรักสุขภาพ	Glitter
คลิปข่าว	การ์ตูน		ทรงผม	เทคโนโลยี	กีฬาต่างประเทศ	รีวิวเกมส์ใหม่	หน้าแรกกินเที่ยว	ทำนายนิสัย	เทคโนโลยี	Blog

					ทศ					
MThai SMS Poll			มาดามรัก	Men Club	Sexy G- sport	แจก รางวัล		ดูดวง กับอ.คชชา	เก็บตก Inbox	กลอน
			ผู้หญิงน่ารู้	รถยนต์		เว็บบอร์ด		หน้าแรกดู ดวง	ร้องทุกข์ ประชาส ัมพันธ์	กิจกรรม ชิงรางวัล
			Scoop ผู้หญิง	เรื่องงาน		วอลเป เปอร์		เรื่องเด่นดู ดวง		
				สุขภาพ						
				ผู้ชายรอบรู้						

เว็บไซต์เอ็มไทยเข้าร่วมการจัดอันดับเว็บไซต์ยอดนิยมของ www.truehits.net เป็นประจำทุกปีและในปีพ.ศ. 2552 เว็บไซต์เอ็มไทยถูกจัดอันดับให้เป็นเว็บไซต์ยอดนิยมลำดับ 3 ของประเทศ มีผู้เข้าชมเฉลี่ยเดือนละ 375,416 ครั้งและมีผู้เข้าชมสะสมตลอดปี 4,837,059 ครั้ง

[เว็บไซต์ภายในประเทศ Siamza.com](http://www.siamza.com)

เว็บไซต์สยามซ่าเป็นเว็บไซต์ของบริษัท MaxTrue Corporation ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2546 มี นายภาสกร สุภีปรี เป็นกรรมการผู้จัดการ เว็บไซต์สยามซ่าเป็นเว็บไซต์ที่ถือกำเนิดมาในช่วงกลางของเว็บทำภายในประเทศ จุดมุ่งหมายเดิมของเว็บสยามซ่าคือการให้บริการฟังเพลงออนไลน์เป็นหลักแต่เมื่อระยะเวลาผ่านไปเว็บไซต์มีฐานผู้เข้าชมกว้างมากขึ้นทำให้ต้องมีเนื้อหาอื่นๆเข้ามาประกอบในเว็บไซต์เพื่อสร้างความหลากหลายในการรับข่าวสาร โทณสีของเว็บไซต์สยามซ่าจะใช้สีส้มตัดสีขาวเป็นหลัก รูปแบบการนำเสนอของเว็บจะนำหมวดหมู่ของเนื้อหามาเรียงไว้ส่วนบนสุดของเว็บไซต์และเรียงกันในแนวนอน มีโฆษณาประชาสัมพันธ์บนพื้นหลังของเว็บไซต์

ภาพที่ 9 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์สยามซ่า



ภาพที่ 10 บริการฟังเพลงออนไลน์บนเว็บไซต์สยามซ่า



ตารางที่ 3 เนื้อหาต่างๆที่นำเสนอบนเว็บไซต์สยามซ่า

หน้าแรก	บันเทิง	บริการ	ข่าว	เว็บบอร์ด	ติดต่อเรา
SiamZa What's up	ฟังเพลง	ประมูลสินค้า	หน้าแรกข่าว	บันเทิง	แจ้งปัญหาการใช้ งาน
Link	ฟังวิทยุ	น้ำหอม	ข่าวล่าสุด	คอมพิวเตอร์	ติดต่อโฆษณา
ข่าวประจำวัน	ดูทีวี	จองโรงแรม	ข่าวการเมือง	อินเตอร์เน็ต	
บันเทิง	เกมส์ออนไลน์	ตลาดซื้อ-ขาย	ข่าวเศรษฐกิจ	มือถือ	
เทคโนโลยี		ห้องสนทนา	ข่าวอาชญากรรม	เกมส์ออนไลน์	
กีฬา		Chat Hall	ข่าวกีฬา	ยานยนต์	
เศรษฐกิจ		ฝากรูป	ข่าวต่างประเทศ	กีฬา	
การเมือง		อัลบั้มรูป	โลกยานยนต์	ความรัก	
JOB today		หาคู่ออนไลน์	ข่าววิทยาศาสตร์	ท่องเที่ยว	
ประมูลสินค้า		รถยนต์	ข่าวบันเทิง	ห้องเรียน	
พยากรณ์อากาศ		มูมนักเขียน	ไอที	การ์ตูน	

Music Online		อีเมล		รูปภาพ	
Radio Online				ไร้สังกัด	
Album Today					
ข้อมูลทั่วไป					
hot link					

เว็บไซต์สยามซ่าเข้าร่วมการจัดอันดับเว็บไซต์ยอดนิยมของ www.truehits.net เป็นประจำทุกปี และ ในปีพ.ศ. 2552 เว็บไซต์สยามซ่าถูกจัดอันดับให้เป็นเว็บไซต์ยอดนิยมรวมทุกประเภท ลำดับที่ 49 ของประเทศ มีผู้เข้าชมเฉลี่ยเดือนละ 60,231 ครั้งและมีผู้เข้าชมสะสมตลอดปี 316,443 ครั้ง

เว็บท่าภายในประเทศ Zabzaa.com

เว็บไซต์ซาบซ่าก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2548 โดยมีนายสุวิทย์ เป็นเจ้าของเว็บไซต์ ลักษณะของเว็บไซต์ซาบซ่าเป็นเว็บไซต์ขนาดเล็กมีทีมงานจำกัด มีที่ตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงรายและไม่ได้จดทะเบียนในรูปแบบบริษัทเหมือนเว็บท่าภายในประเทศชั้นนำแต่ได้จดทะเบียนการค้าอิเล็กทรอนิกส์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีหมายเลขทะเบียนการค้าอิเล็กทรอนิกส์เลขที่ 0577314802616 ผู้ก่อตั้งต้องการทำเว็บไซต์ซาบซ่าให้เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลทุกอย่างที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตต้องการทราบ และทางทีมงานไม่มีผู้ผลิตเนื้อหาเองจึงได้นำเนื้อหาจากเว็บต่างๆมารวมเข้าไว้บนเว็บซาบซ่า โทสนี้ของเว็บไซต์จะใช้สีแดงตัดด้วยสีดำเป็นหลัก เนื้อหาข่าวที่เว็บไซต์ซาบซ่าให้ความสนใจคือข่าวเกี่ยวกับแวดวงบันเทิงเป็นหลัก

ภาพที่ 11 เนื้อหาที่น่าสนใจบนเว็บไซต์ซาบซ่า



ภาพที่ 12 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ซาบซ่า



ในด้านการนำเสนอข่าวออนไลน์ของเว็บสยามซ่าจะเน้นไปที่ข่าววงการบันเทิงเป็นหลักแต่ทางเว็บไซต์จะมีการนำเสนอข่าวประเภทอื่นๆด้วย หมวดหมู่ของข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์ซาบซ่ามีดังนี้

- บันเทิง
- บันเทิงเทศ
- การเมือง
- กีฬา
- อาชญากรรม
- เทคโนโลยี

เว็บไซต์ซาบซ่าเข้าร่วมการจัดอันดับเว็บไซต์ยอดนิยมของ www.truehits.net เป็นประจำทุกปีและในปีพ.ศ. 2552 เว็บไซต์ซาบซ่าถูกจัดอันดับให้เป็นเว็บไซต์ยอดนิยม 100 เว็บไซต์ในประเทศไทย ในลำดับที่ 94 ของประเทศ มีผู้เข้าชมเฉลี่ยเดือนละ 32,658 ครั้งและผู้เข้าชมสะสมตลอดปี 149,826 ครั้ง

เว็บท่าภายในประเทศ Ryt9.com

เว็บไซต์ ryt9.com เป็นเว็บไซต์ของบริษัทอินโฟเคอร์ จำกัด ก่อตั้งเมื่อปีพ.ศ. 2549 เป็นเว็บไซต์ในรูปแบบ News Portal ที่ให้บริการสืบค้นข้อมูลด้านข่าวประจำวันเป็นหลัก มีนายชาญกิจ ยงปิยกุล เป็น

ผู้ดูแลเว็บไซต์ โทนสีของเว็บไซต์Ryt9จะใช้สีตัดกับสีขาว และมีตัวหนังสือเป็นสีฟ้าอ่อนเพื่อความสบายตาในการอ่านข่าว

ภาพที่ 13 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์Ryt9.com



เว็บไซต์ Ryt9.com เน้นการนำเสนอข่าวออนไลน์เป็นหลักและไม่มีเนื้อหาที่เฉพาะด้านอื่นๆที่เว็บทำภายในประเทศนิยมนำเสนอเช่นฟังเพลงออนไลน์ ห้องสนทนา กระดานสนทนา เป็นต้น เนื้อหาข่าวบนเว็บไซต์ Ryt9.com มีดังนี้

- ข่าวออนไลน์
- ข่าวต่างประเทศ
- ข่าวเศรษฐกิจ
- ข่าวหุ้น-การเงิน
- ข่าวการเมือง
- ข่าวผลสำรวจ
- ข่าวบันเทิง
- ข่าวกีฬา
- ข่าวท่องเที่ยว
- ข่าวเทคโนโลยี
- ข่าวอสังหา
- ข่าวยานยนต์
- ข่าวทั่วไป

เว็บไซต์ Ryt9 เข้าร่วมการจัดอันดับเว็บไซต์ยอดนิยมของ www.truehits.net เป็นประจำทุกปีและในปีพ.ศ. 2552 เว็บไซต์ Ryt9 ถูกจัดอันดับให้เป็นเว็บไซต์ยอดนิยมรวมทุกประเภทในลำดับที่ 41 ของประเทศ มีผู้เข้าชมเฉลี่ยเดือนละ 68,649 ครั้งและผู้เข้าชมสะสมตลอดปี 191,993 ครั้ง

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศ

คำถามวิจัยข้อที่ 1 “กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศมีอย่างไรบ้าง”

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทย

การผลิตเนื้อหาข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์เอ็มไทยในช่วงแรกก่อนการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ เว็บไซต์เอ็มไทยใช้ทีมงานที่รับผิดชอบด้านข่าวออนไลน์คอยติดตามข่าวจากเว็บข่าวชั้นนำในประเทศเช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ คมชัดลึก เป็นต้น และใช้ทีมงานทำการคัดลอกข่าวออกมาใช้ด้วยชุดคำสั่ง Copy Paste โดยไม่มีการดัดแปลงแก้ไขเนื้อหาข่าวแต่จะระบุที่มาของข่าวเอาไว้ แหล่งข่าวที่เลือกใช้จะเน้นไปที่ข่าวการเมืองเป็นหลักเพราะเป็นเรื่องที่เป็นประเด็นสังคมและเป็นเรื่องผู้อ่านข่าวของเว็บเอ็มไทยให้ความสนใจ

“เราเปิดดูเว็บข่าวภายในประเทศทั่วไปในแต่ละวันและถ้าเห็นว่าเรื่องนี้มันน่าสนใจ เราก็ก็อบบี้ข้อมูลออกมาและก็นำเอารูปมาใส่และก็นำมาขึ้นเว็บครับ มีการใส่ที่มาของข่าวไว้บ้างแต่เนื้อหาข่าวเราก็ไม่มีการตัดทิ้ง เค้เขียนมาอย่างไรเราก็ลงไปตามนั้นเลยส่วนใหญ่เว็บเอ็มไทยจะเน้นเรื่องการเมืองเป็นหลักเพราะเป็นเรื่องที่ผู้อ่านเราสนใจ ยิ่งช่วงหลังๆนี้ก็มีอบมาบางทีสี่ช่องใหญ่ในหน้าเว็บของเราจะมีแต่เรื่องการเมือง แหล่งข่าวที่ใช้อาศัยเข้าไปดูจากเว็บข่าว อย่าง ไทยรัฐ เดลินิวส์ คมชัดลึก เข้าไปอ่านและดึงเอาข่าวออกมาแต่ก็ไม่ได้จำกัดว่าต้องเป็นเว็บไซต์ไหนบ้าง ถ้าเป็นข่าวบันเทิงเราก็มีทีมของก็อดชิปอยู่แล้ว เว็บเรามีแบ่งหมวดหมู่ไว้เยอะทำให้ต้องใช้แหล่งข่าวจากหลายๆแหล่ง แต่ส่วนใหญ่จะเอาแหล่งข่าวที่เร็วไว้ก่อนเว็บไหนขึ้นก่อนก็ได้เปรียบ” (สิทธิโชติ สุภาวรรณ, สัมภาษณ์, 3 มี.ค. 2553)

ภาพที่ 14 ข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์เอ็มไทย

MThai www.mthai.com ข่าว ข่าวรายวัน ข่าววันนี้ ข่าวการเมือง
 สัปดาห์ข่าว ที่เที่ยวการเมือง ข่าวทั่วไป ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวอาชญากรรม
 ข่าวการศึกษา

ข่าววันนี้ | ข่าวเด่นประจำวัน | ข่าวการเมือง | ข่าวทั่วไป | ข่าวสวดแล้ว | ข่าวต่างประเทศ | สัปดาห์ข่าว | คลิป | Mthai Poll | ภาพข่าว | เอ็มไทย.คอม

Mthai Search : ค้นหา ใน Mthai • ทุกเว็บทั่วโลก

เอ็มไทย > ข่าว > ข่าวทั่วไป > นอร์เวย์ ไทรมมา เที่ยวไทย เจ๋งที่สุด 6 ปีซ้อน

ข่าว: นอร์เวย์ ไทรมมา เที่ยวไทย เจ๋งที่สุด 6 ปีซ้อน

โฆษณาโดย Google ดวง คลิป สับ หนังสือ ทดล

บทความนี้เขียนโดย [adipob](#), โพลล์เมื่อ วันพฤหัสบดีที่ 11 ธันวาคม 2008 เวลา 22:57:55, ในหมวด [ข่าวทั่วไป](#), ป๊อปแสดงความคิดเห็น



ส่งต่อ

แท็ก

หมวดข่าว: [ข่าวทั่วไป](#)

อื่นๆ

RSS link [ตั้ง alert](#) [แสดงความคิดเห็น](#)

สำนักข่าวต่างประเทศรายงานว่า มีกรุงออสโล ประเทศนอร์เวย์ มีการจัดงานประกาศรางวัลเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวในนอร์เวย์ Grand Travel Award 2009 ซึ่งในปีนี้ ประเทศไทยได้รับรางวัล The Best Tourist Destination ถือเป็นปีที่ 6 ติดต่อกัน

โดยนายจุลพงษ์ วัฒนศิริชัย เลขาธิการชุด ณ กรุงออสโล เป็นตัวแทนประเทศไทยเข้ารับรางวัล ในขณะที่ นายมาคัส บุงูม ผู้ว่าราชการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำสวีเดน และผู้แทนบริษัทการบินไทยประจำนอร์เวย์ เข้ารับรางวัล The Best Intercontinental Airlines เป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน

ทั้งนี้ นายจุลพงษ์ กล่าวว่า รางวัลดังกล่าวถือเป็นการแสดงความชื่นชมที่ชาวนอร์เวย์ต่อประเทศไทย แม้ว่าจะมีเหตุการณ์ทางการเมือง ที่นำไปสู่การปิดท่าอากาศยานในปลายปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ ตนได้ยืนยันว่าสถานการณ์ในประเทศไทยได้เข้าสู่สภาวะที่ดีขึ้นแล้ว และได้ขอบคุณภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวของนอร์เวย์และชาวนอร์เวย์ที่ยังคง ให้ความเชื่อมั่น และความชื่นชอบต่อประเทศไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งรัฐบาลไทยจะพยายามทุกวิถีทางในการสร้างความสนใจต่อชาวต่างชาติใน ทุกๆ ด้าน

ขอบคุณเนื้อหาข่าวจาก MotionOnline ผลิตออนไลน์

MThai SMS News : ข่าวเด่นถึงมือคุณ รับทุกเหตุการณ์ ไม่พลาดทุกข่าวร้อน
 สนใจรับข่าวกด *48259080066 แล้วโทรออก ทดลองใช้ฟรี 15 วัน
 สอบถามเพิ่มเติมโทร 02-1007000

มาเป็นแฟนเพจจากเพื่อนของคุณที่ชอบสิ่งนี้

สนับสนุนข่าวโดย.



หมวด ข่าว.

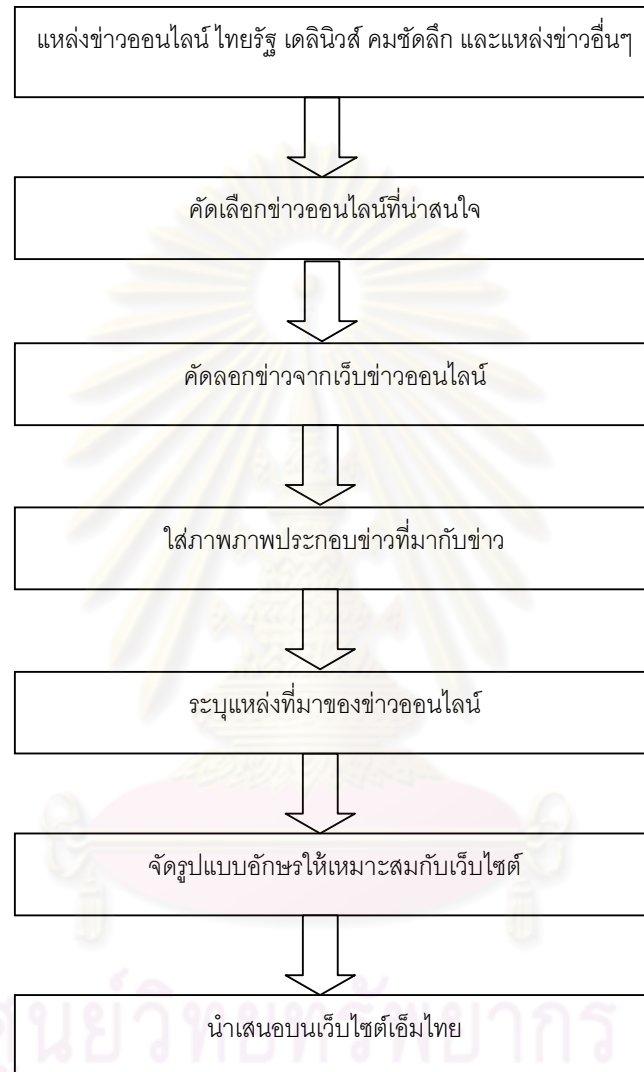
- [Mthai Poll](#)
- [ข่าวการเมือง](#)
- [ข่าวต่างประเทศ](#)
- [ข่าวเด่นประจำวัน](#)
- [ข่าวทั่วไป](#)
- [ข่าวสวดแล้ว](#)
- [ข่าวต่างประเทศ](#)
- [คลิป](#)
- [ภาพข่าว](#)
- [สัปดาห์ข่าว](#)
- [เอ็มไทย.คอม](#)

ข่าว ย้อนหลัง.

- [ตุลาคม 2010](#)
- [กันยายน 2010](#)
- [สิงหาคม 2010](#)
- [กรกฎาคม 2010](#)
- [มิถุนายน 2010](#)
- [พฤษภาคม 2010](#)
- [เมษายน 2010](#)
- [มีนาคม 2010](#)
- [กุมภาพันธ์ 2010](#)
- [มกราคม 2010](#)
- [ธันวาคม 2009](#)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 15 กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยก่อนขอเรียกใช้งานจากรวมผู้ผลิตข่าวออนไลน์



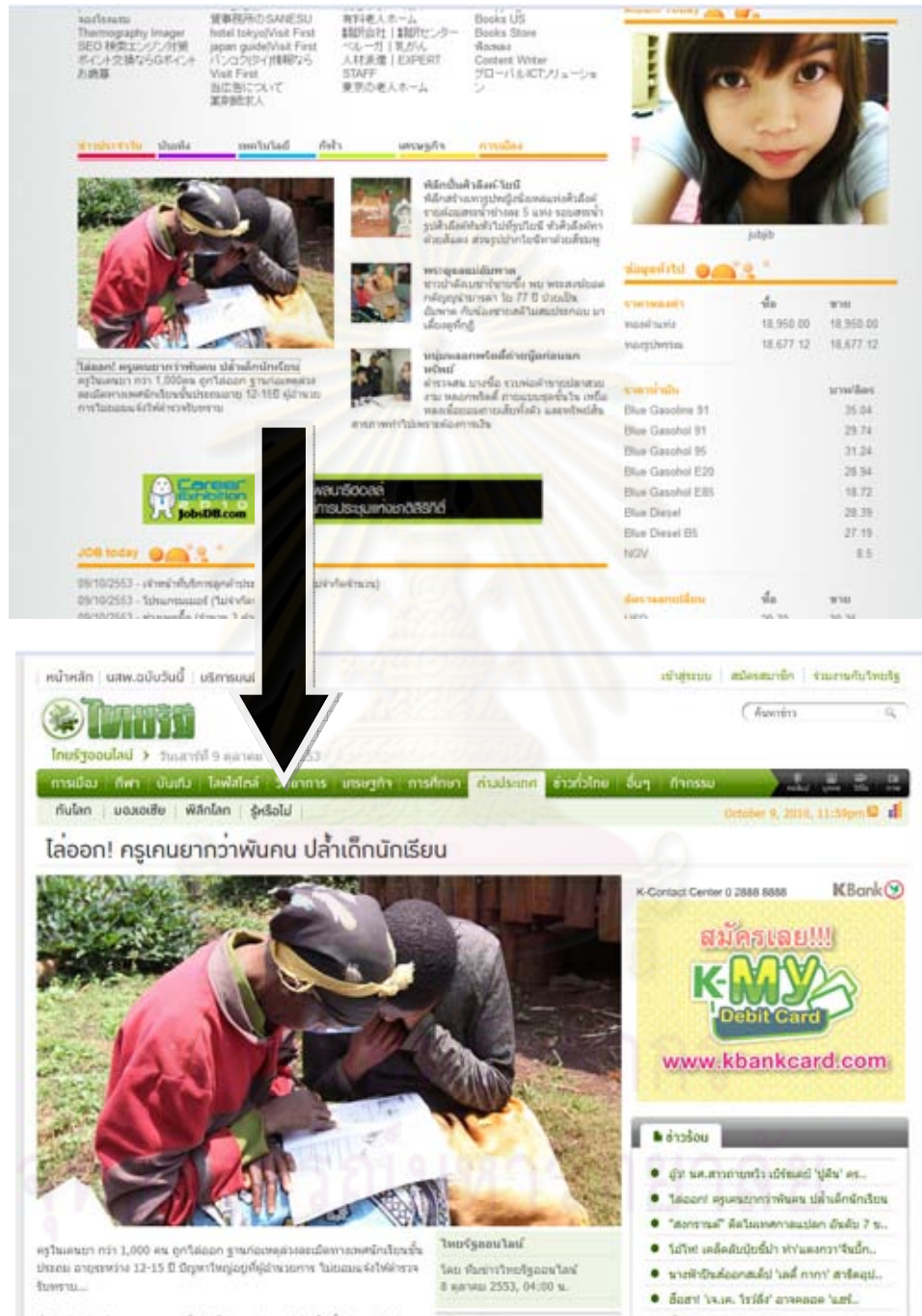
กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์สยามซ่า

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์สยามซ่าคือนำข่าวออนไลน์มาใช้เพียงหัวข้อข่าวและภาพประกอบข่าว ไม่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ข่าวของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ เว็บไซต์เตอร์จะทำการคัดกลับมาที่เนื้อหาข่าวโดยตรง เนื่องจากการคัดลอกมาทั้งหมดจะเป็นการเพิ่มภาระในการทำเว็บไซต์และต้องการที่จะแบ่งยอดผู้อ่านกลับไปยังเว็บไซต์ที่ผลิตข่าว การเลือกข่าวที่นำมาใช้บนเว็บจะมีหลายประเภทแต่ข่าวที่เว็บสยามซ่าเลือกให้เป็นข่าวเด่นคือข่าวเกี่ยวกับวงการบันเทิง แหล่งข่าวที่นำไปใช้จะเน้นไปที่เว็บข่าวที่ได้รับความนิยมในด้านนั้นๆ

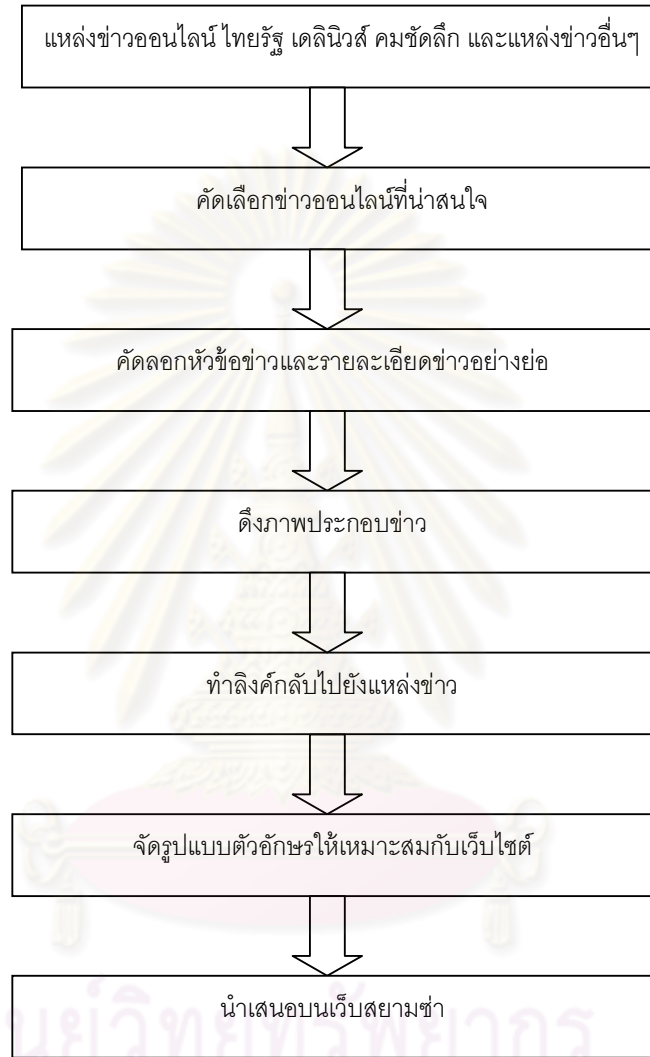
“ปกติเราไม่มีเนื้อหาข่าวของตัวเองเราเอาเนื้อหาข่าวจากเว็บไซต์ผู้ผลิตมาแต่วิธีการของเราก็คือไม่เอาเนื้อหาของเค้ามาแปะบนหน้าเว็บไซต์เราแต่จะเป็นการเอาหัวข้อมาแล้วทำการคัดกลับไปเว็บไซต์เค้าแทน เราถือว่าเราให้เกียรติเนื้อหาของเค้าและแชร์จำนวนผู้เข้าชมกลับไป ประเภทข่าวเราก็มีข่าวทุกแบบแต่ส่วนใหญ่เอาที่เป็นประเด็นประจำวันก็แต่ที่เราเน้นมากที่สุดเป็นเรื่องดาราวงการบันเทิงซะมากกว่า เพราะว่าผู้ใช้งานชอบอ่านส่วนแหล่งข่าวจากที่เค้ามีเครดิตในด้านนั้นๆอยู่แล้วและก็ดึงข่าวจากที่ดีที่สุดมาให้ผู้ชมอ่านครับ เช่น ข่าวทั่วไปก็ไทยรัฐ คมชัดลึกหรือถ้าเป็นข่าว เทคโนโลยี เราก็จะดึงจากเว็บไซต์ arip”(วุฒิกิจ, **สัมภาษณ์**, 15 ก.ค. 2553)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 16 การนำเสนอเนื้อหาข่าวในหน้าแรกของเว็บไซต์สยามซ่า



ภาพที่ 17 กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์สยามซ่าก่อนขอเรียก้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์



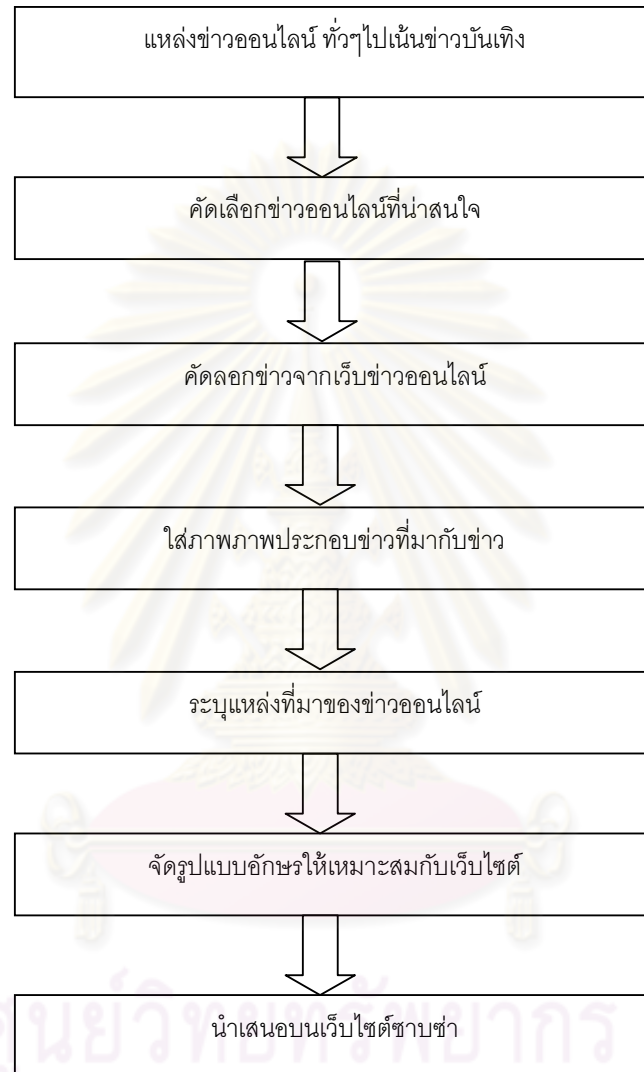
กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ซาบซ่า

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ซาบซ่าเหมือนกับเว็บท่าภายในประเทศที่ไม่มีทีมงานผลิตเนื้อหาเป็นของตัวเอง เว็บมาสเตอร์ที่ดูแลด้านเนื้อหาทำการคัดลอกข่าวจากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์มาใช้งานบนเว็บไซต์ของตัวเองและใส่ที่มาของข่าวเพื่อแสดงความเคารพต่อเนื้อหาข่าว การเลือกใช้ข่าวของเว็บซาบซ่าจะให้ความสำคัญกับข่าวบันเทิงเป็นหลักและข่าวทั่วไปแต่ทางเว็บไซต์ไม่นำเสนอข่าวเศรษฐกิจเพราะผู้ใช้งานกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มผู้ใช้งานหลักของเว็บไซต์ไม่นิยมอ่าน แหล่งข่าวที่เว็บซาบซ่าเลือกใช้เป็นข่าวบันเทิงของเว็บข่าวทั่วไปไม่ได้เจาะจงเว็บใดเป็นพิเศษเนื่องจากข่าวบันเทิงจากหลายๆสำนักจะไม่แตกต่างกันมากนัก

“การผลิตข่าวก็ทำเหมือนกับทุกเว็บท่าคือเอาข่าวของเค้ามาอยู่ในเว็บไซต์เรา แต่ว่าเราให้เครดิตว่ามาจากที่ไหนเพราะเราไม่ได้ทำข่าวเอง คนที่โดนเอาข่าวไปก็คงไม่ชอบ การเลือกข่าวจะเป็นข่าวจากเว็บทั่วไปแต่ทางเว็บเน้นข่าวบันเทิงมาก่อน เพราะคนชอบอ่านหลังจากนั้นก็เป็นเรื่องทั่วไปแต่ส่วนมากอันดับแรกๆก็จะเป็นข่าวที่คนสนใจอยู่แล้วข่าวที่เราไม่เน้นก็พวกข่าวเศรษฐกิจไร้นะเพราะอย่างฐานผู้ใช้งานเราเป็นวัยรุ่น เรื่องแบบนี้มันไม่ได้รับความสนใจแหล่งข่าวที่ทางเว็บใช้ก็จะเป็นข่าวจากเว็บข่าวทั่วไปเว็บของเราจะเน้นเรื่องวงการบันเทิงเป็นหลักไม่ได้เน้นว่าจะต้องเอาจากแหล่งไหนเป็นพิเศษเพราะข่าวบันเทิงจากที่ไหนมันก็เหมือนกันอยู่แล้ว”(สุชใจ, **สัมภาษณ์**, 22 ก.ค. 2553)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 19 กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ข่าวสำนักก่อนข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าว
ออนไลน์



กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์Ryt9.com

กระบวนการผลิตข่าวของเว็บไซต์ Ryt9 มีรูปแบบที่แตกต่างกับเว็บท่าภายในประเทศอื่นๆ เนื่องจากนำเสนอแต่เนื้อหาข่าวออนไลน์ในลักษณะ News Portal และมีการแสวงหาผลประโยชน์จากเนื้อหาข่าวด้วยการบอกรับสมาชิกรายเดือน ทางเว็บไซต์รวบรวมข่าวจากเว็บข่าวที่ทำสัญญาในชื่อขายข้อมูลข่าวออนไลน์เพื่อนำข่าวมาใช้งาน แต่ถ้าเว็บไซต์ข่าวไม่อนุญาตให้ใช้งานก็จะไม่ล่วงละเมิดสิทธิข่าว รวมไปถึงทางเว็บไซต์ Ryt9 มีทีมงานที่สามารถออกไปผลิตข่าวได้เช่นเดียวกับเว็บข่าวทั่วไปนอกจากนั้นทางเว็บมีรายได้จากองค์กรณ์และบริษัทต่างๆที่ส่งข่าวมาให้ทางเว็บช่วยกระจายข่าวและโฆษณาประชาสัมพันธ์

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์

“RYT9 เป็นเว็บไซต์ที่ทำขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ข่าว ของบริษัท อินโฟ เควสเป็นหลัก ผลิตข่าวออนไลน์ตลอดเวลาผ่านระบบศูนย์กลางข่าวสาร ซึ่งเป็นระบบปิดลูกค้าจะต้องสมัครสมาชิกรายเดือนและมีค่าใช้จ่ายต่อเดือน เมื่อเป็นสมาชิกจะมี โปรแกรมที่สามารถค้นหาข่าวย้อนหลังได้ ข่าวที่อยู่ในระบบของอินโฟ เควสมีทั้งข่าวที่ผลิตเอง เรามีทีมนักข่าวประมาณ 40-50 คนมีทีมแปลข่าวจากต่างประเทศ และก็มีทีมข่าวกีฬา ข่าวทั่วไป และข่าวประชาสัมพันธ์ที่รับข่าวจากบริษัทต่างๆเพื่อให้เราส่งข่าวไปให้หนังสือพิมพ์เอ้าชั่น การคัดเลือกข่าวเราเลือกตามฐานลูกค้าเพราะเรามีลูกค้าในกลุ่มธุรกิจเยอะ ข่าวที่มากขึ้นหน้าเว็บก็จะ เป็นข่าวเศรษฐกิจ หุ่น เป็นหลักแต่ ข่าวการเมือง ข่าวกีฬา ข่าวอาชญากรรมไม่ค่อยเยอะแต่ต้องมีเพื่อความหลากหลายของเว็บไซต์ แหล่งข่าวของหลักของเราคือข่าวของ อินโฟ เควสที่เราผลิตเองและมีข่าวที่ทำสัญญากับลูกค้า ข่าวประชาสัมพันธ์แต่ถ้าเป็นข่าวที่ไม่ได้ผลิตเองจะเป็นหนังสือพิมพ์ทั้งหมดยกเว้นไทยรัฐกับกรุงเทพธุรกิจที่ไม่ยอมเซ็นสัญญา หลักๆแล้วข่าวของ ryt9 เป็นข่าวที่มีลิขสิทธิ์ทั้งหมด“ (ชาญกิจ ยงปิยกุล, **สัมภาษณ์**, 5 ก.ค. 2553)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 20 เนื้อหาข่าวที่ผลิตเองของอินโฟเควสท์บนเว็บไซต์ Ryt9

RYT9 อารวายทีเอ็น

ข่าวออนไลน์ ต่างประเทศ เศรษฐกิจ ภูมิ-การเงิน การเมือง ผงฟ้าราช บันเทิง กีฬา ห้องเก็บยา เทคโนโลยี อสังหาริมทรัพย์ ทำไป

ประเทศเพื่อนบ้าน » ASEAN อนุชพรอ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ธงไชย โพธิ์ทอง นพ เวทิน วิไลทอง นนิตกร, สยามสุนทรราชสกุล พรรคเพื่อไทย ตีงเสถียร

สินเชื่อเนกประสงค์
อนุมัติภายใน 1 ชม.
สมัครวันนี้
เงินเดือน > 15,000 บ.
www.CentralPersonalLoan.com www.Yahoo Google

นายกฯ มีรัฐสภาไม่แตก, เปิดข่าวคน ปชป.เจรจาตั้งกลุ่ม 3 ที่เข้าร่วมรัฐบาล

infoquest

ข่าวการเมือง สำนักข่าวอินโฟเควสท์ (IQ) -- เลขที่ 9 ตุลาคม 2553 17:39:39 น.

นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ปฏิเสธไม่ทราบเรื่องกรณีที่มีข่าวคนของพรรคประชาธิปัตย์ไปคุยกับกลุ่ม 3 ที่เพิ่งตั้งให้เข้าร่วมรัฐบาล เพื่อหวังเสริมสร้างเสถียรภาพเรื่องเสียงสนับสนุนในที่ประชุมสภาผู้แทนราษฎร โดยยืนยันรัฐบาลไม่แตก แทนที่ทุกคนมีความหนักแน่นต่อกระแสข่าวดังกล่าว

ส่งความเห็นถึงผู้สื่อข่าว
Facebook
Twitter
พิมพ์ข่าวนี้
ข่าวที่เกี่ยวข้อง
โหมก ปชป.ไว้รัฐบาล

โธ่จามาย
ประหยัด
ระตือ
ปลอดภัย
TOT e-Conference

ภาพที่ 21 เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ Ryt9

RYT9 อารวายทีเอ็น

ข่าวออนไลน์ ต่างประเทศ เศรษฐกิจ ภูมิ-การเงิน การเมือง ผงฟ้าราช บันเทิง กีฬา ห้องเก็บยา เทคโนโลยี อสังหาริมทรัพย์ ทำไป

ประเทศเพื่อนบ้าน » สงคราม กัวเจินมาว ยาวงกะระก๊ว ตลวดขุ่นเหล็ก ดนตรีแห่งประเทศไทย หันกลับ หุ่น รุกค้ำวสัน รุกค้ำทอง

www.ais.co.th/iPhone
iPhone 4
This changes everything. Again.
AIS
แนะนำโดย Google

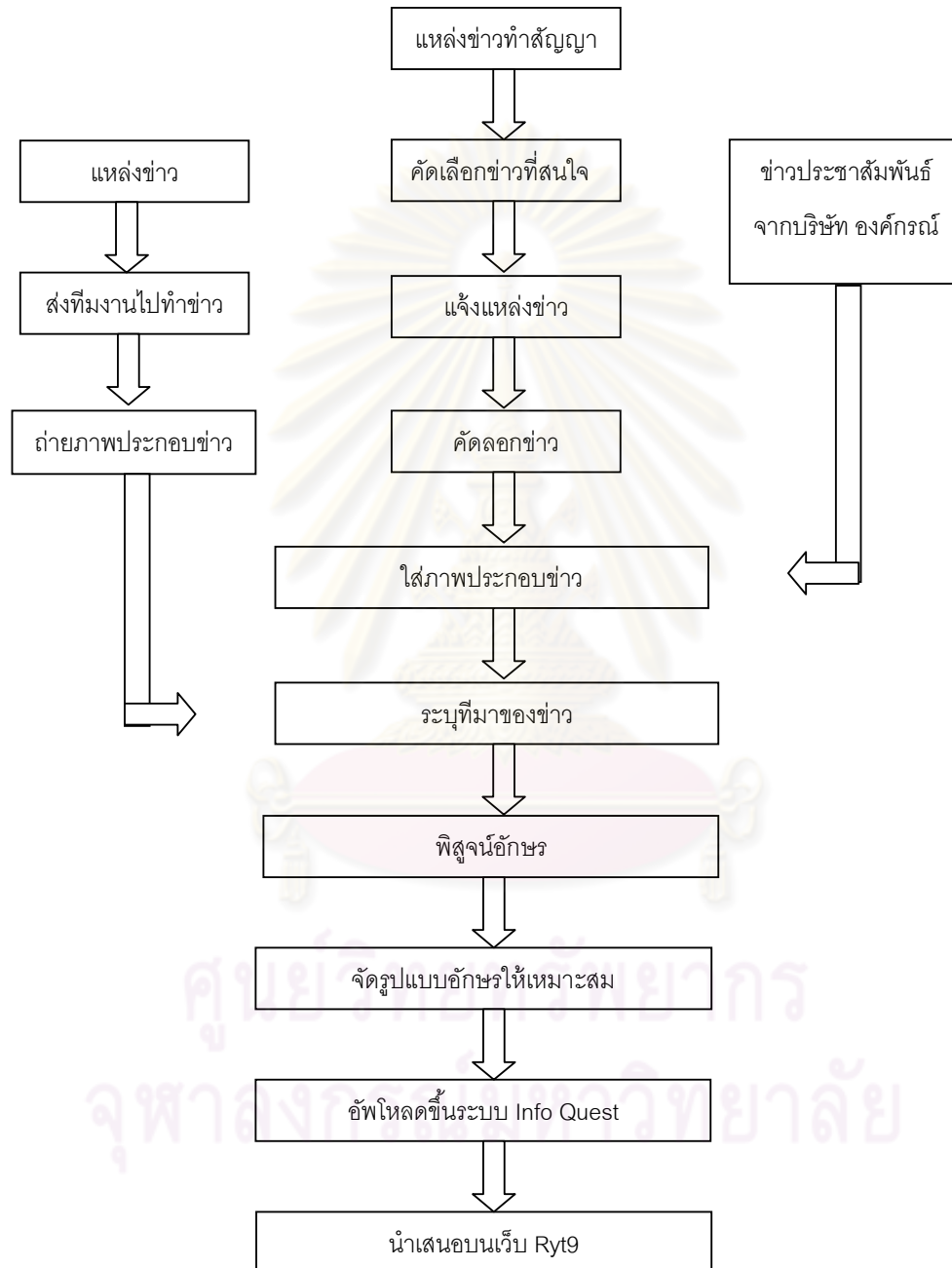
กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ไทยดอน -- ข่าวกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ไทยดอน

ข่าวกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ไทยดอน วันที่ 4 ส.ค. 2010

บจก. บัวแดง ค่ายผู้จัดหน่วยแม่ข่ายวิสิทธ์อสังหาริมทรัพย์กองทุน TFUND ระหว่าง 4 - 8 ตุลาคม 2553
ThisPR.net
ผู้ถือหน่วยกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ไทยดอน (TFUND) เตรียมเงินใช้ใช้จ่ายลงซื้อหุ้นเพิ่ม

LAND & HOUSES
THE KEY คอนโด 3 ทาวน์
พร้อมเฟอร์นิเจอร์
เปิดคือกลุ่มแบบวิถีชีวิตใหม่ๆ ก่อเกิด
Private 9 ตุลาคม นี้
ในโครงการคอนโดเงินเย็น 0.08 เริ่มแล้ว ลอดฟ้า
รับ 1.75 ล้านบาท
Tos. 1198 no 19 www.lh.co.th/thekey

ภาพที่ 23 กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ข่าวก่อนขอเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าว
ออนไลน์



กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ภายหลังข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

คำถามวิจัยที่ 2 “เมื่อก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์แล้วรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร”

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์หลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวของเว็บท่าภายในประเทศออนไลน์สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบคือ ไม่เปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์และเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์

ไม่เปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์

เว็บท่าภายในประเทศที่ไม่เปลี่ยนรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์ได้แก่เว็บไซต์ สยามซ่าและRyt9 เนื่องจากเว็บมาสเตอร์ได้แจ้งว่าการผลิตข่าวของเว็บไซต์ไม่ได้ล่วงละเมิดสิทธิข่าวออนไลน์ของเว็บข่าวในสมาชิกชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จึงไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มขึ้นตอนการผลิตข่าวออนไลน์

“ที่เค้าตั้งชมรมขึ้นมาปัญหาก็คือเค้าก็อปปี้นื้อหามาไว้บนเว็บของตัวเอง แต่เราไม่เคยทำอยู่แล้วตั้งแต่แรกคืออย่างแรกคืองานเยอะขึ้นด้วย อย่างที่สองคือมันง่ายกว่าที่จะเอาหัวข้อข่าวที่เค้ามีอยู่แล้วแต่เป็นพวก RSS feed ขึ้นมาวางไว้บนเว็บไซต์แล้วอัปเดตจากเค้าได้โดยตรงเราก็ ลิงค์กลับไปเว็บไซต์ เอาแค่หัวข้อมารูปภาพที่เป็นแค่หัวข้อข่าว” (วุฒิกกร, สัมภาษณ์, 15 ก.ค. 2553)

“ขั้นตอนการทำข่าว คือก่อนหรือหลังเราก็ทำกระบวนการเดียวกันนะครับเพราะข่าวเราก่อนจะมานำเสนอมันมีลิขสิทธิ์อยู่แล้วก็ไม่ได้สนใจข้อบังคับของทางชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์เท่าไร”(ชาญกิจ ยงปิยกุล, สัมภาษณ์, 5 ก.ค. 2553)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์

เว็บท่าภายในประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงการผลิตข่าวออนไลน์ทั้งเพื่อหลีกเลี่ยงข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์และปฏิบัติตามข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยภายหลังข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

เว็บไซต์เอ็มไทยเปลี่ยนกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ใหม่ด้วยการนำข่าวจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จากหลายๆแหล่งมาเรียบเรียงขึ้นใหม่และลงข่าวว่าเรียบเรียงโดยทีมงานเอ็มไทย นอกจากนี้เว็บไซต์เอ็มไทยต้องเพิ่มทีมงานการผลิตข่าวออนไลน์และแปลข่าวจากต่างประเทศเองและลงข่าวว่ามีที่มาจาก“ทีมงานเอ็มไทย” การคัดเลือกข่าวของเว็บไซต์เอ็มไทยยังคงใช้ข่าวการเมืองเป็นหลักและแหล่งข่าวยังคงเป็นแหล่งข่าวของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์แต่ต้องมีเพิ่มแหล่งข่าวที่มาจากต่างประเทศแต่จากความรวดเร็วในการนำเสนอจะเปลี่ยนไปที่ประเด็นในการนำเสนอข่าว

“พอเกิดชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์กระบวนการผลิตต้องเพิ่มขึ้นตอนขึ้นมาใช้การรีไรท์เอาข่าวมาเขียนแบบในสไตล์ของเราอาจจะดูหลายๆที่แล้วรวมเนื้อหาข่าวและต้องมีนักข่าวของเราเอง มีคนเขียนบทความเองต้องผลิตเนื้อหาข่าวเองด้วย แต่ในส่วนที่เราไม่สามารถทำได้เองจริงๆก็ อย่างรูปภาพก็ใช้ของสำนักข่าวต่างประเทศ การคัดเลือกข่าวยังเน้นข่าวการเมืองอยู่ เรามีชื่อเสียงจากเรื่องการเมืองก็ต้องเอาเรื่องการเมืองไว้อยู่ แหล่งข่าวก็เป็นแหล่งเดิมๆ อาจมีเพิ่มแหล่งข่าวจากต่างประเทศบ้าง การแปลข่าวเองบ้างเพราะเรามีทีมงานข่าวเพิ่มมากขึ้น แต่ข่าวในประเทศเราก็เป็นแหล่งเดิมอยู่อย่างเรื่องการเมืองยังใช้ของไทยรัฐ หรือว่าเดลินิวส์แต่พอมีชมรมนี้ขึ้นมาเราก็เปลี่ยนจากความเร็วไว้ก่อนไปเน้นเรื่องจับประเด็นมากกว่าครับ”(สิทธิโชติ สุภาวรรณ, สัมภาษณ์, 3 มี.ค. 2553)

ภาพที่ 24 การเรียบเรียงข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยภายหลังจากขอเรียกข้อมูลจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์



NATION CHANNEL ▾
RADIO ▾
PODCAST ▾
MOBILE ▾
OKNATION ▾

เนชั่นทันข่าว
ข่าวด่วนธุรกิจ
The Nation

"ชัย"โยนวิสุทธิเคลียร์ปัญหา "วสา"

6 retweet
Share f

13 ต.ค. 2553 11:00 น. ❤ ▶ 📺 สัมภาษณ์โดย NECTEC

นายชัย ชิดชอบ ประธานสภาผู้แทนราษฎร กล่าวถึงกรณี น.ส.วสา เทพเรียน เลขาธิการประจำคณะกรรมาธิการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและยาเสพติด สภาผู้แทนราษฎร อาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับการโอนเงินให้กับผู้ต้องหาที่ถูกออกหมายจับในคดีระเบิดที่สนาม-เมตตา แมนชั่น อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี ว่า เรื่องดังกล่าวเป็นหน้าที่ นายวิสุทธิ ไชยณรงค์ ประธานคณะกรรมการฯ จะพิจารณาตรวจสอบ รวมถึงต้องรับผิดชอบด้วย เพราะเป็นผู้เสนอชื่อ ส่วนต้องรับผิดชอบด้วยการลาออกหรือไม่ ขึ้นอยู่กับจรรยาบรรณของแต่ละคนว่าจะดำเนินการอย่างไร ซึ่งตามระเบียบนั้นนายวิสุทธิเป็นผู้ที่มีอำนาจในการแต่งตั้ง น.ส.วสา ขึ้นมาทำหน้าที่ดังกล่าว ไม่เกี่ยวข้องกับผู้แทนราษฎร ทั้งนี้ น.ส.วสา ไม่ได้เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐสภา ซึ่งส่วนตัวไม่เคยรู้จักน.ส.วสา

ประธานสภาผู้แทนราษฎร กล่าวด้วยว่า เรื่องดังกล่าวเป็นคดีอาญาที่เจ้าหน้าที่ตำรวจต้องตรวจสอบ รัฐสภามีคณะกรรมการจริยธรรมสภาผู้แทนราษฎรด้วย ซึ่งหากส่งเรื่องเข้ามาก็จะตรวจสอบว่าเรื่องทั้งหมดมีมูลความจริงหรือไม่ ส่วนแนวทางป้องกันปัญหานั้น ส.ส.ควรยึดระบบคุณธรรมเป็นหลัก เพราะหากเพิ่มมาตรการการรักษาความปลอดภัยก็ไม่สามารถช่วยป้องกันได้ ขึ้นอยู่กับจรรยาบรรณของแต่ละคน

← BACK NEXT →



แสดงทั้งหมด
 1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

ปุ๊ชัย จี๋ คนดัง ชรก.สาวเอียวบีม พิจารณาไขก๊อกตัวเอง

ผู้สื่อข่าวรายงานจากอาคารรัฐสภาว่า นายชัย ชิดชอบ ประธานสภาผู้แทนราษฎรกล่าวถึงกรณีที่นางสาววสา เทพเรียน อดีตเลขาธิการประจำคณะกรรมาธิการการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและยาเสพติด สภาผู้แทนราษฎร มีส่วนเกี่ยวข้องกับการโอนเงินและเชื่อมโยงกับเหตุการณ์ระเบิดที่สนาม เมตตา แมนชั่น อำเภอ บางบัวทองว่า เป็นเรื่องของประธานคณะกรรมการแต่ละคณะเป็นผู้รับผิดชอบ ไม่เกี่ยวข้องกับสภาผู้แทนราษฎร เนื่องจาก น.ส.วสา ถือว่าไม่ได้เป็นข้าราชการของรัฐสภา เพราะฝ่ายการเมืองเป็นผู้เสนอเข้ามา

อย่างไรก็ตามการรับผิดชอบด้วยการลาออกหรือไม่ ขึ้นอยู่กับจรรยาบรรณของแต่ละคนว่าจะดำเนินการอย่างไร เรื่องการชี้แจงกับตำรวจนั้น ผู้เกี่ยวข้องต้องชี้แจงเอง จะช้าหรือเร็วก็เป็นไปตามการดำเนินการของตำรวจ เพราะสภาไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง

โดย ทีมข่าว MThai

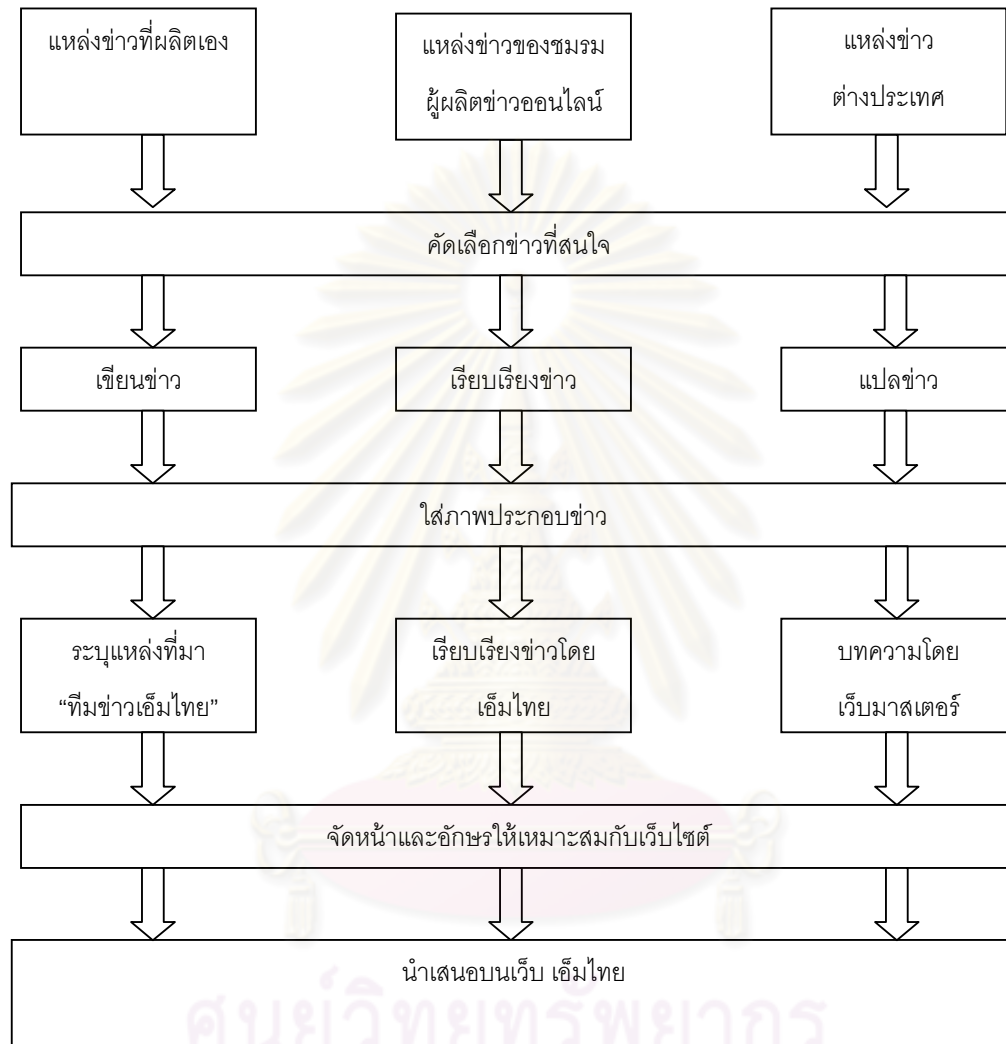


MThai SMS News : ข่าวด่วนถึงมือคุณ ทันทุกเหตุการณ์ ไม่พลาดทุกข่าวร้อน
 สนใจรับข่าวกด *48259080066 แล้วโทรออก ทดลองใช้ฟรี 15 วัน
 *ข้อความเพิ่มเติมนับ 02-1007000

ภาพที่ 26 การผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยภายหลังจากข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

The screenshot shows the ThaiMThai website interface. At the top, there is a navigation bar with the MThai logo and various news categories like 'ข่าวเด่นวันนี้', 'ข่าวต่างประเทศ', etc. Below the navigation bar is a search bar and social media icons. The main content area features a large photo of actress Jiyeon in a pink strapless dress. To the right of the photo is a list of social media links for MThai, ThaiMThai, and Jiyeon. Below the photo is a list of related news items, including 'ข่าว 5 อันดับ', 'ข่าว 10 อันดับ', and 'ข่าว 20 อันดับ'. A large watermark 'วิทยากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี' is overlaid on the page.

ภาพที่ 27 กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยภายหลังขอเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิต
ข่าวออนไลน์



กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ข่าวฯ ภายหลังข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ข่าวฯ จะปฏิบัติตามข้อเสนอของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ การนำเสนอข่าวจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จะใช้รูปแบบ RSS Feed แต่ถ้าเป็นข่าวออนไลน์จากแหล่งอื่นที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ยังคงใช้กระบวนการผลิตรูปแบบเดิมอยู่ การคัดเลือกข่าวยังเน้นที่ข่าวบันเทิงเป็นหลัก แหล่งข่าวถ้าเป็นรูปแบบการนำเสนอด้วย RSS feed แหล่งข่าวก็จะเป็นเว็บข่าวของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ แต่ถ้าเป็นแหล่งข่าวอื่นๆ ก็จะมาจากรakdara.com และ isarapost.com รวมไปถึงจากเว็บท่าภายในประเทศอื่นๆ

“ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ส่งหนังสือแจ้งเตือนมาเราก็รับทราบแต่ไม่ได้ไปรับทราบข้อตกลงเอง เพราะไม่ว่าง แต่เราก็เปลี่ยนวิธีการนำเสนอข่าวใหม่เป็น RSS feed แบบที่เค้าร้องมา คือมันจะลิงค์กลับไปเว็บของเค้าแทนที่จะเข้ามาอยู่ในหน้าของเรา คือเราก็ยอมรับกติกาของเขาครับ การคัดเลือกข่าวก็ยังเป็นข่าวบันเทิงที่เป็น hot topic เราก็จะเอามาขึ้นก่อนเหมือนเดิมแหล่งข่าวที่ใช้ก็จะมาจากเว็บข่าวที่มี RSS feed ที่ทางเค้ายินยอมให้เราใช้ได้ แต่บางข่าวถ้าเราต้องการนำมาใช้ก็จะนำข่าวจากเว็บอื่นๆ มาลงเช่นข่าวบันเทิงจากรakdara.net หรือข่าวการเมืองจากเว็บ isarapost.net หรือข่าวจากเว็บท่าด้วยกัน” (สุخي, สัมภาษณ์, 22 ก.ค. 2553)

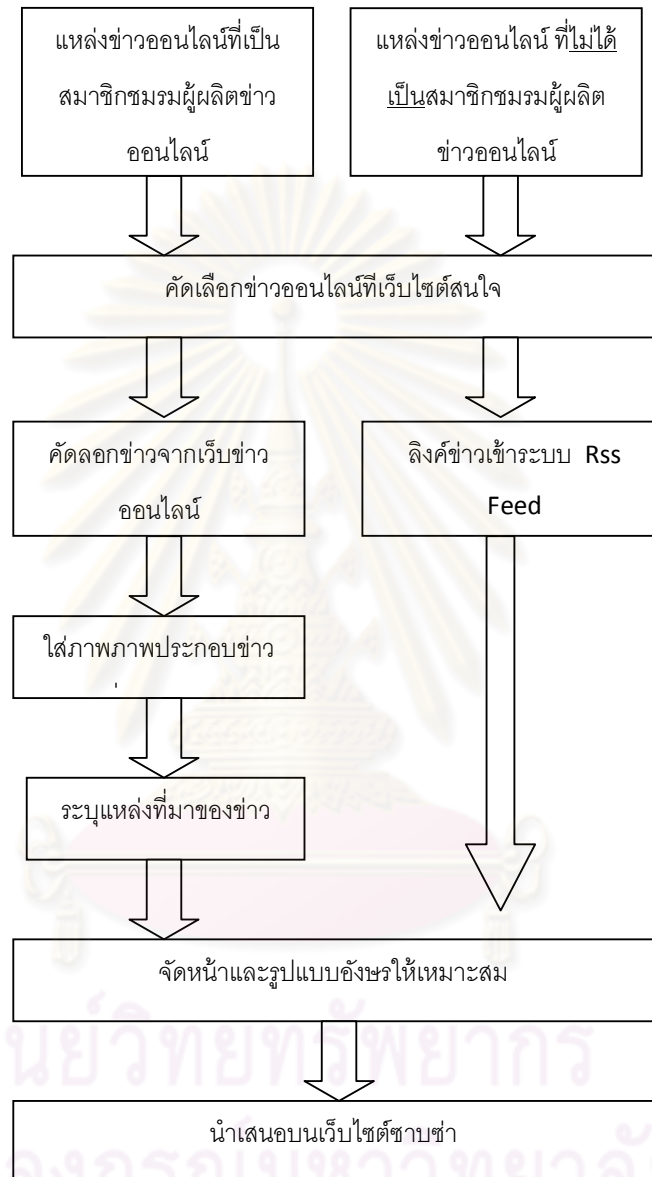
ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 28 การใช้ข่าวออนไลน์จากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ที่เป็นสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์ซาบซ่า



ภาพที่ 30 กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ข่าวซ่าภายหลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิต

ข่าวออนไลน์



ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

คุณลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายจำนวนร้อยละ 58.3 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 40.8 ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงร้อยละตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	237	59.3
เพศหญิง	163	40.8

กลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ร้อยละ 18 อายุระหว่าง 21-25 ปี มีจำนวน ร้อยละ 38.8 อายุระหว่าง 26-30 ปี ร้อยละ 22.8 อายุระหว่าง 31-35 ปี ร้อยละ 5.8 อายุระหว่าง 36-40 ปี ร้อยละ 5.8 อายุระหว่าง 41-45 ปี ร้อยละ 3 อายุระหว่าง 46-50 ปี ร้อยละ 1 และอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 0.8 ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	72	18
21-25ปี	155	38.8
26-30ปี	91	22.8
31-35ปี	40	5.8
36-40ปี	23	5.8
41-45ปี	12	3
46-50ปี	4	1

มากกว่า50ปี	3	0.8
รวม	400	100

ระดับการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 70.4 เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาเป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโทร้อยละ 14 และลำดับที่ 3 คือ ระดับการศึกษา มัธยมปลาย/ร้อยละ 9 และอนุปริญญา/ปวส.ร้อยละ 4.8 มัธยมต้นร้อยละ1.8 มีผู้ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 1 คนดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละตามและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมต้น	7	1.8
มัธยมปลาย/ปวช	36	9
อนุปริญญา/ปวส.	19	4.8
ปริญญาตรี	281	70.4
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	56	14
ขาด	1	0.5
รวม	400	100

กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มากที่สุดคือร้อยละ 46.3 รองลงมาคือประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชนร้อยละ 34.3 และประกอบอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 12.5 พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชนร้อยละ5.8 รับจ้างใช้แรงงานร้อยละ 2.3 อาชีพอื่นๆร้อยละ1.3 แม่บ้าน/พ่อบ้านร้อยละ 0.3 ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนร้อยละตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	174	43.6

พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	137	34.3
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	5.8
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	50	12.5
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	1	0.3
รับจ้างใช้แรงงาน	9	2.3
อื่นๆ	5	1.3
ขาด	1	0.25
รวม	400	100

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ 5,001–10,000 บาท มากที่สุดร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 19.8 และรายได้ 10,001–15,000 บาท ร้อยละ 16.3 รายได้มากกว่า 35,000 บาท ร้อยละ 10.5 และรายได้ 15,001–20,000 บาท ร้อยละ 8.3 และรายได้ 25,001–30,000 บาท ร้อยละ 6.8 20,001–25,000 บาท ร้อยละ 6 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ 30,001–35,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดคือร้อยละ 3.5 ผู้ไม่ตอบคำถามข้อนี้ร้อยละ 1.3 ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนร้อยละตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	79	19.8
5,001–10,000 บาท	111	27.8
10,001–15,000 บาท	65	16.3
15,001–20,000 บาท	33	8.3
20,001–25,000 บาท	24	6
25,001–30,000 บาท	27	6.8
30,001–35,000 บาท	14	3.5
มากกว่า 35,000 บาท	42	10.5

ขาด	5	1.3
รวม	400	100

พฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อทราบถึงปัจจัยที่สามารถส่งผลกระทบต่อการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศผู้วิจัยทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงพฤติกรรมการใช้งาน 2 รูปแบบ คือพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

2.1 พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 8 ปีมากที่สุดร้อยละ 52 รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้งาน 5 ปี - 6 ปี ร้อยละ 19.5 และอันดับที่ 3 คือมีประสบการณ์การใช้งาน 7 ปี - 8 ปี ร้อยละ 10 และกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้งาน 3 ปี - 4 ปี ร้อยละ 10 กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้งาน 1 ปี - 2 ปี ร้อยละ 2.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้งานน้อยกว่า 1 ปี มีน้อยที่สุดร้อยละ 0.5 ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละตามประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	2	0.5
1 ปี - 2 ปี	10	2.5
3 ปี - 4 ปี	40	10
5 ปี - 6 ปี	78	19.5
7 ปี - 8 ปี	62	15.5
มากกว่า 8 ปี	208	52
Total	400	100

สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ที่บ้าน ร้อยละ 66 รองลงมาคือที่ทำงาน ร้อยละ 26.5 และ internet café ร้อยละ 4.3 สถานศึกษา ร้อยละ 2.5 อื่นๆ ร้อยละ 0.5 ร้านอาหารและร้านกาแฟ ร้อยละ 0.3 ดังแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละตามสถานที่เข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน	264	66
ที่ทำงาน	106	26.5
สถานศึกษา	10	2.5
Internet Cafe'	17	4.3
ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ	1	0.3
อื่นๆไปรตระบุ	2	0.5
Total	400	100

กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. ร้อยละ 47.2 รองลงมาคือช่วง 08.01 - 12.00 น. ร้อยละ 22.1 และ 12.01 - 16.00 น. ร้อยละ 16.6 ช่วง 16.01 - 20.00 น. ร้อยละ 11.6 ช่วง 00.01 - 4.00 น. ร้อยละ 2 และน้อยที่สุดคือช่วง 4.01 - 08.00 น. ร้อยละ 0.5 ดังแสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนร้อยละตามช่วงเวลาที่ใช้ใช้อินเทอร์เน็ต

ช่วงเวลาที่ใช้ใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
08.01 - 12.00 น.	88	22.1
12.01 - 16.00 น.	66	16.6
16.01 - 20.00 น.	46	11.6

20.01 - 24.00 น.	188	47.2
00.01 - 4.00 น.	8	2.0
4.01 - 08.00 น.	2	0.5
ขาด	2	0.5
รวม	400	100

กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาติดตามข่าวมากที่สุดคือระยะเวลา 6- 30 นาที ร้อยละ48.0 รองลงมาคือใช้เวลามากกว่า 60 นาทีร้อยละ23.9 และใช้เวลา 31-60 นาที ร้อยละ22.4 และน้อยที่สุดคือใช้เวลา น้อยกว่า 5 นาที ร้อยละ5.8ดังแสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละตามระยะเวลาในการอ่านข่าวออนไลน์

ใช้เวลากับการอ่านข่าวออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า5 นาที	23	5.8
6- 30 นาที	191	48
31-60 นาที	89	22.4
มากกว่า 60 นาที	95	23
ขาด	2	0.5
รวม	400	100

2.2 พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ภายในประเทศ

กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การใช้งานเว็บไซต์ทำภายในประเทศมากที่สุดคือ มากกว่า 8 ปี ร้อยละ 25.8 รองลงมา มีประสบการณ์ 3 ปี- 4 ปี ร้อยละ 22.5 และมีประสบการณ์ 5 ปี - 6 ปี ร้อยละ 22 1 ปี – 2 ปี ร้อยละ 13.3 7 ปี - 8 ปี ร้อยละ 9.5 และน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 7 ดังแสดงในตารางที่ 13

ตาราง 13 แสดงจำนวนร้อยละตามประสบการณ์การใช้งานเว็บไซต์ทำภายในประเทศ

ประสบการณ์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	28	7
1 ปี - 2 ปี	53	13.3
3 ปี - 4 ปี	90	22.5
5 ปี - 6 ปี	88	22
7 ปี - 8 ปี	38	9.5
มากกว่า 8 ปี	103	25.8
รวม	400	100

ความถี่ในการเปิดรับข่าวออนไลน์จากเว็บไซต์ทำภายในประเทศผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับประมาณ 2-5 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 58 เปิดรับ 1 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 23.8 เปิดรับ 6-10 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 8.5 เปิดรับมากกว่า 15 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 4.8 เปิดทั้งวัน ร้อยละ 5 ดังแสดงในตารางที่ 14

ตาราง 14 แสดงจำนวนร้อยละตามความถี่ในการเปิดรับข่าวออนไลน์

ความถี่ในการเปิดรับข่าวออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
จากเว็บไซต์ทำภายในประเทศ		

1 ครั้ง	95	23.8
2-5 ครั้ง	232	58
6-10 ครั้ง	34	8.5
มากกว่า 15 ครั้ง	19	4.8
เปิดทิ้งไว้ทั้งวัน	20	5
รวม	400	100

กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงเว็บทำด้วย รูปแบบ ADSL/Broadband มากที่สุดร้อยละ 55.5 รองลงมาเป็น รูปแบบ WiFi / WLAN ร้อยละ 21 LAN บริษัท/องค์กรณ์ ร้อยละ 14.3 Dial up Modem 56K ร้อยละ 6.3 น้อยที่สุดคือรูปแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้อยละ 3 ดังแสดงในตารางที่ 15

ตาราง 15 แสดงจำนวนร้อยละตามรูปแบบการเข้าถึงข่าวออนไลน์ของเว็บทำภายในประเทศ

รูปแบบ	จำนวน	ร้อยละ
ADSL/Broadband	222	55.5
Dial up Modem 56K	25	6.3
WiFi / WLAN	84	21.0
LAN บริษัท/องค์กรณ์	57	14.3
โทรศัพท์เคลื่อนที่ (EDGE/GPRS/)	12	3
รวม	400	100

กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้งานเว็บไซต์ sanook.com มากที่สุดร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ Kapook.com ร้อยละ 18.5 และ mthai.com ร้อยละ 17.3 teenee.com ร้อยละ 14.3 siamza.com ร้อยละ 3.3 zabza.com

ร้อยละ2.3 ohozaa.com ร้อยละ0.3 hunsa.com ร้อยละ0.5 ขณะที่เว็บไซต์ mwake.com khonmun.com pukpik.com ไม่มีผู้ตอบ ดังแสดงในตารางที่ 16

ตาราง 16 แสดงจำนวนร้อยละตามเว็บไซต์เว็บท่าภายในประเทศที่ได้รับความนิยม

เว็บไซต์	จำนวน	ร้อยละ
sanook.com	175	43.8
teenee.com	57	14.3
siamza.com	13	3.3
mthai.com	69	17.3
ohozaa.com	1	0.3
zabza.com	9	2.3
kapook.com	74	18.5
hunsa.com	2	0.5
รวม	400	100

การจัดอันดับเนื้อหาบนเว็บท่าภายในประเทศที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจพบว่าเนื้อหาประเภทข่าวบันเทิง ได้รับความสนใจมากที่สุด ร้อยละ14รองลงมาคือ เนื้อหา เกี่ยวกับสาระและประโยชน์ ร้อยละ 13 เนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองร้อยละ12 เนื้อหาเกี่ยวกับ IT และท่องเที่ยว ทั้งสองเรื่องมีผู้เลือกเท่ากันที่ ร้อยละ10 เนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา ร้อยละ8 เนื้อหาเกี่ยวกับเกมส์คอมพิวเตอร์ ร้อยละ7และเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น ความงาม ร้อยละ7 ขณะที่เนื้อหาที่ได้รับความสนใจน้อยที่สุดคือ เนื้อหาเกี่ยวกับอาชญากรรม ร้านอาหาร แนะนำ ข่าวการศึกษาและยานยนต์ มีผู้ตอบร้อยละ 5 และเนื้อหาอื่นๆ ร้อยละ 0.1 ในข้อนี้กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ ดังแสดงในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนร้อยละตามประเภทเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจ

ประเภทเนื้อหา	เลือก	ร้อยละ
ข่าวบันเทิง	268	14

สาระและประโยชน์	253	13
การเมือง	234	12
แวดวงIT	201	10
สถานที่ท่องเที่ยว	194	10
กีฬา	158	8
เกมส์คอมพิวเตอร์	140	7
แฟชั่นความงาม	139	7
อาชญากรรม	105	5
ร้านอาหารแนะนำ	92	5
ข่าวการศึกษา	88	5
ยานยนต์	87	5
อื่นๆ	2	0.1
รวม	1961	100

การใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

คำถามวิจัยข้อที่ 3 “ผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศเปิดรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศเพียงแหล่งเดียวเท่านั้นหรือไม่”

การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในด้านของการเปิดรับข่าวออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างมีการใช้เว็บท่าเพียงอย่างเดียวมีร้อยละ26 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ74 ไม่ได้เปิดรับข่าวจากเว็บท่าเพียงอย่างเดียวและมีการใช้แหล่งข่าวอื่นๆประกอบการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนร้อยละตามการเปิดรับข่าวจากเว็บท่าภายในประเทศ

รับข่าวเฉพาะเว็บท่า	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	104	26
ไม่ใช่	296	74
รวม	400	100

ผู้วิจัยศึกษาเพิ่มเติมต่อไปว่า กลุ่มตัวอย่างไม่รับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศเพียงอย่างเดียวแล้วแหล่งข่าวออนไลน์แหล่งใดที่กลุ่มผู้ใช้งานมีพฤติกรรมเปิดรับในการใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 74 ที่ไม่เปิดรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศมีการเปิดรับข่าวออนไลน์จากแหล่งข่าวหลังสื่อพิมพ์ออนไลน์เป็นร้อยละ 38.4 และเว็บบอร์ด ร้อยละ 35 เครือข่ายสังคม ร้อยละ 21.5 และ RSS ร้อยละ 5.2 คำถามนี้ผู้เข้าตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ ดังแสดงในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนร้อยละตามแหล่งข่าวอื่นๆที่เปิดรับ

แหล่งข่าว	กลุ่มตัวอย่าง	
	จำนวน	ร้อยละ
เครือข่ายสังคม	108	21.5
หนังสือพิมพ์ออนไลน์	193	38.4
เว็บบอร์ด	176	35
RSS	26	5.2
รวม	503	100

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวออนไลน์บนเว็บท่าเว็บท่าเพียงแหล่งเดียวมีจำนวน 104 คน ดังนั้นผู้วิจัยทำการศึกษาเพิ่มเติมด้วยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวจากเว็บท่าเพียงแหล่งเดียวมา การเก็บข้อมูลเพิ่มด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อค้นหาคำว่า “ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเว็บท่าเลือกที่จะเปิดรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าเพียงแหล่งเดียวคืออะไร” พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจข่าวในเว็บท่าด้วย

สาเหตุคือเนื้อหาสาระและข้อมูลข่าวสารทุกอย่างได้ถูกรวบรวมเอาไว้แล้วบนเว็บไซต์เดียวและมีการใช้งานเว็บไซต์นี้เป็นประจำอยู่แล้ว

“เปิดเป็นเว็บแรกในการเล่นเลยเนี่ยหะ เพราะเราเล่นเว็บนี้ทุกวันเลย เล่นมาตั้งนานแล้ว เว็บนี้ค่อนข้างดังนะ มีคนเข้าแต่ละวันเยอะเลย เราก็เห็นนะว่าพวกข่าวในเว็บก็มีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลาหะเลย ไม่ได้เข้าไปอ่านข่าวในเว็บข่าวหะ และเว็บนี้มันก็มีข้อมูลที่หลากหลายมากกว่าเว็บข่าวนะหะเช่นพวกคอลัมต่างๆ พวกทริปการแต่งตัว แฟชั่นใหม่ๆหะ เลยชอบที่จะเข้าเว็บพวกนี้มากกว่าหะ” (พรพิมล ศรีม่วง, **สัมภาษณ์**, 18 เม.ษ. 2553)

“จริงๆแล้วผมใช้งานเว็บทำเป็นประจำอยู่แล้วครับ เพราะผมต้องเปิด เว็บ sanook เป็นเว็บแรกๆทุกวันครับ ถึงขนาดต้อง bookmark ไว้หน้าแรก เพราะผมขायของในเว็บไซต์อยู่แล้ว และก็ต้องสมัครสมาชิกเอาไว้ด้วยครับ ซึ่งผมเองก็อ่านข่าวจากเว็บทำเป็นประจำผมว่านะข่าวออนไลน์ในเว็บเองก็มีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลาทำให้ไม่จำเป็นต้องเข้าไปอ่านข่าวในเว็บข่าวอื่นๆเลยครับ” (เทพพนม แซ่จ๋อง, **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

“ปกติผมเล่นเน็ตที่ออฟฟิสเป็นประจำครับแล้ว ที่ทำงานผมเค้บล็อคเว็บไซต์เกือบทั้งหมดเลยครับ แต่สงสัยว่าฝ่าย it เค้คังลิมบล็อคเว็บพวกนี้หะครับ เลยยังสามารถเข้าได้ ผมเลยเข้าใช้เว็บทำเป็นประจำทุกวันครับ ตอนแรกๆก็ไม่แน่ใจนะว่าเว็บไซต์พวกเว็บทำเนี่ยมันจะสามารถทดแทนเว็บข่าวได้หรือเปล่าแต่พอได้ทดลองใช้ดูแล้วก็ใช้ได้เลยครับข่าวในเว็บก็ไม่ได้ต่างกับเว็บข่าวมากนักส่วนมากก็ดึงมาจากเว็บข่าวอยู่แล้วครับ” (สุขโสภณ ธิยา, **สัมภาษณ์**, 22 เม.ษ. 2553)

“ใช้มานานแล้วนะตั้งแต่สมัยที่เค้คังทำเว็บแนวๆนี้ครับที่มันมีพวก sanook kapook mthai เพราะส่วนตัวผมไม่ค่อยชอบเข้าเว็บข่าวอยู่แล้วด้วยครับ แต่ช่วงปีหลังๆผมเข้าเว็บแนวนี้บ่อยลงหะครับ เพราะพวกเว็บเครือข่ายสังคมค่อนข้างมาแรงมากเพื่อนก็เล่นกันทุกคนบางคนก็เอาข่าวมาโพสให้อ่านให้วิจารณ์กันไป แต่ก็เห็นพวกเว็บทำเค้คังก็ปรับตัวหะมีการรายงานข่าวในทวิตเตอร์ด้วยอย่างผมก็ follow @Mthai นะ เพราะเวลามีกิจกรรมหรือมีข่าวอะไรเค้คังก็จะส่งมาให้อ่าน ถึงแม้จะไม่เร็วเท่าทวิตของพวกนักข่าวแต่ก็หลายหลายดีครับ” (เอกลักษณ์, **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

“ใช้เว็บนี้เป็นประจำมานานแล้วค่ะเพราะใช้ฟังเพลงออนไลน์ตอนเล่นเน็ตด้วยและในเว็บมันก็มีข่าวสารให้อ่านเยอะด้วย แต่ส่วนตัวก็ดูแค่ผ่านๆไม่ค่อยได้ตั้งใจอ่านมากนักนะคะ แต่บางที่มีข่าวบันเทิงที่เราสนใจเราก็อ่านบ้าง อ้ออย่างเราไม่ค่อยได้อ่านข่าวในเน็ตอยู่แล้ว ส่วนใหญ่จะดูจากทีวีหรือเพื่อนเล่าให้ฟังซะมากกว่า” (สัมภาษณ์, 25 มี.ค. 2553)

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาเลือกใช้งานข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศทั้งเป็นเว็บหลักในการรับข่าวและเป็นเว็บเสริมในการใช้งานข่าวออนไลน์ พบว่าเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้เว็บท่ามากที่สุดเป็นลำดับแรกคือ “มีการอัปเดตข้อมูลเป็นประจำ” ร้อยละ 28.1 รองลงมาคือ “ใช้งานเว็บไซต์นี้มานานแล้ว” ร้อยละ 18.6 “มีบทความที่ติดตามอ่าน” ร้อยละ 13.9 “มีบทความที่ติดตามอ่าน” ร้อยละ 13.5 “มีกิจกรรมประเภทอื่นๆที่ท่านสนใจ” ร้อยละ 12.3 “มีการตกแต่งเว็บไซต์ที่สวยงาม” ร้อยละ 5.1 “อ่านตามเพื่อน” ร้อยละ 4.4 “กิจกรรมชิงโชคบ่อยครั้ง” ร้อยละ 4.2 คำถามในข้อนี้กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกเหตุผลในการใช้งานเว็บท่าได้มากกว่าหนึ่งเหตุผล ดังแสดงในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนร้อยละตามเหตุผลที่ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

เหตุผลที่เลือกใช้เว็บท่า	จำนวน	ร้อยละ
มีการอัปเดตข้อมูลเป็นประจำ	192	28.1
ใช้งานเว็บไซต์นี้มานานแล้ว	127	18.6
มีบทความที่ติดตามอ่าน	95	13.9
เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมสูง	92	13.5
มีกิจกรรมประเภทอื่นๆที่ท่านสนใจ	84	12.3
มีการตกแต่งเว็บไซต์ที่สวยงาม	35	5.1
อ่านตามเพื่อน	30	4.4
กิจกรรมชิงโชคบ่อยครั้ง	29	4.2
รวม	684	100

ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

คำถามวิจัยข้อที่ 4 “สาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้งานพึงพอใจที่จะรับข่าวออนไลน์ที่ถูกคัดเลือกจากเว็บมาสเตอร์ของเว็บท่าภายในประเทศคืออะไร”

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเนื้อหาข่าวที่นำเสนอบนเว็บไซต์ มากที่สุดในเรื่อง"ความทันต่อเหตุการณ์ของข่าว"และ"ความสดใหม่ของข่าว" ที่ค่าเฉลี่ย 4.16 และ 4.15 ตามลำดับ ความพึงพอใจในด้านต่างๆก็ไม่แตกต่างกันมากนักส่วนมากจะมีความพึงพอใจในระดับสูงเหมือนกันเช่น ความหลากหลายของเนื้อหาที่นำเสนอค่าเฉลี่ย 3.96 ประเด็นของข่าวที่นำเสนอและความเข้าใจในเนื้อหาข่าวค่าเฉลี่ย3.89 ความน่าเชื่อถือของข่าวค่าเฉลี่ย 3.82 ความถูกต้องของข่าวค่าเฉลี่ย 3.79 และความเป็นเหตุเป็นผลของข่าวค่าเฉลี่ย 3.74 ในด้านความละเอียดของข่าวบนเว็บไซต์ภายในประเทศกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่ำที่สุดมีค่าเฉลี่ยค่าเฉลี่ย 3.67 แต่ก็ยังอยู่ในค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อด้านเนื้อหาข่าวที่สูง ดังแสดงในตารางที่ 21

ตาราง 21 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยตามความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ภายในประเทศในด้าน
"เนื้อหาข่าว"

ด้านเนื้อหาข่าว	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย
ความทันต่อเหตุการณ์	140 35%	192 48%	62 15.5%	5 1.3%	1 0.3%	4.16
ความสดใหม่ของข่าว	125 31.3%	209 52.3%	66 16.5%	0 0	0 0	4.15
ความหลากหลายของเนื้อหา	97 24.3%	196 49%	103 25.8%	3 0.8%	1 0.3%	3.96
ประเด็นของข่าวที่นำเสนอ	78 19.5%	207 51.8%	109 27.3%	6 1.5%	0 0%	3.89
ความเข้าใจในเนื้อหาข่าว	96 24%	180 45%	110 27.5%	12 3%	2 0.5%	3.89
ความน่าเชื่อถือของข่าว	113 28.3%	122 30.5%	144 36%	20 5%	1 0.3%	3.82
ความถูกต้องของเนื้อหาข่าว	106 26.5%	123 30.8%	151 37.8%	19 4.8%	1 0.3%	3.79

ความเป็นเหตุเป็นผลของเนื้อหาข่าว	76 19%	157 39.3%	152 38%	15 3.8%	0 0%	3.74
ความละเอียดของข่าว	65 16.3%	157 39.3%	160 40%	17 4.3%	1 0.3%	3.67

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอข่าวบนเว็บไซต์ที่มีการอัปเดตข่าวให้ทันเหตุการณ์ตลอดเวลามากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือความสะดวกรวดในการเข้าถึงข่าวที่สนใจค่าเฉลี่ย 4.01 และการแบ่งหมวดหมู่ของข่าวต่างๆที่ชัดเจนค่าเฉลี่ย 3.96 และมีการเปิดเสรีในการแสดงความคิดเห็น 3.84 ความหลากหลายของข้อมูลที่ค่าเฉลี่ย 3.77 การจัดเรียงหน้าข่าวที่ 3.71 รูปแบบการนำเสนอข่าวที่ 3.64 การเลือกใช้โทนสีในเว็บไซต์ที่ 3.57 ปริมาณของข่าวในหน้าหลักที่ 3.56 การแสดงความคิดเห็นที่สุภาพที่ค่าเฉลี่ย 3.54 การนำเสนอโฆษณาต่างๆบนหน้าเว็บเป็นรูปแบบการนำเสนอที่กลุ่มผู้ใช้งานมีความพึงพอใจน้อยที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 2.90 ดังแสดงในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยตามความระดับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์
ภายในประเทศในด้าน “รูปแบบการนำเสนอ”

ด้านรูปแบบการนำเสนอ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย
การอัปเดตข่าวให้ทันเหตุการณ์ตลอดเวลา	138 34.5%	172 43%	82 20.5%	8 2%	0 0%	4.10
ความสะดวกรวดในการเข้าถึงข่าวที่สนใจ	101 25.3%	208 52%	85 21.3%	6 1.5%	0 0%	4.01
การแบ่งหมวดหมู่ของข่าวออนไลน์	90 22.5%	209 52.3%	95 23.8%	6 1.5%	0 0%	3.96
การเปิดเสรีในการแสดงความคิดเห็น	104 26%	158 39.5%	113 28.3%	21 5.3%	4 1%	3.84
ความหลากหลายของแหล่งข้อมูล	72 18%	183 45.8%	126 31.5%	19 4.8%	0 0%	3.77

การจัดเรียงหน้าข่าว	60 15%	183 45.8%	139 34.8%	18 4.5%	0 0%	3.71
รูปแบบการนำเสนอข่าว	58 14.5%	197 49.3%	129 32.3%	14 3.5%	2 0.5%	3.74
การสืบค้นข่าวที่สนใจ	82 20.5%	137 34.3%	142 35.5%	33 8.3%	6 1.5%	3.64
การเลือกใช้โทนีสีในเว็บท่า	54 13.5%	158 39.5%	156 39%	26 6.5%	6 1.5%	3.57
ปริมาณข่าวในหน้าหลัก	50 12.5%	158 39.5%	165 41.3%	21 5.3%	6 1.5%	3.56
การแสดงความคิดเห็นที่สุภาพ	79 19.8%	132 33%	135 33.8%	34 8.5%	20 5%	3.54
การนำเสนอโฆษณาแฝง	44 11%	86 21.5%	129 32.3%	66 16.5%	75 18.8%	2.90

นอกจากความพอใจในด้านต่างๆของผู้ใช้งานแล้วผู้วิจัยได้ทำการค้นหาถึงแรงจูงใจที่ทำให้ผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศเลือกที่จะเปิดรับการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ รูปแบบการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้งานพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยที่ส่งเสริมการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ คือ “ได้มากกว่าแค่อ่านข่าวออนไลน์” ที่ค่าเฉลี่ย 4 รองลงมาคือ “สามารถใช้ทดแทนหนังสือพิมพ์ออนไลน์” ที่ค่าเฉลี่ย 3.9 “มีความหลากหลายของเนื้อหาข่าว” ที่ค่าเฉลี่ย 3.93 “มีความหลากหลายของเนื้อหาข่าว” ที่ค่าเฉลี่ย 3.89 “รูปแบบการนำเสนอ น่าดึงดูดใจ” ที่ค่าเฉลี่ย 3.80 “สามารถแสดงความคิดเห็นต่อข่าวออนไลน์” ที่ค่าเฉลี่ย 3.61 ในขณะที่ปัจจัยที่ส่งเสริมการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศในระดับน้อย คือ “ใช้เพื่อรับทราบข่าวโฆษณาประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ที่สนใจ” ที่ค่าเฉลี่ย 3.33 “การรับบริการข่าวออนไลน์ผ่านระบบข้อความสั้นทางโทรศัพท์” ที่ ค่าเฉลี่ย 3.22 ดังแสดงในตารางที่ 23

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยตามปัจจัยที่ส่งเสริมการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

ปัจจัยที่ส่งเสริมการใช้งานเว็บท่า ภายในประเทศ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย
ได้มากกว่าแค่อ่านข่าวออนไลน์	104 26%	202 50.5%	87 21.8%	5 1.3%	2 0.5%	4.00
สามารถใช้ทดแทนหนังสือพิมพ์ออนไลน์	95 23.8%	200 50%	88 22%	14 3.5%	3 0.8%	3.93
มีความหลากหลายของเนื้อหาข่าว	78 19.5%	208 52%	106 26.5%	7 1.8%	1 0.3%	3.89
รูปแบบการนำเสนอน่าดึงดูดใจ	71 17.8%	190 47.5%	128 32%	10 2.5%	1 0.3%	3.80
สามารถแสดงความคิดเห็นต่อข่าวออนไลน์	67 16.8%	169 42.3%	116 29%	35 8.8%	13 3.3%	3.61
ใช้เพื่อรับทราบข่าวโฆษณาประชาสัมพันธ์ของ ผลิตภัณฑ์ที่สนใจ	45 11.3%	142 35.5%	139 34.8%	47 11.8%	27 6.8%	3.33
สามารถรับบริการข่าวออนไลน์ผ่านระบบ ข้อความสั้นทางโทรศัพท์	52 13%	116 29%	137 34.3%	59 14.8%	36 9%	3.22

กลุ่มตัวอย่างใช้งานเว็บท่าภายในประเทศเพื่อ "ติดตามข่าวสารต่างๆระหว่างวัน" มากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือใช้ "เพื่อศึกษาหาความรู้ในด้านต่างๆจากบทความออนไลน์" ที่ค่าเฉลี่ย 3.89 และใช้เพื่อใช้เพื่อ "สร้างความบันเทิงระหว่างวัน" ที่ค่าเฉลี่ย 3.74 ขณะที่ "ใช้เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นข่าวออนไลน์ระหว่างผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต" และที่ "ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจต่างๆระหว่างวัน เช่น ข่าวสภาพการจราจร หรือข่าวพยากรณ์อากาศ" มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.46 และ "ใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อประโยชน์ในด้านธุรกิจและการลงทุน" ที่ค่าเฉลี่ย 3.36 ส่วน "ใช้เพื่อใช้เพื่อตอบสนองอุดมการณ์ทางการเมือง" มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 3.06

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยตามรูปแบบการใช้ประโยชน์ข่าวออนไลน์ในเว็บไซต์เว็บท่า
ภายในประเทศ

รูปแบบการใช้ประโยชน์เว็บท่าภายในประเทศ	บ่อยที่สุด (5)	บ่อย (4)	ปานกลาง (3)	ไม่บ่อย (2)	ไม่เคย (1)	ค่าเฉลี่ย
ใช้เพื่อติดตามข่าวสารต่างๆระหว่างวัน	101 25.3%	198 49.5%	88 22%	10 2.5%	3 0.8%	3.96
ใช้ศึกษาหาความรู้ในด้านต่างๆจากบทความ ออนไลน์	101 25.3%	176 44%	104 26%	15 3.8%	4 1%	3.89
ใช้เพื่อสร้างความบันเทิงระหว่างวัน	99 24.8%	185 46.3%	94 23.5%	16 4%	6 1.5%	3.89
ใช้เพื่อค้นหาข่าวและหาข้อมูลอ้างอิงจากข่าว ออนไลน์	75 18.8%	194 48.5%	93 23.3%	26 6.5%	12 3%	3.74
ใช้เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นข่าว ออนไลน์ระหว่างผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต	59 14.8%	151 37.8%	123 30.8%	49 12.3%	18 4.5%	3.46
ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจต่างๆระหว่างวัน เช่น ข่าวสภาพการจราจร หรือข่าวพยากรณ์ อากาศ	57 14.3%	146 36.5%	137 34.3%	43 10.8%	17 4.3%	3.46
ใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อประโยชน์ในด้าน ธุรกิจและการลงทุน	61 15.3%	123 30.8%	136 34%	58 14.5%	22 5.5%	3.36
ใช้เพื่อตอบสนองของอุตสาหกรรมทางการเมือง	43 10.8%	101 25.3%	142 35.5%	65 16.3%	49 12.3%	3.06

นอกจากความพึงพอใจจากด้านต่างๆและแรงจูงใจในการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศแล้วผู้วิจัย
ต้องการค้นหาเพิ่มเติมในประเด็น "ความพึงพอใจที่รับข่าวออนไลน์ที่ถูกคัดเลือกมาจากเว็บมาสเตอร์ของ

เว็บท่าภายในประเทศในลักษณะของนายประตู่ข่าวสารลำดับที่สอง จากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสาเหตุที่พึงพอใจการคัดเลือกข่าวในลำดับที่สองของเว็บมาสเตอร์เว็บท่าภายในประเทศเนื่องจากข่าวออนไลน์ที่ถูกคัดเลือกจากเว็บท่าภายในประเทศอยู่ตรงกับความสนใจของผู้ใช้งาน ข่าวออนไลน์ต่างๆที่ถูกเว็บมาสเตอร์เว็บท่าคัดเลือกมา เป็นข่าวที่เป็นประเด็นสำคัญในแต่ละวัน รวมไปถึงลักษณะของข่าวที่ไม่หนักมากอย่างเช่น ข่าววงการบันเทิงและข่าววาไรตี้เป็นหลัก ทำให้กลุ่มผู้ใช้งานที่ไม่ชอบข่าวและสาระที่หนักเกินไปบนเว็บข่าวเกิดความพึงพอใจข่าวที่ถูกคัดเลือกมาไว้บนเว็บท่า

“จริงก็ได้ซีเรียสว่าจะให้ใครมาคัดเลือกข่าวหรือคะ เว็บเค้าก็มีหน้าที่หาเรื่องราวที่คิดว่าคนเข้าชมต้องสนใจแน่ๆหรือเรื่องที่ต้องเป็นประเด็นแน่ๆเพราะส่วนใหญ่เรื่องที่เป็นประเด็นที่มีคนพูดถึงมากๆเว็บเค้าก็เอามันมาขึ้นไว้ที่หน้าแรกนะดังนั้นพวกข่าวที่เราเข้าไปดูก็เป็นเรื่องที่อยู่ในกระแสตลอดเวลา เวลาเขาไปคุยกับเพื่อนๆก็ไม่พลาดนะคะ” (พรพิมล ศรีม่วง, **สัมภาษณ์**, 18 เม.ษ. 2553)

“ติดตามอ่านข่าวจากเว็บ Mthai ทุกวันค่ะ เพราะมีการปรับปรุงเนื้อหาให้อัพเดทอยู่ตลอดเวลาและมีเนื้อหาที่ครบถ้วนในเรื่องที่เราสนใจค่ะอย่างพวกคอลัมน์ที่แนวๆ how to ใน คลีโอ ค่ะ หรือไม่ก็พวกดูดวง แต่พวกข่าวหรือประเด็นที่เว็บเลือกมานำเสนอนั้นค่อนข้างเป็นประเด็นที่ talk of the town ในขณะนั้น นะคะซึ่งเราก็จะเห็นว่ามีคนเข้าไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเยอะนะและโดยส่วนตัวแล้วชอบที่จะร่วมสนุกกิจกรรมชิงโชคที่ทางเว็บเค้าจัดขึ้นด้วยค่ะ” (ชุตินันท์ วิวัฒน์วิภากิจ, **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

“เราว่าเว็บไซต์ประเภทเว็บท่ามันเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างวัยรุ่นมากกว่านะคะ เพราะอย่างเว็บข่าวมันก็มีแต่ข่าวล่วนๆซึ่งถ้าไม่ตั้งใจเข้าไปดูจริงๆคงไม่เข้าคะ แต่กับเว็บท่ามันมีหลายๆอย่างมารวมในเว็บคะซึ่งมันมีความหลากหลายมากกว่า และน่าสนใจกว่าคะ เพราะข่าวในเว็บท่ามันก็ไม่แย่มากนะคะ อาจจะซ้ำกว่าเว็บข่าวอยู่บ้างแต่ก็เป็นข่าวที่น่าติดตามคะ” (นิดา เจียรนัย, **สัมภาษณ์**, 12 พ.ค. 2553)

“ตอนแรกก็เข้าเว็บข่าวโดยตรงนะอย่างพวกเมเนเจอร์ มติชน ไรพวกนี้ แต่พอหลังๆมันน่าเบื่อครับ ยิ่งตอนมีพวกม็อบอย่างตอนนี้ไม่ต้องอ่านข่าวอื่นๆกันแล้วครับ ผมก็เลยต้องไปหาอ่านข่าวจากพวกเว็บท่าเนี่ยแหละเพราะคิดว่ามันมีอะไรที่หลากหลายมากกว่าเรื่องการเมืองล่วนๆนะพวกเพลงหนังหรือพวกบันเทิงวาไรตี้ค่อนข้างเยอะกว่า แถมยังมีพวกเกมส์ออนไลน์ซ้ำๆ หรือมีพวกวิดีโอตลกๆหรือรูปสาวๆให้ดูด้วย ก็หลากหลายดี” (อภิชาติ แซ่ตั้ง, **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

“คือผมไม่ชอบเข้าเว็บข่าวนะรู้สึกข่าวมันหนักเกินไป เวลาเล่นเน็ตผมไม่ชอบอะไรซีเรียสๆ นะอยากอ่านอะไรไม่หนักมากอย่างตอนนี้มีเสื้อแดงนะเข้าเว็บข่าวแล้วเจอแต่อะไรก็ไม่รู้ แต่ข่าวในเว็บทำมันก็มีแง่มุมไม่เยอะมากไม่เจาะลึกเท่าไร หรือบางข่าวมันก็เป็นข่าวที่ไม่ถูกเอาขึ้นหน้าหนึ่งในเว็บไซต์ข่าวนะ ผมว่าข่าวในเว็บทำนี้แหละเหมาะกับผมแล้วไม่หนักมาก ก็โอเคดี” (ธนภฤติ สุขชัย , **สัมภาษณ์**, 10 พ.ค. 2553)

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาจริยธรรมการนำเสนอข่าวของเว็บทำภายในประเทศ

ความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ของเว็บทำภายในประเทศ

คำถามวิจัยข้อที่ 6 “เว็บทำภายในประเทศมีระดับความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ในผลงานข่าวออนไลน์ของ ชุมชนผู้ผลิตข่าวออนไลน์มากน้อยเพียงใด”

ความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ในเนื้อหา เว็บมาสเตอร์เอ็มไทยแสดงความเห็นว่าถ้าเป็นในเรื่องของบทความต่างบนอินเทอร์เน็ตรวมทั้งนิยายมีพรบ. ลิขสิทธิ์คุ้มครองอยู่ทางเว็บไซต์จำเป็นที่จะต้องขออนุญาตเจ้าของบทความก่อนนำมาใช้งานทุกครั้งแต่กลับกันถ้าเป็นข่าวและเนื้อหาสาระเว็บเอ็มไทยคิดว่าไม่ผิดในด้านลิขสิทธิ์เพราะว่าเนื้อหาข่าวไม่ใช่สิทธิของคนทำข่าวแต่เป็นของบุคคลในข่าว ทางเว็บข่าวเป็นเพียงแค่ว่าผู้ถ่ายถอดสารหรือข้อความออกสู่สาธารณะชนเท่านั้น ในขณะที่เว็บเอ็มไทยเองก็ได้แสดงความเห็นในลักษณะการตัดพ้อเนื่องจากที่ชุมชนผู้ผลิตข่าวออนไลน์ทำไปเพราะต้องการกลับแก๊งค์และอยากได้ส่วนแบ่งจากค่าโฆษณา อีกทั้งยังได้กล่าวว่าเว็บเอ็มไทยไม่ใช่เพียงทางเลือกเดียวในการรับข่าวยังมีเว็บอื่นๆที่สามารถติดตามข่าวได้

“ถ้าในเรื่องของบทความเราก็ตระหนักว่ามันเป็นเรื่องของงานเขียนและผลงานที่คนคนหนึ่งเขียน ครบมีชื่อของเค้าเราก็จะไม่เอาลงแต่ว่าในเรื่องของข่าวว่ามันเป็นสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของประชาชนมันก็ไม่มีการปิดกัน ก็มองว่าเว็บเอ็มไทยก็เป็นสื่อสื่อหนึ่งเหมือนกัน ผมคิดว่าด้วยจำนวนสมาชิกหรือจำนวนคนอ่านเนี่ยมากกว่าเว็บข่าวของเค้าเองด้วยซ้ำนะครับที่เค้าห่วงดึงเนี่ยเพราะเค้าจะรู้ไม่จริงหรือว่าจะหาเรื่องหรือว่าอิจจาหรือเปล่า เพราะอย่างจะให้อ่านข่าวต้องให้อ่านที่เว็บข่าวเธอ และอ้าวเว็บของพวกเราก็มีข่าวสารทำหน้าที่ให้ข้อมูล จะหนีไปหาเว็บเค้าก็ไม่ใช่หรืออ้อมันก็มีอีกหลายเว็บที่มีแนวทางในการนำเสนอ

ข่าวเหมือนกัน มันก็ยังมี กระทบ มี พรรษา มี เด็กดี มันก็จะห้ามไม่ได้หรอกครับ เพราะว่าเว็บไซต์ก็เป็นสื่อใหม่ที่ผมคิดว่ามาแรงอยู่” (สิทธิโชติ สุภาวรรณ, **สัมภาษณ์**, 3 มี.ค. 2553)

เว็บสยามซ่าแสดงความคิดเห็นว่าทางเว็บไซต์ตระหนักถึงตัวสิทธิในเนื้อหาข่าวอยู่แล้วเพราะจะไม่มี การคัดลอกเนื้อหาไปไว้ในเว็บของตัวเองแต่จะเป็นรูปแบบของการทำลิงค์กลับไป จะนำเพียงแค่อำนาจเนื้อหาเท่านั้น เพราะว่าเนื้อหาข่าวมันไม่ใช่ของเว็บสยามซ่าอยู่แล้ว การแชร์ ผู้เข้าชมเว็บกลับไปยังแหล่งที่มาของข่าว ก็เป็นเรื่องที่เหมาะสมและถูกต้อง

“เราเคารพอยู่แล้วเพราะเราจะไม่เอาเนื้อหาของเค้าเนี่ยมา แปะบนหน้าเว็บไซต์เรา แต่จะเป็นการเอาหัวข้อมาแล้วลิงค์ กลับไปเว็บไซต์เค้าแทน เราถือว่าเราให้เกียรติ เนื้อหา เค้า อย่างหนึ่งแล้วก็เหมือนกับการแชร์ traffic กันไป เพราะว่าเนื้อหามันไม่ใช่ของเราอยู่แล้วแต่ว่า เรายังนำแค่อำนาจเนื้อหาให้ผู้อ่านเฉยๆ แล้วก็ลิงค์ ไปที่หน้าเว็บไซต์ข่าว ซึ่งปกติก็ยังเป็นยังงี้อยู่ครับ เราไม่มีการนำ เนื้อหา ของเค้ามาเป็นของเราเอง” (วุฒิกิจ, **สัมภาษณ์**, 15 ก.ค. 2553) ซาบซ่าดอทคอม

เว็บซาบซ่าได้กล่าวเพียงสั้นๆว่าตอนแรกไม่เคยทราบว่าการนำข่าวจะเป็นเรื่องละเมิดสิทธิใครจึงทำตามๆกันมาแต่ในเมื่อมีชมรมออกมาเรียกร้องสิทธิในเนื้อหาข่าวก็พร้อมที่จะปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอข่าวให้เป็นไปตามข้อตกลงของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

“เมื่อก่อนเราไม่รู้เผลอมาผิดเราเลยไม่ได้สนใจ อย่างการขอนำข่าวเค้าไปใช้เนี่ยเมื่อก่อนไม่ได้มีแจ้งตอนนี้ก็ได้แจ้งนะครับ เพียงแต่ว่ามันเป็น RSS feed เราก็ไม่จำเป็นต้องแจ้งเพราะเค้าก็รู้อยู่แล้ว ว่าเราเอาไปตามกติกา ก็เค้าเป็นคนกำหนดด้วย เราก็ทำตามก็เท่านั้น” (สุขใจ, **สัมภาษณ์**, 22 ก.ค. 2553)

ส่วนทางด้านเว็บRTY9จะเน้นในเรื่องสิทธิเนื้อหาข่าวเป็นหลัก มีการติดต่อแหล่งข่าวก่อนที่นำเสนอ บนเว็บไซต์ทุกครั้งและมีการทำสัญญาเพื่อตกลงในเรื่องผลประโยชน์ร่วมกัน ถ้าหากเว็บไซต์ข่าวเว็บไซต์ใดไม่มีเจตนาที่จะเข้าร่วมก็จะไม่ลักลอบนำเนื้อหาข่าวที่ถูกผลิตจากสำนักข่าวนั้นๆมาเผยแพร่บนเว็บไซต์ของตัวเองโดยเด็ดขาด

“ผมให้ความสำคัญมากนะ คือเว็บของผมเป็นเว็บที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการให้ข้อมูลเป็นหลัก คือเป็นช่องทางที่จะขยายแล้วก็เผยแพร่ ข่าวประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้า ซึ่งจะมีทั้งบริการที่ฟรีแล้วก็บริการที่เสียเงินเหมือนกัน ส่วน เนื้อหาอื่นๆ ของอินโฟเควสเนี่ยเราจะเอามาจาก ผู้ผลิตข่าวรายอื่นๆ แล้วก็ก็

หนังสือพิมพ์เกือบทุกฉบับในประเทศไทย แล้วก็สำนักข่าวออนไลน์บางสำนัก ก็เป็นลักษณะของเรื่อง news sharing ก็คือเราจะติดต่อกับทางนั้นว่า ถ้าเราเอาข่าวของเค้า ซึ่งมาขึ้นในระบบของเรา รายได้ที่ได้มาทั้งหมดเราจะแบ่งให้เค้ากี่ % ให้เรากี่% แล้วถ้าตกลงก็เซ็นสัญญากัน แล้วสัญญาก็เป็นลักษณะต่อเนื่องมาเรื่อยๆ แต่ถ้าเค้าไม่สนใจร่วมธุรกิจกับเราก็โอเคไม่ไปล่วงเกินเนื้อหาข่าวของเค้า”
(ชาญกิจ ยงปิยกุล, **สัมภาษณ์**, 5 ก.ค. 2553)

อำนาจในการเรียกร้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์

คำถามวิจัยข้อที่ 6 “ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ใช้อำนาจอะไรในการเรียกร้องเพื่อเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ”

เว็บข่าวมติชนกล่าวว่าอำนาจทางกฎหมายของชมรมเองก็ไม่ได้มีอำนาจใดๆและเป็นเพียงอำนาจทางสังคมที่รวมกลุ่มกันขึ้นมาเพื่อประกาศว่าเว็บท่าภายในประเทศที่นำข่าวของชมรมผู้ผลิตออนไลน์ไปผลิตซ้ำและแสวงหาผลประโยชน์เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องและได้ขอความร่วมมือเท่านั้น

“เราไม่มีอำนาจอะไรเลย มันก็เป็นอำนาจทางสังคมที่เรารวมตัวกันแล้วประกาศว่า เขี่ยยังงี้ไม่ได้ฉันรวมตัวกันแล้วนะ มันก็เป็นมาตรการอะไรซักอย่างหนึ่ง มันก็ส่งเสียง ดังนั้นเนี่ยมันก็ทำได้แค่นี้ ใจ”(สิทธิพงศ์ ผลเสวก, **สัมภาษณ์**, 28 มิ.ย. 2553)

มติชนกล่าวเพิ่มเติมว่ารวมกลุ่มกันกับหนังสือพิมพ์อีกหลายฉบับคิดว่าช่องทางที่เอาผิดได้ในกรณีคล้ายๆกับค่ายเพลงมาไล่เก็บค่าลิขสิทธิ์แต่พอกลับมาดูตัวบทกฎหมายแล้วมันมีช่องว่างอยู่เพราะว่ามันเป็นงานที่ไม่ครอบคลุมในด้านลิขสิทธิ์คล้ายๆกับเวลาไปฟ้องหมิ่นประมาทพวกหนังสือพิมพ์คือเป็นข้อเท็จจริงมันไม่ได้เป็นความคิดเห็นของคนเขียนข่าว ทำได้ก็เพียงการแจ้งเตือนเพื่อขอความร่วมมือเพราะขอบเขตที่สามารถดำเนินการได้จริงๆและกฎหมายคุ้มครองจริงๆจะเป็นในด้านของบทความ เพราะข่าวไปฟ้องร้องอะไรไม่ได้เพราะมันเป็นข้อเท็จจริงแต่พวกบทความหรือการแสดงความคิดเห็นเป็นสิทธิของผู้เขียนสามารถฟ้องร้องได้

“ตอนแรกคุยกันอยู่ 5 ฉบับได้พวก ไทยรัฐ ผู้จัดการ เราก็คิดว่าทำได้ คือรวมกลุ่มกันแล้วก็ตั้งบริษัทกลางขึ้นมา เหมือนกับที่พวกบริษัทเทปเค้าทำ คือตั้งบริษัทขึ้นมาไล่ล่าพวกร้านค้าไอ้กะอะไรเงี้ย สุดท้ายพอมาดูในแง่กฎหมาย ปรีกษานักกฎหมายอะไรแล้ว มันไม่ได้ใจ เป็นข้อเท็จจริงไม่ใช่งานที่มีลิขสิทธิ์ คือถ้า

เรานำเสนอเรื่องข้อเท็จจริงไม่ได้เป็นความคิดเห็นของเรา เคื่อก็คมาฟ้องว่าเราหมิ่นประมาทไม่ได้ เพราะว่า เคื่ก มันเป็นข่าวมันเป็นเรื่องข้อเท็จจริงก็ทำอะไรไม่ได้ ก็มันก็จะมิในเรื่องของการแจ้งไปบ้าง แต่ว่าที่เราทำได้ กฎหมายจะครอบคลุมให้ในแง่ของเนื้อหาที่เป็นบทความ”(สิทธิพงษ์ ผลเสวก, **สัมภาษณ์**, 28 มิ.ย. 2553)

ทางด้านเว็บสยามกีฬาให้ความเห็นว่าการตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ขึ้นมาก็เพื่อดูแลผลประโยชน์กันและกันและร่วมตัวกันต่อสู้ ชมรมก่อตั้งได้ไม่ถึงปีได้มีการกำหนดกติกาต่างๆชัดเจน ปัจจุบันเว็บทำพยายามหลีกเลี่ยงการละเมิดเนื้อหาข่าวและหันไปใช้เนื้อหาข่าวจากเว็บเล็กๆแทนทางเว็บสยามกีฬาคาดว่าเว็บทำภายในประเทศเองก็มีการรวมกลุ่มกันอย่างลับๆเพื่อตอบโต้กับมาตรการของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ทางชมรมก็ควรที่จะบังคับให้ได้อย่างที่แจ้งไว้จริงๆเพื่อให้เว็บต่างๆเห็นว่าทางชมรมเอาจริง ทางสยามกีฬาได้แสดงทรรศนะว่าถ้าเว็บทำภายในประเทศเลยออกไปใช้ข่าวจากแหล่งอื่นมันก็เป็น การยากที่จะเอาผิด

“ตั้งชมรมขึ้นมาเพื่อดูแลผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน คือถ้า manager ออกมาทำคนเดียว ไทยรัฐ ออกมาทำคนเดียว หรือ siamsport มาทำคนเดียวเงี้ย มันไม่แข็งพอไงครับ เพราะฉะนั้นต้องมีชมรมขึ้นมา เพื่อต่อสู้กับเคื่ก ตอนนี้อำนาจยังไม่เยอะ เพราะว่าชมรมก็ตั้งมาได้ยังไม่ถึง 1 ปีเลย ก็พยายามจะร่าง MOU ขึ้นมาว่าจะต้องเอาไปใช้ยังไงแต่ตอนนี้เคื่กก็ไม่ได้ใช้ของเราแล้วนี่ครับ แต่ว่าเคื่กก็ไม่ใช้ของเว็บเล็กๆแทน คือผมคิดว่าตอนนี้ทางเว็บ portal เองเคื่กก็จับมือกันแล้ว อาจจะทางลับๆอันนี้ไม่แน่ใจนะ แต่ว่ามันต้องมีการคุยกันว่าจะเอายังไงดีในฐานะที่เราทำเว็บ portal เหมือนกัน แต่ถามว่าควบคุมได้มากน้อยขนาดไหน ก็อย่างที่บอก คือถ้าเคื่กเลยไปแล้วเนี่ย มันก็ยาก นอกจากเว็บเล็กๆที่เอาไปยังเงี้ย บางทีก็จะต้องทำเป็น ตัวอย่างให้เคื่กดู ว่าเฮ้ย ทางชมรมจริงจังกับตรงนี้นะ คือถ้าผู้ที่เราทำหนังสือแจ้งไปแล้วเนี่ย แล้วเอามาใช้จริงๆก็ต้องเอามาทำให้เห็นว่าเราแจ้งไปแล้วนะ ว่าเราทำจริงๆนะ”(สมชาติ บุญวิทยา, **สัมภาษณ์**, 5 ส.ค. 2553)

เว็บไซต์ผู้จัดการได้อธิบายถึงหลักการดำเนินการของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ว่า ถ้าเว็บไซต์ที่ไม่ได้มารับทราบข้อตกลงของทางชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ และยังมีกรละเมิดเนื้อหาข่าวของทางชมรมอยู่ก็จะมีการส่งจดหมายแจ้งเตือนไปและให้เวลาแก้ไขอีก 7 วันและถ้ายังไม่ปรับปรุงก็จะมีกรฟ้องร้องในข้อหา ละเมิดลิขสิทธิ์

“การควบคุมเราก็มี คือชมรมเรามีที่ปรึกษากฎหมาย ถ้าเว็บในที่ไม่ได้มาเซ็น MOU แต่ว่ายังมีการเอาเนื้อหาเราไปใช้คือเราก็จะมีการเตือน มีการยื่น notice ให้เวลา 7 วัน ถ้ายังฝ่าฝืนอยู่ก็จะ มีการดำเนินการตามกฎหมาย ก็คือฟ้องในข้อหาละเมิดลิขสิทธิ์ ตอนนี้เตรียมอยู่ก็มีบางเว็บที่ยังเอาข่าวของชมรมไปใช้” (นิรันดร์ เยาวภาวี, สัมภาษณ์, 4 ก.ค. 2553)

ส่วนข้อเรียกร้องที่ไม่ผ่านชมรมก็มีเช่นกรณีอย่างเว็บ meemodel ที่โทรไปแจ้งโดยตรงและอธิบายข้อเรียกร้องต่างๆ ประเด็นที่นำมาฟ้องร้องเป็นเรื่องเกี่ยวกับการพาดหัวข่าวเพราะต้องใช้ความคิดใช้สมองคิดขึ้นมาเองแต่ตัวเนื้อหาข่าวที่เป็นข้อเท็จจริงกฎหมายไม่ครอบคลุม ถ้าพาดหัวเค้าเอาไปแล้วไปเปลี่ยนนิดหน่อยก็ต้องไปตีความว่าเข้ากับการจงใจเลียนแบบเหมือนกรณีของการตั้งชื่อสินค้าหรือไม่

“ก็มีต่างหากที่เราทำของเราเองตั้งแต่ 4-5 ปีที่แล้วเราก็มีทำบันทึกแจ้งเตือน แต่ถ้าเป็นเว็บที่ไม่ใหญ่นักเราก็จะใช้วิธีโทรไปบอก อย่าง meemodel ก็ใช้วิธีโทรไปบอกแล้วถ้าเค้าไม่ทำเราก็จะมีหนังสือเตือน คือ พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ เค้าเรียกว่างานวรรณกรรม อย่างตัว พาดหัวข่าว เนี่ยก็คือเป็นเข้าข่ายงานวรรณกรรม เพราะต้องใช้ความคิดใช้สมอง โอเคประเด็นข่าวอาจจะไม่ใช่ อย่างเช่น รถชนกันมีคนตาย 3 คน อันนี้เป็นข้อเท็จจริง อาจจะไม่ใช้ แต่ว่าพาดหัวข่าว อย่างเช่น ลีบล้อเบรกแตกชนเสาไฟฟ้า คนขับตาย อนาคตอะไรยังเงี้ย ข้อความพวกนี้ก็คือเป็นลิขสิทธิ์ ถ้าเค้าเอาไปเราก็ฟ้องได้ ถ้าเค้าเปลี่ยนนิดหน่อยก็ไม่เข้าก็ต้องไปตีความเอาว่า มันเหมือนกับในต่างประเทศที่เค้าตั้งชื่อสินค้าเลียนแบบกันก็ต้องดูว่ามันจงใจเลียนแบบมั๊ย” (นิรันดร์ เยาวภาวี, สัมภาษณ์, 4 ก.ค. 2553)

ผู้จัดการได้กล่าวเพิ่มเติมว่าการรวมตัวกันทำให้มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้นและสามารถรวมตัวกันฟ้องร้องได้เพราะเว็บพวกนี้ไม่ได้ละเมิดเพียงเว็บไซต์ผู้จัดการเพียงอย่างเดียวการรวมตัวกันฟ้องร้องก็จะทำให้ความผิมนั่นหนักแน่นมากยิ่งขึ้นในฐานะที่เราเป็นเจ้าของเนื้อหาและทีมที่ปรึกษาด้านกฎหมายก็เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านลิขสิทธิ์

“คือการรวมตัวกันมันทำให้อำนาจการต่อรองเราเข้มแข็งขึ้นแล้วก็เราก็จะมีการจัดการต่อเว็บที่ละเมิดลิขสิทธิ์ของเว็บพวกเรา ก็มีแนวทางที่ชัดเจน อย่างที่พี่บอก คือจะมีการเตือนแล้วก็ดำเนินการทางกฎหมาย แล้วก็ตอนนี้เรากำลังจะรวมกันฟ้อง ก็คือเว็บเนี่ย มันละเมิด ไม่ใช่ละเมิด ไทยรัฐอย่างเดียว มันละเมิดมติชน มันละเมิดผู้จัดการ ละเมิดเนชั่น ละเมิดบางกอกโพสต์ พวกเราก็จะรวมตัวกันแล้วก็ฟ้องซึ่งมัน

ก็จะทำให้ข้อหาหรือว่าความผิดเนี่ยมันหนักแน่นมากขึ้น คืออย่างน้อยๆเราก็เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์แล้วเราก็
 ปรึกษาเราเนี่ยเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านลิขสิทธิ์”(นิรันดร์ เยาวภาวี, **สัมภาษณ์**, 4 ก.ค. 2553)

การรับรู้ถึงลิขสิทธิ์ข่าวของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

คำถามวิจัยข้อที่ 7 “ระดับการรับรู้ถึงควมมีลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวออนไลน์ของผู้ใช้งานเว็บท่า
 ภายในประเทศอยู่ในระดับใด”

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์ในเว็บท่าภายในประเทศในระดับ ปาน
 กลาง ร้อยละ43.3 ให้ความสำคัญในระดับ มาก ร้อยละ35.8 ให้ความสำคัญในระดับ มากที่สุด ร้อยละ
 15.8 ให้ความสำคัญในระดับ น้อย ร้อยละ3.8 ให้ความสำคัญในระดับ น้อยที่สุด ร้อยละ1.5 ดังแสดงใน
 ตารางที่25

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนร้อยละของความสำคัญต่อแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์ในเว็บท่า

ความสำคัญต่อแหล่งที่มาของ ข่าวออนไลน์ในเว็บท่า	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
	6	15	173	143	63	400
	(1.5%)	(3.8%)	(43.3%)	(35.8%)	(15.8%)	(100%)

ในด้านของการติดตามไปยังเว็บไซต์ของแหล่งข่าว กลุ่มตัวอย่างได้มีการติดตามไปยังเว็บไซต์
 แหล่งข่าวในระดับ ปานกลางร้อยละ40.5 ติดตาม บ่อย ร้อยละ 22.5 ติดตาม ไม่บ่อย ร้อยละ19.3 ไม่เคย
 ติดตาม ร้อยละ10 และติดตามไปทุกครั้ง ร้อยละ7.8 ดังแสดงในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนร้อยละของการติดตามไปยังหน้าเว็บไซต์ของแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์

การติดตามไปยังหน้าเว็บไซต์ ของแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์	ไม่เคย	ไม่บ่อย	ปานกลาง	บ่อย	ทุกครั้ง	รวม
	40	77	162	90	31	400
	(10%)	(19.3%)	(40.5%)	(22.5%)	(7.8%)	(100%)

ในด้านการรับรู้ถึงควมมีลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวของกลุ่มตัวอย่างแบ่งประเด็นศึกษาออกเป็น 2 ประเด็นคือ “ขอบเขตของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต” และ “การรับรู้ถึงลิขสิทธิ์ในข่าวออนไลน์”

ขอบเขตของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่าการนำข่าวทั้งหมดไปเผยแพร่บนสื่อบนอินเทอร์เน็ตและทำลิงค์กลับมาที่แหล่งข่าว ผู้ใช้งานส่วนมากตอบว่าสามารถทำได้ร้อยละ 92.5 ถือว่ามีระดับการรับรู้ถึงสิทธิที่สามารถทำได้ในระดับที่สูง การนำเนื้อหาข่าวออนไลน์ไปใช้ในเชิงพาณิชย์กลุ่มตัวอย่างตอบว่าสามารถทำได้มากถึงร้อยละ 61.3 แสดงให้เห็นว่าในขณะนี้ผู้ใช้งานมีการรับรู้ถึงสิทธิที่สามารถกระทำได้ในระดับที่ต่ำ ประเด็นการติดตามไปแก้ไขเนื้อหาข่าวในกรณีที่ข่าวหลักได้ถูกแก้ไขกลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ที่สูง ตอบว่าสามารถทำได้ร้อยละ 78 ประเด็นของการตัดเอาใจความสำคัญของข่าวไปเผยแพร่ไม่ระบุแหล่งที่มา และการเปลี่ยนรูปภาพประกอบข่าวก่อนนำไปเผยแพร่ระดับการรับรู้ของผู้ใช้งานยังอยู่ในระดับที่ปานกลาง มีเปอร์เซ็นต์ของผู้ที่ตอบได้ถูกต้องใกล้เคียงกันคือร้อยละ 41.3 และ ร้อยละ 45.3 ดังแสดงในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนร้อยละตามความสามารถของผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมของผู้ใช้งาน	ขอบเขตของผู้ใช้งาน		ระดับการรับรู้
	สามารถทำได้	ไม่สามารถทำได้	
1.การการนำข่าวทั้งหมดไปเผยแพร่บนสื่ออื่นๆบนอินเทอร์เน็ต (เครือข่ายสังคม เว็บบอร์ด อีเมลล์ ฯลฯ) ทำลิงค์กลับมาที่แหล่งข่าว	370 92.5%	28 7%	สูง
2.การนำเนื้อหาข่าวออนไลน์ไปใช้งานในเชิงพาณิชย์	245 61.3%	153 38.3%	ต่ำ
3.การตัดเอาใจความสำคัญของข่าวไปเผยแพร่บนสื่ออื่นๆบนอินเทอร์เน็ต (เครือข่ายสังคม เว็บบอร์ด อีเมลล์ ฯลฯ)ไม่ระบุที่มา	234 58.5%	165 41.3%	ปานกลาง
4.การเปลี่ยนรูปภาพประกอบข่าวก่อนนำไปเผยแพร่บนสื่ออื่นๆในอินเทอร์เน็ต (เครือข่ายสังคม เว็บบอร์ด อีเมลล์ ฯลฯ)	217 54.3%	181 45.3%	ปานกลาง
5.การติดตามแก้ไขเนื้อหาข่าวที่นำไปเผยแพร่บนสื่ออื่นๆบนอินเทอร์เน็ต (เครือข่ายสังคม เว็บบอร์ด อีเมลล์ ฯลฯ) หลังจากข่าว	312 78.0%	87 21.8%	สูง

ของแหล่งข่าวออนไลน์ที่ได้รับการปรับปรุงให้ถูกต้อง			
ขาด	4		

ในด้านการรู้ถึงลิขสิทธิ์ในข่าวออนไลน์ทดลองด้วยการให้ประโยคเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ข่าวและให้ผู้ใช้งานได้เลือกตอบว่าเป็นสิ่งถูกต้องหรือไม่ พบว่าผู้ใช้งานมีระดับการรับรู้ถึงลิขสิทธิ์ข่าวในระดับที่สูงในเรื่องของ “รูปภาพประกอบข่าวมีลิขสิทธิ์หากต้องการนำไปใช้จำเป็นต้องแจ้งเจ้าของรูปภาพก่อนทุกครั้ง” กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้ถูกต้องร้อยละ 80.8 และ “ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ก่อตั้งเพื่อปกป้องผลประโยชน์ในด้านข่าวออนไลน์และจริยธรรม” กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้ถูกต้องร้อยละ 89.5

ประเด็นเกี่ยวกับ “ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ออกกฎหมายห้ามบุคคลใดๆนำข่าวออนไลน์ของชมรมไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต” และชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ไม่มีสิทธิบังคับเพราะข่าวไม่ถูกคุ้มครองในพหุลิขสิทธิ์ ผู้ใช้งานมีระดับการรับรู้ที่ค่อนข้างสูง กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้ถูกต้อง ร้อยละ 67.8 และร้อยละ 60.5 ตามลำดับ ประเด็นที่ผู้ใช้งานมีระดับการรับรู้ที่ต่ำคือประเด็นของ “เนื้อหาข่าวเป็นของสาธารณะใครก็สามารถนำไปใช้ได้” กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้ถูกต้องเพียงร้อยละ 36.8 และ “ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ไม่มีสิทธิบังคับผู้ใช้งานเพราะเนื้อหาข่าวไม่ถูกคุ้มครองจาก พรบ.ลิขสิทธิ์” กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้ถูกต้องเพียงร้อยละ 25.8 เท่านั้น ดังแสดงในตารางที่ 28

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนร้อยละตามการรับรู้ถึงลิขสิทธิ์ข่าว

การรับรู้ถึงลิขสิทธิ์ข่าว	การรับรู้ของผู้ใช้งาน		ระดับการรับรู้
	ถูกต้อง	ไม่ถูกต้อง	
1.เนื้อหาข่าวถูกคุ้มครองจาก พรบ.ลิขสิทธิ์ เช่นเดียวกับผลงานด้านดนตรี ภาพศิลป์ และวรรณกรรม.	296 74%	103 25.8%	ต่ำ
2. รูปภาพประกอบข่าวมี ลิขสิทธิ์ หากต้องการนำไปใช้จำเป็นต้องแจ้งเจ้าของรูปภาพก่อนทุกครั้ง	323 80.8%	76 19%	สูง
3.เนื้อหาข่าวออนไลน์เป็นของสาธารณะใครก็สามารถนำไปใช้งานได้	252 63.2%	147 36.8%	ค่อนข้างสูง
4.ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์” ก่อตั้งขึ้นเพื่อปกป้องผลประโยชน์ในด้านข่าวออนไลน์และจริยธรรมในการนำเสนอข่าว	358 89.5%	41 10.3%	สูง

5.ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์"ออกระเบียบห้ามบุคคลใดๆนำข่าวออนไลน์ของสมาชิกไปผลิตซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต	271 67.8	128 32%	ค่อนข้างสูง
6."ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์" ไม่มีสิทธิ บังคับผู้ใช้งานเพราะเนื้อหาข่าวไม่อยู่ในการคุ้มครองของ พรบ.ลิขสิทธิ์	242 60.5%	156 39%	ค่อนข้างสูง
ขาด	1		

การละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศ

คำถามวิจัยข้อที่ 8 "กลุ่มตัวอย่างคิดว่ารูปแบบการละเมิดจริยธรรมข่าวออนไลน์ของเว็บท่ารูปแบบใดรุนแรงที่สุด"

ในด้านการละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศผู้วิจัยทำการค้นหาว่าเว็บท่าภายในประเทศได้ทำการละเมิดจริยธรรมในการนำเสนอข่าวบนเว็บไซต์ในด้านใดบ้างและรวบรวมมาเป็นแบบสอบถามเพื่อสอบถามว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าพฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าแบบไหนรุนแรงที่สุด พบว่าทุกพฤติกรรมในการละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศมีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์สูงทั้งสิ้น "การปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย" มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.08 แต่ก็ไม่แตกต่างกับ "การใช้คำพาดหัวข่าวที่ไม่ถูกต้อง" ที่ค่าเฉลี่ย 4.05 มากนัก "การนำภาพที่มีลิขสิทธิ์มาใช้โดยไม่ขออนุญาต" และ "การปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นที่ผิดกฎหมาย" ได้ค่าเฉลี่ย 4.03 และ "การแก้ไขเนื้อหาข่าวให้สมบูรณ์ตามแหล่งข่าว" ที่ค่าเฉลี่ย 4.01 กลุ่มที่ได้ค่าเฉลี่ยที่ไม่ถึง 4 แต่ก็นับว่าอยู่ในเกณฑ์สูง ได้แก่พฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมเรื่อง "ไม่ระบุที่มาของแหล่งข่าว" ค่าเฉลี่ย 3.93 "ไม่ระบุที่มาของภาพประกอบข่าว" ค่าเฉลี่ย 3.82 "การคัดลอกเนื้อหาบางส่วน" ที่ค่าเฉลี่ย 3.72 พฤติกรรมที่ผู้ใช้งานมองว่าไม่ร้ายแรงมากก็คือ "การนำเสนอโฆษณาประชาสัมพันธ์" และ "การนำเนื้อหามาเรียบเรียงใหม่" ที่ค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.66 ดังแสดงในตารางที่ 29

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมในการนำเสนอข่าว
ของเว็บท่าภายในประเทศ

พฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมในการนำเสนอข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย
การปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย	163 40.8%	134 33.5%	82 20.5%	15 3.8%	6 1.5%	4.08
การใช้คำพาดหัวข่าวที่ไม่ถูกต้อง	143 35.8%	145 36.3%	101 25.3%	10 2.5%	1 0.3%	4.05
การนำภาพที่มีลิขสิทธิ์มาใช้โดยไม่ขออนุญาต	143 35.8%	145 36.3%	95 23.8%	13 3.3%	4 1.0%	4.03
การปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นที่ผิดกฎหมาย	148 37%	140 35%	93 23.3%	14 3.5%	5 1.3%	4.03
การไม่แก้ไขเนื้อหาข่าวให้สมบูรณ์ตามแหล่งข่าว	118 29.5%	182 45.5%	88 22%	10 2.5%	2 0.5%	4.01
ไม่ระบุแหล่งที่มาของเนื้อหาข่าว	112 28%	168 42%	104 26%	11 2.8%	5 1.3%	3.93
ไม่ระบุแหล่งที่มาของภาพประกอบข่าว	96 24%	161 40.3%	121 30.3%	19 4.8%	3 0.8%	3.82
การคัดลอกเนื้อหาบางส่วน	77 19.3%	158 39.5%	142 35.5%	20 5%	3 0.8%	3.72
การนำเสนอโฆษณาประชาสัมพันธ์ในหน้าข่าว	63 15.8%	172 43%	140 35%	22 5.5%	3 0.8	3.68
การนำเนื้อหาจากแหล่งข่าวออนไลน์มาเรียบ	70 17.5%	159 39.8%	142 35.5%	22 5.5%	7 1.8%	3.66

เรื่องใหม่						
------------	--	--	--	--	--	--

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมถึงประเด็นการล้วงละเมิดทางจริยธรรมในการนำเสนอข่าวออนไลน์พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้เลือกการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคายมากที่สุด

“ผมว่าในเรื่องการแสดงความคิดเห็นนะเพราะอย่างบางข่าวผมเลื่อนลงไปอ่านความคิดเห็น เห็นแต่ละคนแสดงความคิดเห็นแบบแรงๆทั้งนั้นเลยครับ บางคนก็เถียงกันไปมาเหมือนเด็กๆ แถมยังมีการใช้คำหยาบคายด่าทอกันอีกต่างหาก ซึ่งถ้าเว็บสามารถแก้ปัญหาเรื่องการแสดงความคิดเห็นได้ก็จะดีกว่านี้ครับ” (เทพพนม แซ่จ้อง, **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

“ผมว่าการปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคายนี้แรงนะ เพราะอย่างประเด็นเรื่องการเมืองนี่เห็นชัดเลยครับ ด่ากันแรงมากแถมมีการใช้คำหยาบคายด้วย ผมว่าเว็บที่มีคนชมมากขนาดนี้ควรจะมีการคัดกรองความคิดเห็นให้ดีกว่านี้ครับและอีกอย่างเยาวชนก็เข้าเว็บแบบนี้เยอะด้วยครับ” (สุโข โสภณ วิทยา, **สัมภาษณ์**, 22 เม.ษ. 2553)

“ผมว่าทุกอย่างมันก็แย่หมดนะ แต่ถ้าตามความคิดผมคิดว่าการแสดงความคิดเห็นที่ใช้คำหยาบนะ เพราะอย่างเว็บที่มีภาพสาว ๆ นะประจำเลยต้องมีคนเข้ามาแสดงความคิดเห็นเถื่อนๆครับ ไม่ก็วิจารณ์แบบแย่ๆครับถ้าเว็บเค้ายังปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นแบบนี้ผมว่าอีกหน่อยต้องเป็นแบบเว็บประมวลแง่ๆเลยที่มีแต่คำหยาบคายเต็มเว็บไปหมด” (ธนภฤติ สุขชัย , **สัมภาษณ์**, 10 พ.ค. 2553)

“ผมว่าการแสดงความคิดเห็นนะ เพราะเว็บข่าวบางเว็บมันก็ไม่เปิดให้คนที่เข้ามาอ่านได้แสดงความคิดเห็นนะแต่ก็จะมีอย่างพวกเมเนเจอร์ แลหะที่เปิดให้คนเข้ามาแสดงความคิดเห็นได้เต็มๆ ในเว็บพ่าก็เช่นกัน เค้าเปิดให้คนใช้เข้ามาแสดงความคิดเห็นแล้วก็ตามไม่อยู่ อย่างตอนนี้มีประกาศพวกร.ถูกเงิน นะ ในเว็บพวกนี้ก็ยังเปิดให้มีการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในหน้าข่าวได้เลย การใช้คำพูดของบางคนก็ค่อนข้างรุนแรงเกินไปถ้า ส่วนตัวผมไม่เห็นด้วยนะยิ่งเว็บทำมีคนอ่านมากด้วยยังสามารถเกิดเป็นประเด็นผลอะไรๆสร้างความแตกแยกในสังคมได้เลยนะ” (อภิชาติ แซ่ตั้ง , **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

“คิดว่าน่าจะเป็นเรื่องคำหยาบนะเพราะผมว่ามันเป็นจุดเริ่มต้นของดราม่าในเน็ตเลยแต่ถ้าเป็นการใช้การโต้ตอบหรือพูดคุยด้วยเหตุผลอันนั้นแหละเป็นสิ่งที่ดีเลย เพราะถึงแม้ว่าเว็บจะมีระบบคัดกรองคำหยาบได้ในระดับหนึ่งก็เถอะแต่ยังงั้นมันก็ต้องมีหลุดมาอยู่แล้วแหละ ผมเสนอว่าเว็บควรจะมีการลงโทษแบนผู้ใช้งานที่ใช้คำหยาบบางนะ ผมว่ามันน่าจะช่วยให้ได้นะ” (เอกลักษณ์, **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

“การแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย เพราะเราเคยเข้าไปอ่านข่าวบันเทิง แต่คณะคนที่มาแสดงความคิดเห็นนะมีแต่ ลามก เพียบเลย คิดว่ามันเป็นการไม่ให้เกียรติกับคนในภาพเลยอะ คิดว่าตัวเว็บไซต์เองไม่ควรปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นแบบนี้แสดงอยู่ในเว็บอะ” (แพรวโพยม วิชากรกุล, **สัมภาษณ์**, 11 เม.ษ. 2553)

ส่วนความเห็นจากเว็บมาสเตอร์เว็บท่าภายในประเทศมองว่าการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย และผิดกฎหมายเป็นเรื่องรุนแรงที่สุด เว็บมาสเตอร์ของสยามซ่าแสดงทรรศนะว่าทุกข้อที่กล่าวมาล้วนสำคัญหมดแต่ตัวบทกฎหมายเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เรื่องการแสดงความคิดเห็นเป็นข้อที่สำคัญที่สุด เพราะในเรื่องเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ เจ้าของเว็บไซต์หรือคนโพสต์ข้อความก็ถูกตัดสินเข้าคุก เว็บสยามซ่าเองต้องทำงานกันอย่างหนักในการตรวจสอบความคิดเห็นที่เข้ามาในระบบในแต่ละวันก็จะมีคนโพสต์เข้ามามากมายถ้าอันไหนยังไม่อนุมัติเราก็ต้องตามไปอนุมัติให้หมด เกณฑ์ในการตัดสินว่าผิดหรือถูกอยู่ในดุลยพินิจของเว็บมาสเตอร์เองถ้าอ่านแล้วเข้าข่ายว่าผิดก็จะลบออกจากระบบทันทีรวมไปถึงบางข้อความที่อนุมัติไปแล้วแต่มีคนแจ้งเข้ามาว่าให้ลบออกจากระบบก็จะดูว่าสมเหตุสมผลหรือไม่แล้วจึงทำการลบออกจากระบบ

“ผมว่าทุกหัวข้อสำคัญหมดแต่จริงๆกฎหมายมันก็ต้องมาก่อนอยู่แล้วเช่นหมิ่นพระบรมไม่ต้องพูดมากเลย คือเค้าคุกกันไปหลายเว็บแล้ว คือว่าจริงๆผมคิดว่ามันน่าจะมีการตรวจสอบให้มากกว่านี้คือ siamza เองเราก็มีปัญหาอยู่ คืออย่างสมมุติที่มงาน 10 -20 คน ไซม์ยี้ แต่คนใช้วันหนึ่งเป็นแสน user โพสต์เข้ามาไม่รู้กี่หมื่นต่อวัน มันไม่สามารถเช็คได้หมดแต่เราต้องเช็คให้หมด เหมือนตอนนี้เป็นระบบของเราทุกข้อความ ที่โพสต์เข้ามาเนี่ยอันไหนที่ยังไม่ approve เนี่ย มันก็ยังค้างอยู่ในตะกร้า แต่เราต้อง approve ให้ทันทุกอัน บางเว็บเค้าไม่ได้เช็คเลย นอกจากจะมีการแจ้งลบเข้ามา คือมันจะมีการ ให้แจ้งลบได้เค้าจะเช็คก็ต่อเมื่อมีการแจ้งลบแต่ถ้าไม่แจ้งก็จะไม่เช็คในระบบมันรู้เลยว่าอันไหนมาใหม่ อ่านผ่านตาเรารู้ว่าอันไหนผิดไม่ผิด”(วุฒิกกร, **สัมภาษณ์**, 15 ก.ค. 2553)

เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์ซาบซ่าแสดงทรรศนะคล้ายๆกันคือการปล่อยให้มีความคิดเห็นที่หยาบคายและละเมิดกฎหมายเพราะมันผิดทั้งจริยธรรมและกฎหมายและมีหลายเว็บไซต์ที่โดนปิดไปเพราะเรื่องการแสดงความคิดเห็น ทางเว็บเองก็จะมีทีมงานที่ดูแลทางด้านนี้โดยเฉพาะแต่อาจไม่สามารถอนุมัติความคิดเห็นได้รวดเร็วเพราะมีทีมงานที่ดูแลในด้านนี้น้อย

“อันนี้ผมคิดว่า น่าจะเป็นด้านใช้คำหยาบคายละเมิดทางกฎหมาย หมิ่นประมาท เพราะทั้งจริยธรรมและกฎหมายก็ผิดทั้งคู่ อันนี้ต้องระวังครับ มีรายรายแล้วที่โดนเพราะเรื่องนี้ คิดว่าเรื่องนี้น่าจะร้ายแรงที่สุด ก็เรามีคนคอยดูแลเรื่องการแสดงความคิดเห็น อาจจะช้าหน่อยเพราะคนเราน้อย แต่ว่าเราก็พยายามจะลบความคิดเห็นที่หมิ่นเหม่” (สุขใจ, **สัมภาษณ์**, 22 ก.ค. 2553)

เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ข่าวออนไลน์จะมองในแง่ของการผลิตข่าวเป็นสิ่งสำคัญ เว็บมาสเตอร์ของมติชนแสดงทรรศนะว่าการดัดแปลงข่าวเป็นสิ่งที่ไม่สมควรถึงแม้ว่าจะไม่ผิดกฎหมายแต่ก็ผิดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจโอกาสที่ผู้ผลิตจะได้ประโยชน์จากเนื้อหาที่ลงแรงทำไปมันลดลง ถึงแม้ว่าเว็บทำไม่สามารถที่จะตั้งทีมข่าวขึ้นมาได้แต่ก็ควรที่จะมีการลงทุนบ้างเพราะสำนักข่าวต่างๆล้วนแต่มีการลงทุนกับการทำข่าวขึ้นหนึ่งสูงจึงมองว่าไม่ถูกต้องถ้าจะเอาไปใช้งานฟรีๆ

“จริงๆการดัดแปลงเนี่ย มันก็ ก้ากถึงการลอก คือมันไม่เหมือนลอกก็อาจจะเป็นสิทธิของเค้าคือไม่เรียกว่าลอกดีกว่าสมมุติว่าถ้ามันเป็นข่าวเดี่ยวๆไม่มีใครรู้เรื่องนี้มาก่อนแล้วเรานำเสนอไป แล้วมีคนเอาเรื่องนี้ไปต่อยอดหรือว่าเขาไปปรับปรุงหรือเขาไปเขียนใหม่ แต่หลังจากที่เราเผยแพร่ไปแล้วเนี่ยทางกฎหมายก็ไม่ผิด ทางจริยธรรมมันก็ไม่เชิงนะเพราะว่าเราเสนอไปแล้ว แต่ถ้าจริยธรรมมันก็คงเป็นเชิงธุรกิจอย่างเดียวแหละเพราะว่ามันมีการใช้ ทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาแสวงหากำไร โอกาสที่ผู้ผลิตจะหารายได้ ได้เต็มเม็ดเต็มหน่วยเนี่ย มันถูกลดทอนลงไปเพราะว่า คนอื่นๆเอาทรัพย์สินเค้าไป ไปหาเงินแทน” (สิทธิพงศ์ ผลเสวก, **สัมภาษณ์**, 28 มิ.ย. 2553)

สอดคล้องกับเว็บสยามกีฬาที่แสดงทรรศนะว่าการเอาไปอย่างละนิดหน่อยมันทำให้เจ้าของเนื้อหาเกิดความไม่พอใจได้ทำให้จริยธรรมของวิชาชีพในการประกอบธุรกิจลดลงและถ้ายังจะเอาแต่ลอกคนอื่นสุดท้ายก่อนอ่านก็ไม่จดจำเพราะไม่ใช่เว็บที่เชี่ยวชาญในด้านข่าวจริงๆ

“ด้านจริยธรรมครับ คือเค้าอาจจะบอกได้ว่า เฮ้ยก็ไม่ได้ลอบไปทั้งหมดแค่หนีบจากประเด็นมา ถ้าคุณทำยังเงี่ยคนก็ไม่รู้จักคุณ อย่างสยามกีฬาเองที่เราโดนเอาไปมากก็จะเป็นพวกกีฬาต่างประเทศซะส่วนใหญ่ เราไปซื้อข่าวมาแล้วเราก็แปลข่าว ส่วนใหญ่อาจจะเป็นการหยิบจับที่ละนิดหน่อยคือมันง่ายไง แต่ถ้ามองในมุมเจ้าของเนื้อหาเองมันต้องไม่พอใจอยู่แล้ว ด้วยวิธีการดำเนินธุรกิจแบบเนี้ยมันก็จะทำให้จริยธรรมน้อยลงไป” (สมชาติ บุญวิทยา, **สัมภาษณ์**, 5 ส.ค. 2553)

ส่วนเว็บผู้จัดการได้แสดงทรรศนะสั้นๆว่าเป็นการผิดจริยธรรมทางธุรกิจเพราะเว็บทำไม่ได้ลงทุนในการทำข่าว แต่ได้ใช้ประโยชน์จากคนอื่นมาใช้หาผลประโยชน์ให้กับตัวเอง

“ในกรณีถ้าเอาข่าวไปประโยชน์ใช้ มันจะเป็นจริยธรรมทางธุรกิจมากกว่า คือเค้าไม่ได้ลงทุนอะไรมาก แต่ว่าเค้าใช้ประโยชน์จากคนอื่นในการหาประโยชน์ให้ตัวเอง ก็ยืนยันว่าเป็นการเอาเปรียบแล้วก็ผิดจริยธรรมทางธุรกิจ”(นิรันดร์ เขาวภาว, **สัมภาษณ์**, 4 ก.ค. 2553)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “บทบาทด้านการข่าวของเว็บทำยอดนิยม” จุดประสงค์เพื่อศึกษาการ กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ทั้งก่อนและหลังการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ข่าวออนไลน์ ส่วนด้านผู้รับข่าวออนไลน์ศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่อ่านข่าวออนไลน์บนเว็บทำภายในประเทศ การรับรู้ถึงการละเมิดลิขสิทธิ์ข่าวออนไลน์ ในด้านผู้ควบคุมเนื้อหาผู้วิจัยสนใจเรื่องอำนาจของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ในการเรียกร้องเพื่อเปลี่ยนรูปแบบการผลิตข่าวของเว็บทำภายในประเทศและการละเมิดจริยธรรม หลังจากที่ได้นำข้อมูลต่างๆมาประกอบประกอบการตอบปัญหาวิจัย ผลการวิจัยดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าเว็บทำภายในประเทศมีกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ด้วยการ คัดเลือกข่าวที่เป็นประเด็นในสังคมที่ทางเว็บไซต์คาดว่าผู้อ่านสนใจของมาแสดงไว้หน้าแรก การใช้แหล่งข่าวของเว็บทำภายในประเทศขึ้นอยู่กับรูปแบบของเว็บไซต์เป็นหลัก ถ้าเป็นเว็บไซต์ว่าไรตี้จะมีการใช้แหล่งข่าวที่หลากหลายมากกว่าเว็บไซต์ที่นำเสนอเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง การผลิตข่าวและนำข่าวออนไลน์ไปแสวงหาผลประโยชน์ในด้านต่างๆทำให้เว็บไซต์ข่าวออนไลน์ รวมตัวกันก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์เพื่อปกป้องสิทธิข่าวออนไลน์ของตัวเอง

ภายหลังการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์เว็บทำภายในประเทศได้เปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์เป็นการเรียบเรียงข่าวขึ้นใหม่และไม่ใส่ที่มาของแหล่งข่าวแต่มีการลงท้ายข่าวว่าเรียบเรียงข่าวจากเว็บทำภายในประเทศ บางเว็บไซต์ยอมทำตามข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์และใช้การนำเสนอข่าวแบบ Rss Feed บางเว็บไซต์หลีกเลี่ยงการนำข่าวออนไลน์จากเว็บไซต์ของสมาชิกชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ และหันไปใช้ข่าวออนไลน์จากเว็บไซต์ข่าวที่ยังไม่ได้รับความนิยมนและไม่เป็นสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ แหล่งข่าวของเว็บทำภายในประเทศภายหลังการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จะแคบลง

เว็บไซต์เอ็มไทยเลือกจากประเด็นของข่าวเป็นสำคัญ ส่วนเว็บไซต์ซาบซ่าและสยามซ่าใช้ข่าวจากเว็บไซต์ที่ปล่อยข่าวให้ใช้ได้เสรีในรูปแบบของ Rss Feed

สำหรับผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้แหล่งข่าวอื่นๆ ประกอบการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศแต่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศเป็นแหล่งข่าวเพียงแหล่งเดียวมีสาเหตุคือ “ข้อมูลต่างๆ ได้ถูกรวบรวมไว้ในเว็บท่าหมดแล้ว” “มีเนื้อหาตรงกับความต้องการและไม่หนักเกินไป” และ “มีการใช้งานเป็นประจำ”

ในด้านเนื้อหาข่าวกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจทั่วไปในระดับสูงและพึงพอใจความทันเหตุการณ์ของข่าวมากที่สุด เรื่องที่ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือความละเอียดของข่าว ส่วนในด้านของรูปแบบการนำเสนอกลุ่มตัวอย่างพอใจที่เว็บท่ามีการอัปเดตข่าวอยู่ตลอดเวลาแต่ประเด็นเรื่องการนำเสนอโฆษณาแฝงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยลง ปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้ใช้งานเลือกใช้เว็บท่าคือ ข่าวในเว็บท่าภายในประเทศได้มากกว่าแค่การเข้าไปอ่านข่าวออนไลน์และปัจจัยส่งผลให้ผู้ใช้งานเข้ามาอ่านข่าวออนไลน์น้อยที่สุดคือการนำเสนอข่าวผ่านระบบข้อความสั้น

รูปแบบการใช้ประโยชน์ข่าวออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เพื่อติดตามข่าวระหว่างวันบ่อยครั้งที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีการใช้เว็บท่าภายในประเทศเพื่อตอบสนองอุดมการณ์ทางการเมืองน้อยที่สุด ในประเด็นการยอมรับข่าวที่ถูกเลือกมาเป็นลำดับที่สอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างยอมรับข่าวออนไลน์ที่เว็บท่าภายในประเทศคัดเลือก ข่าวบนเว็บท่าภายในประเทศเป็นเรื่องที่ไม่หนักมากเกินไป

เว็บท่าภายในประเทศมีระดับความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ข่าวออนไลน์ในระดับที่แตกต่างกันไป เว็บไซต์เอ็มไทยเห็นว่าข่าวเป็นข้อเท็จจริงไม่จำเป็นต้องตระหนักแต่ถ้าเป็นบทความและรูปภาพทางเว็บจะมีความตระหนักในระดับสูง แต่เว็บไซต์สยามซ่าถึงเห็นถึงสิทธิในเนื้อหาข่าวของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จึงนำแค่หัวข้อไปผลิตซ้ำและทำลิงค์กลับไปยังเว็บข่าวโดยตรงเพื่อเป็นการแสดงว่าตระหนักในลิขสิทธิ์ค่อนข้างมาก เช่นเดียวกับเว็บสยามซ่าที่เมื่อถูกร้องขอก็ยินดีที่จะปฏิบัติตามข้อเรียกร้อง

อำนาจของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ที่เข้ามาควบคุมอาศัยกรอบกำหนดในเรื่องของจริยธรรมและมารยาทในการใช้งานอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงอำนาจทางกฎหมายของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ถึงแม้ว่าข่าวไม่ถูกคุ้มครองจากพรบ.ลิขสิทธิ์แต่ก็สามารถตีความการนำหัวข้อข่าวไปใช้เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ได้เช่นกัน

ผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์ในระดับปานกลางและมีการติดตามไปยังข่าวออนไลน์ที่ระดับปานกลางเท่านั้น พฤติกรรมของผู้ใช้งานรับรู้ที่สามารถนำข่าวไปผลิตซ้ำได้เพียงแค่ทำลิงค์กลับมาที่แหล่งข่าว แต่ในเรื่องการนำข่าวไปแสวงหาผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ผู้ใช้งานก็เลือกที่สามารถทำได้แสดงให้เห็นว่ายังมีการรับรู้ถึงพฤติกรรมที่ละเมิดลิขสิทธิ์ในระดับที่ต่ำ การรับรู้ลิขสิทธิ์ข่าวออนไลน์กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในเรื่องภาพประกอบข่าวและจุดมุ่งหมายของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ในระดับที่สูงแต่ในเรื่อง “ข่าวนั้นถูกคุ้มครองจากพรบ.ลิขสิทธิ์” ยังมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง

ในด้านการละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศผู้ใช้งานเลือกตอบว่าการปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคายเป็นการละเมิดจริยธรรมที่รุนแรงที่สุดเช่นเดียวกับเว็บมาสเตอร์ของเว็บท่าภายในประเทศ แต่ทางด้านชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์มองว่าการนำข่าวไปผลิตซ้ำเป็นการละเมิดจริยธรรมที่ร้ายแรงที่สุดเพราะเป็นการละเมิดจริยธรรมทางธุรกิจ

อภิปรายผลการวิจัย

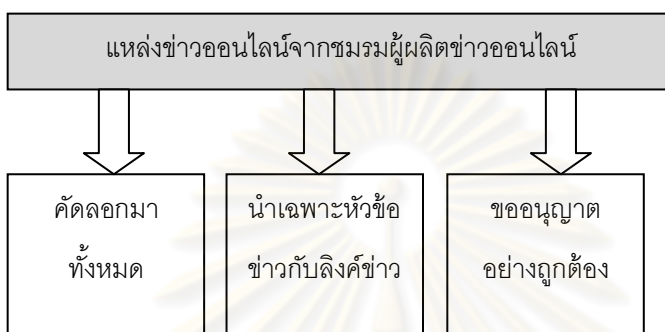
สำหรับงานวิจัยเรื่อง”บทบาทด้านข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ”ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้เป็นประเด็นดังนี้

การผลิตซ้ำข่าวสารของเว็บท่าภายในประเทศ

Karl Marx (กาญจนา แก้วเทพ, 2550 : 67) มองสังคมแห่งการผลิตเป็นเสมือนทุนนิยมและการผลิตของเดิมซ้ำ (Reproduce) เพื่อสืบทอดตัวเองอยู่ตลอดเวลา เช่นเดียวกับการผลิตข่าวออนไลน์ที่ถูกผลิตซ้ำเพื่อจุดมุ่งหมายในการสืบทอดสารให้ยังคงอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ตสืบไป

ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศก่อนการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์มี 3 รูปแบบคือ 1. การคัดลอกข่าวออนไลน์มาไว้ในเว็บไซต์ของตัวเอง 2. นำข่าวมาเพียงแค่อิงค์ข่าวและพาดหัวข่าว 3. การขออนุญาตเว็บไซต์ข่าวเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ ดังแสดงในภาพที่ 31

ภาพที่ 31 การผลิตซ้ำข่าวออนไลน์ก่อนขอเรียกข้อมูจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์



จากผลการวิจัยพบว่าประโยชน์ของการผลิตซ้ำข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศนั้นช่วยเพิ่มช่องทางการกระจายข่าวสารออกไปยังไปยังผู้รับสารได้ดียิ่งขึ้น รูปแบบการคัดลอกมาทั้งหมดทำให้คุณภาพข่าวออนไลน์ไม่แตกต่างกับต้นฉบับและช่วยให้ข่าวยังอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ตนานขึ้นส่งผลให้ผู้ใช้งานสามารถสืบค้นข่าวเพื่อนำมาใช้อ้างอิงได้ในภายหลังแต่การผลิตซ้ำข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศด้วยวิธีการคัดลอกมาทั้งหมดส่งผลทำให้ยอดผู้เข้าชมเว็บข่าวออนไลน์ลดลงเพราะเนื้อหาข่าวที่นำมาผลิตซ้ำบนเว็บท่าไม่มีความแตกต่างกับข่าวบนเว็บข่าวออนไลน์ เมื่อผู้เข้าชมลดลงส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจเนื่องจากการทำข่าวออนไลน์เพราะต้องมีต้นทุนการผลิตข่าว

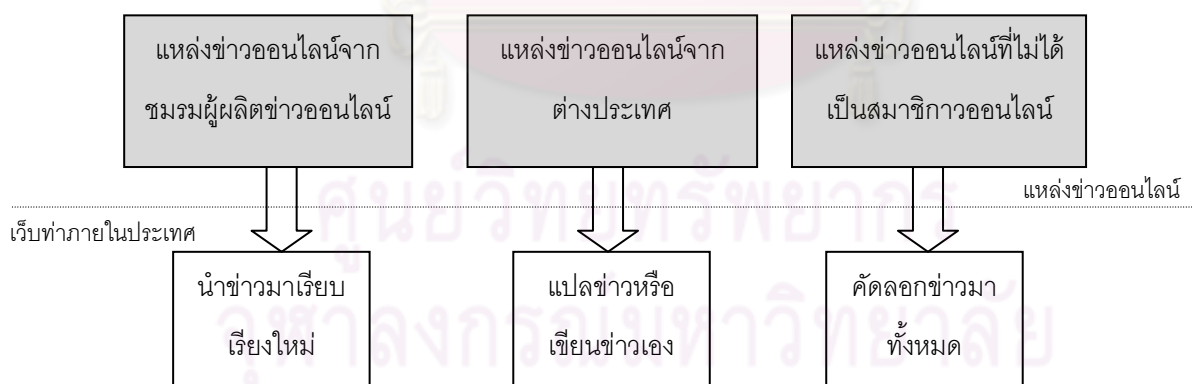
การผลิตซ้ำด้วยรูปแบบการนำเฉพาะหัวข้อข่าวกับลิงค์ข่าวและรูปแบบการขออนุญาตแหล่งข่าวเป็นการผลิตซ้ำที่ถูกต้องเพราะนอกจากจะเป็นการเพิ่มช่องทางในการรับข่าวสารแล้วยังสามารถส่งเสริมให้เว็บข่าวมีรายได้และมีจำนวนผู้ชมข่าวเพิ่มมากยิ่งขึ้นแตกต่างจากการผลิตซ้ำข่าวออนไลน์ที่ไม่ได้รับการอนุญาตจากเจ้าของแหล่งข่าวเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ข่าวจนนำไปสู่การก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวเพื่อป้องกันเว็บท่าภายในประเทศนำข่าวไปใช้งาน

ผลการวิจัยพบว่าภายหลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์ส่งผลให้กระบวนการผลิตข้าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศมีการเปลี่ยนแปลงไปได้ 2 ลักษณะคือ ปฏิบัติตามข้อเสนอของชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์และไม่ปฏิบัติตามข้อเสนอของชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์

ผลการวิจัยเมื่อนำมาวิเคราะห์พบว่า การปฏิบัติตามข้อเสนอของชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์จะส่งผลดีต่อเว็บท่าออนไลน์เพราะข้าวนอกจากจะสามารถแพร่กระจายข้าวออนไลน์ไปได้ดีแล้วจำนวนผู้เข้าชมข้าวออนไลน์ที่หน้าเว็บท่ามีจำนวนเพิ่มมากยิ่งขึ้น เว็บท่าภายในประเทศไม่สามารถแสวงหาผลประโยชน์ด้วยการนำเสนอโฆษณาและไม่สามารถเก็บค่าไว้อินระบบได้ เว็บท่าภายในประเทศที่ยอมปฏิบัติตามส่วนมากจะเป็นเว็บไซต์ขนาดเล็ก ไม่เน้นการแสวงหาผลประโยชน์จากข้าวมากนัก และไม่ต้องการมีปัญหากับชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า การผลิตซ้ำที่ไม่ทำตามข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์ คือ 1. การเรียบเรียงข้าวขึ้นใหม่ 2. การหลีกเลี่ยงเนื้อหาข้าวออนไลน์จากเว็บไซต์สมาชิกชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์ 3. การผลิตเนื้อหาข้าวเองดังแสดงในภาพที่ 32

ภาพที่ 32 การผลิตซ้ำข้าวออนไลน์ภายหลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์



จากผลการวิจัยเมื่อนำมาวิเคราะห์พบว่า การผลิตซ้ำภายหลังจากข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์ด้วยรูปแบบคัดลอกและแปลข้าวเองนั้นส่งผลให้ข้าวมีคุณภาพลดลงเนื่องจากต้องผ่านการเรียบเรียงข้าวขึ้นใหม่และจำนวนการเขียนข้าวแตกต่างจากการเขียนข้าวของนักข่าวอาชีพที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านวารสารศาสตร์ ประกอบกับข้าวที่ถูกนำมาเรียบเรียงไม่มีการระบุแหล่งที่มาของข้าว เมื่อต้องการเอาผิดกับเว็บท่า

ภายในประเทศก็ไม่สามารถทำได้เพราะข่าวที่นำมาเรียบเรียงนั้นนำมาจากหลายๆแหล่งข่าวทำให้ไม่สามารถระบุได้ว่าได้นำข่าวจากที่ใดมาผลิตซ้ำบ้าง

รูปแบบการนำเสนอข่าวภายหลังการเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ทั้ง 3 แบบ เว็บบท่างภายในประเทศไม่จำเป็นจะต้องเลือกใช้รูปแบบหนึ่งในการนำเสนอข่าวเสมอไป สามารถใช้ทั้งการเรียบเรียงข่าวขึ้นใหม่และการผลิตเนื้อหาข่าวเองประกอบกันได้อย่างอิสระ รูปแบบการนำเสนอข่าวทั้ง 3 แบบ มีความแตกต่างกันเพียงวิธีการนำเสนอเท่านั้นเพราะเมื่อมองในเชิงการแสวงหาผลประโยชน์จากเนื้อหาข่าวพบว่าการนำเสนอทั้ง 3 แบบเว็บท่าภายในประเทศยังคงแสวงหาผลประโยชน์จากข่าวได้อยู่เช่นเดิม

การที่ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ไม่สามารถทำให้เว็บท่าภายในประเทศทั้งหมดมาเซ็นข้อตกลงร่วมกัน (MOU) ทำให้เว็บท่ายังสามารถนำเสนอข่าวได้อย่างอิสระประกอบกับรูปแบบการนำเสนอข่าวออนไลน์ทั้ง 3 แบบข้างต้นไม่ถูกท้วงติงจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ทำให้เว็บท่าขนาดเล็กที่เคยยอมปฏิบัติตามข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์เกิดพฤติกรรมเลียนแบบรูปแบบการนำเสนอข่าวที่สามารถแสวงหาผลประโยชน์ได้เช่นเดิม

บทบาทการเป็นนายประตูข่าวสารของเว็บท่าภายในประเทศ

Kurt Lewin (1947) ในกระบวนการสื่อสาร (นำเสนอข่าว) จะต้องมีการส่งข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสาร (เว็บท่าภายในประเทศ) และช่องทางนี้จะต้องมีผู้ทำหน้าที่ในการคัดกรองข่าวสารหรือนายประตูข่าวสาร (เว็บมาสเตอร์เว็บท่าภายในประเทศ) การนำเสนอข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศมีการเคลื่อนไหวของข่าวอยู่ตลอดเวลาเปรียบเสมือนเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ หน้าที่ในการคัดเลือกข่าวเพื่อนำมาแสดงบนเว็บท่าภายในประเทศเทียบเท่ากับการเป็นนายประตูข่าวสารลำดับที่สอง (Secondary Gatekeeper) Boczkowski (2000) ได้เสนอว่า การทำหน้าที่นายประตูข่าวสารของเว็บมาสเตอร์มีลักษณะคล้ายกับการ 'เปิดประตู' gate-opening คือเป็นการคัดเลือกข่าวจากที่เคยนำเสนอบนสื่ออื่นแล้วมานำเสนอบนเว็บไซต์ แต่ไม่มีบทบาทในการคัดเลือกเนื้อหาขึ้นนำเสนอบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพราะเนื้อหาได้ถูกคัดเลือกมาแล้วจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม

แนวคิดของ Boczkowski (2000) จะมองถึงความเกี่ยวเนื่องกันระหว่างหนังสือพิมพ์ฉบับตีพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์เท่านั้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของกานตวี ปานสีเทา (2545) ที่พบว่าเนื้อหาของฉบับพิมพ์และออนไลน์จะอ้างอิงและพึ่งพากัน แต่สำหรับงานวิจัยนี้พบว่าเว็บท่าภายในประเทศไม่มีความเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ทำให้เนื้อหาไม่มีการอ้างอิงกัน ข่าวที่ถูกคัดเลือกให้เป็นข่าวเด่นของหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถเป็นเพียงข่าวรองในเว็บท่าภายในประเทศเท่านั้น ทำให้ผู้วิจัยศึกษาต่อไปยังรูปแบบการผลิต เภณที่ที่เว็บท่าใช้คัดเลือกข่าวมานำเสนอ และการใช้แหล่งข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ

จากการวิจัยพบว่าการคัดเลือกข่าวของเว็บท่าภายในประเทศจะพิจารณาจากองค์ประกอบของคุณค่าข่าว (News Value) ดังนี้ (ศศิธร ยุกโกศล, 2545)

1.ความทันเหตุการณ์ (immediacy/timeliness) เว็บท่าภายในประเทศจะเน้นในเรื่องของความทันเหตุการณ์เป็นสำคัญ ทีมงานที่มอนิเตอร์เว็บข่าวสามารถนำเสนอได้รวดเร็วเท่ากับเว็บข่าวออนไลน์ก็จะได้ยังได้รับความสนใจ ช่องทางในการกระจายข่าวของเว็บไซต์จะไม่หยุดอยู่ที่หน้าเว็บเพจของตัวเองเท่านั้นแต่มีการกระจายความรวดเร็วผ่านการรายงานข่าวบนเครือข่ายข้อความสั้นผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเครือข่ายสังคมเช่น Facebook และ twitter

2.ความสำคัญหรือความเด่น (Prominence) เว็บมาสเตอร์เว็บท่าภายในประเทศให้ความสำคัญประเด็นนี้เป็นหนึ่งในองค์ประกอบเพราะข่าวที่มีความโดดเด่นจะสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านได้ง่าย ข่าวเด่นก็มักจะปรากฏอยู่ในหน้าของเว็บข่าวอยู่แล้วทำให้ง่ายต่อการคัดเลือกในลำดับที่สอง

3.ความลึกลับซ่อนเงื่อน (mystery/suspense) เรื่องลึกลับที่ยังหาข้อพิสูจน์ไม่ได้มักจะอยู่ในความสนใจของผู้อ่านเสมอ เช่นข่าวเกี่ยวกับสัตว์ประหลาด ข่าวเกี่ยวกับวิญญาณ หรือข่าวเกี่ยวกับการเสียชีวิตสลากรินแบ่ง เป็นต้น

4.ความขัดแย้ง (Conflict) ประเด็นเรื่องความขัดแย้งมักจะเป็นประเด็นหลักในข่าวเสมอ เพราะข่าวเด่นในประเทศไทยเองจะเน้นในเรื่องของความขัดแย้งเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เช่นเว็บมาสเตอร์ของเอ็มไทยที่จะเน้นในเรื่องการขัดแย้งทางการเมืองเป็นประเด็นสำคัญของเว็บไซต์

5.องค์ประกอบทางด้านเพศ(Sex) เรื่องเกี่ยวกับความดึงดูดใจทางเพศ มักจะอยู่ในความสนใจของผู้ใช้งานเพราะสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่และสามารถเข้าถึงง่ายและมีความเป็นส่วนตัวสูง

6.ความก้าวหน้า (progress/change) เนื่องจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนมากเป็นกลุ่มที่มีความสนใจเรื่องเทคโนโลยีเป็นพื้นฐานอยู่แล้วทำให้เรื่องเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่างๆมักจะได้รับ ความสนใจ

ลักษณะเด่นของเว็บท่าภายในประเทศคือการนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายแต่ในความเป็นจริงเว็บท่าภายในประเทศมีทิศทางการนำเสนอที่แตกต่างกันไปตามรูปแบบเนื้อหาของเว็บไซต์ เช่นเว็บเอ็มไทยให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องการเมือง เว็บสยามซ่าและซาบซ่าให้ความสนใจกับเรื่องวงการบันเทิงเป็นหลัก แต่เว็บท่าภายในประเทศไม่สามารถนำข่าวออนไลน์เฉพาะด้านที่ตัวเองสนใจอย่างเดียวนำเสนอเนื่องจากฐานผู้ใช้งานของเว็บท่าภายในประเทศมีขนาดกว้างและผู้ใช้งานมีพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่างกันจึงจำเป็นจะต้องมีการนำข่าวประเภทอื่นๆเข้ามาไว้ในเว็บไซต์ด้วยเช่นข่าวกีฬา ข่าวอาชญากรรม ข่าวเทคโนโลยี เป็นต้น

ผลการวิจัยพบว่าภายหลังการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์เพื่อควบคุมการผลิตข่าวออนไลน์ เกณฑ์ที่เว็บท่าภายในประเทศใช้ในการคัดเลือกข่าวไม่แตกต่างกับเกณฑ์ที่ใช้ในช่วงก่อนก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

แม้ชื่อเรียกร่องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จะส่งผลต่อรูปแบบการผลิตข่าวแต่ก็ไม่ส่งผลต่อเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าว เพราะการคัดเลือกข่าวของเว็บท่าภายในประเทศคือใช้ประเภทของเนื้อหาข่าวที่เว็บไซต์ให้ความสำคัญเป็นหลักประกอบกับการเลือกใช้ข่าวที่สามารถตอบสนองของความต้องการของผู้ใช้งานทำให้ข่าวเด่นของเว็บข่าวออนไลน์ไม่จำเป็นจะต้องเป็นข่าวเด่นบนเว็บท่าภายในประเทศเสมอไป

ผลการวิจัยพบว่าทางเลือกใช้แหล่งข่าวของเว็บท่าภายในประเทศถ้าเป็นเว็บที่มีการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาไว้ละเอียดแหล่งข่าวที่เลือกใช้ต้องมีความหลากหลาย แต่เว็บท่าขนาดกลางหมวดหมู่ของข่าวไม่เยอะ การเลือกใช้แหล่งข่าวก็จะแคบกว่าและเน้นข่าวเฉพาะด้าน แต่ถ้าเป็นเว็บท่าที่เน้นการทำธุรกิจเกี่ยวกับข่าวออนไลน์การเลือกใช้แหล่งข่าวก็จะเป็นเว็บไซต์ข่าวออนไลน์การทำสัญญาร่วมกัน

พฤติกรรมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่งผลกระทบต่อการใช้แหล่งข่าวเนื่องจากผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศเพียงครั้งละ 6-30 นาทีและเปิดรับแค่ 2-5 ครั้งเท่านั้น ส่งผลให้ข่าวที่เว็บท่านำมาใช้จะเน้นไปที่แหล่งข่าวชั้นนำที่สามารถอัปเดตข้อมูลได้เร็วที่สุด แหล่งข่าวที่สามารถอัปเดตข้อมูลได้รวดเร็วมักจะเป็นเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ขนาดใหญ่ที่เป็นสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ เพราะว่ามีความพร้อมในการผลิตข่าว รวมไปถึงการใช้แหล่งข่าวที่มีความน่าเชื่อถืออย่างเว็บข่าวชั้นนำเพื่อช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของเว็บท่าภายในประเทศ

ผลการวิจัยพบว่าภายหลังการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์เพื่อความคุ้มครองการผลิตข่าวออนไลน์ผู้วิจัยพบว่าแหล่งข่าวที่เว็บท่าภายในประเทศเลือกใช้เปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบของการนำเสนอข่าวออนไลน์

แม้เว็บท่าภายในประเทศจะไม่สามารถใช้แหล่งข่าวชั้นนำได้แต่ก็สามารถใช้แหล่งข่าวทางเลือกอื่นที่ไม่ได้ที่เป็นสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์แทนได้เพราะแหล่งข่าวขนาดเล็กต้องการทำให้เว็บข่าวของตัวเองเป็นที่รู้จักมักจะยินยอมให้เว็บท่าภายในประเทศนำข่าวออนไลน์ไปผลิตซ้ำและแสวงหาผลประโยชน์ได้ แต่ถ้าจำต้องใช้ข่าวจากเว็บข่าวในสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ก็สามารถใช้รูปแบบการผลิตข่าวด้วยการนำข่าวมาเรียบเรียงใหม่ได้

งานวิจัยของกานตวี ปานสีเทา (2545) เรื่องบทบาทของเว็บมาสเตอร์ในการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่าเนื้อหาที่เผยแพร่บนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่อ้างอิงกับเนื้อหาที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม เนื้อหาดังกล่าวต้องผ่านขั้นตอนการคัดเลือกจากกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการจัดทำข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับกระบวนการคัดเลือกข่าวของเว็บท่าภายในประเทศสามารถพบความแตกต่างเนื่องจากการทำงานของเว็บท่าภายในประเทศมีความอิสระมากกว่าและมีทีมงานที่ตัดสินใจเลือกข่าวนำเสนอเพียง 2-3 คน เว็บมาสเตอร์สามารถแทรกข่าวข่าวประชาสัมพันธ์ของทางเว็บไซต์ลงไปหน้าข่าว รวมไปถึงการเน้นความรวดเร็วในการนำเสนอเป็นหลักสามารถส่งผลให้ขาดการพิจารณาถึงผลกระทบที่จะเกิดต่อผู้อ่านในด้านศีลธรรม


ภาพที่ 33 การแทรกข่าวประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์ลงไปในหน้าข่าวออนไลน์



บทบาทการเป็นนายประตู่ข่าวสารของเว็บทำภายในประเทศก่อนถูกขมขรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์เรียกร้องให้เปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าวมีบทบาทเป็นเพียงการคัดเลือกข่าวที่เว็บมาสเตอร์สนใจมานำเสนอบนเว็บไซต์เท่านั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงประเด็นข่าวและหัวข้อข่าวแต่เมื่อถูกขมขรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์เรียกร้องให้เปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าวทำให้เว็บทำภายในประเทศต้องเปลี่ยนรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์ไปเป็นการเรียบเรียงข่าวใหม่ส่งผลให้การเป็นนายประตู่ข่าวสารของเว็บทำเปลี่ยนบทบาทจากที่เคยเป็นเพียงผู้คัดเลือกเพียงอย่างเดียวเปลี่ยนไปเป็นผู้ตัดแปลงข่าวสาร ทำให้ข่าวถูกเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมและเว็บมาสเตอร์ของเว็บทำภายในประเทศสามารถแทรกความคิดเห็นของผู้เรียบเรียงลงไปในเรื่องหาข่าวได้และข่าวที่ถูกตัดแปลงไปเว็บมาสเตอร์เว็บทำภายในประเทศสามารถเน้นสีของใจความสำคัญของข่าวที่ถูกเรียบเรียงขึ้นใหม่

ภาพที่ 34 การแสดงความคิดเห็นลงไปในเรื่องหาข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศและการเน้นสี
ข้อความที่เป็นใจความสำคัญ

ข่าว: (จวย) โอกาส จากผลเลือกตั้งซ่อม!!

โฆษณาโดย Google  VDO Software Clip X Clip Search คลิป Vidéo Clip

บทความนี้เขียนโดย [nattawat 86](#), โพสต์เมื่อ วันอังคารที่ 27 กรกฎาคม 2010 เวลา 09:21:34, ในหมวด [สภปช](#)
[ข่าว](#) และ [ประชาธิปไตย](#), [พนัช วิภคเศรษฐ์](#), [ส.ส.](#), [เขต6](#), [เลือกตั้ง](#). ปิดแสดงความคิดเห็น.



ส่งต่อ



แท็ก

[ประชาธิปไตย](#)
[พนัช วิภค](#)
[เศรษฐ์](#)
[ส.ส.](#)
[เขต6](#)
[เลือกตั้ง](#)

หมวดข่าว

[สภปชข่าว](#)

อื่นๆ

[RSS link](#)
[ส่งผลกระทบต่อ](#)
[แสดงความคิดเห็น](#)

(จวย) "โอกาส" จากผลเลือกตั้งซ่อม!!

คงสไตล์ความเป็น "ประชาธิปไตย" ไปได้ทุกกระเบียดนิ้ว.. สำหรับ "พนัช วิภคเศรษฐ์" ผู้ซึ่งเพิ่งจะได้รับการเลือกตั้งเป็น ส.ส.กทม. เขต 6 แทนตำแหน่งที่ว่างลง โดยระบุในการแถลงข่าวหลังรู้ผล บอกว่า ปชป. ชนะโดยไม่มีกรข้อเสีย ชนะเพราะประชาชนหวังจะเห็นความปรองดองฯ ชนะโดยไม่ได้ใส่ร้าย โจมตีฝ่ายตรงข้าม ฯลฯ ส่วนเป็นเหตุผลที่ชนะ

เอาเถอะๆ คนชนะแล้วจะทำอะไรก็ได้..สุดแท้แต่จะคิดทำ!!

ทว่าปากฝั่งผู้แพ้การเลือกตั้ง "ซ่อม" ครั้งนี้ อย่าง "พรรคเพื่อไทย" ก็ฉลาดใช้เล่น เพราะแทนที่จะมีร่องแรก แหกกระเซอ กลับออกมายอมรับและสร้างภาพให้กำลังใจกันเองอย่างสุดซึ้ง...

"พรรคประเมินล่วงหน้าแล้วว่าการณ์นายก่อแก้วไม่สามารถออกมาหาเสียงได้ โอกาสชนะ มีน้อย ประเมินว่าอาจจะแพ้กันครึ่งต่อครึ่งด้วยซ้ำไป" ความเห็นเลขาธิการพรรคเพื่อไทย "สุนีย์ เหลืองวิจิตร" หลังทราบผลเลือกตั้ง

ไม่เพียงเท่านั้น พลันสิ้นสุดการนับคะแนนเสียง ชาวคราวจาก "ทักษิณ ชินวัตร" แพลมออกมาทันที

"...รายงานข่าวแจ้งว่า หลังทราบผลอย่างไม่เป็นทางการ พ.ด.ท.ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกฯ ได้ โทรศัพท์จากต่างประเทศมาให้กำลังใจ นายวิชาญ มินชัยนันท์ ผอ.เลือกตั้งซ่อมพรรคเพื่อไทย และ คณะทำงาน

โดยบอกว่ารู้สึกพอใจกับผลการเลือกตั้ง เพราะเรารู้สึกกับอำนาจรัฐและคะแนนออกมาได้ขนาดนี้ก็พอใจแล้ว ขอให้ช่วยกันทำงานต่อไป..."

ต้องไม่ลืมว่า "พรรคเพื่อไทย" เติบโตมาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ด้วยบท "ผู้รักประชาธิปไตย" ดังนั้นการ รู้แพ้ รู้ชนะ เป็นสิ่งที่พึงกระทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการใช้ชื่อ "นายใหญ่" มาเล่นบทนี้ ยิ่งทำให้ได้ใจบรรดาแฟนคลับ นอกพื้นที่เขต 6 กทม. ไปเต็มๆ

หลังจากนี้คงต้องรอดูจำนวนประชากรที่จะมีผลต่อการเลือกตั้งใหญ่ในอนาคตต่อไป!!

โดย ทีมข่าวMThai



การพึ่งพาแหล่งข่าวจากเว็บท่าภายในประเทศของผู้ใช้งาน

การเก็บข้อมูลก่อนการวิจัยพบว่าเว็บไซต์ประเภทเว็บท่าจะมีผู้เข้าชมรายวันเฉลี่ย 500,000 ครั้งต่อวัน ทำให้ผู้วิจัยคาดว่าผู้ใช้งานทั้งหมดมีการพึ่งพาแหล่งข่าวจากเว็บท่าภายในประเทศเพียงอย่างเดียวแต่จากผลการวิจัยกลับพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ไม่ได้เปิดรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศเพียงแหล่งเดียวเท่านั้น ผู้ใช้งานร้อยละ 74 มีการใช้งานแหล่งข่าวอื่นๆประกอบการใช้งานอินเทอร์เน็ตด้วยและแหล่งข่าวที่ได้รับความนิยมคือหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สาเหตุที่ปัจเจกบุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ตามแนวคิดของ McCombs and Becker (พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์, 2542 :12) ก็เพื่อสนองความต้องการทั้ง 6 ประการดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์(Surveillance) การติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่างๆรอบตัวจากสื่อมวลชนเพื่อรู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัยและรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ(Guidance) เพื่อใช้ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวันเพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
4. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มันคงยิ่งขึ้นหรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว
5. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา(Anticipated Communication)
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งผ่านคลายอารมณ์

ผลการวิจัยเมื่อนำมาวิเคราะห์พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานทั้งหมดมีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลาสั้นทำให้มีทางเลือกหลากหลายในการใช้งานเว็บไซต์ ประกอบกับจุดเด่นของเว็บท่าภายในประเทศมีจุดมุ่งหมายในการนำเสนอเพื่อความบันเทิง(Entertainment) เป็นหลัก ทำให้ผู้ใช้งานมีทางเลือกในการใช้งาน

เว็บท่าภายในประเทศในด้านอื่นๆ เช่นใช้เพื่อฟังเพลงออนไลน์ ใช้เพื่อรับชมวิดีโอคลิปเป็นต้น แต่การติดตามข่าวออนไลน์เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) ผู้ใช้งานเจาะจงใช้งานเว็บข่าวออนไลน์เป็นลำดับแรก

ผู้วิจัยให้ความสนใจกับผู้ใช้งานที่เหลือน้อยละ 26 ว่าสาเหตุใดผู้ใช้งานจึงเลือกที่จะเปิดรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศเพียงแหล่งเดียวเท่านั้นจึงทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้งานข่าวเฉพาะเว็บท่าภายในประเทศเท่านั้นจากผลการวิจัยพบว่าสาเหตุที่ผู้ใช้งานเปิดรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าเพียงแหล่งเดียวในการใช้งานอินเทอร์เน็ตคือ 1.เว็บท่ามีข้อมูลครบทุกอย่าง 2.มีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ 3.มีการใช้งานเป็นประจำ

พฤติกรรมการฟังข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศเพียงแหล่งเดียวเกิดจากความพึงพอใจของผู้รับสาร Katz, Blumler and Gurvitch (1974) ที่ได้เสนอว่า “การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของผู้รับสารจะมาจากการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนที่คาดหวังว่าจะให้สารสนเทศตามความต้องการ อันเกิดจากสภาวะทางจิตใจและทางสังคม” ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเลือกใช้งานด้านข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศ มีสาเหตุมาจากการที่เว็บท่าภายในประเทศได้รวบรวมข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆเข้ามาไว้ในเว็บไซต์ของตัวเอง ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งาน รวมไปถึงเว็บท่าภายในประเทศมีเนื้อหาที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน (Needs) ตามที่ได้มีความคาดหวังไว้ (Expect) และเมื่อเว็บท่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ก็จะส่งผลให้พฤติกรรมของผู้ใช้งานกลับมาใช้งานเว็บท่าภายในประเทศซ้ำๆไม่คิดจะเปลี่ยนไปฟังข่าวแหล่งข่าวอื่นๆ

ผลการวิจัยพบว่าในด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานทั้งหมดมีความพึงพอใจข่าวออนไลน์ที่ถูกนำมาผลิตซ้ำบนเว็บท่าภายในประเทศในระดับสูง

ความพึงพอใจของผู้ใช้งานสามารถวิเคราะห์ได้ตามแนวคิดของ McQuil (ชัชวรินทร์ สันนิเดช, 2546) ที่ได้จัดกลุ่มการใช้งานเพื่อสร้างความพึงพอใจจากสื่อในมุมมองของผู้ใช้งานออกเป็น 4 ด้านคือ

1.ความเพลิดเพลิน (Diversion) จะออกในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบเลี่ยงออก

จากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ หรือเพื่อหลบหนีปัญหา

2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เป็นการใช้สื่อเพื่อ เสริมความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

ในสังคม

3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เป็นการใช้สื่อเพื่อต่อยุ่หรืออ้างอิง

กับกลุ่มเพื่อเสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง

4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) เป็นหน้าที่พื้นฐานในการเปิดรับสื่อ

คุณลักษณะเด่นของเว็บท่าภายในประเทศคือการรวบรวมเนื้อหาข่าวสารออนไลน์ทุกประเภทเอาไว้บนเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานเป็นสำคัญทั้งในด้านความบันเทิง การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งาน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ความทันสมัยและการติดตามข่าวสารทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีความต้องการเสพย์ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามคุณลักษณะทางประชากร สอดคล้องกับแนวคิดของ McQuil (1972) เว็บท่าภายในประเทศสามารถสนองความต้องการทั้ง 4 ด้านของผู้ใช้งานจึงสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานและส่งผลให้เข้ามาใช้งานเป็นประจำสืบไป

การศึกษาในประเด็น “ผู้ใช้งานพึงพอใจข่าวจากเว็บท่าภายในประเทศที่มีบทบาทเป็นนายประตูข่าวสารลำดับที่สอง” จากผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้งานมีความพึงพอใจที่จะเลือกรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าด้วยเหตุผลหลักคือ ลักษณะของข่าวออนไลน์ที่ถูกคัดเลือกจากเว็บท่าภายในประเทศเป็นข่าวที่ไม่หนักมาก

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้งานพบว่าผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศมีแนวโน้มพึงพอใจความหลากหลายของข่าวออนไลน์ที่น่าเสนอบนเว็บท่าภายในประเทศมากกว่าที่จะคำนึงถึงคุณภาพของเนื้อหาข่าวที่น่าเสนอบนเว็บไซต์ แม้ว่าเว็บมาสเตอร์จะทำการผลิตซ้ำด้วยวิธีการเรียบเรียงข่าวขึ้นใหม่และคัดกรองข่าวที่ตัวเองสนใจเท่านั้น ก็จะไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเพราะพฤติกรรมของผู้ใช้งานสะท้อนให้เห็นว่าผู้อ่านข่าวมีการติดตามไปยังแหล่งข่าวในระดับปานกลางเท่านั้นและไม่ได้ให้ความสำคัญกับแหล่งข่าวแต่จะเน้นไปที่ความรวดเร็วของข่าวมากกว่าทำให้เกิดความพึงพอใจในระยะยาวนานตราบเท่าที่เว็บท่ายังคงมีเนื้อหาข่าวที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้ใช้งานได้

จริยธรรมในการนำเสนอข่าวออนไลน์

พนัส หันนาคินทร์ (2523) ได้ให้ความความหมายว่า จริยธรรม หมายถึงความประพฤติอันพึงปฏิบัติต่อตนเอง ต่อผู้อื่นและต่อสังคม ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองเกษมสุขขึ้นในสังคมและสมาชิกในสังคม การที่จะปฏิบัติให้เป็นไปเช่นนี้ได้ผู้ปฏิบัติต้องรู้จักว่าสิ่งใดถูกต้องสิ่งใดผิด ดังนั้นการปฏิบัติตามจริยธรรมจึงต้องประกอบกันทั้งความรู้สึทางใจ และการปฏิบัติทางกายอันสอดคล้องกับความรู้สึทางจิต

การละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าประเทศด้วยการคัดลอกข่าวออนไลน์ของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์มาผลิตซ้ำบนเว็บไซต์ของตัวเอง เป็นการกระทำผิดกรรม Cyber plagiarism ญัฐพร ศรีสติ(2548)ได้กล่าวว่คือการใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อการขโมยผลงานคนอื่นด้วยการใช้ชุดคำสั่ง cut copy และ paste ช่วยในการนำข่าวออกไปจากเว็บข่าวออนไลน์เพื่อไปผลิตซ้ำและแสวงหาผลประโยชน์

ระดับความตระหนักถึงควมมีลิขสิทธิ์ในเนื้อหาของเว็บท่าภายในประเทศมีอยู่ 3 ระดับดังแสดงในตารางที่ 30

ตารางที่ 30 ระดับความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวออนไลน์

มีความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ข่าวออนไลน์มาก	มีความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ปานกลาง	ไม่ตระหนักถึงลิขสิทธิ์ข่าวออนไลน์
มีความเกรงใจเนื้อหาข่าวออนไลน์และไม่มีพฤติกรรมกาะเมิดลิขสิทธิ์มีการใช้ ลิงค์ เชื่อมโยงกลับไปยังแหล่งข่าวและทำสัญญาแบ่งผลประโยชน์กับผู้ผลิตข่าว	มีพฤติกรรมละเมิดลิขสิทธิ์เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจ แต่เมื่อถูกเรียกร้องให้เปลี่ยนรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์ก็ยินยอมที่จะปฏิบัติตาม	เห็นว่าข่าวเป็นข้อเท็จจริงที่ไม่ใช่สมบัติของเว็บข่าวสามารถนำไปใช้ได้อย่างเสรีและมีการแสวงหาผลประโยชน์จากเนื้อหาข่าวอย่างเต็มรูปแบบเมื่อถูกร้องขอก็ไม่ปฏิบัติตามและเปลี่ยนรูปแบบการทำข่าวด้วยการเรียบเรียงใหม่

การผลิตและนำเสนอข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์ของผู้ผลิตข่าวออนไลน์มีการกำกับถึงลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวออนไลน์อยู่ในส่วนล่างสุดของเว็บไซต์ดังแสดงในภาพที่ 35

ภาพที่ 35 ข้อความระบุถึงลิขสิทธิ์ในเนื้อหาของข่าวออนไลน์ ผู้จัดการ มติชน และ สยามกีฬา



ไชยยศ เหมะรัชตะ (2543) กล่าวว่า ลิขสิทธิ์ คือ สิทธิแต่ผู้เดียว (Exclusive right) ที่กฎหมายกำหนดให้ความคุ้มครองแก่ผู้สร้างสรรค์ หรือเจ้าของงานที่จะไม่ให้ผู้อื่นมากระทำ หรือใช้หรือหาประโยชน์จากงานสร้างสรรค์นั้น โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

การใช้งานเนื้อหาข่าวสามารถนำไปใช้ได้แต่มีข้อกำหนดว่าจะต้องเป็นการใช้แบบเป็นธรรม (Fair Use) พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 ได้บัญญัติเรื่องข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ไว้ในมาตรา 32 โดยกำหนดให้การใช้งานลิขสิทธิ์ในบางลักษณะสามารถทำได้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เพราะถือว่าเป็นการใช้ที่เป็นธรรมการใช้งานลิขสิทธิ์ดังกล่าวตามที่พระราชบัญญัติกำหนดไว้จะต้องอยู่ภายใต้หลักการสำคัญ 2 ประการ ประกอบกันคือ

- 1) ต้องไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์ตามปกติของเจ้าของลิขสิทธิ์
- 2) ต้องไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิอันชอบด้วยกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร

เว็บไซต์ภายในประเทศนำข่าวออนไลน์ไปผลิตซ้ำเพื่อแสวงหาผลประโยชน์อย่างด้วยการนำเสนอโฆษณาประชาสัมพันธ์และการนำข่าวไปให้บริการข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นการขัดต่อการนำเสนอหาไปใช้อย่างเป็นธรรม วีจิก คูหะมณี (2552) ได้กล่าวว่า การใช้งานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นจะต้องไม่มีลักษณะเป็นการกระทำเพื่อการค้าหรือหากำไร โดยปกติการใช้งานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นเพื่อการค้าหรือหากำไร ผู้ใช้จะต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้แก่เจ้าของ แต่การกระทำของเว็บไซต์ภายในประเทศนั้นเป็นการไม่ให้ความเคารพต่อผู้ผลิตเนื้อหาข่าวออนไลน์และนำไปสู่การก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

ภาพที่ 36 การแสวงหาผลประโยชน์จากเนื้อหาข่าวออนไลน์ด้วยการนำเสนอโฆษณาของเว็บไซต์ข่าว



ภาพที่ 37 การแสวงหาผลประโยชน์จากเนื้อหาข่าวออนไลน์ด้วยการนำเสนอโฆษณาของเว็บไซต์เอ็มไทย



สืบเนื่องจากประเภทของงานที่ลิขสิทธิ์ตามมาตราพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ไม่คุ้มครองตามมาตรา 7 นั้นรวมข่าวประจำวันเอาไว้ ทำให้เมื่อก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ขึ้นมายังมีประเด็นถกเถียงในเรื่องอำนาจของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ในการเรียกร้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ

จากผลการวิจัยพบว่าอำนาจที่ชมรมผู้ผลิตออนไลน์เรียกร้องให้เปลี่ยนรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบคือ อำนาจเรียกร้องตามจริยธรรมและอำนาจเรียกร้องตามกฎหมาย

อำนาจตามเรียกร้องตามหลักจริยธรรมของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างให้เกิดจรรยาบรรณในวิชาชีพเพราะการนำข่าวออนไลน์ไปผลิตซ้ำและแสวงหาผลประโยชน์ของเว็บท่าภายในประเทศเป็นการขัดต่อบทบัญญัติของมารยาทผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ทั้ง 10 ประการของ Arlene H. Rinaldi ในข้อที่ว่าด้วยการ “ไม่ใช่คอมพิวเตอร์ทำลาย ละเมิด หรือก่อกวนผู้อื่น” “ไม่ใช่คอมพิวเตอร์เพื่อจารกรรมข้อมูลข่าวสารของผู้อื่น” และ “ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเองควรมีการอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของผลงานนั้น” เมื่อชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์พบการกระทำที่เข้าข่ายการละเมิดลิขสิทธิ์ของตนเองจะทำการส่งจดหมายแจ้งเตือนและเรียกร้องให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์ให้เป็นตามข้อเรียกร้องที่ทางชมรมได้กำหนดคือ การ

นำเสนอข่าวด้วยรูปแบบ RSS Feed แต่ก็ยังมีเว็บทำภายในประเทศที่เพิกเฉยต่อข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ทำให้ต้องใช้อำนาจในทางกฎหมาย

อำนาจตามกฎหมายของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ถึงแม้ว่าข่าวจะไม่ถูกคุ้มครองตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 แต่ทางชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์สามารถตีความทางกฎหมายว่าการใช้คำพาดหัวข่าวถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ผลิตและเปรียบได้กับงานวรรณกรรมเพราะต้องผ่านกระบวนการคิดขึ้นเอง พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ได้ขยายความของ “ลิขสิทธิ์” ด้วยมาตรา 15 ต่อไปว่า เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมมีสิทธิแต่ผู้เดียวดังต่อไปนี้

- 1 ทำซ้ำหรือดัดแปลง
- 2 เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- 3 ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์และสิ่งบันทึกเสียง
- 4 ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น
- 5 อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิตาม 1 2 หรือ 3 โดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างไรก็ได้หรือไม่ก็ได้ แต่เงื่อนไขดังกล่าวจะกำหนดในลักษณะที่เป็นการจำกัดแข่งขันโดยไม่เป็นธรรมไม่ได้

อำนาจทางกฎหมายของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์สามารถบังคับได้ในช่วงแรกที่เว็บทำภายในประเทศคัดลอกข่าวไปใช้ทั้งหมดเท่านั้น เมื่อรูปแบบการผลิตเปลี่ยนแปลงไปเป็นการเรียบเรียงข่าวเว็บทำภายในประเทศก็สามารถหลีกเลี่ยงข้อการเรียกร้องตามกฎหมายที่นำเรื่องของการใช้พาดหัวข่าวมาเป็นประเด็นในการฟ้องร้องได้และเมื่อเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมส่งผลให้ทางชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์แพ้คดีความในท้ายที่สุด

ความเข้าใจในเรื่องการละเมิดจริยธรรมของเว็บทำภายในประเทศและชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์มีความแตกต่างกัน เว็บทำภายในประเทศมองว่าการปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคายเป็นเรื่องละเมิด

จริยธรรมที่รุนแรงที่สุดเพราะขัดต่อหลักจริยธรรมและยังส่งผลให้ผู้ละเมิดมีความผิดได้ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การหมิ่นประมาท มาตรา 326 มาตรา 328 มาตรา 423 ตามประมวลกฎหมายทางแพ่งและทางอาญา

สาเหตุที่เว็บมาสเตอร์เว็บทำภายในประเทศมองว่าประเด็นด้านการแสดงความคิดเห็นเป็นพฤติกรรม ละเมิดจริยธรรมที่ร้ายแรงกว่าการนำข่าวไปผลิตซ้ำเพราะการปล่อยให้มีความคิดเห็นที่หยาบคายอยู่บนระบบ ของเว็บไซต์สามารถส่งผลกระทบต่อตัวเว็บไซต์ และเป็นความผิดที่มีคดีความเป็นตัวอย่าง แตกต่างจาก ความผิดจากการนำข่าวไปผลิตซ้ำที่ยังไม่มีคดีความเป็นตัวอย่างและเป็นเพียงการละเมิดจริยธรรมเท่านั้นทำให้เว็บทำไม่รู้สึกรู้สีกวาดกั้วต่อการกระทำผิดและยังมีการแสวงหาผลประโยชน์ต่อไป

แต่ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์มองว่าการนำข่าวไปผลิตซ้ำเป็นพฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมรุนแรงที่สุดเพราะเว็บข่าวออนไลน์จะมุ่งเน้นจะนำเสนอเนื้อหาข่าวสารเป็นสำคัญทำให้มุมมองของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์เน้นไปที่การผลิตซ้ำข่าวสารเป็นหลัก สุธาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2542) ได้กล่าวว่า การนำผลงานของผู้อื่นมาเปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนชื่อผู้เขียนใหม่และมีเจตนาทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิดว่าผลงานเป็นผลงานของตนเป็นการผิดจริยธรรมขั้นรุนแรงการนำผลงานของผู้อื่นมาเปลี่ยนแปลง ไม่จำเป็นที่ผู้กระทำจะต้องเอาผลงานทั้งหมดของผู้อื่นมาทำใหม่เพียงแค่อามาแต่ใจความสำคัญ ไม่มีการอ้างอิงถึงเจ้าของผลงานก็เข้าข่ายการกระทำผิด ไม่จำเป็นว่าเจ้าของผลงานจะมีการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ไว้หรือไม่ นอกจากการผิดจริยธรรมทางวิชาการแล้วยังเป็นการละเมิดจริยธรรมทางธุรกิจที่สำคัญ 10 ประการ (กิตติภูมิ มีประดิษฐ์, 2550) ในข้อที่ 7 การไม่เบียดเบียนคู่แข่ง เนื่องจากเว็บทำและเว็บข่าวออนไลน์มีการนำเสนอข่าวซ้ำถือว่าเป็นคู่แข่งกันโดยตรงทางธุรกิจ การใช้ประโยชน์จากงานของคนอื่นมาใช้หาผลประโยชน์ให้กับตัวเองและทำให้โอกาสทางธุรกิจของเจ้าของเนื้อหาลดลง

การละเมิดจริยธรรมไม่ใช่เพียงการนำเนื้อหาข่าวไปผลิตซ้ำของผู้ผลิตเท่านั้นผู้ใช้งานก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่สามารถเข้าข่ายการละเมิดจริยธรรมในด้านอื่นเช่นกัน

ผลการวิจัยในด้านขอบเขตของผู้ใช้งานพบว่ากลุ่มตัวอย่างยังมีการรับรู้ถึงขอบเขตของผู้ใช้งานที่สามารถกระทำได้และกระทำไม่ได้อยู่ในระดับปานกลาง แต่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบไม่ถูกในประเด็น การนำเนื้อหาข่าวออนไลน์ไปใช้ในเชิงพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างตอบว่าสามารถกระทำได้และขัดต่อบทบัญญัติที่เกี่ยวข้อง

มารยาทเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของ Arlene Rinaldi ในข้อที่ 7 การไม่ใช้ทรัพยากรของระบบคอมพิวเตอร์โดยไม่ได้รับอนุญาต

การที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบว่าการนำข่าวออนไลน์ไปใช้ในเชิงพาณิชย์เป็นสิ่งที่ถูกต้องแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการผลิตซ้ำที่มีการแสวงหาผลประโยชน์ของเว็บท่าภายในประเทศไม่มีบทลงโทษทางกฎหมายและข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ไม่สามารถทำให้การละเมิดลิขสิทธิ์ลดลงทำให้ผู้ใช้งานเข้าใจว่าพฤติกรรมดังกล่าวเป็นเรื่องที่สามารถกระทำได้

ในด้านของการรับรู้ถึงลิขสิทธิ์ในข่าวออนไลน์ ผู้ใช้งานมีระดับการรับรู้ปานกลางแต่ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างตอบว่าสามารถทำได้และไม่ถูกต้องคือ ข่าวประจำวันถูกคุ้มครองจากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างยังขาดการรับรู้ที่ถูกต้อง เป็นผลมาจากประสบการณ์การทำงานในอดีตที่คิดว่าข่าวเป็นงานในหมวดหมู่วรรณกรรมซึ่งเป็นการเชื่อที่ผิดจากจุดมุ่งหมายของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์และควรเร่งทำความเข้าใจกับผู้ใช้งานเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ข่าวออนไลน์ในระดับของผู้ใช้งาน

ส่วนพฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศผู้ใช้งานเลือกให้เหตุผลว่าการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคายเป็นพฤติกรรมที่ละเมิดจริยธรรมเช่นเดียวกับความเห็นจากเว็บมาสเตอร์เว็บท่าภายในประเทศ เนื่องจากจากการมีบทลงโทษทางกฎหมายและมีการตัดสินความผิดเป็นคดีความเป็นตัวอย่างให้เห็นแตกต่างกับการนำข่าวไปผลิตซ้ำที่ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งานในเรื่องการละเมิดจริยธรรมเนื่องจากยังไม่มีบทลงโทษที่แน่ชัดทางกฎหมาย

บทบาทด้านข่าวของเว็บท่า

เว็บท่าภายในประเทศมีบทบาทด้านข่าวออนไลน์จริงแต่เป็นบทบาทในเชิงแสวงหาผลประโยชน์เป็นเพื่อธุรกิจเป็นหลัก เนื้อหาข่าวที่นำเสนอเป็นรูปแบบเดียวกับข่าวที่นำเสนอบนเว็บข่าวออนไลน์ส่งผลให้เว็บข่าวเสียประโยชน์ทางธุรกิจและใช้ข้อบังคับทางกฎหมายเพื่อเรียกร้องให้มีการแบ่งส่วนทางธุรกิจเนื่องจากการทำข่าวมีต้นทุนการผลิต ส่งผลให้เว็บท่าภายในประเทศเปลี่ยนรูปแบบการผลิตข่าวเป็นการเรียบเรียงข่าวออนไลน์

จากบทบาทยานายประตูลำดับที่สองที่เคยทำหน้าที่เพียงแค่การคัดเลือกสารสู่ผู้รับได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นการตัดแปลงสารก่อนจะนำเสนอสู่ผู้รับสารทำให้คุณภาพข่าวลดลงและทางชมรมไม่สามารถควบคุมการผลิตได้เนื่องจากข่าวออนไลน์ถูกเรียบเรียงมาจากหลายๆแหล่งทำให้ไม่สามารถแยกออกได้ว่านำมาจากแหล่งใดมาเรียบเรียงบ้างพฤติกรรมดังกล่าวเป็นก่อให้เกิดการแทรกข่าวของเว็บไซต์และใส่ความคิดเห็นส่วนบุคคลลงไปในเนื้อหาข่าวออนไลน์

การใช้งานเว็บท่าเพื่อการรับข่าวออนไลน์พบว่ามีการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศเพื่อประโยชน์ด้านข่าวจริงแต่ไม่ใช่เว็บท่าภายในประเทศเพื่อการติดตามข่าวเพียงแหล่งเดียวเท่านั้น ผู้ใช้งานมีการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายของเว็บท่าภายในประเทศประกอบการใช้งานอินเทอร์เน็ตเช่นฟังเพลง ชมวิดีโอคลิป เป็นต้น แต่การรับข่าวสารมีการใช้แหล่งข่าวจากเว็บข่าวออนไลน์ประกอบกัน แม้การผลิตข่าวของเว็บท่าทำให้คุณภาพข่าวจะลดลงแต่ไม่สามารถส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บท่าเพราะว่าผู้อ่านจะให้ความสำคัญกับความรวดเร็วและทันเหตุการณ์ในการนำเสนอข่าวของเว็บท่าภายในประเทศและไม่สนใจคุณภาพข่าวเท่าใดนั้น ผู้ใช้งานมองว่าการผลิตซ้ำเป็นเรื่องที่ถูกต้องเพราะยังไม่มีบทลงโทษตามกฎหมายแตกต่างจากการแสดงความคิดเห็นหยาบคายที่มีบทลงโทษตามกฎหมาย

ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ไม่สามารถเรียกร้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตข่าวด้วยการใช้ระบบ RSS feed ได้ เพราะเนื้อหาข่าวออนไลน์ไม่ได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ประกอบกับช่องว่างทางกฎหมายทำให้หลีกเลี่ยงความผิดได้ด้วยการนำข่าวไปเรียบเรียงใหม่ การร่วมกลุ่มกันจัดเป็นชมรมตั้งเพื่อแสดงออกให้เห็นว่าการผลิตแบบเดิมส่งผลกระทบต่อเจ้าของเนื้อหาและสามารถสร้างอำนาจต่อรองกับเว็บท่าภายในประเทศเพื่อขอความร่วมมือในการรักษาจรรยาบรรณของเว็บมาสเตอร์และสร้างจริยธรรมในการนำเสนอข่าวออนไลน์เพื่อเป็นบรรทัดฐานของเว็บไซต์ที่ต้องการนำข่าวไปผลิตซ้ำ

ข้อจำกัดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง”บทบาทด้านข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ”ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจาก 3 กลุ่มตัวอย่าง คือเว็บท่าภายในประเทศ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและเว็บข่าวออนไลน์ รูปแบบการนำเสนอข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศกำลังอยู่ในช่วงปรับปรุงการนำเสนอข่าวออนไลน์เพื่อรับมือกับข้อเรียกร้องของชมรม

ผู้ผลิตข่าวออนไลน์ทำให้เนื้อหาในงานวิจัยนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ในอนาคต ประกอบกับเว็บท่าภายในประเทศที่มีผู้เข้าชมมากบางเว็บไซต์ไม่ต้องการเปิดเผยวิธีการที่พยายามหลีกเลี่ยงข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ผู้วิจัยจึงไม่สามารถเก็บข้อมูลเชิงลึกจากเว็บขนาดใหญ่ได้ทั้งหมด นอกจากนี้ในสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ยังอยู่ในเริ่มต้นการก่อตั้งชมรมทำให้ความเข้าใจที่ตรงกันในเรื่องของข้อกฎหมายอาจมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันบ้าง และในด้านผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบเวลาในการเก็บข้อมูลไม่มากส่งผลให้เครื่องมือวิจัยขาดข้อมูลเชิงลึกในบางประเด็นและจำเป็นต้องใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเข้าช่วยในการขยายประเด็น

ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

1. เว็บท่าภายในประเทศควรปรับตัวด้วยการใช้แหล่งข่าวอื่น ๆ ที่ไม่ได้มาจากอินเทอร์เน็ตเท่านั้น เช่น นำข่าวจากหนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์มานำเสนอหรือขอใช้บทความจากนิตยสารต่างๆหรือผลิตข่าวออนไลน์เอง เพื่อสร้างการแข่งขันการผลิตข่าวออนไลน์และลดข้อขัดแย้งจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์
2. เว็บไซต์ข่าวในสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จำเป็นต้องเปลี่ยนรูปแบบการผลิตข่าวเพื่อป้องกันการนำข่าวไปผลิตซ้ำที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อเว็บไซต์ เช่นการใส่รหัสการเข้าถึงเนื้อหาข่าว ยกเลิกการใช้คำสั่งการคัดลอกตัวอักษรในหน้าข่าว รวมไปถึงการนำเสนอข่าวในรูปแบบไฟล์ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวหรือวิดีโอคลิปแทนตัวอักษรเพื่อเพิ่มความยากลำบากในการคัดลอกข้อมูลไปใช้งาน
3. เว็บข่าวออนไลน์ควรแข่งขันกับเว็บท่าภายในประเทศด้วยปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอที่มีความหลากหลายและทันสมัย รวมไปถึงการเพิ่มเนื้อหาที่รองรับฐานผู้ใช้งานเดียวกับเว็บท่าภายในประเทศเพื่อสร้างทางเลือกในการเสพย์ข่าวที่มีคุณภาพจากเว็บข่าวโดยตรง
4. ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์บังคับให้เว็บไซต์ข่าวที่ไม่เข้าร่วมเป็นสมาชิกและถูกเว็บท่าภายในประเทศนำข่าวไปใช้งานเข้ามาร่วมเป็นสมาชิกกับทางชมรมให้ได้เพื่อตัดช่องทางการละเมิดสิทธิข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ

5. ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ต้องผลักดันวาระการปฏิรูปสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นวาระเดียวกับการปฏิรูปสื่อปี พ.ศ. 2553 เพื่อผลักดันให้การนำข่าวไปผลิตซ้ำมีความผิดตามกฎหมายที่ชัดเจนและมีอำนาจที่สามารถควบคุมการผลิตข่าวให้ถูกต้อง

6. ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ต้องบังคับให้เว็บท่าภายในประเทศมารับทราบข้อตกลงและเซ็น MOU เพื่อผูกมัดการนำเสนอของเว็บท่าภายในประเทศให้ปฏิบัติตามแนวทางของชมรมและมีการดำเนินการที่เด็ดขาดกับผู้ละเมิดเพื่อสร้างบรรทัดฐานในการควบคุมการนำเสนอข่าวออนไลน์

7. เว็บท่าภายในประเทศและชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ควรหันเข้ามาคุยกันและจัดตั้งกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกันในด้านการผลิตข่าวบนเว็บท่าภายในประเทศรวมไปถึงการใช้ข้อดีของตัวเองมาพัฒนาการนำเสนอข่าวเพื่อผลประโยชน์ของผู้บริโภคข่าวเป็นหลัก

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในลำดับต่อไปควรจะศึกษาเพิ่มเติมถึงการผลิตซ้ำที่ข่าวออนไลน์ และการละเมิดลิขสิทธิ์ในเนื้อหาที่เกิดขึ้นบนเว็บไซต์ประเภทอื่นๆ เนื่องจากแนวโน้มของผู้ใช้งานในอนาคตให้ความสำคัญกับการผลิตข้อมูลข่าวสารในระดับปัจเจกบุคคลทั้งในรูปแบบบล็อกและเครือข่ายสังคมเช่น เฟสบุ๊ก หรือ ทวิตเตอร์ เป็นต้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กรรณิการ์ วรรณธนปริดา. การรวมกลุ่มและการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้เรียน E-learning.

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต การสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
,2547.

กระปุกดอทคอม. มิสเวเนซุเอลา คร่ำ Miss Universe 2009. [ออนไลน์]

<http://women.kapook.com/view2200.html?p=1.,2552> [29 สิงหาคม 2252]

กาญจนา แก้วเทพ. สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

ภาพพิมพ์, 2551.

กาญจนา กาญจนทวี. แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2542.

กานต์วี ปานสีเทา. บทบาทของเว็บมาสเตอร์ในการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์.

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2545.

กิตติพงษ์ พงศ์พัฒนานววุฒิ. การศึกษาสถานภาพและกระบวนการควบคุมประตูข่าวสารของสำนักพิมพ์

หนังสือเล่ม ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

กิตติ กั้นภัย. การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ในสังคมสารสนเทศ ในมุมมองใหม่มองสังคมใหม่.

กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เอ็ดิสัน เพรส โปรดักส์ชั่น, 2543.

กิตติภูมิ มีประดิษฐ์. จริยธรรมทางธุรกิจ.[ออนไลน์]

http://www.thailandindustry.com/home/TOPStory_preview.php?id=1698§ion=8&count=Y [14 พฤษภาคม, 2549]

ครรชิต มาลัยวงศ์. เทคโนโลยีสารสนเทศ 1. [ออนไลน์]

http://207.44.134.110/~admin16/ict_ideas/articles/it01.pdf,2540 [12 พฤศจิกายน 2552]

ชาญกิจ ยงปิยกุล. เว็บมาสเตอร์Ryt9. สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2553.

ชุตินันท์ วิวัฒน์นารักษ์. สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2553.

ชัชวพันธ์ สันติเดช. พฤติกรรมในการแสวงหาข้อมูล ความสามารถในการใช้ และประโยชน์ที่ได้จาก

เทคโนโลยีสารสนเทศของประชาชนที่เข้ารับการอบรมหลักสูตรคอมพิวเตอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต การสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ไชยยศ เหมะรัชตะ. ย่อหลักกฎหมายลิขสิทธิ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์นิติธรรม, 2543.

ณัฐริ เพชรไม้. มีอใหม่ท่องเว็บอย่างเซียน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์อินทริโอ, 2550.

ณัฐพร ศรีสติ . ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขโมยคัดลอกผลงานของผู้เข้ามาเป็นของ

ตนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ทางวิชาการของนิสิตนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษาในเขต

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ทรงพร ศรีช่วย. บทบาททางวารสารศาสตร์ในเรื่องสตรีของคุณนิลวรรณ ปิ่นทอง. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

เทพพนม แซ่จ๋อง. สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2553.

ธนกฤติ สุขชัย. สัมภาษณ์, 10 พฤษภาคม 2553.

นพดล อินนา. ไต่ถามงานสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จามจุรีโปรดักท์, 2548.

นวิรัตน์ คุปตานนท์. การพัฒนามารยาทเครือข่ายของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

โสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

นิตา เจียรนัย. สัมภาษณ์, 12 พฤษภาคม 2553.

นรินทร์ เขาวภาว. เว็บมาสเตอร์เอสเอสทีวีผู้จัดการ. สัมภาษณ์, 4 กรกฎาคม 2553.

นันทิดา โอสถกรรม. การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการข่าวภาคเช้าทาง

โทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

ปิยะ ตันตวิเชียร. Thailand Internet Snapshot 2008. [ออนไลน์]

<http://truehits.net/awards2008/downloadppt.php> [22 ธันวาคม 2552]

ปรียสรณ์ อาศรัยราชภูรี. กลยุทธ์การสร้างตราอินเทอร์เน็ตของเว็บทำที่นำเสนอด้วยภาษาไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
, 2543.

ผู้จัดการออนไลน์. ตั้งชมรม “ผู้ผลิตข่าวออนไลน์” ปกป้องลิขสิทธิ์ข่าวเว็บ. [ออนไลน์]

<http://www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9520000112139>

[24 กันยายน 2552]

พนัส หันนาคินทร์. การสอนค่านิยมและจริยธรรม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิณเนศ, 2523.

พรพิมล ศรีม่วง. สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2553.

พรทิพย์ พัฒนานุสรณ์. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นทางเพศของวัยรุ่นไทยที่นำเสนอผ่านทาง

อินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2543.

พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคม ของกลุ่มผู้ใช้สื่อ

อินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

พารณี ปัทมานันท์. การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์กับการรับรู้และปฏิกิริยาตื่นตระหนกของผู้รับสารที่อยู่ใน

ภาวะความเสียหายกรณีโคบอลต์ 60. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วารสารสนเทศ คณะนิเทศ

ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

พิสุทธิณี บัวทรัพย์ . การขยายเครือข่ายและเสริมสร้างอัตลักษณ์กลุ่มวัฒนธรรมย่อยปาร์ตี้แดนตรี.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2551.

แพรวไพลม วิชากรกุล. สัมภาษณ์, 11 เมษายน 2553.

มนัสชล หิรัญรัตน์. สารานุกรมวิกิพีเดียไทยและการสื่อสารความรู้สู่สาธารณะ. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ภาคพิมพ์, 2534.

รวีพิมพ์ กิ่งวัฒนานันท์. การพัฒนาวิชาชีพกับบทบาทรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

,2544.

สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2553.

วรลักษณ์ ธีราโมกษ์. จิตวิทยากับการศึกษากิจกรรมการสื่อสาร. ในเอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรม

ศาสตร์การสื่อสาร หน่วยที่ 1-8 สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, หน้า 47-65.

พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2533.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี ภาษาไทย. เว็บเพจ. [ออนไลน์]

<http://th.wikipedia.org/wiki/เว็บเพจ> [28 มกราคม 2552]

วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี ภาคภาษาไทย. เว็บบอร์ด. [ออนไลน์]

<http://th.wikipedia.org/wiki/เว็บบอร์ด> [28 มกราคม 2552]

วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี ภาคภาษาไทย. เว็บมาสเตอร์. [ออนไลน์]

<http://th.wikipedia.org/wiki/Webmaster> [28 มกราคม 2552]

วีจิก คุณะมณี. RSS กับลิขสิทธิ์ข่าวสาร.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.

วุฒิกกร. เว็บมาสเตอร์สยามซ่า.สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม 2553.

ศศิธร ยุวโกศล. การให้ความหมายข่าวในมุมมองผู้รับสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ศุฉิภา ดวงมณี. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2539.

สมชาติ บุญวิทยา. เว็บมาสเตอร์สยามกีฬา.สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2553.

สุชโสภณ ธิยา. สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2553.

สุขใจ. เว็บมาสเตอร์ซาบซ่า.สัมภาษณ์, 22 กรกฎาคม 2553.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. จริยธรรมทางวิชาการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้า, 2542.

สนุกนิวัฒน์. คลิปลับ หน้าคล้ายไฮโซ ว่อนเชียงใหม่!!!. [ออนไลน์]

<http://news.sanook.com/คลิปลับ-หน้าคล้ายไฮโซ-ว่อนเชียงใหม่-768460.html> [1 มิถุนายน
2552]

สิทธิพงษ์ ผลเสวก. ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศหนังสือพิมพ์มติชน, สัมภาษณ์, 28 มิถุนายน 2553.

สิทธิโชติ สุภาวรรณ. เว็บมาสเตอร์เอ็มไทย. สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2553.

สิริทิพย์ ชันสุวรรณ. งานหนังสือพิมพ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพริก, 2539 สุระเชษฐ พิทยา

พินุลพงศ์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม การเรียนแบบออนไลน์

(e-learning) ของนิสิต นักศึกษาในกรุงเทพมหานคร. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

สุนิตา เข้มทอง. ความตระหนักรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาต่อการละเมิดลิขสิทธิ์

ผลงานวรรณกรรม งานศิลปะ-การแสดง และสื่อทัศนนิพนธ์อินเทอร์เน็ต . วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

อภิชาติ แซ่ตั้ง. สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2553.

เอกลักษณ์ สัมภาษณ์, 12 พฤษภาคม 2553.

ภาษาอังกฤษ

Bittner, J.R. Mass communication: An introduction. 5th ed. New Jersey: Prentice Hall, 1989.

Boczkowski, P. Distribute and conquer Changing regimes of information creation in
online newspapers. Paper presented at the Annual Meeting of the International
Communication Association. Acapulco: Mexico, 2000.

D.M. White. The Gatekeeper: A Case Study in the Selection of News. Journalism
Quarterly Volume 2. London : Routledge , 1950.

Manning White Pop culture in America / Edited with an introd. by David Manning White,

Chicago : Quadrangle Books, 1970.

Maslow H Abraham . Motivation and Personality. New York : Harper&Row Publishers,
1970.

McCombs,M.E. and Becker,L.B., Using Mass Communication Theory, Englewood Cliffs
NJ : Prinxtice hall, 1979.

McQuail, D.; Blumler, J.; Brown. The Television Audience: A Revised Perspective, pp. 132-165.

Harmondsworth: McQuail Sociology of Mass Communication, 1972.

Katz, E. Mass Communication Research and the Study of Culture in Studies in
Public Communication, pp.2:1-6. London: Routlddeg, 1959.

Katz ML.and Others. Media and Rivial Mass communication. London : Routlddeg, 1984.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง “บทบาทด้านการข่าวของเว็บทำยอดนิยม”

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยของบัณฑิตวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการคัดเลือก และจริยธรรมในการนำเสนอข่าวออนไลน์ของเว็บทำ รวมไปถึงพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และการรับรู้ถึงลิขสิทธิ์ข่าวออนไลน์ของผู้ใช้งานเว็บทำ ขอความกรุณาตอบความคิดเห็นที่แท้จริง คำตอบของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและใช้เฉพาะการศึกษาในงานวิจัยนี้เท่านั้น

โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงใน หน้าข้อความที่ต้องการเลือก หรือเติมข้อความที่เป็นจริงลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1.1.เพศ

ชาย

หญิง

1.2.อายุ

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

21-25 ปี

26-30 ปี

31-35 ปี

36-40 ปี 41-45 ปี 46-50ปี มากกว่า50 ปี

1.3.ระดับการศึกษา

 ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ปริญญาตรี ปริญญาโท หรือสูงกว่า

1.4.อาชีพ

 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน/พ่อบ้าน รับจ้าง/ใช้แรงงาน อื่นๆ

1.5.รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

 ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001–10,000 บาท 10,001–15,000 บาท 15,001–20,000 บาท 20,001–25,000 บาท 25,001–30,000 บาท 30,001–35,000 บาท มากกว่า 35,000 บาท

ส่วนที่2 พฤติกรรมการใช้งาน

2.1พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต

2.1.1 ท่านใช้งานอินเทอร์เน็ตมาเป็นระยะเวลานานแค่ไหน?

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 1 ปี – 2 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3 ปี - 4 ปี | <input type="checkbox"/> 5 ปี – 6 ปี |
| <input type="checkbox"/> 7 ปี - 8 ปี | <input type="checkbox"/> มากกว่า8ปี |

2.1.2 ท่านเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจากสถานที่ใดมากที่สุด? (โปรดเลือกเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ที่บ้าน | <input type="checkbox"/> ที่ทำงาน |
| <input type="checkbox"/> สถานศึกษา | <input type="checkbox"/> Internet Cafe' |
| <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ | <input type="checkbox"/> อื่นๆโปรดระบุ..... |

2.1.3 ท่านใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่ออ่านข่าวออนไลน์ในช่วงเวลาใด (ในกรณีที่ท่านออนไลน์ทุกวัน โปรดระบุเวลาที่ท่านเข้าไปใช้บริการอินเทอร์เน็ตมากที่สุด)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 08.01 - 12.00 น. | <input type="checkbox"/> 12.01 - 16.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 16.01 - 20.00 น. | <input type="checkbox"/> 20.01 - 24.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 24.01 - 4.00 น. | <input type="checkbox"/> 4.01 - 08.00 น. |

2.1.4 โดยเฉลี่ยท่านใช้เวลากับการอ่านข่าวออนไลน์เป็นระยะเวลาสั้นเท่าใด?

- น้อยกว่า 5 นาที 6- 30 นาที
- 31-60 นาที มากกว่า 60 นาที

2.2 พฤติกรรมการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

“เว็บท่า (Web portal) คือ ประเภทหนึ่งของเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆที่กระจายตัวอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ตเข้ามาไว้ในเว็บไซต์เดียว โดยผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสามารถรับข้อมูลข่าวสารและสามารถค้นหาข้อมูลที่อยู่ในความสนใจได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยเว็บท่าภายในประเทศที่ได้รับความนิยมอย่างสูงคือ Sanook.com Mthai.com เป็นต้น”

2.2.1 ท่านใช้งานเว็บท่ามาเป็นระยะเวลาสั้นแค่ไหน?

- น้อยกว่า 1 ปี 1 ปี – 2 ปี
- 3 ปี - 4 ปี 5 ปี – 6 ปี
- 7 ปี - 8 ปี มากกว่า 8 ปี

2.2.2 ท่านเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อรับข้อมูลข่าวสารจากเว็บท่าภายในประเทศด้วยรูปแบบใดบ่อยครั้งที่สุด?

(โปรดเลือกคำตอบเดียว)

- ADSL/Broadband Dial up Modem 56K
- WiFi / WLAN LAN บริษัท/องค์กร

- โทรศัพท์เคลื่อนที่ (EDGE/GPRS/EVDO) อื่นๆโปรดระบุ.....

2.2.3 ท่านใช้งานเว็บท่าภายในประเทศเว็บไซต์ใดบ่อยที่สุด? (โปรดเลือกเพียงคำตอบเดียว)

- | | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> sanook.com | <input type="checkbox"/> teenee.com | <input type="checkbox"/> konmun.com |
| <input type="checkbox"/> yenta4.com | <input type="checkbox"/> mthai.com | <input type="checkbox"/> ohozaa.com |
| <input type="checkbox"/> postjung.com | <input type="checkbox"/> kapook.com | <input type="checkbox"/> pukpik.com |
| <input type="checkbox"/> hunsa.com | <input type="checkbox"/> mwake.com | |

2.2.4. จากข้อ 2.2.3 เมื่อเปรียบเทียบกับเว็บท่าภายในประเทศด้วยกันแล้วเหตุผลที่ท่านเลือกใช้งานเว็บท่าภายในประเทศเว็บไซต์นี้คืออะไร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> มีเนื้อหาสาระที่หลากหลาย | <input type="checkbox"/> มีการอัปเดตข้อมูลเป็นประจำ |
| <input type="checkbox"/> อ่านตามเพื่อน | <input type="checkbox"/> ใช้งานเว็บไซต์นี้มานานแล้ว |
| <input type="checkbox"/> มีบทความที่ติดตามอ่าน | <input type="checkbox"/> กิจกรรมชิงโชคบ่อยครั้ง |
| <input type="checkbox"/> เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมสูง | <input type="checkbox"/> มีการตกแต่งเว็บไซต์ที่สวยงาม |
| <input type="checkbox"/> มีกิจกรรมประเภทอื่นๆที่ท่านสนใจ (วิดีโอคลิป ฟังเพลง ไดอารี่ ห้องสนทนา) | |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆโปรดระบุ..... | |

2.2.5. ภายในหนึ่งวันท่านเปิดรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศเป็นจำนวนกี่ครั้ง?

1 ครั้ง

2-5 ครั้ง

6-10 ครั้ง

มากกว่า15 ครั้ง

เปิดทิ้งไว้ทั้งวัน

2.2.6. ท่านรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศเพียงแหล่งเดียวหรือไม่ ?

ใช่ (ข้ามไปข้อ 2.2.8)

ไม่ใช่

2.2.7. จากข้อ 2.2.6 ท่านรับข่าวออนไลน์จากแหล่งใดบ้าง? (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

เครื่องข่ายสังคม

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์

เว็บบอร์ด

RSS Feeds

2.2.8. ท่านให้ความสนใจกับข่าวออนไลน์ประเภทใดในเว็บท่า?

(โปรดเรียงลำดับเรียงลำดับ จาก 1 ถึง 5 โดยเรียงจากประเภทเนื้อหาออนไลน์ที่ท่านสนใจมากที่สุด)

___การเมือง

___อาชญากรรม

___กีฬา

___ชาวบ้านเท็ง

___สาระและประโยชน์

___แวดวงIT

- แฟชั่นความงาม สถานที่ท่องเที่ยว
 ร้านอาหารแนะนำ ข่าวการศึกษา
 ยานยนตร์ เกมส์คอมพิวเตอร์
 อื่นๆ.....

2.2.9. ท่านให้ความสำคัญต่อแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์ในเว็บท่ามากน้อยเพียงใด?

- มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

2.2.10. หลังจากอ่านข่าวออนไลน์ในเว็บท่าแล้วท่านได้ติดตามไปยังแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์หรือไม่?

- ทุกครั้ง บ่อย ปานกลาง ไม่บ่อย ไม่เคย

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้งานข่าวออนไลน์บนเว็บท่าภายในประเทศ

ท่านมีความพึงพอใจข่าวออนไลน์ในด้านต่างๆต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด?

3.1 ด้านเนื้อหาข่าว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.ความสดใหม่ของข่าว					
2.ความละเอียดของข่าว					
3.ความถูกต้องของเนื้อหาข่าว					
4.ความทันต่อเหตุการณ์					

5.ความเป็นเหตุเป็นผลของเนื้อหาข่าว					
6.ความหลากหลายของเนื้อหา					
7 ประเด็นของข่าวที่น่าสนใจ					
8.ความน่าเชื่อถือของข่าว					
9.ความเข้าใจในเนื้อหาข่าว					

3.2 ด้านรูปแบบการนำเสนอ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การแบ่งหมวดหมู่ของข่าวออนไลน์					
การจัดเรียงหน้าข่าว					
รูปแบบการนำเสนอข่าว					
ความสะดวกในการเข้าถึงข่าวที่สนใจ					
การอัปเดตข่าวให้ทันเหตุการณ์ตลอดเวลา					
การเปิดเสรีในการแสดงความคิดเห็น					
การแสดงความคิดเห็นที่สุภาพ					
ความหลากหลายของแหล่งข้อมูล					
การเลือกใช้โทนสีในเว็บไซต์					

ปริมาณข่าวในหน้าหลัก					
การสืบค้นข่าวที่สนใจ					
การนำเสนอโฆษณาแฝง					

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์ข่าวออนไลน์ในเว็บไซต์ประเภทเว็บท่าภายในประเทศ

ปัจจัยต่างๆต่อไปนี้ที่ส่งเสริมการให้ท่านใช้งานข่าวออนไลน์จากเว็บท่ามากน้อยเพียงใด?

4.1 ปัจจัยส่งเสริมการใช้งาน	ระดับการส่งผลต่อการใช้งานข่าวออนไลน์ในเว็บท่า				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สามารถใช้ทดแทนหนังสือพิมพ์ออนไลน์					
ได้มากกว่าแค่อ่านข่าวออนไลน์ (ดูคลิป ฟังเพลง ชมภาพ)					
รูปแบบการนำเสนอน่าดึงดูดใจ					
สามารถประหยัดเวลาในการติดตามข่าว					
มีความหลากหลายของเนื้อหาข่าว					
สามารถรับบริการข่าวออนไลน์ผ่านระบบ ข้อความสั้นทางโทรศัพท์					
ใช้เพื่อรับทราบข่าวโฆษณาประชาสัมพันธ์					

ของผลิตภัณฑ์ที่สนใจ					
สามารถแสดงความคิดเห็นต่อข่าวออนไลน์					

ท่านใช้ประโยชน์ข่าวออนไลน์ในเว็บไซต์ประเภทเว็บทำภายในประเทศในด้านต่างๆเหล่านี้บ่อยครั้งแค่ไหน?

4.2รูปแบบการใช้ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์ข่าวออนไลน์ในเว็บทำ				
	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	ไม่บ่อย	ไม่เคย
ใช้เพื่อติดตามข่าวสารต่างๆระหว่างวัน					
ใช้เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นข่าวออนไลน์ระหว่างผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต					
ใช้เพื่อค้นคว้าและหาข้อมูลอ้างอิงจากข่าวออนไลน์					
ใช้เพื่อสร้างความบันเทิงระหว่างวัน					
ใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อประโยชน์ในด้านธุรกิจและการลงทุน					
ใช้เพื่อตอบสนองอุดมการณ์ทางการเมือง					
ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจต่างๆระหว่างวันเช่น ข่าวสภาพการจราจร หรือข่าวพยากรณ์อากาศ					

ใช้ศึกษาหาความรู้ในด้านต่างๆจาก บทความออนไลน์					
--	--	--	--	--	--

ส่วนที่ 5 ในด้านการรับรู้ถึงควมมีสิทธิในเนื้อหาข่าวออนไลน์

ท่านคิดว่าผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสามารถทำพฤติกรรมเหล่านี้ได้หรือไม่?

5.1พฤติกรรมของผู้ใช้งาน	ขอบเขตของผู้ใช้งาน	
	สามารถทำได้	ไม่สามารถทำได้
การการนำข่าวทั้งหมดไปเผยแพร่บนสื่ออื่นๆบนอินเทอร์เน็ต (เครือข่ายสังคม เว็บไซต์ อีเมล ฯลฯ) โดยทำลิงค์กลับมาที่ แหล่งข่าว		
การนำเนื้อหาข่าวออนไลน์ไปใช้งานในเชิงพาณิชย์		
การตัดเอาใจความสำคัญของข่าวไปเผยแพร่บนสื่ออื่นๆบน อินเทอร์เน็ต (เครือข่ายสังคม เว็บไซต์ อีเมล ฯลฯ)โดยไม่ระบุที่มา		
การเปลี่ยนรูปภาพประกอบข่าวก่อนนำไปเผยแพร่บนสื่ออื่นๆใน อินเทอร์เน็ต (เครือข่ายสังคม เว็บไซต์ อีเมล ฯลฯ)		
การติดตามแก้ไขเนื้อหาข่าวที่นำไปเผยแพร่บนสื่ออื่นๆบน อินเทอร์เน็ต (เครือข่ายสังคม เว็บไซต์ อีเมล ฯลฯ) หลังจากข่าว ของแหล่งข่าวออนไลน์ได้รับการปรับปรุงให้ถูกต้อง		

ท่านคิดว่าประโยคต่อไปนี้ถูกต้องหรือไม่?

5.2 การรับรู้ถึงลิขสิทธิ์ข่าว	การรับรู้ของผู้ใช้งาน	
	ถูกต้อง	ไม่ถูกต้อง
1. เนื้อหาข่าวถูกคุ้มครองโดย พรบ. ลิขสิทธิ์ เช่นเดียวกับผลงานด้านดนตรี ภาพศิลป์ และวรรณกรรม.		
2. รูปภาพประกอบข่าวมี ลิขสิทธิ์ หากต้องการนำไปใช้จำเป็นต้องแจ้งเจ้าของรูปภาพก่อนทุกครั้ง		
3. เนื้อหาข่าวออนไลน์เป็นของสาธารณะใครก็สามารถนำไปใช้งานได้		
4. ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์" ก่อตั้งขึ้นเพื่อปกป้องผลประโยชน์ในด้านข่าวออนไลน์และจริยธรรมในการนำเสนอข่าว		
5. ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์" ออกระเบียบห้ามบุคคลใดๆ นำข่าวออนไลน์ของสมาชิกไปผลิตซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต		
6. "ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์" ไม่มีสิทธิ บังคับผู้ใช้งานเพราะเนื้อหาข่าวไม่อยู่ในการคุ้มครองของ พรบ. ลิขสิทธิ์		

ส่วนที่ 6 ด้านจริยธรรมในการนำเสนอข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ

ท่านคิดว่าพฤติกรรมละเมิดจริยธรรมของการนำเสนอข่าวเหล่านี้มีระดับความรุนแรงมากน้อยเพียงใด?

พฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมในการนำเสนอข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ	ระดับความรุนแรงของการละเมิดจริยธรรม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ไม่ระบุแหล่งที่มาของเนื้อหาข่าว					

การนำเสนอโฆษณาประชาสัมพันธ์ในหน้าข่าว					
การไม่แก้ไขเนื้อหาข่าวให้สมบูรณ์ตามแหล่งข่าว					
ไม่ระบุแหล่งที่มาของภาพประกอบข่าว					
การนำภาพที่มีลิขสิทธิ์มาใช้โดยไม่ขออนุญาต					
การใช้คำพาดหัวข่าวที่ไม่ถูกต้อง					
การนำเนื้อหาจากแหล่งข่าวออนไลน์มาเรียบเรียงใหม่					
การคัดลอกเนื้อหาบางส่วน					
การปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นที่ผิดกฎหมาย					
การปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย					

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

😊 ขอบพระคุณ 😊

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายธณพล รังสาดทอง เกิดเมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2527 ที่จังหวัดสมุทรสาคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี นิเทศศาสตร์ การโฆษณา (วิชาเอกสื่อสารการตลาด) จากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ปีการศึกษา 2549 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2551



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย