

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง "บทบาทด้านการข่าวของเว็บท่ายอดนิคม" 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 กันภัย, 2543 : 101) นิยามความหมายของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ไว้ว่า เป็นการประชุมที่อาศัยคอมพิวเตอร์ (computer conferencing) และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์(electronic mail) เกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (synchronous) หรือต่างเวลา (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 กันภัย,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 อาศรัยราชฎี (2543) นิยามความหมายของเว็บท่าไว้ว่า คือการรวบรวมเว็บไซต์ที่มีเนื้อหา มาจากหลายแหล่งมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้เพื่อจูงใจให้ผู้ใช้ทั่วไปมาใช้ซ้ำ อย่างสม่ำเสมอ

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

เริ่มต้นมาจากการเป็นเว็บที่ให้บริการเฉพาะด้านมาก่อน เช่นเว็บไซต์ Yahoo.com ก็เริ่มต้นจากการเป็นเว็บที่ให้บริการด้านการสืบค้นข้อมูล เว็บไซต์ MSN.com ก็เริ่มต้นมาจากการให้บริการ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์

จุดเปลี่ยนสำคัญของผู้ให้บริการข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมาเว็บทำที่ก่อตั้งขึ้นมาในยุคแรกนั้นจำเป็นต้องปิดตัวลงเป็นผลมาจากวิกฤติเศรษฐกิจและการผลิตเว็บที่มีต้นทุนการผลิตสูงทำให้บริษัทแม่ของเว็บไซต์ต่างๆจำเป็นต้องลดต้นทุนของบริษัท เนื่องจากเว็บไซต์ไม่ได้รับความนิยมเท่าเว็บขนาดใหญ่อย่าง Yahoo.com และ MSN.com ที่มีผู้รับชมนับล้านครั้งต่อวันและมีรายได้จากค่าโฆษณาและค่าการตลาดมูลค่ามหาศาล และกลับไปทำเว็บไซต์ด้านที่ตัวเองถนัดเพียงอย่างเดียวนับตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันรูปแบบการให้บริการข้อมูลเปลี่ยนไปตามยุคสมัย มีบริการต่างเพิ่มเข้ามาในเว็บไซท์เช่น บริการหาค่าบริการดูหนังและฟังเพลงออนไลน์

ในประเทศไทยยุคแรกของการใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจำกัดวงแคบอยู่ในผู้ใช้ระดับสูงเท่านั้น เมื่อโลกเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์กระแสตื่นตัวในการใช้งานอินเทอร์เน็ตก็เริ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2540 การเริ่มต้นนำโทรศัพท์ประจำฐาน (Fixed Line) ต่อเข้ากับคอมพิวเตอร์เพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ทำให้อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของคนไทยมีเพิ่มมากขึ้นการสร้างเว็บไซท์ก็ได้รับความนิยมทั้งเว็บไซท์เพื่อการค้า และเว็บไซท์ที่ให้บริการข้อมูล เว็บไซท์ภายในประเทศที่กำเนิดขึ้นในช่วงแรก คือ Sanook.com ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ.2541 Mthai.com ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2543 hunsu.com ก่อตั้งประมาณปี พ.ศ.2543 และเว็บไซท์ชั้นนำอื่นก็ถือกำเนิดในช่วงเวลาไล่เลี่ยกัน

โครงสร้างของเว็บไซท์ประเภทเว็บทำไม่มีกำหนดกฎเกณฑ์ตายตัวแต่เนื้อหาในเว็บไซท์มักจะประกอบไปด้วยหัวข้อหลัก 5 เรื่องดังนี้ (ปรียสรณ์ อาศรัยราชฎี, 2543:9)

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

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

รูปแบบของเว็บไซต์ประเภทเว็บพอร์ทัลหลักประกอบไปด้วย โลโก้เว็บของไซต์ทางด้านซ้าย และแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาเอาไว้ที่ด้านบนของเว็บไซต์เป็นรูปแบบมาตรฐานของเว็บไซต์ แต่มีบางเว็บทำที่ทำสารบัญของเว็บไซต์และหมวดหมู่ของเนื้อหาสาระบันเทิงเป็นคอลัมน์ด้านซ้ายของหน้าเว็บ ลำดับที่ต่อจากส่วนบนของเว็บไซต์เป็นป้ายโฆษณาหลักของเว็บไซต์ในรูปแบบBanner ภาพเคลื่อนไหว และเนื้อหาข่าวออนไลน์ที่ผู้วิจัยให้ความสนใจจะอยู่ในลำดับต่อลงมา

ภาพที่ 1 ตัวอย่างเว็บไซต์ Sanook.com



โฆษณาบนเว็บท่าภายในประเทศแตกต่างกันไปตามรูปแบบของเนื้อหาเช่นโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามโฆษณาอยู่ในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพสตรี นอกจากขายพื้นที่โฆษณาในรูปแบบแบนเนอร์และแล้วยังมีการขายพื้นที่ข่าวรูปแบบการประชาสัมพันธ์สินค้าเช่น

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



- Giffarine The Branding Project มาร่วมคั่นหานักสร้างแบรนด์รุ่นใหม่ พิธีตรารางวัลรวมกว่า 1,000,000 บาท(Mthai.com)
- สำหรับายปรุจรสเกล้าแก่น้อย เพียงส่งรูปคู่ กับใครก็ได้ที่เป็นคู่ โดนใจกรรมการ รับ Black Berry (sanook.com)

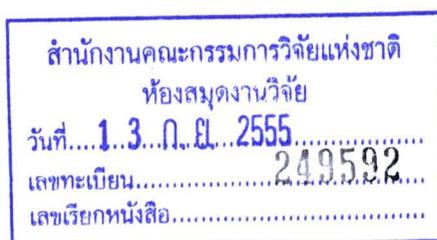
เว็บท่าภายในประเทศมีการให้บริการข่าวออนไลน์ผ่านข้อความสั้นเหมือนกับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์เช่น

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

ผู้วิจัยให้ความสนใจเว็บท่าภายในประเทศเนื่องจากปัจจุบันช่องทางการนำเสนอข่าวสารในโลกอินเทอร์เน็ตนอกจากเว็บไซต์ประเภทข่าวแล้วเว็บท่าภายในประเทศก็ทำหน้าที่กระจายข่าวสารในโลกออนไลน์ได้เช่นเดียวกัน รูปแบบของข่าวนั้นเทียบเท่าการนำเสนอข่าวของเว็บข่าวออนไลน์ เว็บท่าขึ้นนำเปิดตัวมานานและเป็นที่รู้จักของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีจำนวนผู้เข้าชมและใช้บริการในแต่ละวันเป็นจำนวนมาก

### 3.แนวคิดเกี่ยวกับข่าว

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



เข้ารับชมและติดตามข้อมูลข่าวสาร ก่อนที่จะเข้าสู่ความหมายข่าวออนไลน์ ผู้วิจัยอธิบายถึงความหมายสากลของ "ข่าว" เพื่อให้มีความเข้าใจที่ตรงกัน

### ความหมายของคำว่า "ข่าว" (News)

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

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 การรายงานเหตุการณ์ที่เป็นที่ต้องการและอยู่ในความสนใจของประชาชนในบริบทสังคม ประกอบไปด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการคือความน่าสนใจ (interest) ข้อเท็จจริง (Fact) และผู้อ่าน (Reader) กล่าวคือ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจ สำหรับผู้อ่าน ดังนั้น ผู้สื่อข่าวจำเป็นต้องรายงานข้อเท็จจริง ให้เป็นที่สนใจแก่ผู้อ่าน (วัลลิกา อังสกุล, 2544)

### คุณค่า "ข่าว" (News Value)

เมื่อข่าวสารต่างๆ ที่ไหลเวียนเข้ามาในแต่ละวันนั้นมีจำนวนมากมายมหาศาลทั้งข่าวที่ประชาชนในบริบทสังคมให้ความสนใจและข่าวที่เป็นเรื่องราวของคนเพียงกลุ่มหนึ่งในสังคม รวมไปถึงข่าวที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ดังนั้นการคัดเลือกข่าวตาม คุณค่าของข่าว เพื่อให้ตรงกับผู้บริโภคข่าวและบริบทสังคม จึงเป็นสิ่งสำคัญ ศศิธร ยุวโกศล (2545) ได้แบ่งองค์ประกอบของคุณค่าข่าวดังนี้

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

2. ความใกล้ชิด (proximity/nearness) หมายถึงเหตุการณ์ใกล้ชิดกับตัวผู้รับสารทั้งด้านเวลา ระยะทางและความคิด ไม่ว่าจะเป็นการรู้จักบุคคลในข่าวสถานการณ์และสถานที่ที่เกี่ยวข้องในข่าว

3. ความสำคัญหรือความเด่น (prominence) ความเด่นในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็ด้านบุคคล สถานที่และสิ่งของที่มีมักจะเป็นสิ่งดึงดูดหรือกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นเพื่อสร้างความพอใจให้กับผู้รับสาร

4. ผลกระทบต่อเนื่องหรือที่ตามมา (Consequence) เป็นผลกระทบของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับมวลชนอาจเป็นผลกระทบทางด้านความเป็นอยู่ การครองชีพหรือทางสังคมที่เกิดขึ้น ทางตรงและทางอ้อมทั้งนี้ หากเหตุการณ์ที่อุบัติขึ้นนั้นมีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก ย่อมมีคุณค่าข่าวสูงกว่าเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนน้อย

5. ความลึกลับซ่อนเงื่อน (mystery/suspense) หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่างหรือยังไม่สามารถหาสาเหตุที่แท้จริงยอมเป็นที่สนใจหรือกระหายใคร่รู้ของคนทั่วไป

6. ความผิดปกติ (unusual/oddity) ธรรมชาติมนุษย์มักจะสนใจในสิ่งที่แปลกประหลาดหรือไม่เคยพบเห็นมาก่อน

7. ความขัดแย้ง (Conflict) คนส่วนใหญ่มักจะสนใจหรือให้ความสำคัญอย่างมากต่อเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้งหรือการเผชิญหน้า เช่นความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ ความขัดแย้งทางอุดมการณ์ เป็นต้น

8. องค์ประกอบทางด้านเพศ (Sex) เรื่องเพศมีคุณค่าความเป็นข่าวเสมอเพราะมีความใกล้ชิดตัวมนุษย์เช่นความผิดปกติทางเพศ การแต่งงานระหว่างชายกับชาย และหญิงกับหญิงหรือแม้กระทั่งการต่อสู้ทางกฎหมายที่เสียเปรียบของสตรี เป็นต้น

9. ความน่าสนใจตามปุถุชนสนใจ (human interest) เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกันกับอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์นับตั้งแต่ อารมณ์เศร้า เห็นอกเห็นใจ จนถึงอารมณ์ยินดีปรีดาร์ก เกลียด โกรธ อิจฉา ขบขัน ฯลฯ ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย

10. ความก้าวหน้า (progress/change) เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความเจริญก้าวหน้าในสังคม การพัฒนา ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการเทคโนโลยีสมัยใหม่ ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ล้วนมีผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชน

### รูปแบบและการนำเสนอข่าว

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

ตารางที่ 1 การนำเสนอข่าวผ่าน สื่อเก่า (Old Media) และ สื่อใหม่ (New Media)

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

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 งานวิจัยของศุจิกา ดวงมณี (2539) พบว่า “หนังสือพิมพ์ออนไลน์” ไทยมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ใช้เนื้อหาเดียวกับฉบับตีพิมพ์ปกติ แต่ก็ไม่ได้นำเนื้อหาามาเผยแพร่ในเว็บไซต์ทั้งหมด บรรณาธิการ หรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบจะเลือกสรรข่าวส่วนใหญ่จะเป็นข่าวเด่น ข่าวที่มีความสำคัญและต้องเขียนขึ้นจากคนไทย

เว็บไซต์สำนักข่าวต่างๆที่เคยทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาผ่านสื่อเก่าของตัวเองเริ่มมีการรายงานข่าวผ่านสื่อใหม่ เช่นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการเพิ่มช่องทางการรายงานข่าวผ่าน [www.thairath.or.th](http://www.thairath.or.th) และสำนักข่าวไทยหน้าที่หลักคือการผลิตข่าวโทรทัศน์ให้กับช่อง 9 อสมท.ก็เพิ่มช่องทางการรายงานข่าวของตัวเองผ่านทาง [www.mcot.net](http://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. หนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตประหยัดทั้งในด้านผู้ส่งหรือผู้ให้บริการจะใช้ต้นทุนในการบริหารต่ำกว่าในรูปแบบกระดาษเช่นไม่ต้องเสียค่าพาหนะหรือค่าขนส่งหนังสือพิมพ์ไปให้ผู้อ่านในด้านผู้รับที่อ่านหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตจะเสียเงินในลักษณะการใช้โทรศัพท์ ราคาถูกกว่าซื้อหนังสือพิมพ์หลายฉบับ

### 3.1 การผลิตซ้ำข่าวสาร (Reproduction News)

การผลิตซ้ำ (Reproduction) เป็นหนึ่งในแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีทางด้านการสื่อสาร ในด้านของโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมแบบวิธีการผลิต นักคิดที่ให้ความสนใจในทฤษฎีดังกล่าวคือ Karl Marx "การผลิตซ้ำ" เป็นหนึ่งในแบบแผนการผลิต (Model of Production) Marx มองสังคมแห่งการผลิตเป็นเสมือนทุนนิยม ที่จำเป็นต้องมีกระบวนการผลิตขึ้นใหม่ (Produce) และการผลิตของเดิมซ้ำ (Reproduce) เพื่อสืบทอดตัวเองอยู่ตลอดเวลา (กาญจนา แก้วเทพ, 2550 : 67) การผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดเป็นหลักประกันการดำรงอยู่ของการผลิตแบบทุนนิยมอาจเกิดขึ้นได้ทั้งการผลิตซ้ำด้านวัตถุ (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" หมายความรวมถึง คัดลอกไม่ว่าโดยวิธีใดๆ เลียนแบบ ทำสำเนา ทำแม่พิมพ์ บันทึกเสียง บันทึกภาพ หรือบันทึกเสียงและภาพจากต้นฉบับ จากสำเนา หรือจากการโฆษณาในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ

ทั้งนี้ ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วน สำหรับในส่วนที่เกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้ หมายความว่าถึง คัดลอกหรือทำสำเนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์จากสื่อบันทึกใด ไม่ว่าจะด้วยวิธีใดๆ ในส่วนอันเป็นสาระสำคัญโดยไม่มีลักษณะเป็นการจัดทำงานขึ้นใหม่ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วน”

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

การผลิตซ้ำในด้านการเผยแพร่ข่าวสารแต่เดิมนั้นไม่สามารถกระทำได้อย่างสมบูรณ์แบบ เพราะขาดช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกสู่สาธารณะชนเช่น การคัดลอกรายการข่าวทางโทรทัศน์ด้วยม้วนเทปถึงแม้จะสามารถผลิตซ้ำได้อย่างสมบูรณ์แต่ก็ขาดพื้นที่ในการนำข่าวไปเสนอสู่สาธารณะอีกทั้งระยะเวลาในการนำเสนอไม่สามารถกระทำได้ทันทีที่แตกต่างกับการรายงานผ่านสื่อกระแสหลัก

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

ผู้วิจัยให้ความสนใจกันแนวคิดนี้เนื่องจากเว็บท่ามีการนำข่าวออนไลน์ไปผลิตซ้ำในของเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตรับทราบและจำนวนของผู้เข้าชมเว็บไซต์นั้นมีมากกว่าเว็บหนังสือพิมพ์ออนไลน์หลายเท่าตัวการผลิตซ้ำเนื้อหาข่าวไม่เพียงเป็นการช่วยกระจายข่าวที่น่าสนใจประจำวันเท่านั้นยังสามารถแสวงหาผลประโยชน์จากเนื้อหาที่ผลิตซ้ำในรูปแบบต่างๆ ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

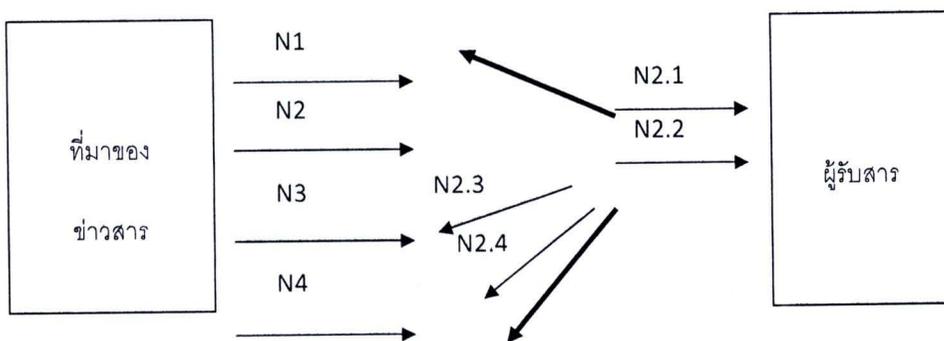
#### 4. การทำหน้าที่นายประตูข่าวสาร (Gate Keeper)

ทฤษฎีนายประตูข่าวสารหรือ Gate Keeper เป็นทฤษฎีการสื่อสาร Kurt Lewin (1947) นักสังคมวิทยาชาวอเมริกันนำคำศัพท์ดังกล่าวมาใช้อธิบายทางสื่อสารมวลชนได้ให้ความเห็นไว้ว่า "ในกระบวนการสื่อสารจะต้องมีการส่งข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารและช่องทางนี้จะต้องมีผู้ทำหน้าที่ในการคัดกรองข่าวสารและผู้คัดกรองข่าวสารหรือนายประตูข่าวสารก็คือ Gate Keeper"

จากนิยามข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า นายประตูข่าวสาร Gate keeper คือ ผู้ที่ทำหน้าที่คัดกรองข่าวสารที่มีอยู่มากมายเอาไว้ให้อ่านหรือผู้รับสาร หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวสารนั้นนอกจากจะใช้ความสำคัญของข่าวในด้านคุณค่าข่าวดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น

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 แต่เนื่องจากเนื้อที่ในการนำเสนอข้อมูลมีจำกัด จึงเป็นหน้าที่ของนายประตู่ข่าวสารที่จะต้องคัดเลือกข่าวสารบางส่วนมานำเสนอ (N2.1 และ N2.2) ในขณะที่ข่าวที่เหลือจะต้องถูกคัดทิ้งไป (N2.3 และ N2.4)

Bagdikian (อ้างถึงใน อรุณฯ เลิศจรรยาภักดิ์ และดารารวรรณ สุขุมลชาติ, 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

ผู้ทำหน้าที่เฝ้าประตู่ข่าวสารนอกจากผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์แล้ว Bittner (กิติพงษ์ พงศ์พัฒน์วุฒิ, 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

ปัจจุบันรูปแบบใหม่ของสื่อสิ่งพิมพ์อย่างหนังสือพิมพ์ออนไลน์กำลังได้รับความนิยมสูงขึ้นประกอบกับรูปแบบการทำข่าวของหนังสือพิมพ์นั้นจำเป็นต้องพึ่งพาคอมพิวเตอร์ในการพิมพ์ข่าวและจัดรูปแบบหน้าเป็นหลัก ก่อให้เกิดการแบ่งปันเนื้อหาข่าวไปมาระหว่างหนังสือพิมพ์ฉบับปกติกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

งานวิจัยของกานตวี ปานสีทา (2545) เรื่อง บทบาทของเว็บมาสเตอร์ในการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ทำการศึกษาถึงบทบาทของเว็บมาสเตอร์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการคัดเลือกข่าวสารและทำหน้าที่นายประตู่ข่าวสาร พบว่า บทบาทในการกำหนดขอบเขตเนื้อหาที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่เฉพาะบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ใช้การพิจารณานำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้อ่านข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตและมีเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาในลักษณะเดียวกับเกณฑ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ฉบับเล่ม และการนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่ไม่แตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์ฉบับเล่มมีเนื้อหาเพียงเล็กน้อยที่สร้างขึ้นเพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์เท่านั้น

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

จากข้อมูลทางด้านสถิติใน บทที่ 1 แสดงให้เห็นว่าปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังคงเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆความต้องการสาระบันเทิงยังคงเป็นกิจกรรมที่สนองความต้องการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ข่าวออนไลน์แต่เดิมผู้อ่านจำเป็นต้องเปิดรับด้วยการเข้าชมเว็บหนังสือพิมพ์ออนไลน์เปลี่ยนไป ข่าวสาร

ประจำวันนั้นกลับปรากฏอยู่ร่วมกับเว็บบันเทิงและมีการเคลื่อนไหวของข่าวแบบเดียวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ข่าวที่ปรากฏถูกคัดเลือกมาจากเว็บมาสเตอร์และไม่ได้อิงกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จึงเป็นที่มาของการคัดเลือกข่าวสารต่อจากข่าวที่ถูกคัดเลือกมาแล้วอีกชั้นหนึ่ง หรือเรียกว่า “นายประตูข่าวสารลำดับที่สอง”

#### 4.1 นายประตูข่าวสารลำดับที่สอง (Secondary Gate Keeper)

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

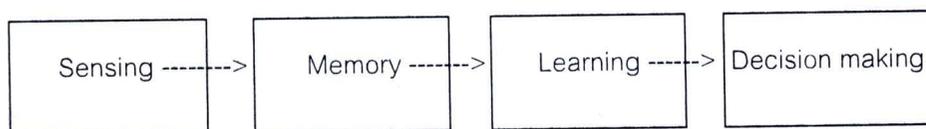
ผู้วิจัยให้ความสนใจกับการทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารในลำดับที่สองเป็นการคัดเลือกต่อจากเว็บข่าวออนไลน์ ไม่มีผลกระทบและไม่มีส่วนในการทำข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ข่าวที่นำมาแสดงในเว็บไซต์ประเภทเว็บทำนองกลับมีผู้เข้าชมเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยเน้นไปที่มาของเนื้อหาข่าว การให้เครดิตข่าวและหลักการในการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเพื่อมานำเสนอบนเว็บไซต์ของตัวเองที่มียอดผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจำนวนมากเข้ามาติดตามอ่านข่าวสารประจำวัน

#### 5.แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)

วรลักษณ์ ธีรโมกษ์(2533) ได้อธิบายถึงความหมายของการรับรู้ของบุคคลว่า”การรับรู้คือกระบวนการที่มีการจัดหมู่และการตีความจากประสาทรับสัมผัสทั้ง5 ประการประกอบกับประสบการณ์ในอดีต

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

ภาพที่ 3 กระบวนการรับรู้



ลักษณะของผู้รับรู้ พิจารณาจากการที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใดก่อนหรือหลัง มากหรือน้อย อย่างไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับรู้ด้วยเป็นสำคัญประการหนึ่ง 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 เห็นภาพและได้ยินเสียงในเวลาเดียวกันทำให้เราแปลความหมายของสิ่งเร้าได้ถูกต้อง

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

2.1 ความรู้เดิม (Experience) ประสบการณ์

2.2 ความต้องการ (need) มนุษย์ถ้ามีความต้องการในสิ่งใดแล้วก็ให้ความสนใจแต่สิ่งนั้น

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 ที่มีลักษณะการเปิดรับในเชิงจิตวิทยาเป็นหลักและใช้ในการตอบคำถามวิจัยที่ว่าผู้ใช้งานนั้นเปิดรับข่าวออนไลน์จากแหล่งข่าวในเว็บท่าเว็บท่าภายในประเทศเพียงแหล่งเดียวเท่านั้นหรือไม่

## 6.แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Information Seeking)

ข้อมูลและข่าวสารต่างๆที่มีอยู่รอบตัวเรานั้นมีหลายหลายรูปแบบ ทั้งภาพ เสียงและตัวหนังสือ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ 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) ความต้องการของแต่ละคนจะมีที่มาต่างกันไป 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 พินยาพิบูลพงศ์, 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) เพื่อใช้ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละ

วันเพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่

3. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย

4. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้นหรือช่วย

สนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

5. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)

6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งผ่านคลายอารมณ์

เมอริล และโรเวสโตร์ ได้ให้ความเห็นต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารเช่นกัน มองว่ามีปัจจัยหลาย

ประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกการใช้สื่อดังนี้ (สุรเชษฐ พิทยาพิบูลพงศ์, 2546 อ้างแล้ว)

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาว่า ตามปกติมนุษย์ไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพังเนื่องจากความเหงา

จะทำให้เกิดความรู้สึกสับสน วิดกกังวล หวาดกลัวการเปลี่ยนแปลงจากสังคม มนุษย์จึงพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อ  
สังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้สิ่งที่ดีที่สุดก็คือการอยู่  
กับสื่อต่างๆที่ใช้ในการสื่อสาร เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างความกดดันเหมือนกับการสนทนา

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ปกติ

มนุษย์จะมีความอยากรู้อยากเห็น เริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ไกลตัวมากที่สุดทั้งนี้เพราะมนุษย์  
คิดว่าสิ่งเหล่านั้นอาจจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือบุคคลแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อมดังนั้นสื่อมวลชนจึง  
ถือเอาความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์นี่เองเป็นหลักอย่างหนึ่งในการนำเสนอข่าวสาร

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง พื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับสารมนุษย์จึงพยายาม

แสวงหาและใช้ข่าวสารที่คิดว่าจะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ สื่อแต่ละประเภทจะมีลักษณะเฉพาะตัวของสื่อที่แตกต่างกันกับสื่อชนิดอื่นๆ

ดังนั้นผู้รับสารจึงพยายามหันเข้าหาสื่อที่มีลักษณะเฉพาะที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้  
มากที่สุด

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเพื่อมาศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในการเปิดรับข่าวสารออนไลน์จากเว็บอื่นๆที่ไม่ใช่เว็บข่าวออนไลน์อย่างเว็บท่ารวมไปถึงความน่าเชื่อถือที่มีต่อเว็บท่าในการนำเสนอข่าวออนไลน์ของผู้รับสาร

## 7.แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ(Uses and Gratification's Approach)

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

แนวคิดนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดทฤษฎีเชิงหน้าที่(Functional Perspective) มีความเชื่อว่าพฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์มีส่วนเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบทั้งแบบลูกโซ่และแบบวงจรความต้องการของมนุษย์นั้นมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป

Katz, Blumler and Gurvitch (ชล นีร์นุรัตน์ ,2549) ได้เสนอว่า "การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของผู้รับสารมาจากการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนที่เขาคาดหวังว่าจะให้สารสนเทศตามความต้องการอันเกิดจากสภาวะทางจิตใจและทางสังคม"ลักษณะที่สำคัญของแนวคิดนี้คือเป็นการศึกษามนุษย์มากกว่าสารที่มนุษย์ได้รับ การศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารมากกว่าศึกษาว่าสารนี้ก่อให้เกิดพฤติกรรมอย่างไร

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

Katz และคณะได้กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์เกี่ยวกับการใช้สื่อที่มีด้วยกัน 4 ประการคือ (มนัส ชล หิรัญรัตน์, อ้างแล้ว)

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

McQuil (ชัชวพันธ์ สันธิเดช, 2546) ได้จัดกลุ่มของบทบาทหน้าที่ของสื่อจากมุมมองของปัจเจกบุคคล ออกเป็น 4 ประเภทคือ

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบเลี่ยงจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ หรือเพื่อหลบหนีปัญหา
2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เป็นการใช้สื่อเพื่อเสริมความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ในสังคม เช่น การดูรายการโทรทัศน์ร่วมกันในครอบครัว หรือการนำเอาเรื่องราวจากโทรทัศน์มาพูดคุยกับคนในที่ทำงาน
3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เป็นการใช้สื่อเพื่อตอกย้ำหรืออ้างอิงกับกลุ่มเพื่อเสริมสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง
4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) เป็นหน้าที่พื้นฐานในการเปิดรับสื่อ

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

Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น

1. ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
2. ต้องการให้ลดน้อยลง
3. ต้องการให้ได้มา

Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

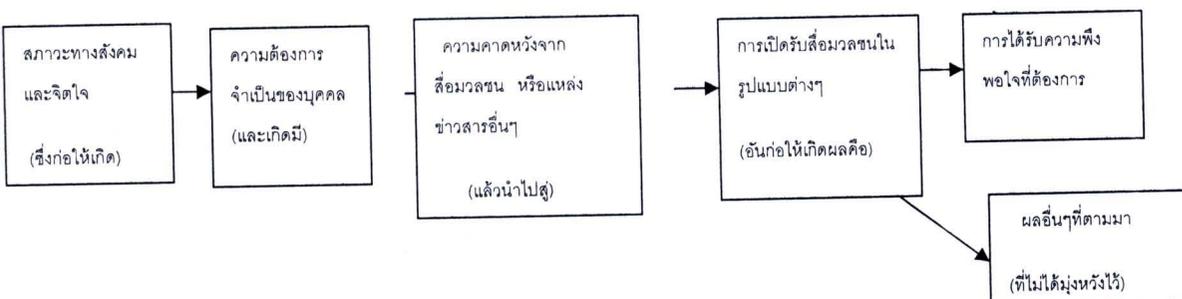
1. การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
2. การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
3. การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
4. การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอก และมีอิทธิพลต่อมนุษย์ ที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่

1. ตนเอง
2. ครอบครัว
3. เพื่อนฝูง
4. สังคม รัฐบาล
5. ชนบประเพณี วัฒนธรรม
6. โลก
7. สิ่งภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายน้อย

Katz และคณะยังได้สรุปองค์ประกอบดังกล่าวออกมาเป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจดังนี้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534:88)

ภาพที่ 5 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ



จากแบบจำลองของ Katz และคณะ ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าสภาวะทางของสังคม และสภาพจิตใจของผู้รับสารที่แตกต่างกันสามารถก่อให้เกิดความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนั้นทำให้เป็นการยากที่จะคาดเดาว่าสื่อประเภทใดจะสามารถสนองต่อความต้องการต่อมนุษย์ลักษณะของการใช้สื่อของมนุษย์ที่มีความต้องการที่ต่างกันจะทำให้ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อแต่ละประเภทระนั้นจะไม่เหมือนกัน

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

1. Orientational Gratification หมายถึงการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมาได้แก่การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาของข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)
2. Social Gratification เป็นการใช้สื่อข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม รับรู้ข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชนเช่นการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นหรือเพื่อการชักจูงใจ
3. Para-social Gratification หมายถึงกระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลหรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลเกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

ผู้วิจัยนำแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมาศึกษา พฤติกรรมของผู้รับสารในด้านต่างๆ การใช้งานสื่อเว็บท่าเพื่อประโยชน์ในด้านข่าวออนไลน์ ในด้านความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการนำเสนอข่าวออนไลน์ของเว็บท่า

## 8. แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมในอินเทอร์เน็ต

พินัส หันนาคินท์ (2523) ได้ให้ความความหมายว่า จริยธรรม หมายถึงความประพฤติอันพึงปฏิบัติต่อตนเอง ต่อผู้อื่นและต่อสังคม ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองเกษมสุขขึ้นในสังคมและสมาชิกในสังคม การที่จะปฏิบัติให้เป็นไปเช่นนี้ได้ผู้ปฏิบัติต้องรู้จักว่าสิ่งใดถูกต้อง สิ่งใดผิด ดังนั้นการปฏิบัติตามจริยธรรมจึงต้องประกอบกันทั้งความรู้สึกทางใจ และการปฏิบัติทางกายอันสอดคล้องกับความรู้สึกทางจิต

"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 มีเจตนาทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิดว่าผลงานนั้นเป็นผลงานของตนเองการผิดจริยธรรมในขั้นนี้ ไม่จำเป็นที่ผู้กระทำจะต้องเอาผลงานทั้งหมดของผู้อื่นมาทำเสมือนหนึ่งว่าเป็นงานของตนเอง เพียงแต่จะเอามาบางส่วนที่สำคัญๆ ไม่ได้มีการอ้างอิงถึงผู้เป็นเจ้าของผลงานได้เลย ก็ถือได้ว่าการกระทำผิดได้เช่นกันทั้งนั้น ไม่จำเป็นว่างานของผู้อื่นจะมีการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ไว้หรือไม่

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

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

หรือวิทยานิพนธ์ไม่ควรเอาผลงานทบทวนวรรณกรรมของผู้อื่นไปใช้ทั้งดุ้น และนำเสนอราวกับว่าตนได้ทบทวนวรรณกรรมเหล่านั้นด้วยตนเอง การนำข้อค้นพบ ความคิดและทฤษฎีของผู้อื่นมาใช้หรืออ้างอิงจะต้องมีการระบุให้ชัดเจนว่า ส่วนใดที่ตนเอามาใช้นั้นเป็นผลงานหรือการทบทวนวรรณกรรมของผู้ใด การไม่ระบุอ้างอิงให้ชัดเจนนอกจากจะถือว่าขาดจริยธรรมทางวิชาการแล้ว ยังอาจจะถูกฟ้องร้อง ถ้าหากผลงานดังกล่าวที่ตนเอามาใช้ได้รับการตีพิมพ์และมีการสงวนลิขสิทธิ์ผู้ที่เอาผลงานดังกล่าวมาใช้นี้ไม่ได้อ้างอิงให้ถูกต้อง และไม่แจ้งขออนุญาตจากผู้ที่เป็นเจ้าของผลงานดังกล่าวก่อนทำการตีพิมพ์เป็นผลงานทางวิชาการ

## 2. การผิดจริยธรรมขั้นไม่รุนแรง

2.1 การอ้างอิงไม่ถูกต้อง การผิดจริยธรรมทางวิชาการขั้นไม่รุนแรง คือ การผิดจริยธรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการนำเอาผลงานของผู้อื่นมาเป็นผลงานของตน แต่ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการอ้างอิงไม่ถูกต้อง เช่น การเอาประโยคข้อความของผู้อื่นมาใช้ ไม่มีการแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน ทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิดว่าประโยคข้อความนั้นเป็นประโยคข้อความของผู้เขียนเอง

2.2 การลอกเลียน การลอกเลียนทางวิชาการไม่แตกต่างจากการทำของปลอม ด้อยทั้งคุณภาพและความเชื่อถือได้ อาจจะลอกบุคคลบางกลุ่มที่ยังมีความรู้ในสาขานั้นๆ ไม่ลึกซึ้งเพียงพอได้ แต่สำหรับบุคคลที่มีความรู้เป็นนักวิชาการในสาขาวิชานั้นๆ จะทราบดีว่าแนวความคิดและผลงานในลักษณะนั้นๆ เป็นของผู้ใด และงานชิ้นใดเป็นของแท้ ชิ้นใดเป็นของเทียม

### จริยธรรมในอินเทอร์เน็ต

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

มารยาทเครือข่าย คือกฎเกณฑ์ที่ผู้ใช้ในกลุ่มอภิปรายและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์พึงทราบไว้เพื่อทำให้การสื่อสารเป็นไปด้วยความราบรื่น(กิดานันท์ มลิทอง, 2539)

นวัตน์ คุปตานนท์(2541) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง “การพัฒนามารยาทเครือข่ายของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต” ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ “มารยาทเครือข่าย” ไว้คือความประพฤติ สิ่งที่ควรปฏิบัติสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ที่กำหนดขึ้นจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยกันเองสร้างขึ้นมา เพื่อเป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติ สำหรับผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตพึงยึดถือปฏิบัติร่วมกัน 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

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมในอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการงานวิจัยเนื่องจากชาวออนไลน์ถูกนำไปผลิตซ้ำจากเว็บท่าและมีผู้ติดตามรับชมเป็นจำนวนมากดังนั้นความรับผิดชอบในด้านจริยธรรมไม่ได้ตกอยู่กับผู้ผลิตเนื้อหาข่าวเพียงอย่างเดียวเท่านั้นหากในกรณีนี้เนื้อหาที่มีการเปลี่ยนแปลงจากแหล่งข่าวหรือการเพิ่มเติม

รายละเอียดของข่าวในด้านต่างๆแหล่งข่าวที่นำข่าวขึ้นนั้นไปผลิตซึ่งต้องมีความรับผิดชอบในการนำเสนอ รวมไปถึงในด้านผู้ใช้งานที่สามารถนำเนื้อหาข่าวออนไลน์ไปผลิตซ้ำได้เช่นกัน จึงควรที่จะมีความตระหนักในด้านจริยธรรมในระดับผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตดังนั้นแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมจึงมีความสำคัญสำหรับงานวิจัยนี้

## 9.แนวคิดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ในเนื้อหา

ไชยยศ เหมะรัชตะ (2543) กล่าวว่า ลิขสิทธิ์ คือ สิทธิแต่ผู้เดียว (Exclusive right) ที่กฎหมายกำหนดให้ความคุ้มครองแก่ผู้สร้างสรรค์ หรือเจ้าของงานที่จะไม่ให้ผู้อื่นมากระทำ 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 ไซตทัศน์วัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือ

แผนกศิลปะ ของผู้สร้างสรรค์ไม่ว่างานดังกล่าวจะแสดงออกวิธีหรือรูปแบบอย่างไรก็ตามการคุ้มครองลิขสิทธิ์ไม่คลุมถึงความคิด หรือขั้นตอน กรรมวิธีหรือระบบ หรือวิธีใช้หรือทำงาน หรือแนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือ ทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์

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 ได้บัญญัติเรื่องข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ไว้ในมาตรา 32 โดยกำหนดให้การใช้งานลิขสิทธิ์ในบางลักษณะสามารถทำได้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เพราะถือว่าเป็นการใช้ที่เป็นธรรม เช่น การใช้งานในการเรียนการสอน การเสนอรายงานข่าว หรือการใช้งานโดยบรรณารักษ์ห้องสมุด เป็นต้น

การใช้งานลิขสิทธิ์ดังกล่าวตามที่พระราชบัญญัติกำหนดไว้จะต้องอยู่ภายใต้หลักการสำคัญ 2 ประการ ประกอบกันคือ

- 1) ต้องไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์ตามปกติของเจ้าของลิขสิทธิ์
- 2) ต้องไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิอันชอบด้วยกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร

สำหรับการพิจารณาว่าการนำเนื้อหาที่มีลิขสิทธิ์มากระทำใดๆ จะเป็นการใช้ลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรมหรือเข้าข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ตามกฎหมายหรือไม่ อาจพิจารณาได้จากวัตถุประสงค์การใช้งาน ดังนี้ (วิกิจ คูหะ มณี, อ้างแล้ว)

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 (วีจิก คูหะมณี, 2550) เสนอแนวทางและแยกเป็นกรณีไว้ 2 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 ถ้าบริษัทที่แสวงกำไร

- รวบรวม RSS Feed แค่หัวเรื่องและเนื้อหาแบบย่อเท่านั้น
- มีกลไกหรือวิธีที่สามารถจะเลือกตกลงหรือไม่ยอมรับอย่างง่าย
- ทำให้ถูกต้องตามข้อกำหนดหรือลิขสิทธิ์อย่างระมัดระวังและมีการอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของ RSS Feed สามารถที่จะใช้สร้างเงินโดยการใช้โฆษณาได้ (เช่นเว็บไซต์ My Yahoo! ที่ใช้การดึงเฉพาะหัวเรื่องแต่มีโฆษณาในเว็บของตัวเองเพื่อหากำไรได้)

กรณีที่ 2 ถ้าบริษัทที่แสวงกำไร หามลประโยชน์จากการรวบรวม RSS Feed แบบเต็ม การให้เครดิตหรือสร้างลิ่งค์ต้นฉบับหรืออะไรก็ตามที่ไม่ได้จ่ายค่าตอบแทนด้วยเงินคงไม่เพียงพอ ดังนั้นการแบ่งส่วนแบ่งรายได้ให้กับผู้ผลิตเนื้อหาเป็นสิ่งที่สมควรอย่างยิ่ง เช่น เว็บ Gather.com ที่มีแนวคิดที่จะแบ่งรายได้จากการโฆษณาให้กับผู้ผลิตเนื้อหาโดยขึ้นอยู่กับคุณภาพและความนิยมของเนื้อหานั้นๆ ที่ทำกับ Gather.com

## 9.2 ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ (Society for Online News Providers)

เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทำให้การนำเสนอข่าวผ่านเว็บไซต์และช่องทางอื่นๆ สามารถทำได้รวดเร็ว และหลากหลายรูปแบบ หรือสื่อผสม (Multimedia) ทำให้มีผู้ประกอบการธุรกิจเว็บไซต์ที่ให้บริการแก่ผู้เข้าชมบางส่วนหรือที่เรียกในงานวิจัยนี้ว่าเว็บท่าภายในประเทศ 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 และเชื่อมโยงลิงก์กลับมาหาเว็บไซต์ผู้ให้อนุญาตเท่านั้นเผยแพร่เนื้อหาในได้ 3 วัน โดยไม่สามารถสืบค้นย้อนหลัง

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

เว็บไซต์ ผู้ผลิตข่าวออนไลน์ได้ลงนามร่วมกันจัดตั้ง "ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์" ขึ้นและกำหนดให้มีข้อบังคับขึ้นเพื่อเป็นกติกาในการดำเนินการร่วมกัน เพื่อประโยชน์ต่อผู้ผลิตข่าวสารและสาธารณชนทั่วไป เว็บไซต์ข่าวออนไลน์ที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกับชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ประกอบไปด้วย

<a href="http://www.manager.co.th">www.manager.co.th</a>	<a href="http://www.thairath.co.th">www.thairath.co.th</a>	<a href="http://www.dailynews.co.th">www.dailynews.co.th</a>
<a href="http://www.matichon.co.th">www.matichon.co.th</a>	<a href="http://www.khaosod.co.th">www.khaosod.co.th</a>	<a href="http://www.bangkokpost.co.th">www.bangkokpost.co.th</a>
<a href="http://www.posttoday.com">www.posttoday.com</a>	<a href="http://www.gurubangkok.com">www.gurubangkok.com</a>	<a href="http://www.student-weekly.com">www.student-weekly.com</a>
<a href="http://www.bangkokbiznews.com">www.bangkokbiznews.com</a>	<a href="http://www.siamsport.co.th">www.siamsport.co.th</a>	<a href="http://www.siamdara.com">www.siamdara.com</a>
<a href="http://www.siamsporttv.com">www.siamsporttv.com</a>	<a href="http://www.sbt.co.th">www.sbt.co.th</a>	<a href="http://www.fhm.in.th">www.fhm.in.th</a>
<a href="http://www.thannews.th.com">www.thannews.th.com</a>	<a href="http://www.innnews.co.th">www.innnews.co.th</a>	<a href="http://www.siamrath.co.th">www.siamrath.co.th</a>
<a href="http://www.daradaily.com">www.daradaily.com</a>	<a href="http://www.naewna.com">www.naewna.com</a>	<a href="http://www.thaipost.net">www.thaipost.net</a>
<a href="http://www.nationmultimedia.com">www.nationmultimedia.com</a>	<a href="http://www.komchadluek.com">www.komchadluek.com</a>	

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์มาใช้ในงานวิจัยเนื่องจากพฤติกรรมการผลิตซ้ำข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศเข้าข่ายการละเมิดลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวของเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ในสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์