

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 เขาวภาวี 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 ราชบุรีบูรณะ

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

นอกจากนี้ยังทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยได้ทำการคัดเลือกจากกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้งานข่าวออนไลน์ในเว็บท่าภายในประเทศเพียงอย่างเดียวจำนวน 10 คน ดังนี้

- | | |
|-----------------------|----------------------------------|
| 1.นายเทพพนม แซ่จ๋อง | 2.นางสาวชุตินันท์ วิวัฒน์นารักษ์ |
| 3.นายสุโขสภณ รียาย | 4.นางสาวรัมภา |
| 5.นายธนภฤติ สุขชัย | 6.นางสาวพรพิมล ศรีม่วง |
| 7.นายอภิชาติ แซ่ตั้ง | 8.นายเอกลักษณ์ |
| 9.นางสาวนิตา เจียรนัย | 10.นางสาวแพรวไพยม วิชากรกุล |

ผลการวิจัยนำเสนอเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษากระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษাজริยธรรมการนำเสนอข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษากระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศ

คุณลักษณะของเว็บท่าภายในประเทศ

เว็บท่าภายในประเทศ Mthai.com

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

บริษัท โมโน เทคโนโลยี ใช้เว็บไซต์เอ็มไทยในการนำเสนอเนื้อหาจากสื่ออื่นๆในเครือของบริษัท เช่น สื่อภาพยนตร์ ภายใต้ชื่อโมโนฟิล์ม สื่อบันเทิงดารายภายใต้ชื่อ ก๊อตชิปสตาร์ สื่อสิ่งพิมพ์นิตยสารวัยรุ่นน แคเนดี้และนิตยสารสำหรับผู้ชายออลัวร์แม็กกาซีน เป็นต้น รวมไปถึงการใช้เว็บไซต์เอ็มไทยเป็นช่องทาง การประชาสัมพันธ์ของทางบริษัท แต่ทางบริษัทโมโน เทคโนโลยีเองยังไม่มีสื่อที่เกี่ยวกับข่าวสาร ประจำวัน การผลิตข่าวจะนำจากสื่ออื่นๆมาผลิตซ้ำ นอกจากนี้จากเว็บไซต์ 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 และมีโฆษณาประชาสัมพันธ์อยู่ที่ ขอบซ้ายและขวา แนวทางการนำเสนอข่าวประจำวันของเว็บเอ็มไทยจะเน้นเรื่องข่าวการเมืองเป็นหลักและ มีการนำประเด็นต่างๆที่เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ในสังคมมาตั้งเป็นกระทู้ ให้ผู้ใช้งานเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น รวมไปถึงการตั้งโพลล์เพื่อขอความคิดเห็นจากสมาชิกในเว็บไซต์ด้วย

ภาพที่ 8 การตั้งประเด็นข่าวและการสำรวจความคิดเห็นของเว็บไซต์เอ็มไทย

The image shows a screenshot of the Thai website 'EmThai'. It features several sections:

- เกาะกระแส (Trending News):** Includes a large image of a person and text: "คุณเห็นด้วยหรือไม่กับ พรบ. กฎหมายไอคอนไทยที่ปรับประชาชนตั้งแต่ปี". Below it, a news item: "NEWS: HOT! TOPIC TODAY" with the text "สามสมัยขึ้นกล้อง ประเทศ อภิสิทธิ์ ควง ผบ. ทบ. เยือนพม่า".
- เกาะดาราอื่น (Other Celebrities):** Contains several small news items:
 - "ปติธาน ชี กับพญา ริมปากสบแดงฝึก นักรบ"
 - "ตั้ง 3 ประเด็น ขานางแบบสาว FHM วงจรปิด ผิดศรัทธา ร้าย"
 - "หนุ่มจีนไร้แขน ชนะการแข่งขัน ใช้น้ำ กือททาเลนท์"
 - "นายพรานข นานอง 30 คนเข้าพบภคน น้า"
- Hot Issue (Hot Issue):** A section with a navigation bar "hot issue ทั้งหมด 1 2 3" and five featured items:
 - "ผิดมากมัย ที่คิด นอกใจภรรยา"
 - "หน้าหนาวนี้จะไป เที่ยวไหนดีคะ"
 - "กินเจทำไม? เพื่อ ศีลธรรมหรือตาม แฟชั่น"
 - "เสียใจ แฟนไม่ใส่ใจ โฉมใจ"
 - "คนที่บ้านอยู่ติด ถนนใหญ่ นอกหมับ กันบ้างไหม"

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	ดาราคนดัง	คลิปเด่นประจำวัน	สุขภาพ ความงาม	สาวเช็กซี่	วิเคราะห์บอล	แฟลชเกมส์	รีวิวโรงแรม	ดูดวงความรัก	บันเทิง	Club
ข่าวต่างประเทศ	ภาพยนตร์	เว็บมาสเตอร์จัดให้	ความรัก/SEX	เพลย์บอย	บอลไทย	ดาวน์โหลดเกมส์	บทความท่องเที่ยว	ดูดวงอื่นๆ	กีฬา	Album
สื่อบันเทิง	ฟังเพลงออนไลน์	เว็บบอร์ดวิดีโอ	ช้อปปิ้ง	Allure Girls	กีฬาในประเทศ	ข่าวเกมส์	ตามรอยนักชิม	ทำนายฝัน	ชีวิตความรักสุขภาพ	Glitter
คลิปข่าว	การ์ตูน		ทรงผม	เทคโนโลยี	กีฬาต่างประเทศ	รีวิวเกมส์ใหม่	หน้าแรกกินเที่ยว	ทำนายนิสัย	เทคโนโลยี	Blog

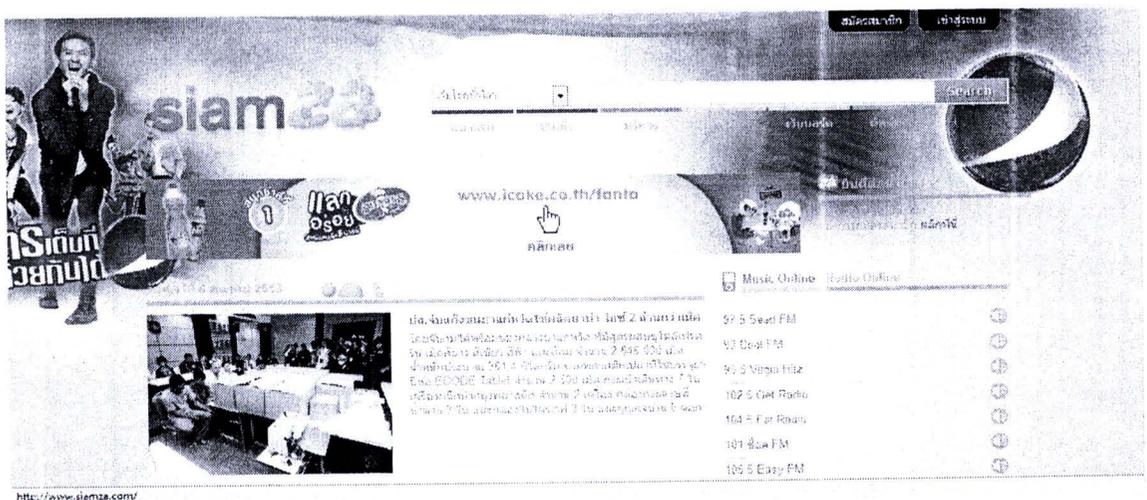
					ทศ					
MThai SMS Poll			มาตามรัก	Men Club	Sexy G- sport	แจก รางวัล		ดูดวง กับอ.คทา	เก็บตก Inbox	กลอน
			ผู้หญิงน่ารัก	รถยนต์		เว็บบอร์ด		หน้าแรกดู ดวง	ร้องทุกข์ ประชาส มพันธ์	กิจกรรม ชิงรางวัล
			Scoop ผู้หญิง	เรื่องงาน		วอลเป เปอร์		เรื่องเด่นดู ดวง		
				สุขภาพ						
				ผู้ชายรอบรู้						

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

เว็บท่าภายในประเทศ Siamza.com

เว็บไซต์สยามซ่าเป็นเว็บไซต์ของบริษัท MaxTrue Corporation ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2546 มีนายภาสกร สุภีปรี เป็นกรรมการผู้จัดการ เว็บไซต์สยามซ่านับว่าเป็นเว็บไซต์ที่ถือกำเนิดมาในช่วงกลางของเว็บท่าภายในประเทศ จุดมุ่งหมายเดิมของเว็บสยามซ่าคือการให้บริการฟังเพลงออนไลน์เป็นหลักแต่เมื่อระยะเวลาผ่านไปเว็บไซต์มีฐานผู้เข้าชมกว้างมากขึ้นทำให้ต้องมีเนื้อหาอื่นๆเข้ามาประกอบในเว็บไซต์เพื่อสร้างความหลากหลายในการรับข่าวสาร โทนสีของเว็บไซต์สยามซ่าจะใช้สีส้มตัดสีขาวเป็นหลัก 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	แจ้งปัญหาการใช้งาน
Link	ฟังวิทยุ	น้ำหอม	ข่าวล่าสุด	คอมพิวเตอร์	ติดต่อโฆษณา
ข่าวประจำวัน	ดูทีวี	จองโรงแรม	ข่าวการเมือง	อินเทอร์เน็ต	
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		มุมนักเขียน	ไอที	การ์ตูน	

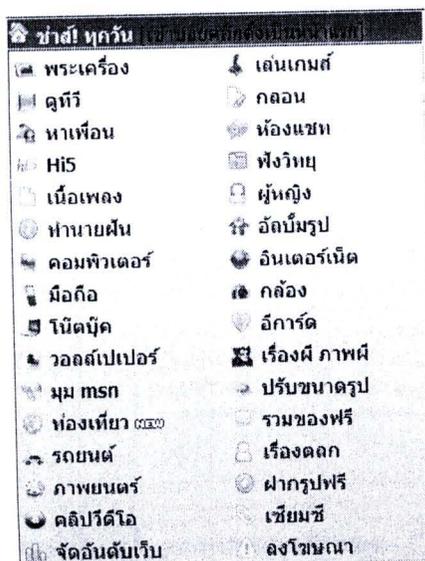
Music Online		อีเมลล์		รูปภาพ	
Radio Online				ไร้สังกัด	
Album Today					
ข้อมูลทั่วไป					
hot link					

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

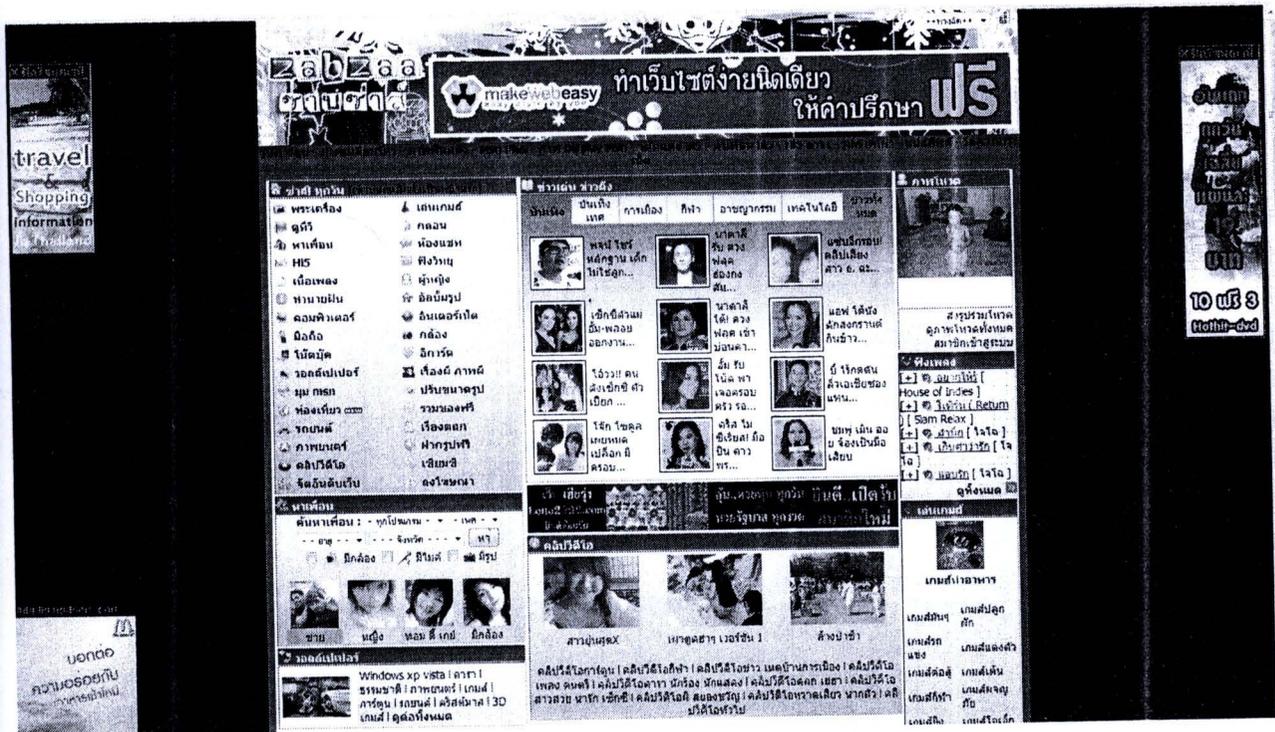
เว็บท่าภายในประเทศ Zabzaa.com

เว็บไซต์ซาบซ่าก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2548 โดยมีนายสุโข เป็นเจ้าของเว็บไซต์ ลักษณะของเว็บไซต์ซาบซ่าเป็นเว็บไซต์ขนาดเล็กมีทีมงานจำกัด มีที่ตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงรายและไม่ได้จดทะเบียนในรูปแบบบริษัทเหมือนเว็บท่าภายในประเทศชั้นนำแต่ได้จดทะเบียนการค้าอิเล็กทรอนิกส์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีหมายเลขทะเบียนการค้าอิเล็กทรอนิกส์เลขที่ 0577314802616 ผู้ก่อตั้งต้องการทำเว็บไซต์ซาบซ่าให้เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลทุกอย่างที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตต้องการทราบ และทางทีมงานไม่มีผู้ผลิตเนื้อหาเองจึงได้นำเนื้อหาจากเว็บต่างๆมารวมเข้าไว้บนเว็บซาบซ่า โทนสีของเว็บไซต์จะใช้สีแดงตัดด้วยสีดำเป็นหลัก เนื้อหาข่าวที่เว็บไซต์ซาบซ่าให้ความสนใจคือข่าวเกี่ยวกับแวดวงบันเทิงเป็นหลัก

ภาพที่ 11 เนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์ซาบซ่า



ภาพที่ 12 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ซาบซ่า



ในด้านการนำเสนอข่าวออนไลน์ของเว็บสยามซ่าจะเน้นไปที่ข่าววงการบันเทิงเป็นหลักแต่ทางเว็บไซต์จะมีการนำเสนอข่าวประเภทอื่นๆด้วย หมวดหมู่ของข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์ซาบซ่ามีดังนี้

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

เว็บไซต์ซาบซ่าเข้าร่วมการจัดอันดับเว็บไซต์ยอดนิยมของ www.truehits.net เป็นประจำทุกปีและในปีพ.ศ. 2552 เว็บไซต์ซาบซ่าถูกจัดอันดับให้เป็นเว็บไซต์ยอดนิยม100เว็บไซต์ในประเทศไทย ในลำดับที่ 94 ของประเทศ มีผู้เข้าชมเฉลี่ยเดือนละ 32,658 ครั้งและผู้เข้าชมสะสมตลอดปี 149,826 ครั้ง

เว็บท่าภายในประเทศ Ryt9.com

เว็บไซต์ ryt9.comเป็นเว็บไซต์ของบริษัทอินโฟเควท์ จำกัดก่อตั้งเมื่อปีพ.ศ.2549 เป็นเว็บไซต์ในรูปแบบ News Portal ที่ให้บริการสืบค้นข้อมูลด้านข่าวประจำวันเป็นหลัก มีนายชาญกิจ ยงปิยกุล เป็น

ผู้ดูแลเว็บไซต์ โทนสีของเว็บไซต์Ryt9จะใช้สีดำตัดกับสีขาว 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

“เราเปิดดูเว็บข่าวภายในประเทศทั่วไปในแต่ละวันและถ้าเห็นว่าเรื่องนั้นมันน่าสนใจ เราก็ก็อปปี้อ้อมูลออกมาและก็นำเอารูปมาใส่และก็นำมาขึ้นเว็บครับ มีการใส่ที่มาของข่าวไว้บ้างแต่เนื้อหาข่าวเราก็ไม่มีการตัดทิ้ง เค้่าเขียนมายังไงเราก็ลงไปตามนั้นเลยส่วนใหญ่เว็บเอ็มไทยจะเน้นเรื่องการเมืองเป็นหลัก เพราะเป็นเรื่องที่ผู้อ่านเราสนใจ ยิ่งช่วงหลังๆนี้มีมีอบมาบางที่สี่ช่องใหญ่ในหน้าเว็บของเราจะมีแต่เรื่องการเมือง แหล่งข่าวที่ใช้อาศัยเข้าไปดูจากเว็บข่าว อย่าง ไทยรัฐ เดลินิวส์ คมชัดลึก เข้าไปอ่านและดึงเอาข่าวออกมาแต่ก็ไม่ได้จำกัดว่าต้องเป็นเว็บไซต์ไหนบ้าง ถ้าเป็นข่าวบันเทิงเราก็มีทีมของก็อดชิปอยู่แล้ว เว็บเรามีแบ่งหมวดหมู่ไว้เยอะทำให้ต้องใช้แหล่งข่าวจากหลายๆแหล่ง แต่ส่วนใหญ่จะเอาแหล่งข่าวที่เร็วไว้ก่อนเว็บไหนขึ้นก่อนก็จะได้เปรียบ” (สิทธิโชติ สุภาวรรณ, สัมภาษณ์, 3 มี.ค. 2553)

ภาพที่ 14 ข่าวออนไลน์บนเว็บไซต์เอ็มไทย



ข่าว ข่าวรายวัน ข่าววันนี้ ข่าวการเมือง
สัพเพเหระ ข่าวข่าวการเมือง ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสุขภาพ
ข่าวการศึกษา

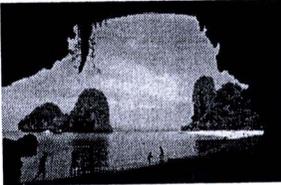
ข่าวเด่นข่าวใหม่
ข่าวเด่นประจำวัน
ข่าวการเมือง
ข่าวทั่วไป
ข่าวพาดหัว
ข่าวต่างประเทศ
สรุปข่าว
คลัง MThai Poll
ภาพข่าว
เอ็มไทย.คอม

MThai Search :
ค้นหา
ใน MThai
ทุกฉบับทั่วโลก

เอ็มไทย > ข่าว > ข่าวทั่วไป > นิตยสาร โลกใบใหม่ เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนา 6 ปี

ข่าว: ทอร์เวย์ ไนเดอมา เดียวไทย ส่งทีลล 6 ปีซ้อน
 โฆษณาโดย [Google](#) [ดวง](#) [คลัง](#) [สืบ](#) [หนังสือ](#) [ทะเล](#)

บทความนี้เขียนโดย [สตีเฟ่น โทลด์เบิร์ก](#) นิตยสาร [โลกใบใหม่](#) 17 ธันวาคม 2008 เวลา 22:57:55, ไนเดอมา [คลิกที่นี่](#)
 ไม่ มีคนส่งข้อความผิดเพี้ยน.



ส่งต่อ

[Facebook](#) [Twitter](#)

แท็ก

หมวดข่าว

ข่าวทั่วไป

อื่นๆ

[RSS Feeds](#)

[ส่งต่อ](#) [สมัครสมาชิก](#)

[แสดงความคิดเห็น](#)

สำนักข่าวต่างประเทศรายงานว่า ที่กรุงออสโล ประเทศนอร์เวย์ มีได้การจัดงานประกาศรางวัลเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวในนอร์เวย์ Grand Travel Award 2009 ซึ่งในพิธี ประเทศไต้หวันได้รับรางวัล The Best Tourist Destination ถือเป็นปีที่ 6 ติดต่อกัน

โดยนายจลพงษ์ โนนศรีชัย เอกอัครราชทูต ณ กรุงออสโล เป็นตัวแทนประเทศไทยเข้ารับรางวัล ในขณะที่นายมาถิตย์ บุญดิม ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำสวีเดน และผู้แทนบริษัทการบินไทยประจำนอร์เวย์ เข้ารับรางวัล The Best Intercontinental Airlines เป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน

ทั้งนี้ นายจลพงษ์ กล่าววว่า รางวัลดังกล่าวถือว่าเป็นการแสดงความเชื่อมั่นที่ชาวนอร์เวย์มีต่อประเทศไทย แม้ว่าจะมีเหตุการณ์ทางการเมือง ที่นำไปสู่การปิดท่าอากาศยานในปลายปีที่ผ่านมานี้ ทั้งนี้ ตนได้ยืนยันว่าสถานการณ์ในประเทศไทยได้เข้าสู่สภาวะที่ดีขึ้นแล้ว และได้ขอบคุณภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวของนอร์เวย์และชาวนอร์เวย์ที่ยังคง ให้ความเชื่อมั่น และความชื่นชอบต่อประเทศไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งรัฐบาลไทยจะพยายามทุกวิถีทางในการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับชาวต่างชาติใน ทุก ด้าน



ขอบคุณเนื้อหาข่าวจาก Matchon Online นิตยสารออนไลน์

MThai SMS News : ข่าวด้านถึงมือคุณ ทันทุกเหตุการณ์ ไม่พลาดทุกข่าวร้อน
 สนใจรับข่าวกด *48259080066 แล้วโทรออก กดคองชีพฟรี 15 วัน
 สอบถามเพิ่มเติมโทร 02-1007000

[คลิก](#) [ไป](#) มาเป็นฉบับแรกจากเพื่อนของคุณที่ชอบสิ่งนี้

สลับสนนข่าวโดย.



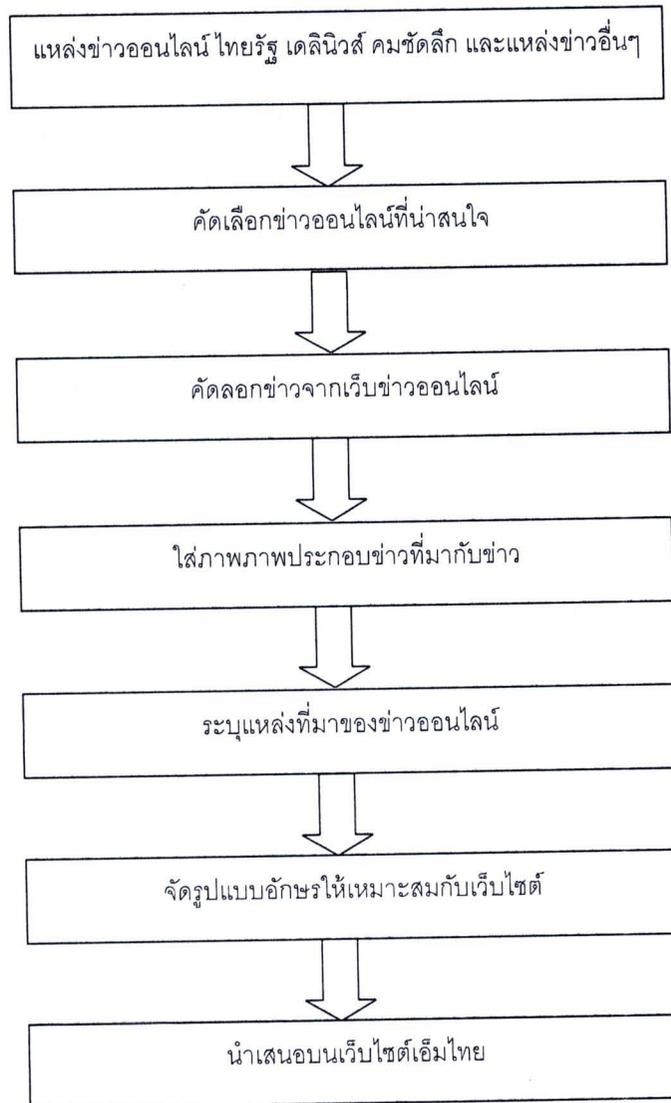
หมวด ข่าว.

- [MThai Poll](#)
- [ข่าวการเมือง](#)
- [ข่าวต่างประเทศ](#)
- [ข่าวเด่นข่าวใหม่](#)
- [ข่าวทั่วไป](#)
- [ข่าวพาดหัว](#)
- [ข่าวเด่นประจำวัน](#)
- [คลัง](#)
- [ภาพข่าว](#)
- [สัพเพเหระ](#)
- [เอ็มไทย.คอม](#)

ข่าว ก่อนหน้า.

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

ภาพที่ 15 กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยก่อนขอเรียก้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

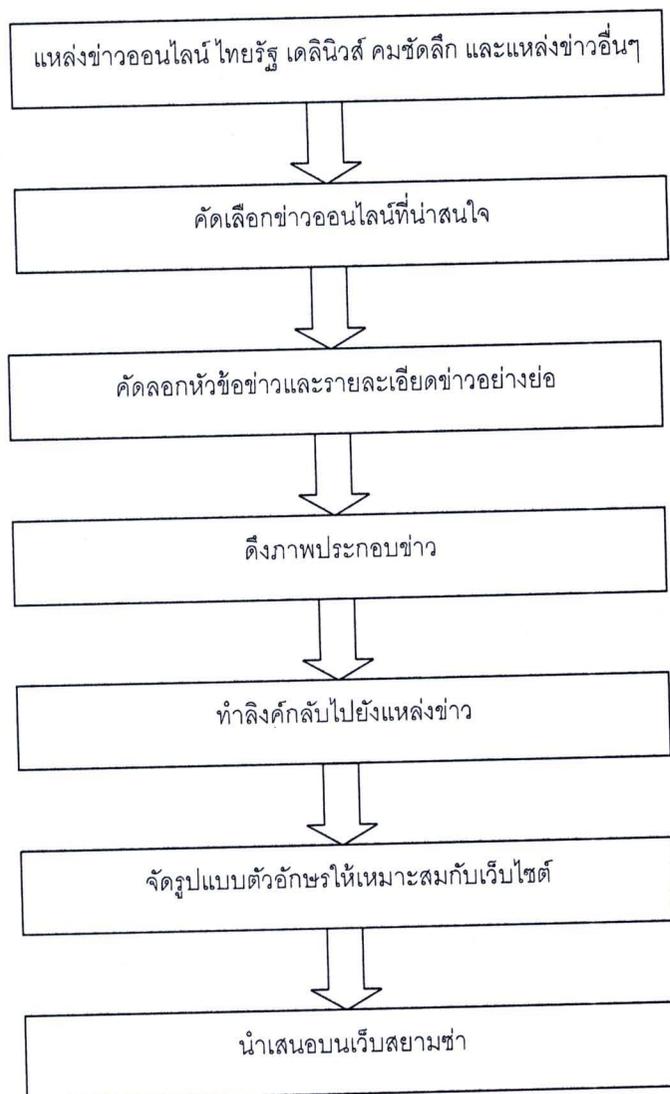


กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์สยามซ่า

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์สยามซ่าคือนำข่าวออนไลน์มาใช้เพียงหัวข้อข่าวและภาพประกอบข่าว ไม่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ข่าวของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ เว็บมาสเตอร์จะทำลิงค์กลับมาที่เนื้อหาข่าวโดยตรง เนื่องจากการคัดลอกมาทั้งหมดจะเป็นการเพิ่มภาระในการทำเว็บไซต์และต้องการที่จะแบ่งยอดผู้อ่านกลับไปยังเว็บไซต์ที่ผลิตข่าว การเลือกข่าวที่นำมาใช้บนเว็บจะมีหลายประเภทแต่ข่าวที่เว็บสยามซ่าเลือกให้เป็นข่าวเด่นคือข่าวเกี่ยวกับวงการบันเทิง แหล่งข่าวที่นำใช้จะเน้นไปที่เว็บข่าวที่ได้รับความนิยมในด้านนั้นๆ

“ปกติเราไม่มีเนื้อหาข่าวของตัวเองเราเอาเนื้อหาข่าวจากเว็บไซต์ผู้ผลิตมาแต่วิธีการของเราก็คือไม่เอาเนื้อหาของเค้ามาแปะบนหน้าเว็บไซต์เราแต่จะเป็นการเอาหัวข้อมาแล้วทำลิงค์กลับไปเว็บไซต์เค้าแทน เราถือว่าเราให้เกียรติเนื้อหาของเค้าและแชร์จำนวนผู้เข้าชมกลับไป ประเภทข่าวเราก็มีข่าวทุกแบบแต่ส่วนใหญ่เอาที่เป็นประเด็นประจำวันก็แต่ที่เราเน้นมากที่สุดเป็นเรื่องดาราวงการบันเทิงซะมากกว่า เพราะว่าผู้ใช้งานชอบอ่านส่วนแหล่งข่าวดูจากที่เค้ามีเครดิตในด้านนั้นๆอยู่แล้วและก็ดึงข่าวจากที่ดีที่สุดมาให้ผู้ชมอ่านครับเช่น ข่าวทั่วไปก็ไทยรัฐ คมชัดลึกหรือถ้าเป็นข่าว เทคโนโลยี เราก็จะดึงจากเว็บไซต์ arip”(วุฒิกกร, สัมภาษณ์, 15 ก.ค. 2553)

ภาพที่ 17 กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์สยามซ่าก่อนขอเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

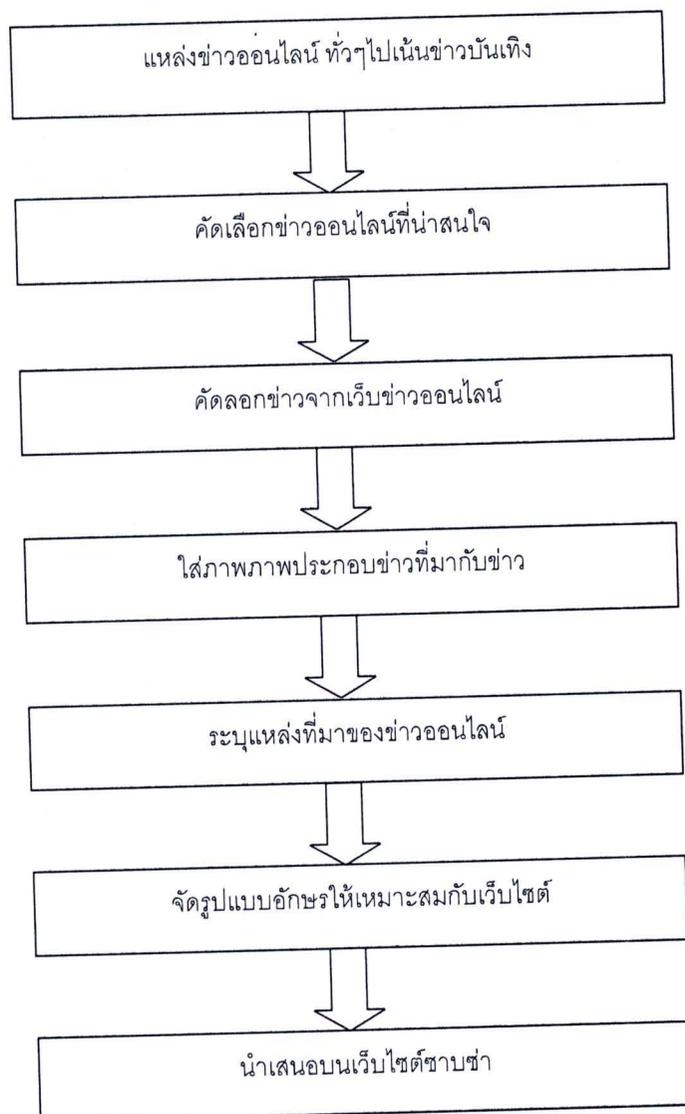


กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ข่าว

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ข่าวเหมือนกับเว็บทำภายในประเทศที่ไม่มีทีมงานผลิตเนื้อหาเป็นของตัวเอง เว็บมาสเตอร์ที่ดูแลด้านเนื้อหาทำการคัดลอกข่าวจากเว็บไซต์ข่าวออนไลน์มาใช้บนเว็บไซต์ของตัวเองและใส่ที่มาของข่าวเพื่อแสดงความเคารพต่อเนื้อหาข่าว การเลือกใช้ข่าวของเว็บข่าวจะทำให้ความสำคัญกับข่าวบันเทิงเป็นหลักและข่าวทั่วไปแต่ทางเว็บไซต์ไม่ส่งเสริมข่าวเศรษฐกิจเพราะผู้ใช้งานกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มผู้ใช้งานหลักของเว็บไซต์ไม่นิยมอ่าน แหล่งข่าวที่เว็บข่าวเลือกใช้เป็นข่าวบันเทิงของเว็บข่าวทั่วไปไม่ได้เจาะจงเว็บใดเป็นพิเศษเนื่องจากข่าวบันเทิงจากหลายๆสำนักจะไม่แตกต่างกันมากนัก

“การผลิตข่าวก็ทำเหมือนกับทุกเว็บทำคือเอาข่าวของเค้ามาอยู่ในเว็บไซต์เรา แต่ว่าเราให้เครดิตว่ามาจากที่ไหนเพราะเราไม่ได้ทำข่าวเอง คนที่โดนเอาข่าวไปก็คงไม่ชอบ การเลือกข่าวจะเป็นข่าวจากเว็บทั่วไปแต่ทางเว็บเน้นข่าวบันเทิงมาก่อน เพราะคนชอบอ่านหลังจากนั้นก็เป็นเรื่องทั่วไปแต่ส่วนมากอันดับแรกๆก็จะเป็นข่าวที่คนสนใจอยู่แล้วข่าวที่เราไม่เน้นก็พวกข่าวเศรษฐกิจไรเงั้นนะเพราะอย่างฐานผู้ใช้งานเราเป็นวัยรุ่น เรื่องแบบนี้มันไม่ได้รับความสนใจแหล่งข่าวที่ทางเว็บใช้ก็จะเป็นข่าวจากเว็บข่าวทั่วไปเว็บของเราจะเน้นเรื่องวงการบันเทิงเป็นหลักไม่ได้เน้นว่าจะต้องเอาจากแหล่งไหนเป็นพิเศษเพราะข่าวบันเทิงจากที่ไหนๆมันก็เหมือนกันอยู่แล้ว”(สุขใจ, สัมภาษณ์, 22 ก.ค. 2553)

ภาพที่ 19 กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ซาบซ่าก่อนขอเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์



กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ Ryt9.com

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

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์

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

ภาพที่ 20 เนื้อหาข่าวที่ผลิตเองของอินโฟเควสท์บนเว็บไซต์ Ryt9

RYT9 อารวายเป็นันต์ ค้นหา

ข่าวออนไลน์ ต่างประเทศ เศรษฐกิจ หุ้น-การเงิน การเมือง ผลสำรวจ บันเทิง กีฬาท่องเที่ยว เทคโนโลยี อสังหาฯ ภายนอก ทำไป

ประเด็นร้อน > ASEM บทบรรณาธิการ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ วิกฤตยุโรป เวิลด์เทรด 2011 นวัตกรรม นวัตกรรม สภาผู้แทนราษฎร พรรคเพื่อไทย ดีเอสไอ

สินเชื่อเนกประสงค์

อนุมัติภายใน 1 ชม.

เงินเดือน > 15,000 บ.

สมัครวันนี้

www.CentralPersonalLoan.com

นายภา ยันรัฐบาลไม่แตก,เปิดข่าวคน ปบป.เจรจาตั้งกลุ่ม 3 พี่เข้าร่วมรัฐบาล

infoquest

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

นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ปฏิเสธไม่ทราบเรื่องคดีที่มีข่าวคนของพรรคประชาธิปัตย์ไปหรือกับกลุ่ม 3 พี่เพื่อตั้งให้เข้าร่วมรัฐบาล เพื่อหวังเสริมสร้างเสถียรภาพเรื่องเสถียรสนับสนุนในที่ประชุมสภาผู้แทนราษฎร โดยยืนยันรัฐบาลไม่แตก แกนนำทุกคนมีความหนักแน่นต่อกระแสข่าวดังกล่าว

ลิงค์: www.CentralPersonalLoan.com

ส่งความเห็นถึงผู้สื่อข่าว

Facebook

Twitter

พิมพ์ข่าวนี้

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

โทษก ปบป.โจรรัฐบาล

TOT e-Conference

ภาพที่ 21 เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ Ryt9

RYT9 อารวายเป็นันต์ ค้นหา

ข่าวออนไลน์ ต่างประเทศ เศรษฐกิจ หุ้น-การเงิน การเมือง ผลสำรวจ บันเทิง กีฬาท่องเที่ยว เทคโนโลยี อสังหาฯ ภายนอก ทำไป

ประเด็นร้อน > สงคราม ภัยเงินบาท ภาวะเศรษฐกิจ ตลาดหุ้นเอเชีย ตลาดอสังหาริมทรัพย์ วัฒนธรรม หนึ่ง ศาสตร์ใหม่ วิทยาศาสตร์

www.ais.co.th/iPhone

โฆษณาโดย Google

กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ไทยคอน -- ข่าวกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ไทยคอน

ข่าวกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ไทยคอน วันที่ 4 ตุลาคม 2553

นางจ. บ้านฉาง ภาคผู้ถือฉายภาพใช้สิทธิ์ซื้อหุ้นเพิ่มทุนกองทุน TFUND ระยะที่ 4-B ตุลาคม 2553

ThaiPR.net

ผู้ถือหุ้นรายกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ไทยคอน (TFUND) เตรียมเงินใช้สิทธิ์จองซื้อหุ้นเพิ่ม

LAND & HOUSES Condominium

THE KEY คอนโด 3 ชั้นใหม่

6 ชั้นใต้ดิน • 250 ไร่ • 100 ไร่

ปลัดศรีอุบลประวีร์ดิเรกคุณาภิบาล

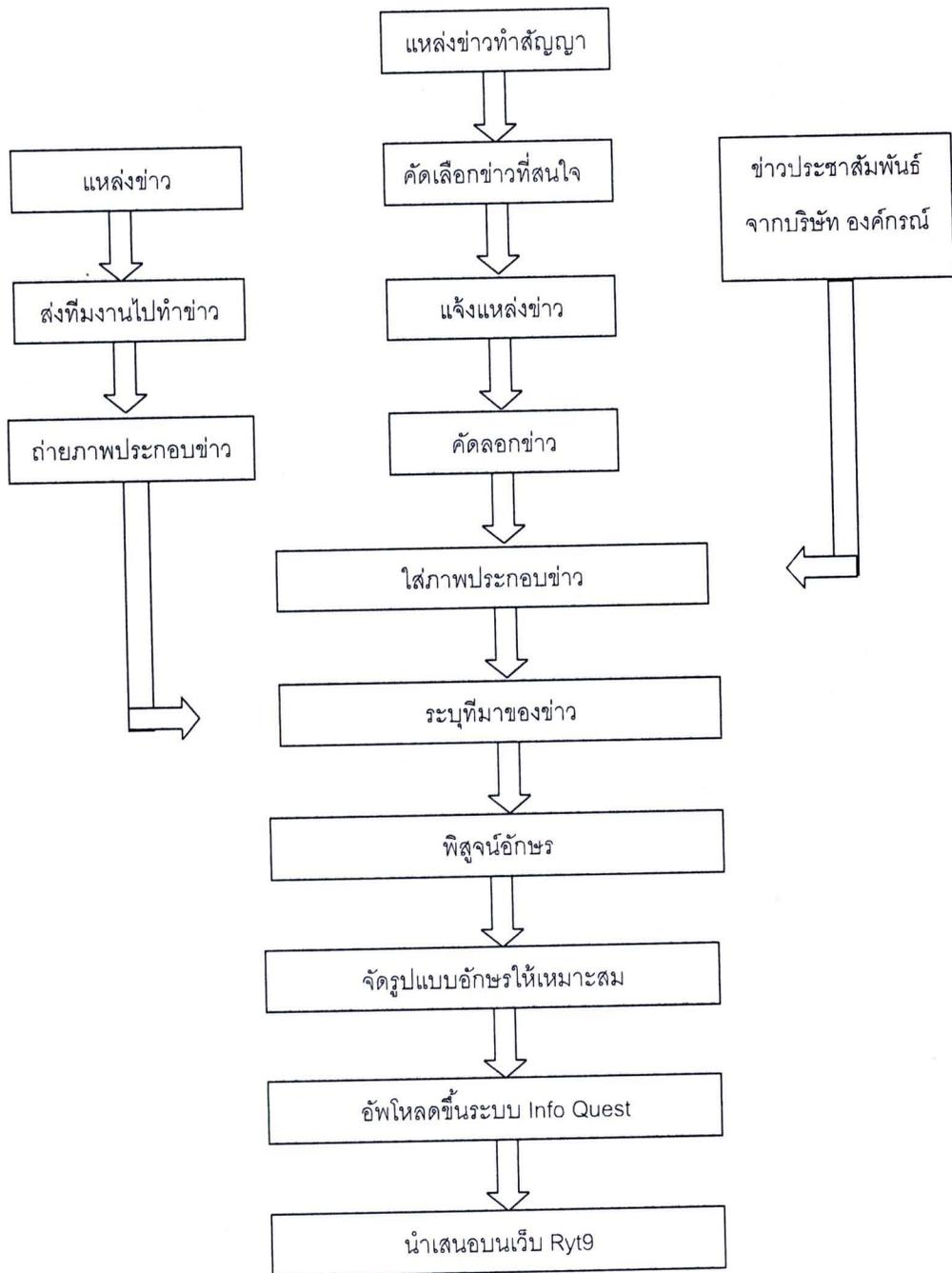
Pre-sale 9 ตุลาคม 53

พื้นที่ออกคอนเวนชันเตอร์ เซ็นทรัล ฮาดพราว

รับ 1.75 ล้านบาท

โทร. 1198 no 19 www.tb.co.th/thekey

ภาพที่ 23 กระบวนการผลิตข้าวออนไลน์ของเว็บไซต์ชาบข้าวก่อนซื้อเรียกร่องจากชมรมผู้ผลิตข้าว
ออนไลน์



กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ภายหลังข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

คำถามวิจัยที่ 2 “เมื่อก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์แล้วรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บท่าภายในประเทศเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร”

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์หลังข้อเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิตข่าวของเว็บท่าภายในประเทศออนไลน์สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบคือ ไม่เปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์และเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์

ไม่เปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์

เว็บท่าภายในประเทศที่ไม่เปลี่ยนรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์ได้แก่เว็บไซต์ สยามซ่าและRyt9 เนื่องจากเว็บมาสเตอร์ได้แจ้งว่าการผลิตข่าวของเว็บไซต์ไม่ได้ล่งละเมิดสิทธิข่าวออนไลน์ของเว็บข่าวในสมาชิกชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จึงไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มขึ้นขั้นตอนการผลิตข่าวออนไลน์

“ที่เค้าตั้งชมรมขึ้นมาปัญหาก็คือเค้าก็อปปี้นื้อหามาไว้บนเว็บของตัวเอง แต่เราไม่เคยทำอยู่แล้วตั้งแต่แรกคืออย่างแรกคืองานเยอะขึ้นด้วย อย่างที่สองคือมันง่ายกว่าที่จะเอาหัวข่าวข่าวที่เค้ามีอยู่แล้วแต่เป็นพวก RSS feed ขึ้นมาวางไว้บนเว็บไซต์แล้วอัปเดตจากเค้าได้โดยตรงเราก็ ลิงค์กลับไปเว็บไซต์ เค้าแค่หัวข้อมารูปภาพที่เป็นแค่หัวข่าวข่าว” (วุฒิกกร, **สัมภาษณ์**, 15 ก.ค. 2553)

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

เปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์

เว็บท่าภายในประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงการผลิตข่าวออนไลน์ทั้งเพื่อหลีกเลี่ยงข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์และปฏิบัติตามข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยภายหลังข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

เว็บไซต์เอ็มไทยเปลี่ยนกระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ใหม่ด้วยการนำข่าวจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จากหลายๆแหล่งมาเรียบเรียงขึ้นใหม่และลงทำข่าวว่าเรียบเรียงโดยทีมงานเอ็มไทย นอกจากนี้เว็บไซต์เอ็มไทยต้องเพิ่มทีมงานการผลิตข่าวออนไลน์และแปลข่าวจากต่างประเทศเองและลงทำข่าวว่ามีที่มาจาก"ทีมงานเอ็มไทย" การคัดเลือกข่าวของเว็บไซต์เอ็มไทยยังคงใช้ข่าวการเมืองเป็นหลักและแหล่งข่าวยังคงเป็นแหล่งข่าวของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์แต่ต้องมีเพิ่มแหล่งข่าวที่มาจากต่างประเทศแต่จากความรวดเร็วในการนำเสนอจะเปลี่ยนไปที่ประเด็นในการนำเสนอข่าว

"พอเกิดชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์กระบวนการผลิตต้องเพิ่มขึ้นตอนขึ้นมาใช้การรีไรท์เอาข่าวมาเขียนแบบในสไตส์ของเราอาจจะดูหลายๆที่แล้วรวมเนื้อหาข่าวและต้องมีนักข่าวของเราเอง มีคนเขียนบทความเองต้องผลิตเนื้อหาข่าวเองด้วย แต่ในส่วนที่เราไม่สามารถทำได้เองจริงๆก็ อย่างรูปภาพก็ใช้ของสำนักข่าวต่างประเทศ การคัดเลือกข่าวยังเน้นข่าวการเมืองอยู่ เรามีชื่อเสียงจากเรื่องการเมืองก็ต้องเอาเรื่องการเมืองไว้อยู่ แหล่งข่าวก็เป็นแหล่งเดิมๆ อาจมีเพิ่มแหล่งข่าวจากต่างประเทศบ้าง การแปลข่าวเองบ้างเพราะเรามีทีมงานข่าวเพิ่มมากขึ้น แต่ข่าวในประเทศเราก็เป็นแหล่งเดิมอยู่อย่างเรื่องการเมืองยังใช้ของไทยรัฐ หรือว่าเดลินิวส์แต่พอมีชมรมนี้ขึ้นมาเราก็เปลี่ยนจากความเร็วไวก่อนไปเน้นเรื่องจับประเด็นมากกว่าครับ"(สิทธิโชติ สุภาวรรณ, สัมภาษณ์, 3 มี.ค. 2553)

ภาพที่ 25 การแปลข่าวออนไลน์จากต่างประเทศของเว็บไซต์เอ็มไทยภายหลังจากข้อมูกร้องจากชมรมผู้ผลิต

ข่าวออนไลน์





หน้าแรก
หมวด
วิเคราะห์บอล
บอลไทย
กีฬาในประเทศ
กีฬาต่างประเทศ
Sexy G-Sport
Drift-Series
สเก็ตกีฬา

ฟุตบอลอังกฤษ

บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม

MThai - กีฬา > ฟุตบอลอังกฤษ > ข่าว > บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม

บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม



ANOTHER BRILLIANT SUNSPORT EXCLUSIVE

บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม

Live

Premier

La Liga

Serie A

วันที่ 03 ตุลาคม

เชลซี 2 - 0 อาร์เซนอล

ลิเวอร์พูล 1 - 2 แมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด

แมนเชสเตอร์ซิตี 2 - 1 นิวคาสเซิล

วันที่ 02 ตุลาคม

เชลซี 0 - 0 แมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด

เวสต์แฮมยูไนเต็ด 1 - 1 โบลตัน

เบอร์มิงแฮม 0 - 2 เอฟเวอร์ตัน

สโตนี 1 - 0 แมนเชสเตอร์ซิตี

สเปอร์ส 2 - 1 แอสตัน วิลลา

เวสต์แฮม 1 - 1 ฟูลัม

เวสต์แฮม 2 - 0 วูล์ฟแฮมป์ตัน

บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม



Insights by Sun



Insights by MThai

News Update



BROWN IN OUT



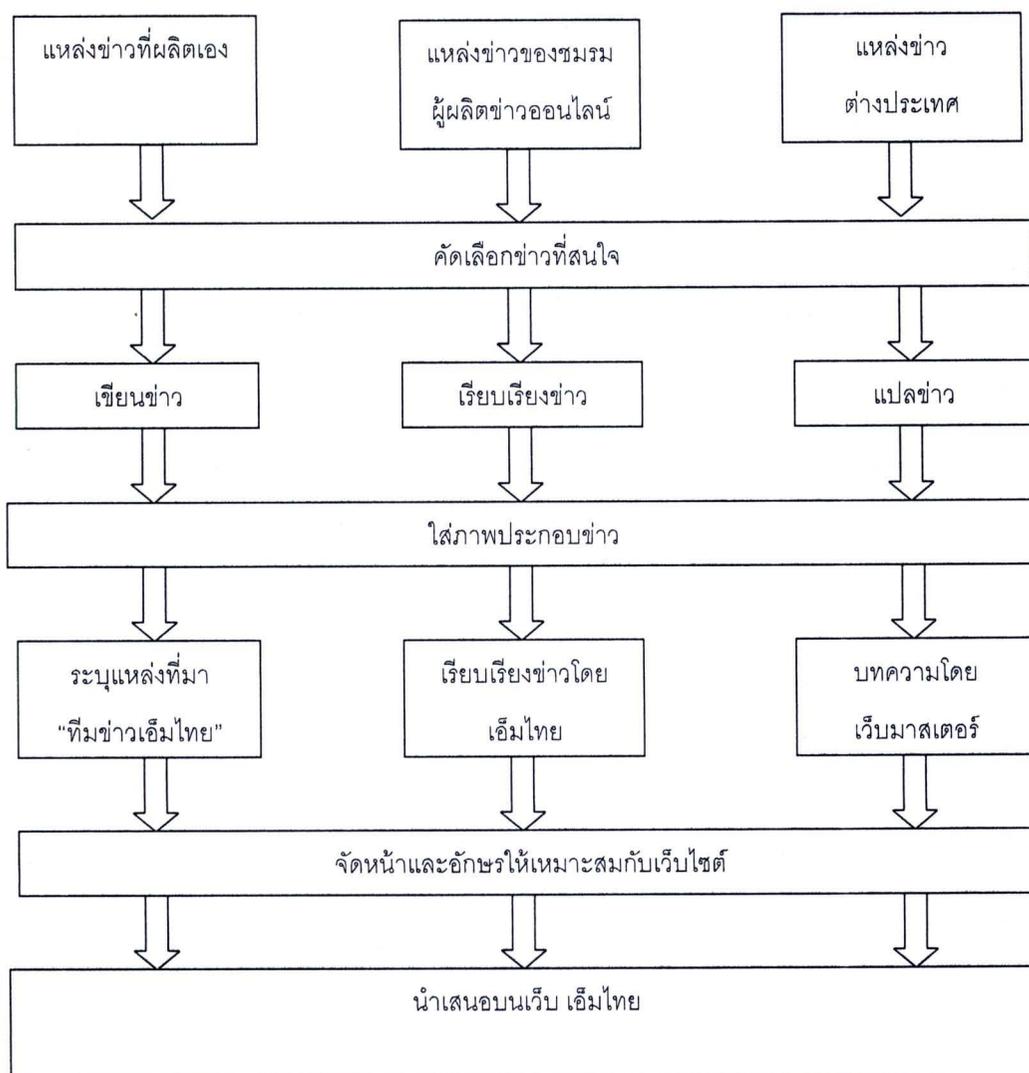
BROWN IN OUT

บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม บรรณานาวาหรับปีกันนครกรก เผยแนวตำถึงขย้าเข้าทีม

บทความโดย TONYR ๓๓๒๖

ภาพที่ 27 กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์เอ็มไทยภายหลังขอเรียกร้องจากชมรมผู้ผลิต

ข่าวออนไลน์



กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ซาบซ่า ภายหลังจากข้อเรียกร้องของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

กระบวนการผลิตข่าวออนไลน์ของเว็บไซต์ซาบซ่าจะปฏิบัติตามข้อเสนอของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ การนำเสนอข่าวจากชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์จะใช้รูปแบบ RSS Feed แต่ถ้าเป็นข่าวออนไลน์จากแหล่งอื่นๆที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ยังคงใช้กระบวนการผลิตรูปแบบเดิมอยู่ การคัดเลือกข่าวยังเน้นที่ข่าวบันเทิงเป็นหลัก แหล่งข่าวถ้าเป็นรูปแบบการนำเสนอด้วย RSS feed แหล่งข่าวก็จะเป็นเว็บข่าวของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ แต่ถ้าเป็นแหล่งข่าวอื่นๆก็จะมาจาก rakdara.com และ isarapost.com รวมไปถึงจากเว็บท่าภายในประเทศอื่นๆ

“ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ส่งหนังสือแจ้งเตือนมาเราก็รับทราบแต่ไม่ได้ไปรับทราบข้อตกลงเอง เพราะไม่ว่าง แต่เราก็เปลี่ยนวิธีการนำเสนอข่าวใหม่เป็น RSS feed แบบที่เค้าร้องมา คือมันจะลิงค์กลับไปทีเว็บของเค้าแทนที่จะเข้ามาอยู่ในหน้าของเรา คือเราก็ยอมรับกติกาของเขาครับ การคัดเลือกข่าวก็ยังเป็นข่าวบันเทิงที่เป็น hot topic เราก็จะเอามาขึ้นก่อนเหมือนเดิมแหล่งข่าวที่ใช้ก็จะมาจากเว็บข่าวที่มี RSS feed ที่ทางเค้ายินยอมให้เราใช้ได้ แต่บางข่าวถ้าเราต้องการนำมาใช้ก็จะนำข่าวจากเว็บอื่นๆมาลงเช่นข่าวบันเทิงจาก rakdara.net หรือข่าวการเมืองจากเว็บ isarapost.net หรือข่าวจากเว็บท่าด้วยกัน” (สุขใจ, สัมภาษณ์, 22 ก.ค. 2553)

ภาพที่ 29 การใช้ข่าวออนไลน์จากเว็บทำภายในประเทศบนเว็บไซต์ข่าวภาษาไทยหลังข้อเรียกร้องจากชมรม

ผู้ผลิตข่าวออนไลน์

The screenshot shows a news article on a Thai website. At the top, there is a banner for 'zabzoo' with a 'Like 140' button. The article title is 'แอม นู๋ฉีกซองรางวัลกันช้า แต่ไปทำงาน' (Aom Nui opens award envelope late but goes to work). The article text discusses her work on the movie 'Songkran' and her busy schedule. On the right side, there is a vertical list of related articles with small thumbnail images, including 'อดีตวีดีโอคารา', 'อดีตวีดีโอกีฬา', 'อดีตวีดีโอข่าวเหตุการณ์บ้านเมือง', 'อดีตวีดีโอผีสมอหงษ์', and 'อดีตวีดีโอสาวสวยมาจึกเซ็กซี่'. At the bottom, there are social media sharing options for Facebook, Twitter, and Email, along with a 'Bookmark' button and a small disclaimer at the very bottom.

zabzoo
Like 140

ถึงขณะนี้ข่าว : ...

แอม นู๋ฉีกซองรางวัลกันช้า แต่ไปทำงาน

09 27 ตุลาคม 2553 11:11:21 น. 13 มิ.ย. 205

ค้นข่าว ค้นหา



"แอม" นู๋ฉีกซอง "ซองรางวัล" กันช้า แจงแล้วทำงาน ทุ่มดี "ฟังก์" มาช้อปบ้านในโครงการ รักแอมปี

นางเอกสาวสุดหวาน "แอม ฟักกอร์" โฉมงามสาว มังคุดแฟนหนุ่ม "สงคราม" นางชู้ด้วยกับทักทาย เข้า ล้ม เนื่องจาก สาวแอม ต้องคอยเดินไปตี โบนินชา เขาในอุโมงค์ เพราะต้อง ไปดูผลการทำโครงการบ้านที่เปิดตัวกัน ซึ่งงานนี้ ผู้สื่อข่าว แอนันท์ นาคสาร "ฟังก์ สารีศา" มาช้อปอยู่ใกล้ๆ จะขายไหม สาวแอม เฉลยเหมา

"อิมดี๊วะ อิมดี๊อิมมันลูกค้าทุกคนแล้วจ๊ะ ไหมว่าเป็นใคร" อาราวาแอมไปโบนินชาบ่อย "ไม่แปลกจ๊ะ แอมก็เป็นคนโง่ ช่างแอม แต่แอมไปทำงาน ก็ชอบกันออก เมื่อโครงการบ้านด้วยกันนะจ๊ะ" แต่มีข่าวที่งานฉีกซองรางวัลกันช้าแล้ว" โบนินชา ตะ ตันเข้ามา เบลอจะทานข้าวยังไม่ดีเลย ผิดออกไปดูงานจ๊ะ โครงการบ้านที่กำลังทำอยู่ใกล้โบนินแล้ว" ตอนนั้นก็ออกแบบเสร็จหมดเรียบร้อยแล้วจ๊ะ เริ่มขึ้นโครงการแล้ว นางจะกำหนดเสร็จเดือน พ.ย. ๕๖ และจริงนี่ฝนตกจนออก ก็ลำบากนิดนึง มีความคืบหน้าอย่างไร แล้วเตรียมออกอีกทีแล้วกันนะจ๊ะ"

สนับสนุนเนื้อหาข่าวโดย : bookmark.com

Tags : [แอม](#) [ฟักกอร์](#) [สงคราม](#) [นางเอกสาว](#) [มังคุดแฟนหนุ่ม](#) [โบนินชา](#)

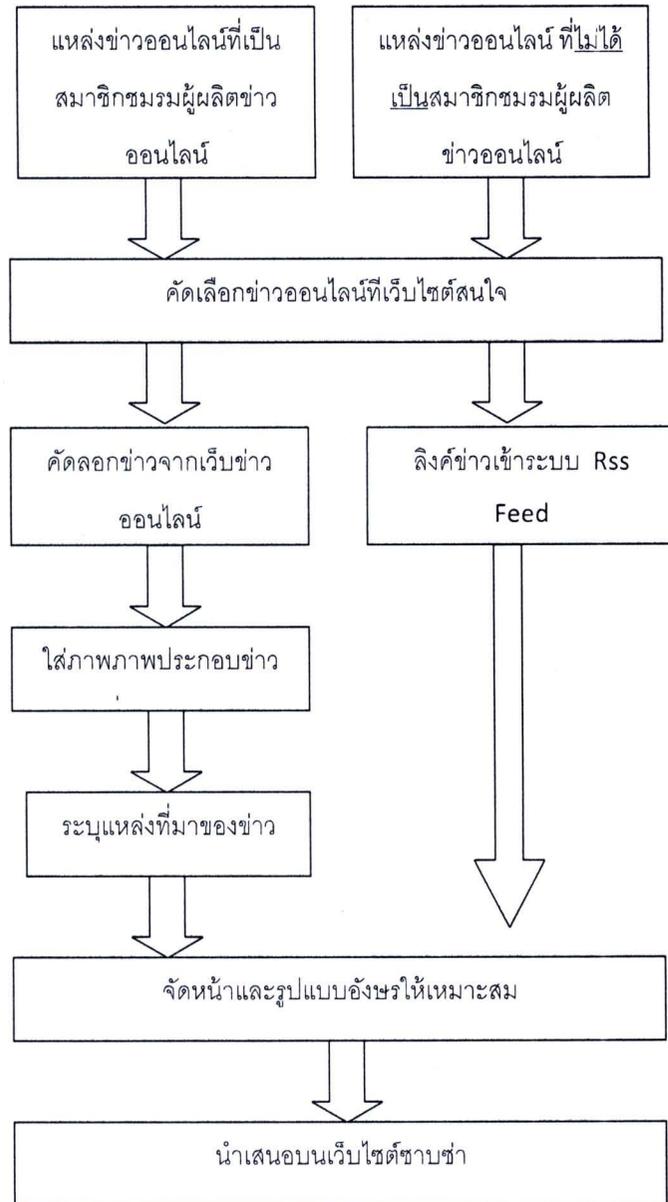
ข่าวในมือถือ
 พิมพ์ข่าวนี้
 เก็บไว้ใน Favorites! (CTRL-D)
 แชร์ข่าวนี้

BOOKMARK

ความคิดเห็นที่พบในหน้านี้ กรุณาทำการเขียนโดยสุภาพเรียบร้อย และใส่ชื่อในนามผู้โพสต์ไว้เสมอเพื่อรับผิดชอบต่อความคิดเห็นที่ตนได้โพสต์ขึ้น
ผู้เขียนมีความรับผิดชอบต่อความคิดเห็นที่ตนได้โพสต์ขึ้น และจะไม่รับผิดชอบต่อความคิดเห็นที่ผู้อื่นได้โพสต์ขึ้น
ติดต่อเรา หรือแจ้งเบาะแสการฉ้อโกงได้ที่ [www.zabzoo.com](#)

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 มัธยมศึกษา/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 และ ประกอบอาชีพ 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/พอบ้าน	1	0.3
รับจ้างให้แรงงาน	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 10.5 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

เพื่อทราบถึงปัจจัยที่สามารถส่งผลต่อการใช้งานเว็บไซต์ทำภายในประเทศผู้วิจัยทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงพฤติกรรมการใช้งาน 2 รูปแบบ คือพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ทำภายในประเทศ

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 แสดงจำนวนร้อยละตามช่วงเวลาที่เข้าใช้อินเทอร์เน็ต

ช่วงเวลาที่เข้าใช้อินเทอร์เน็ต	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 ร้อยละ 48.0 รองลงมาคือใช้เวลามากกว่า 60 นาที ร้อยละ 23.9 และใช้เวลา 31-60 นาที ร้อยละ 22.4 และน้อยที่สุดคือใช้เวลา น้อยกว่า 5 นาที ร้อยละ 5.8 ดังแสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละตามระยะเวลาในการอ่านข่าวออนไลน์

ใช้เวลากับการอ่านข่าวออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 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 พฤติกรรมการใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การใช้งานเว็บท่าภายในประเทศมากที่สุดคือ 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 แสดงจำนวนร้อยละตามประสบการณ์การใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

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

ความถี่ในการเปิดรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าภายในประเทศผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับประมาณ 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 จากเว็บท่าภายในประเทศ	จำนวน	ร้อยละ

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 การเก็บข้อมูลเพิ่มด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อค้นหาว่า “ปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานเว็บท่าเลือกที่จะเปิดรับข่าวออนไลน์จากเว็บท่าเพียงแหล่งเดียวคืออะไร” พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจข่าวในเว็บท่าด้วย

สาเหตุคือเนื้อหาสาระและข้อมูลข่าวสารทุกอย่างได้ถูกรวบรวมเอาไว้แล้วบนเว็บไซต์เดียวและมีการใช้งานเว็บไซต์นี้เป็นประจำอยู่แล้ว

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

“จริงๆแล้วผมใช้งานเว็บทำเป็นประจำอยู่แล้วครับ เพราะผมต้องเปิด เว็บ sanook เป็นเว็บแรกๆ ทุกๆวันครับ ถึงขนาดต้อง bookmark ไว้หน้าแรก เพราะผมขายของในเว็บไซต์อยู่แล้ว และก็ต้องสมัครสมาชิกเอาไว้ด้วยครับ ซึ่งผมเองก็อ่านข่าวจากเว็บทำเป็นประจำผมว่านะข่าวออนไลน์ในเว็บเองก็มีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลาทำให้ไม่จำเป็นต้องเข้าไปอ่านข่าวในเว็บข่าวอื่นๆเลยครับ”(เทพพนม แซ่จ้อง, **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

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

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

“ใช้เว็บนี้เป็นประจำมานานแล้วค่ะเพราะใช้ฟังเพลงออนไลน์ตอนเล่นเน็ตด้วยและในเว็บมันก็มีข่าวสารให้อ่านเยอะด้วย แต่ส่วนตัวก็ดูแค่ผ่านๆไม่ค่อยได้ตั้งใจอ่านมากนักนะคะ แต่บางที่มีข่าวบันเทิงที่เราสนใจเราก็อ่านบ้าง อีกร้อยอย่างเราไม่ค่อยได้อ่านข่าวในเน็ตอยู่แล้ว ส่วนใหญ่จะดูจากทีวีหรือเพื่อนเล่าให้ฟังซะมากกว่า” (รัมภา, 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 รองลงมาคือความสะดวกในการเข้าถึงข่าวที่สนใจค่าเฉลี่ย 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 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยตามความระดับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ภายในประเทศในด้าน “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
ความสะดวกในการเข้าถึงข่าวที่สนใจ	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
การเลือกใช้โหนดสีในเว็บท่า	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 "ติดตามข่าวสารต่างประเทศระหว่างวัน" มากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือใช้ "เพื่อศึกษาหาความรู้ในด้านต่างๆจากบทความออนไลน์" ที่ค่าเฉลี่ย 3.89 และใช้เพื่อใช้เพื่อ "สร้างความบันเทิงระหว่างวัน" ที่ค่าเฉลี่ย 3.74 ขณะที่ "ใช้เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นข่าวออนไลน์ระหว่างผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต" และที่ "ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจต่างระหว่างวัน 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
ใช้เพื่อติดตามข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างวัน	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
ใช้เพื่อค้นหาและหาข้อมูลอ้างอิงจากข่าว 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
ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจต่าง ๆ ระหว่างวัน 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
ใช้เพื่อตอบสนองอุดมการณ์ทางการเมือง	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 เวลาเอาไปคุยกับเพื่อนๆก็ไม่พลาดนะคะ” (พรพิมล ศรีม่วง, **สัมภาษณ์**, 18 เม.ษ. 2553)

“ติดตามอ่านข่าวจากเว็บ Mithai ทุกวันคะ เพราะมีการปรับปรุงเนื้อหาให้อัพเดทอยู่ตลอดเวลาและมีเนื้อหาที่ครบถ้วนในเรื่องที่เราสนใจคะอย่างพวกคอลัมน์ที่แนวๆ how to ใน คีลีโอ ค่ะ หรือไม่กี่พวกดูดวงแต่พวกข่าวหรือประเด็นที่เว็บเลือกมานำเสนอนั้นค่อนข้างเป็นประเด็นที่ talk of the town ในขณะนั้น นะคะซึ่งเราก็จะเห็นว่ามีคนเข้าไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเยอะนะและโดยส่วนตัวแล้วชอบที่จะร่วมสนุกกิจกรรมชิงโชคที่ทางเว็บเค้าจัดขึ้นด้วยคะ” (ชุตินันท์ วิวัฒน์นารักษ์, **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

“เราว่าเว็บไซต์ประเภทเว็บท่ามันเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างวิยรุ่นมากกว่านะคะ เพราะอย่างเว็บข่าวมันก็มีแต่ข่าวลั่วนๆซึ่งถ้าไม่ตั้งใจเข้าไปดูจริงๆคงไม่เข้าคะ แต่กับเว็บท่ามันมีหลายๆอย่างมารวมในเว็บคะซึ่งมันมีความหลากหลายมากกว่า และน่าสนใจกว่าคะ เพราะข่าวในเว็บท่ามันก็ไม่แย่มากนะคะอาจจะซ้ำกว่าเว็บข่าวอยู่บ้างแต่ก็เป็นข่าวที่น่าสนใจติดตามคะ”(นิดา เจียรนัย, **สัมภาษณ์**, 12 พ.ค. 2553)

“ตอนแรกก็เข้าเว็บข่าวโดยตรงนะอย่างพวกเมนเจอร์ มติชน ไรพวกนี้ แต่พอหลังๆมันน่าเบื่อครับ ยิ่งตอนมีพวกมือบอยอย่างตอนนี้นะไม่ต้องอ่านข่าวอื่นกันแล้วครับ ผมก็เลยต้องไปหาอ่านข่าวจากพวกเว็บท่าเนี่ยแหละเพราะคิดว่ามันมีอะไรที่หลากหลายมากกว่าเรื่องการเมืองลั่วนๆนะพวกเพลงหนังหรือพวกบันเทิงวาไรตี้ค่อนข้างเยอะกว่า แถมยังมีพวกเกมส์ออนไลน์ซ้ำๆ หรือมีพวกวิดีโอตลกๆหรือรูปสาวๆให้ดูด้วย ก็หลากหลายดี” (อภิชาติ แซ่ตั้ง , **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

“คือผมไม่ชอบเข้าเว็บข่าวนะรู้สึกข่าวมันหนักเกินไป เวลาเล่นเน็ตผมไม่ชอบอะไรซีเรียสๆนะ
อยากอ่านอะไรไม่หนักมากอย่างตอนนี้มีเสื้อแดงนะเข้าเว็บข่าวแล้วเจอแต่อะไรก็ไม่รู้ แต่ข่าวในเว็บทำมันก็มีแง่มุมไม่เยอะมากไม่เจาะลึกเท่าไร หรือบางข่าวมันก็เป็นข่าวที่ไม่ถูกเอาขึ้นหน้าหนึ่งในเว็บไซต์ข่าวนะ
ผมว่าข่าวในเว็บทำนี้แหละเหมาะกับผมแล้วไม่หนักมาก ก็โอเคดี” (ธนกฤติ สุขชัย , สัมภาษณ์, 10 พ.ค.
2553)

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาจริยธรรมการนำเสนอข่าวของเว็บทำภายในประเทศ

ความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ของเว็บทำภายในประเทศ

คำถามวิจัยข้อที่ 6 “เว็บทำภายในประเทศมีระดับความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ในผลงานข่าวออนไลน์ของ
ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์มากน้อยเพียงใด”

ความตระหนักถึงลิขสิทธิ์ในเนื้อหา เว็บมาสเตอร์เอ็มไทยแสดงความเห็นว่าถ้าเป็นในเรื่อง
ของบทความต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตรวมทั้งนิยายมีพรบ. ลิขสิทธิ์คุ้มครองอยู่ทางเว็บไซต์จำเป็นที่จะต้องขอ
อนุญาตเจ้าของบทความก่อนนำมาใช้งานทุกครั้งแต่กลับกันถ้าเป็นข่าวและเนื้อหาสาระเว็บเอ็มไทยคิดว่า
ไม่ผิดในด้านลิขสิทธิ์เพราะว่าเนื้อหาข่าวไม่ใช่สิทธิของคนทำข่าวแต่เป็นของบุคคลในข่าว ทางเว็บข่าวเป็น
เพียงแค่ผู้ถ่ายทอดสารหรือข้อความออกสู่สาธารณะชนเท่านั้น ในขณะที่เดียวกันเว็บเอ็มไทยเองก็ได้แสดง
ความเห็นในลักษณะการตัดพ้อเนื่องจากที่ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ทำไปเพราะต้องการกลั่นแกล้งและ
อยากได้ส่วนแบ่งจากค่าโฆษณา อีกทั้งยังได้กล่าวว่าเว็บเอ็มไทยไม่ใช่เพียงทางเลือกเดียวในการรับข่าวยังมี
เว็บอื่นๆที่สามารถติดตามข่าวได้

“ถ้าในเรื่องของบทความเราก็ตระหนักว่ามันเป็นเรื่องของงานเขียนและผลงานที่คนคนหนึ่งเขียน
ครบมีชื่อของเค้าเราก็จะไม่เอาลงแต่ว่าในเรื่องของข่าวว่ามันเป็นสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของประชาชนมันก็
ไม่มีการปิดกัน ก็มองว่าเว็บเอ็มไทยก็เป็นสื่อสื่อหนึ่งเหมือนกัน ผมคิดว่าด้วยจำนวนสมาชิกหรือจำนวนคน
อ่านเนี่ยมากกว่าเว็บข่าวของเค้าเองด้วยซ้ำนะครับที่เค้าทำงตั้งเนี่ยเพราะเค้าจะรู้ไม่จริงหรือว่าจะหาเรื่อง
หรือว่าอิจฉาหรือเปล่า เพราะอย่างจะให้อ่านข่าวต้องให้อ่านที่เว็บข่าวหรือ แล่อ่านเว็บของพวกเราก็มี
ข่าวสารทำหน้าที่ให้ข้อมูล จะหนีไปหาเว็บเค้าก็ไม่ใช้หรือว่ามันก็ยังมีอีกหลายเว็บที่มีแนวทางในการนำเสนอ

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

เว็บสยามซ่าแสดงความเห็นว่าทางเว็บไซต์ตระหนักถึงตัวสิทธิในเนื้อหาข่าวอยู่แล้วเพราะจะไม่มี การคัดลอกเนื้อหาข่าวไว้ในเว็บของตัวเองแต่จะเป็นรูปแบบของการทำลิงค์กลับไป จะนำเพียงแค่หัวข้อมา เท่านั้น เพราะว่าเนื้อหาข่าวมันไม่ใช่ของเว็บสยามซ่าอยู่แล้ว การแชร์ ผู้เข้าชมเว็บกลับไปยังแหล่งที่มาของ ข่าว ก็เป็นเรื่องที่เหมาะสมและถูกต้อง

“เราเคารพอยู่แล้วเพราะเราจะไม่เอาเนื้อหาของเค้าเนี่ยมา แปะบนหน้าเว็บไซต์เรา แต่จะเป็นการ เอาหัวข้อมาแล้วลิงค์ กลับไปเว็บไซต์เค้าแทน เราถือว่าเราให้เกียรติ เนื้อหา เค้า อย่างนึงแล้วก็เหมือนกับการแชร์ traffic กันไป เพราะว่าเนื้อหามันไม่ใช่ของเราอยู่แล้วแต่ว่า เราก็นำแค่หัวข้อมาให้ผู้คนอ่านเฉยๆ แล้วก็ลิงค์ ไปที่หน้าเว็บไซต์ข่าว ซึ่งปกติก็ยังเป็นยังจี่อยู่ครับ เราไม่มีการนำ เนื้อหา ของเค้ามาเป็นของเราเอง” (วุฒิกกร, **สัมภาษณ์**, 15 ก.ค. 2553) ซาบซ่าดอทคอม

เว็บซาบซ่าได้กล่าวเพียงสั้นๆว่าตอนแรกไม่เคยทราบว่าการนำข่าวจะเป็นเรื่องละเมิดสิทธิใครจึงทำตามๆกันมาแต่ในเมื่อมีชมรมออกมาเรียกร้องสิทธิในเนื้อหาข่าวก็พร้อมที่จะปรับปรุงรูปแบบการ นำเสนอข่าวให้เป็นไปตามข้อตกลงของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์

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

ส่วนทางด้านเว็บRTY9จะเน้นในเรื่องสิทธิเนื้อหาข่าวเป็นหลัก มีการติดต่อแหล่งข่าวก่อนที่นำเสนอ บนเว็บไซต์ทุกครั้งและมีการทำสัญญาเพื่อตกลงในเรื่องผลประโยชน์ร่วมกัน ถ้าหากเว็บไซต์ข่าวเว็บไซต์ใด ไม่มีเจตนาที่จะเข้าร่วมก็จะไม่ลักลอบนำเนื้อหาข่าวที่ถูกผลิตจากสำนักข่าวนั้นๆมาเผยแพร่บนเว็บไซต์ของตัวเองโดยเด็ดขาด

“ผมให้ความสำคัญมากนะ คือเว็บของผมเป็นเว็บที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการให้ข้อมูลเป็นหลัก คือเป็นช่องทางที่จะขยายแล้วก็เผยแพร่ ข่าวประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้า ซึ่งจะมีทั้งบริการที่ฟรีแล้วกับบริการที่เสียเงินเหมือนกัน ส่วน เนื้อหาอื่นๆ ของอินโฟเคสเนี่ยเราจะเอามาจาก ผู้ผลิตข่าวรายอื่นๆ แล้วก็ก็

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

อำนาจในการเรียกร้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตข่าวออนไลน์

คำถามวิจัยข้อที่ 6 “ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ใช้อำนาจจะใดในการเรียกร้องเพื่อเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าวของเว็บท่าภายในประเทศ”

เว็บข่าวมติชนกล่าวว่าอำนาจทางกฎหมายของชมรมเองก็ไม่ได้มีอำนาจใดๆและเป็นเพียงอำนาจทางสังคมที่รวมกลุ่มกันขึ้นมาเพื่อประกาศว่าเว็บท่าภายในประเทศที่นำข่าวของชมรมผู้ผลิตออนไลน์ไปผลิตซ้ำและแสวงหาผลประโยชน์เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องและได้ขอความร่วมมือเท่านั้น

“เราไม่มีอำนาจอะไรเลย มันก็เป็นอำนาจทางสังคมที่เรารวมตัวกันแล้วประกาศว่า เฮ้ยยังงี้ไม่ได้ฉันรวมตัวกันแล้วนะ มันก็เป็นมาตรการอะไรซักอย่างหนึ่ง มันก็ส่งเสียง ดังนั้นเนี่ยมันก็ทำได้แค่นี้ไง”(สิทธิพงศ์ ผลเสวก, **สัมภาษณ์**, 28 มิ.ย. 2553)

มติชนกล่าวเพิ่มเติมว่ารวมกลุ่มกันกับหนังสือพิมพ์อีกหลายฉบับคิดว่าช่องทางที่เอาผิดได้ในกรณีคล้ายๆกับค่ายเพลงมาไล่เก็บค่าลิขสิทธิ์แต่พอลกลับมาดูตัวบทกฎหมายแล้วมันมีช่องว่างอยู่เพราะว่ามันเป็นงานที่ไม่ครอบคลุมในด้านลิขสิทธิ์คล้ายๆกับเวลาไปฟ้องหมิ่นประมาทพวกหนังสือพิมพ์คือเป็นข้อเท็จจริงมันไม่ได้เป็นความคิดเห็นของคนเขียนข่าว ทำได้ก็เพียงการแจ้งเตือนเพื่อขอความร่วมมือเพราะขอบเขตที่สามารถดำเนินการได้จริงๆและกฎหมายคุ้มครองจริงๆจะเป็นในด้านของบทความ เพราะข่าวไปฟ้องร้องอะไรไม่ได้เพราะมันเป็นข้อเท็จจริงแต่พวกบทความหรือการแสดงความคิดเห็นเป็นสิทธิของผู้เขียนสามารถฟ้องร้องได้

“ตอนแรกคุยกันอยู่ 5 ฉบับได้พวก ไทยรัฐ ผู้จัดการ เราก็คิดว่าทำได้ คือรวมกลุ่มกันแล้วก็ตั้งบริษัทกลางขึ้นมา เหมือนกับที่พวกบริษัทเทปเค้าทำ คือตั้งบริษัทขึ้นมาไล่ล่าพวกร้านค้าไอเกะอะไรเงี้ย สุดท้ายพอมาดูในแง่กฎหมาย ปรีกษานักกฎหมายอะไรแล้ว มันไม่ได้ไง เป็นข้อเท็จจริงไม่ใช่งานที่มีลิขสิทธิ์ คือถ้า

เรานำเสนอเรื่องข้อเท็จจริงไม่ได้เป็นความคิดเห็นของเรา แค่ว่ามาฟ้องว่าเราหมิ่นประมาทไม่ได้ เพราะว่า
 แค่ว่ามันเป็นข่าวมันเป็นเรื่องข้อเท็จจริงก็ทำอะไรไม่ได้ ก็มันก็จะมีการแจ้งไปบ้าง แต่ว่าที่เราทำ
 ได้ กฎหมายจะครอบคลุมให้ในแง่ของเนื้อหาที่เป็นบทความ”(สิทธิพงศ์ ผลเสวก, **สัมภาษณ์**, 28 มิ.ย.
 2553)

ทางด้านเว็บสยามกีฬาให้ความเห็นว่าการตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ขึ้นมาก็เพื่อดูแล
 ผลประโยชน์กันและกันและร่วมตัวกันต่อสู้ ชมรมก่อตั้งได้ไม่ถึง 1 ปีได้มีการกำหนดกติกาต่างๆชัดเจน
 ปัจจุบันเว็บทำพยายามหลีกเลี่ยงการละเมิดเนื้อหาข่าวและหันไปใช้เนื้อหาข่าวจากเว็บเล็กๆแทนทางเว็บ
 สยามกีฬาคาดว่าเว็บทำภายในประเทศเองก็มีการรวมกลุ่มกันอย่างลับๆเพื่อตอบโต้กับมาตรการของชมรม
 ผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ทางชมรมก็ควรที่จะบังคับให้ได้อย่างที่แจ้งไว้จริงๆเพื่อให้เว็บต่างๆเห็นว่าทางชมรมเอา
 จริง ทางสยามกีฬาได้แสดงทรรศนะว่าถ้าเว็บทำภายในประเทศเลยออกไปใช้ข่าวจากแหล่งอื่นมันก็เป็น
 การยากที่จะเอาผิด

“ตั้งชมรมขึ้นมาเพื่อดูแลผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน คือถ้า manager ออกมาทำคนเดียว ไทยรัฐ
 ออกมาทำคนเดียว หรือ siam sport มาทำคนเดียวเงี่ย มันไม่แข่งพอใจครับ เพราะฉะนั้นต้องมีชมรมขึ้นมา
 เพื่อต่อสู้กับเค้า ตอนนี้อำนาจยังไม่เยอะ เพราะว่าชมรมก็ตั้งมาได้ยังไม่ถึง 1 ปีเลย ก็พยายามจะร่าง MOU
 ขึ้นมาว่าจะต้องเอาไปใช้ยังไง แต่ว่าตอนนี้เค้าก็ไม่ได้ใช้ของเราแล้วนี่ครับ แต่ว่าเค้าก็ไม่ใช้ของเว็บเล็กๆแทน
 คือผมคิดว่าตอนนี้ทางเว็บ portal เองเค้าก็จับมือกันแล้ว อาจจะทางลับๆอันนี้ไม่แน่ใจนะ แต่ว่ามันต้องมี
 การคุยกันว่าจะเอายังไงดีในฐานะที่เราทำเว็บ portal เหมือนกัน แต่ถามว่าควบคุมได้มากน้อยขนาดไหน ก็
 อย่างที่บอก คือถ้าเค้าเลี้ยงไปแล้วเนี่ย มันก็ยาก นอกจากเว็บเล็กๆที่เอาไปยิงเงี่ย บางทีก็จะต้องทำเป็น
 ตัวอย่างให้เค้าดู ว่าเฮ้ย ทางชมรมจริงจังกับตรงนี้นะ คือถ้าผู้ที่เราทำหนังสือแจ้งไปแล้วเนี่ย แล้วเอามาใช้
 จริงๆก็ต้องเอามาทำให้เห็นว่าเราแจ้งไปแล้วนะ ว่าเราทำจริงๆนะ”(สมชาติ บุญวิทยา, **สัมภาษณ์**, 5 ส.ค.
 2553)

เว็บไซต์ผู้จัดการได้อธิบายถึงหลักการดำเนินการของชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ว่า ถ้าเว็บไซต์ที่ไม่
 ได้มารับทราบข้อตกลงของทางชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ และยังมีกรละเมิดเนื้อหาข่าวของทางชมรมอยู่ก็จะ
 มีการส่งจดหมายแจ้งเตือนไปและให้เวลาแก้ไขอีก 7 วันและถ้ายังไม่ปรับปรุงก็จะมีกรฟ้องร้องในข้อหา
 ละเมิดลิขสิทธิ์

“การควบคุมเราก็มี คือชมรมเรามีที่ปรึกษากฎหมาย ถ้าเว็บในที่ไม่ได้มาเซ็น MOU แต่อย่างมีการเอาเนื้อหาเราไปใช้คือเราก็จะมีการเตือน มีการยื่น notice ให้เวลา 7 วัน ถ้ายังฝ่าฝืนอยู่ก็จะ มีการดำเนินการตามกฎหมาย ก็คือฟ้องในข้อหาละเมิดลิขสิทธิ์ ตอนนี้อยู่ก็มีบางเว็บที่ยังเอาข่าวของชมรมไปใช้” (นิรันดร์ เขาวภาวดี, 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 เนี่ยก็ถือเป็นเข้าข่ายงานวรรณกรรม เพราะต้องใช้ความคิดใช้สมอง โอเคประเด็นข่าวอาจจะไม่ใช่ อย่างเช่น รถชนกันมีคนตาย 3 คน อันนี้เป็นข้อเท็จจริง อาจจะไม่ใช้ แต่ว่าพาดหัวข่าว อย่างเช่น ลีบล้อเบรกแตกชนเสาไฟฟ้า คนขับตาย อนาคตอะไรยังงี้ ข้อความพวกนี้ก็ถือเป็นลิขสิทธิ์ ถ้าเค้าเอาไปเราก็ฟ้องได้ ถ้าเค้าเปลี่ยนนิดหน่อยก็ไม่เข้าก็ต้องไปตีความเอาว่า มันเหมือนกับในต่างประเทศที่เค้าตั้งชื่อสินค้าเลียนแบบกันก็ต้องดูว่ามันจงใจเลียนแบบมั้ย” (นิรันดร์ เขาวภาวดี, สัมภาษณ์, 4 ก.ค. 2553)

ผู้จัดการได้กล่าวเพิ่มเติมว่าการรวมตัวกันทำให้มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้นและสามารถรวมตัวกันฟ้องร้องได้เพราะเว็บพวกนี้ไม่ได้ละเมิดเพียงเว็บไซต์ผู้จัดการเพียงอย่างเดียวการรวมตัวกันฟ้องร้องก็จะทำให้ความผิตมันหนักแน่นมากยิ่งขึ้นในฐานะที่เราเป็นเจ้าของเนื้อหาและทีมที่ปรึกษาด้านกฎหมายก็เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านลิขสิทธิ์

“คือการรวมตัวกันมันทำให้อำนาจการต่อรองเราเข้มแข็งขึ้นแล้วก็เราจะมีการจัดการต่อเว็บพาดหัวละเมิดลิขสิทธิ์ของเว็บพวกเรา ก็มีแนวทางที่ชัดเจน อย่างที่พี่บอก คือจะมีการเตือนแล้วก็ดำเนินการทางกฎหมาย แล้วก็ตอนนี้เราก็กำลังจะรวมกันฟ้อง ก็คือเว็บเนี่ย มันละเมิด ไม่ใช่ละเมิด ไทยรัฐอย่างเดียว มันละเมิดมติชน มันละเมิดผู้จัดการ ละเมิดเนชั่น ละเมิดบางกอกโพสต์ พวกเราก็จะรวมตัวกันแล้วก็ฟ้องซึ่งมัน

ก็จะทำให้ข้อหาหรือว่าความผิดเนี่ยมันหนักแน่นมากขึ้น คืออย่างน้อยๆเราก็เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์แล้วก็ที่ปรึกษาเราเนี่ยเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านลิขสิทธิ์”(นิรันด์ เยาวภาว, สัมภาษณ์, 4 ก.ค. 2553)

การรับรู้ถึงลิขสิทธิ์ข่าวของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศ

คำถามวิจัยข้อที่ 7 “ระดับการรับรู้ถึงควมมีลิขสิทธิ์ในเนื้อหาข่าวออนไลน์ของผู้ใช้งานเว็บท่าภายในประเทศอยู่ในระดับใด”

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์ในเว็บท่าภายในประเทศในระดับ ปานกลาง ร้อยละ43.3 ให้ความสำคัญในระดับ มาก ร้อยละ35.8 ให้ความสำคัญในระดับ มากที่สุด ร้อยละ 15.8 ให้ความสำคัญในระดับ น้อย ร้อยละ3.8 ให้ความสำคัญในระดับ น้อยที่สุด ร้อยละ1.5 ดังแสดงในตารางที่25

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนร้อยละของให้ความสำคัญต่อแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์ในเว็บท่า

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

ในด้านของการติดตามไปยังเว็บไซต์ของแหล่งข่าว กลุ่มตัวอย่างได้มีการติดตามไปยังเว็บไซต์แหล่งข่าวในระดับ ปานกลางร้อยละ40.5 ติดตาม บ่อย ร้อยละ 22.5 ติดตาม ไม่บ่อย ร้อยละ19.3 ไม่เคยติดตาม ร้อยละ10 และติดตามไปทุกครั้ง ร้อยละ7.8 ดังแสดงในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนร้อยละของการติดตามไปยังหน้าเว็บไซต์ของแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์

การติดตามไปยังหน้าเว็บไซต์ของแหล่งที่มาของข่าวออนไลน์	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 "ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ออกกฎหมายบุคคลใตุนำข่าวออนไลน์ของชมรมไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต" และชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ไม่มีสิทธิบังคับเพราะข่าวไม่ถูกคุ้มครองในพบบลิขสิทธิ์ 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.ชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์"ออกระเบียบห้ามบุคคลใดๆนำข้าวออนไลน์ของสมาชิกไปผลิตซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต	271 67.8	128 32%	ค่อนข้างสูง
6."ชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์" <u>ไม่มีสิทธิ</u> บังคับผู้ใช้งานเพราะเนื้อหาข้าวไม่อยู่ในการคุ้มครองของ พรบ.ลิขสิทธิ์	242 60.5%	156 39%	ค่อนข้างสูง
ขาด	1		

การละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศ

คำถามวิจัยข้อที่ 8 "กลุ่มตัวอย่างคิดว่ารูปแบบการละเมิดจริยธรรมข้าวออนไลน์ของเว็บท่ารูปแบบใดรุนแรงที่สุด"

ในด้านการละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศผู้วิจัยทำการค้นหาว่าเว็บท่าภายในประเทศได้ทำการละเมิดจริยธรรมในการนำเสนอข่าวบนเว็บไซต์ในด้านใดบ้างและรวบรวมมาเป็นแบบสอบถามเพื่อสอบถามว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าพฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าแบบไหนรุนแรงที่สุด พบว่าทุกพฤติกรรมในการละเมิดจริยธรรมของเว็บท่าภายในประเทศมีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์สูงทั้งสิ้น "การปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย" มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.08 แต่ก็ไม่แตกต่างกับ "การใช้คำพาดหัวข่าวที่ไม่ถูกต้อง" ที่ค่าเฉลี่ย 4.05 มากนัก "การนำภาพที่มีลิขสิทธิ์มาใช้โดยไม่ขออนุญาต" และ "การปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นที่ผิดกฎหมาย" ได้ค่าเฉลี่ย 4.03 และ "การแก้ไขเนื้อหาข่าวให้สมบูร์นตามแหล่งข่าว" ที่ค่าเฉลี่ย 4.01 กลุ่มที่ได้ค่าเฉลี่ยที่ไม่ถึง 4 แต่ก็นับว่าอยู่ในเกณฑ์สูง ได้แก่พฤติกรรมการละเมิดจริยธรรมเรื่อง "ไม่ระบุที่มาของแหล่งข่าว" ค่าเฉลี่ย 3.93 "ไม่ระบุที่มาของภาพประกอบข่าว" ค่าเฉลี่ย 3.82 "การคัดลอกเนื้อหาบางส่วน" ที่ค่าเฉลี่ย 3.72 พฤติกรรมที่ผู้ใช้งานมองว่าไม่ร้ายแรงมากนักคือ "การนำเสนอโฆษณาประชาสัมพันธ์" และ "การนำเนื้อหาเรียบเรียงใหม่" 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

เรียงใหม่						
-----------	--	--	--	--	--	--

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมถึงประเด็นการล้วงละเมิดทางจริยธรรมในการนำเสนอข่าวออนไลน์พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้เลือกการแสดงความความคิดเห็นที่หยาบคายมากที่สุด

“ผมว่าในเรื่องการแสดงความความคิดเห็นนะเพราะอย่างบางข่าวผมเลื่อนลงไปอ่านความคิดเห็น เห็นแต่ละคนแสดงความความคิดเห็นแบบแรงๆทั้งนั้นเลยครับ บางคนก็เถียงกันไปมาเหมือนเด็กๆ แถมยังมีการใช้คำหยาบคายด่าทอกันอีกต่างหาก ซึ่งถ้าเว็บสามารถแก้ปัญหาเรื่องการแสดงความความคิดเห็นได้ก็จะดีกว่านี้ครับ” (เทพพนม แซ่จ๋อง, **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

“ผมว่าการปล่อยให้มีการแสดงความความคิดเห็นที่หยาบคายนี้แรงนะ เพราะอย่างประเด็นเรื่องการเมืองนี้เห็นชัดเลยครับ ด่ากันแรงมากแถมมีการใช้คำหยาบคายด้วย ผมว่าเว็บที่มีคนชมมากขนาดนี้ควรมีการคัดกรองความคิดเห็นให้ดีกว่านี้นะครับและอีกอย่างเยาวชนก็เข้าเว็บแบบนี้เยอะด้วยครับ” (สุขโสภณ ธิยา, **สัมภาษณ์**, 22 เม.ษ. 2553)

“ผมว่าทุกอย่างมันก็แย่มดนะแต่ถ้าตามความคิดผมคิดว่าการแสดงความความคิดเห็นที่ใช้คำหยาบนะเพราะอย่างเว็บที่มีภาพสาวๆนะประจำเลยต้องมีคนเข้ามาแสดงความความคิดเห็นเถื่อนๆครับไม่ก็วิจารณ์แบบแยๆครับถ้าเว็บเค้ายังปล่อยให้มีการแสดงความความคิดเห็นแบบนี้ละผมว่าอีกหน่อยต้องเป็นแบบเว็บประมุขแน่ๆเลยที่มีแต่คำหยาบคายเต็มเว็บไปหมด” (ธนกฤติ สุขชัย , **สัมภาษณ์**, 10 พ.ค. 2553)

“ผมว่าการแสดงความความคิดเห็นนะ เพราะเว็บข่าวบางเว็บมันก็ไม่เปิดให้คนที่เข้ามาอ่านได้แสดงความความคิดเห็นแต่ก็มีอย่างพวกเมเนเจอร์ แลหะที่เปิดให้คนเข้ามาแสดงความความคิดเห็นได้เต็มๆ ในเว็บทำก็เช่นกัน เค้าเปิดให้คนใช้เข้ามาแสดงความความคิดเห็นแล้วก็คุมไม่อยู่ อย่างตอนนี้มีประกาศพรก.ฉุกเฉิน นะในเว็บพวกนี้ก็ยิ่งเปิดให้มีการแสดงความความคิดเห็นทางการเมืองในหน้าข่าวได้เลย การใช้คำพูดของบางคนก็ค่อนข้างรุนแรงเกินไปถ้า ส่วนตัวผมไม่เห็นด้วยนะยิ่งเว็บทำมีคนอ่านมากด้วยยังสามารถเกิดเป็นประเด็นผลอะไรๆสร้างความแตกแยกในสังคมได้เลยนะ” (อภิชาติ แซ่ตั้ง , **สัมภาษณ์**, 22 พ.ค. 2553)

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

“การแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย เพราะเราเคยเข้าไปอ่านข่าวบันเทิง แต่แต่ละคนที่มาแสดงความคิดเห็นนะมีแต่ ลามก เพียบเลย คิดว่ามันเป็นการไม่ให้เกียรติกับคนในภาพเลยอะ คิดว่าตัวเว็บไซต์เองไม่ควรปล่อยให้มีการแสดงความคิดเห็นแบบนี้แสดงอยู่ในเว็บอะ” (แพรวไพยม วิชารกุล, **สัมภาษณ์**, 11 เม.ษ. 2553)

ส่วนความเห็นจากเว็บมาสเตอร์เว็บท่าภายในประเทศมองว่าการแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย และผิดกฎหมายเป็นเรื่องรุนแรงที่สุด เว็บมาสเตอร์ของสยามซ่าแสดงทรรศนะว่าทุกข้อที่กล่าวมาล้วนสำคัญหมดแต่ตัวบทกฎหมายเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เรื่องการแสดงความคิดเห็นเป็นข้อที่สำคัญที่สุด เพราะในเรื่องเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ เจ้าของเว็บไซต์หรือคนโพสต์ข้อความก็ถูกตัดสินเข้าคุก เว็บสยามซ่าเองต้องทำงานกันอย่างหนักในการตรวจสอบความคิดเห็นที่เข้ามาในระบบในแต่ละวันก็จะมีคนโพสต์เข้ามามากมายถ้าอันไหนยังไม่อนุมัติเราก็ต้องตามไปอนุมัติให้หมด เกณฑ์ในการตัดสินว่าผิดหรือถูกอยู่ในดุลยพินิจของเว็บมาสเตอร์เองถ้าอ่านแล้วเข้าข่ายว่าผิดก็จะลบออกจากระบบทันทีรวมทั้งไปถึงบางข้อความที่อนุมัติไปแล้วแต่มีคนแจ้งเข้ามาว่าให้ลบออกจากระบบก็จะดูว่าสมเหตุสมผลหรือไม่แล้วจึงทำการลบออกจากระบบ

“ผมว่าทุกหัวข้อสำคัญหมดแต่จริงๆกฎหมายมันก็ต้องมาก่อนอยู่แล้วเช่นหมิ่นพระบรมไม่ต้องพูดมากเลย คือเค้าคุกกันไปหลายเว็บแล้ว คือว่าจริงๆผมคิดว่ามันน่าจะมีการตรวจสอบให้มากกว่านี้ คือ siamza เองเราก็มีปัญหาอยู่ คืออย่างสมมุติที่ทีมงาน 10 -20 คน ไซม์ย์ แต่คนใช้วันหนึ่งเป็นแสน user โพสต์เข้ามาไม่รู้กี่หมื่นต่อวัน มันไม่สามารถเช็คได้หมดแต่เราต้องเช็คให้หมด เหมือนตอนนี้คือระบบของเราทุกข้อความ ที่โพสต์เข้ามาเนี่ยอันไหนที่ยังไม่ approve เนี่ย มันก็ยังคงค้างอยู่ในตะกร้า แต่เราต้อง approve ให้ทันทุกอัน บางเว็บเค้าไม่ได้เช็คเลย นอกจากจะมีการแจ้งลบเข้ามา คือมันจะมีการ ให้แจ้งลบได้เค้าจะเช็คก็ต่อเมื่อมีการแจ้งลบแต่ถ้าไม่แจ้งก็จะไม่เช็คในระบบมันรู้เลยว่าอันไหนมาใหม่ อ่านผ่านตาเราก็รู้ว่าอันไหนผิดไม่ผิด”(วุฒิกิจ, **สัมภาษณ์**, 15 ก.ค. 2553)

เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์ซาบซ่าแสดงทรรศนะคล้ายๆกันคือการปล่อยให้มีความคิดเห็นที่หยาบคายและละเมิดกฎหมายเพราะมันผิดทั้งจริยธรรมและกฎหมายและมีหลายเว็บไซต์ที่โดนปิดไปเพราะเรื่องการแสดงความคิดเห็น ทางเว็บเองก็จะมีทีมงานที่ดูแลทางด้านนี้โดยเฉพาะแต่อาจไม่สามารถอนุมัติความคิดเห็นได้รวดเร็วเพราะมีทีมงานที่ดูแลในด้านนี้น้อย

"อันนี้ผมคิดว่า น่าจะเป็นด้านใช้คำหยาบคายละเมิดทางกฎหมาย หมิ่นประมาท เพราะทั้งจริยธรรมและกฎหมายก็ผิดทั้งคู่ อันนี้ต้องระวังครับ มีรายรายแล้วที่โดนเพราะเรื่องนี้ คิดว่าเรื่องนี้ น่าจะร้ายแรงที่สุด ก็เรามีคนคอยดูแลเรื่องการแสดงความคิดเห็น อาจจะไม่ค่อยเพราะคนเราน้อย แต่ว่าเราก็พยายามจะลบความคิดเห็นที่หมิ่นเหม่" (สุโขใจ, สัมภาษณ์, 22 ก.ค. 2553)

เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ข่าวออนไลน์จะมองในแง่ของการผลิตข่าวเป็นสิ่งสำคัญ เว็บมาสเตอร์ของมติชนแสดงทรรศนะว่าการตัดแปลงข่าวเป็นสิ่งที่ไม่สมควรถึงแม้ว่าจะไม่ผิดกฎหมายแต่ก็ผิดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจโอกาสที่ผู้ผลิตจะได้ประโยชน์จากเนื้อหาที่ลงแรงทำไปมันลดลง ถึงแม้ว่าเว็บทำไม่สามารถที่จะตั้งทีมข่าวขึ้นมาได้แต่ก็ควรที่จะมีการลงทุนบ้างเพราะสำนักข่าวต่างๆล้วนแต่มีการลงทุนกับการทำข่าวขึ้นหนึ่งสูงจึงมองว่าไม่ถูกต้องถ้าจะเอาไปใช้งานฟรีๆ

"จริงๆการตัดแปลงเนี่ย มันก็ ก้ากถึงการลอก คือมันไม่เหมือนลอกก็อาจจะเป็นสิทธิของเค้าคือไม่เรียกว่าลอกดีกว่าสมมติว่าถ้ามันเป็นข่าวเดี่ยวๆไม่มีใครรู้เรื่องนี้มาก่อนแล้วเรานำเสนอไป แล้วมีคนเอาเรื่องนี้ไปต่อยอดหรือว่าเขาไปปรับปรุงหรือเขาไปเขียนใหม่ แต่หลังจากที่เราเผยแพร่ไปแล้วเนี่ยทางกฎหมายก็ไม่ผิด ทางจริยธรรมมันก็ไม่เชิงนะเพราะว่าเราเสนอไปแล้ว แต่ถ้าจริยธรรมมันก็คงเป็นเชิงธุรกิจอย่างเดียวแหละเพราะว่ามันมีการใช้ ทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาแสวงหากำไร โอกาสที่ผู้ผลิตจะหารายได้ ได้เต็มเม็ดเต็มหน่วยเนี่ย มันถูกลดทอนลงไปเพราะว่า คนอื่นๆเอาทรัพย์สินเค้าไป ไปหาเงินแทน" (สิทธิพงศ์ ผลเสวก, สัมภาษณ์, 28 มิ.ย. 2553)

สอดคล้องกับเว็บสยามกีฬาที่แสดงทรรศนะว่าการเอาไปอย่างละนิดหน่อยมันทำให้เจ้าของเนื้อหาเกิดความไม่พอใจได้ทำให้จริยธรรมของวิชาชีพในการประกอบธุรกิจลดลงและถ้ายังจะเอาแต่ลอกคนอื่นสุดท้ายคนอ่านก็ไม่จดจำเพราะไม่ใช่เว็บที่เชี่ยวชาญในด้านข่าวจริงๆ

“ด้านจริยธรรมครับ คือเค้าอาจจะบอกได้ว่า เฮ้ยก็ไม่ได้ลอบไปทั้งหมดแค่หยิบจากประเด็นมา ถ้าคุณทำยังเจ็ยคนก็ไม่ว่าจ้กคุณ อย่างสยามกีฬาเองที่เราโดนเอาไปมากคือจะเป็นพวกกีฬาต่างประเทศซะส่วนใหญ่ เราไปซื้อข่าวมาแล้วเราก็แปลข่าว ส่วนใหญ่อาจจะเป็นการหยิบจับที่ละนิดหน่อยคือมันง่ายไง แต่ถ้ามองในมุมเจ้าของเนื้อหาเองมันต้องไม่พอใจอยู่แล้ว ด้วยวิธีการดำเนินธุรกิจแบบเนียนๆก็จะทำให้จริยธรรมน้อยลงไป” (สมชาติ บุญวิทยา, **สัมภาษณ์**, 5 ส.ค. 2553)

ส่วนเว็บผู้จัดการได้แสดงทรรศนะสั้นๆว่าเป็นการผิดจริยธรรมทางธุรกิจเพราะเว็บทำไม่ได้ลงทุนในการทำข่าว แต่ได้ใช้ประโยชน์จากคนอื่นมาใช้หาผลประโยชน์ให้กับตัวเอง

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