

ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ให้บริการเว็บไซต์ บนสื่ออินเทอร์เน็ต

WEB SITE PROVIDER ON INTERNET AND SOCIAL RESPONSIBILITY

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พนารัตน์ ลิ้ม*

Asst. Prof. Panarat Lim

บทคัดย่อ

เว็บไซต์บริการหรือเว็บพอร์ทัลบนอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่ท่ามกลางที่สื่อมวลชนในการให้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความหลากหลายสู่กลุ่มผู้ชมจำนวนมาก การเปิดพื้นที่ให้ผู้ให้บริการเว็บไซต์ได้แสดงความคิดเห็น การแชร์รูปภาพ การโพสต์กระทู้ การเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ และการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร ความรับผิดชอบต่อสังคมของเว็บไซต์บริการหรือเว็บพอร์ทัลคือการเน้นควบคุมกำกับดูแลข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการด้วยกฎหมาย ได้แก่ กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา การละเมิดลิขสิทธิ์ กฎหมายเกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคล การควบคุมกำกับดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการด้วยการใช้ระบบสแกนและกรองคำหยาบ มีเจ้าหน้าที่ตรวจคัดกรองเนื้อหาอีกระดับหนึ่ง ผู้ให้บริการเว็บไซต์กำหนดกฎ กติกา มารยาท ข้อบังคับในการให้บริการเว็บไซต์เป็นลายลักษณ์อักษรในหน้าเว็บเพจ ส่งเสริมให้ผู้ให้บริการทำหน้าที่กลั่นกรองข้อความเนื้อหา รูปภาพที่ไม่เหมาะสมด้วยปุ่มแจ้งลบ และกำหนดเรตติ้งกระทู้ความคิดเห็น รวมทั้งวิดีโอคลิปของตนเองเพื่อบอกให้ทราบว่ากระทู้หรือวิดีโอั้นเหมาะสมกับผู้อ่านกลุ่มใด

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม, สื่ออินเทอร์เน็ต, สื่อใหม่, สื่อมวลชน

ABSTRACT

Web service or web portals on the internet as a new media according to mass media responsibility to provide information, products and services to large amount of audiences. Website provide the space for users sharing the comment, photo sharing, chat, link, interact with the users and information dissemination. Social responsibility of website or web portal focus on regulate and control information about products and services with the law including intellectual property laws, piracy law and privacy law. Content screening by system scan and words filter also web masters screen the content on the next step. Web portals provider has written the site's rules and regulations on web page. Users are encouraged to act as a content filter using delete button to inform web master for deleting inappropriate contents and ratting own posts, video clips to indicate that suitable for readers.

Keywords: social responsibility, internet, new media, mass media.

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต



บทนำ

สื่ออิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ (new electronic media) เป็นการผสมผสานระบบโทรคมนาคมเข้ากับระบบสารสนเทศ มีลักษณะสำคัญคือการผลิตและให้บริการแบบกระจายอำนาจ (decentralization) ผู้ส่งสารไม่ผูกขาดและควบคุมแต่ฝ่ายเดียว สามารถลดค่าใช้จ่ายในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการติดต่อสื่อสารด้วยเคเบิลและดาวเทียมที่มีสมรรถนะสูง (high capacity) ทำให้นับเวลาและระยะทาง นอกจากนี้รูปแบบของการใช้เนื้อหาและประเภทรายการทำได้หลากหลาย ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับ (interactivity) ไปยังผู้ส่งสารและเลือกติดต่อกับผู้รับสารด้วยกันได้โดยตรง คุณลักษณะของสื่อใหม่ (new media) เช่น คอมพิวเตอร์ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์และการเปลี่ยนแปลงสังคม สื่อในยุคแรกมีการผลิตเชิงรวมศูนย์ เป็นการสื่อสารทางเดียว รัฐควบคุมเป็นส่วนใหญ่ ตรงข้ามกับสื่อในยุคที่สองที่มีการกระจายอำนาจ เป็นการสื่อสารสองทาง อยู่เหนือการควบคุมของรัฐ เป็นสื่อที่ทำให้ผู้ใช้ต้องการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสังคม ไม่ใช่เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเท่านั้น (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2556)

อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้จากเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงจากเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดย่อยทั่วโลกไว้ด้วยกัน ช่วยย่นเวลาและระยะทางในการไปค้นคว้าหาข้อมูลถึงแหล่ง (ภาวภู พงษ์วิทย์ภานุ, 2550) ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตมักอยู่ในรูปเว็เพจ (web page) หรือหน้าของเอกสารเว็บเรียกว่า เวิลด์ไวด์เว็บ (world wide web หรือ WWW) อาจมีทั้งภาพนิ่ง เสียง วิดีโอ หรืออื่น ๆ มีการเรียกดูข้อมูล (browse) ดึงข้อมูลออกจากระบบ (download) หรือนำข้อมูลเข้าสู่ระบบ (upload) แต่ละหน้ามีการเชื่อมโยงหรือลิงค์ (link) มีกราฟิกและส่วนประกอบที่เป็นมัลติมีเดีย เพื่อช่วยให้เรียกดูเอกสารที่เกี่ยวข้องกันได้ เว็บเปิดโอกาสให้ผู้คนได้คิดสร้างสรรค์และแสดงออกถึงความเป็นตัวตนไป ยังผู้ชมด้วยข้อความ ภาพ ศิลปะ (Gauntlett, 2000) แต่ละเว็บเพจจะเป็นไฟล์อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์

เรียกว่า เว็บไซต์ (web site) หรือ เว็บเซิร์ฟเวอร์ (web server) การใช้งานอินเทอร์เน็ตในยุคปัจจุบันเป็นยุคที่สอง เรียกว่า Web 2.0 ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมในการโต้ตอบข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ สามารถสร้างข้อมูลหรือเนื้อหาเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันทั้งปัจเจกบุคคล และระดับกลุ่ม (นักสกร กวยศวิสต์, 2553, หน้า 81-82)

เว็บไซต์บริการหรือเว็บไซต์ชุมชน (community & service website) ที่เป็นเว็บท่าหรือเว็บพอร์ทัล เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลปริมาณมากและหลากหลาย เช่น ให้บริการอีเมล สืบค้นข้อมูลซื้อขายสินค้าออนไลน์ (on-line shopping malls) การประมูลออนไลน์ ข้อมูลและสาระบันเทิง ชุมชนออนไลน์ บริการดาวน์โหลดข้อมูลผ่าน SMS และโทรศัพท์โฆษณา และบริการ Mobile Design เป็นต้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างชุมชนหรือให้บริการแก่ลูกค้าหรือสมาชิกขององค์กรหรือบริษัทนั้น ๆ มักนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทและมีส่วนที่เป็น Interactive กับผู้เข้าชมด้วย เช่น กระดานซื้อขายแลกเปลี่ยนหรือแสดงความคิดเห็น (web board) หรือระบบโปรแกรมที่ให้บริการสมาชิกหรือลูกค้า เช่น ระบบสินค้าสำหรับตัวแทนจำหน่าย (price list for dealer) สอดคล้องกับหน้าที่ที่สื่อมวลชนที่ Lasswell (1948) ได้วางกรอบหน้าที่ไว้คือ สื่อมวลชนมีหน้าที่ให้ข่าวสาร ให้ความรู้และประสานความเป็นอันหนึ่งอันเดียวของสังคมเพื่อต่อระบบธุรกิจ ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม ให้ความบันเทิง รวมทั้งเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงความคิดและทิศทางการพัฒนาของสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility) จึงมีความสำคัญเป็นกรอบบรรทัดฐานของสื่อ เพื่อลดจิตสำนึกของสื่อที่คิดว่าตนเองเป็นอุตสาหกรรมขายสินค้าหรือบริการ เพราะหน้าที่สื่อเป็นผู้ที่ขายข่าว แสดงความคิดเห็น สื่อควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมเนื่องจากมีความเป็นอิสระเสรีภาพที่สังคมมอบให้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2556) ผู้ให้บริการเว็บไซต์จึงต้องมีการควบคุมกำกับดูแลการนำเสนอข้อความหรือความคิดเห็นบนเว็บไซต์ ถึงแม้จะมีพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ

คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ก็อาจไม่สามารถควบคุมดูแลได้ทั่วถึง ผู้ให้บริการเว็บไซต์จึงต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการควบคุมกำกับดูแลข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์ในฐานะที่ทำหน้าที่สื่อมวลชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการควบคุมกำกับดูแลการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของผู้ให้บริการเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาเฉพาะเว็บไซต์ที่มีผู้นิยมเข้าใช้บริการมากที่สุด 5 อันดับที่ถูกจัดอันดับในทวิต ประกอบด้วย Sanook.com, Kapook.com, Manager.co.th, Mthai.com และ Dek-D.com

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรคือเว็บไซต์บนสื่ออินเทอร์เน็ต โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเว็บไซต์บริการหรือเว็บไซต์ชุมชน (community & service website) ที่เป็นเว็บทำหรือเว็บพอร์ทัลที่มีผู้นิยมเข้าใช้บริการมากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ Sanook.com, Kapook.com, Mthai.com, Manager.co.th และ Dek-D.com

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์มาตรฐาน (standardize interview) กำหนดประเด็นคำถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาการควบคุมกำกับดูแลการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์บริการหรือเว็บไซต์ชุมชนที่เป็นเว็บพอร์ทัล และ 2) แบบสัมภาษณ์กึ่งมาตรฐาน (semi standardized interview) คือแบบสัมภาษณ์ที่ไม่ได้ตั้งคำถามไว้ล่วงหน้าผสมผสานกับคำถามที่ตั้งไว้ล่วงหน้า

วิธีการเก็บข้อมูล ใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) ผู้บริหารเว็บไซต์บริการหรือเว็บพอร์ทัลบนอินเทอร์เน็ต 5 เว็บไซต์ คือ Sanook.com, Kapook.com, Mthai.com, Manager.co.th และ Dek-D.com และเก็บข้อมูลจากหน้าเว็บเพจ

เกี่ยวกับการควบคุมกำกับดูแลการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ของทั้ง 5 เว็บไซต์ดังกล่าว

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ใช้วิธีเชิงพรรณนา (descriptive analysis) และวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เกี่ยวกับนโยบาย กฎ ข้อบังคับ เงื่อนไขในการให้บริการเว็บไซต์ที่แสดงถึงผลกระทบต่อสังคม แล้วสรุปความเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ผู้ให้บริการเว็บไซต์ทั้ง 5 เว็บไซต์ ได้แก่ Sanook.com, Kapook.com, Mthai.com, Manager.co.th และ Dek-D.com ทำหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ออนไลน์ ข้อมูลข่าวและสารบันเทิง ตลอดจนการบริการการค้นหาข้อมูลชุมชนออนไลน์ ด้านการควบคุมกำกับดูแลการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ ทุกเว็บไซต์มีการใช้มาตรการทางกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ลิขสิทธิ์ กฎหมายเกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคล การตรวจสอบคัดกรองข้อความเนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์ด้วยการใช้ระบบการกลั่นกรองอัตโนมัติ มีเจ้าหน้าที่กำกับดูแลคัดกรองการกำหนดนโยบาย กฎ เงื่อนไขในการให้บริการเว็บไซต์ และการให้ผู้ให้บริการช่วยคัดกรองข้อความเนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์ ดังนี้

1. **การควบคุมกำกับดูแลด้วยกฎหมาย** ผู้ให้บริการ Sanook.com นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ สิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย รัชณี สุประภากร (สัมภาษณ์, 2551) ผู้บริหาร Sanook.com กล่าวว่า “บริษัทสนุกออนไลน์เสนอผลิตภัณฑ์ (สินค้า บริการ และความคิด) ที่ต้องนำมาอย่างถูกต้อง มีลิขสิทธิ์ เช่น เพลงได้รับอนุญาตอย่างถูกต้อง มีลิขสิทธิ์ที่ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลด เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมกฎหมาย ดูแลข้อมูลส่วนบุคคลการทำตามกฎหมายจะเป็นพฤติกรรมที่สังคมยอมรับองค์การไม่สามารถอยู่รอดได้หากไม่ดำเนินงานภายในกรอบของกฎหมาย”



ภาพที่ 1 นโยบายการกำกับดูแลของ Sanook.com

เช่นเดียวกับ Kapook.com ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงลิขสิทธิ์ มีข้อกำหนดและเงื่อนไขเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา การให้บริการที่ไม่ละเมิดกฎหมายไว้บนหน้าเว็บเพจ สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของ เจษฎา มินศิริ (สัมภาษณ์, 2551) ผู้บริหาร Kapook.com ว่า “Kapook.com นำเสนอผลิตภัณฑ์อยู่ในกรอบที่ไม่ผิดจริยธรรมที่คำนึงถึงเรื่องลิขสิทธิ์ มีการออกระเบียบ เงื่อนไขในการให้บริการ”

Mthai.com นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงกฎหมาย ความถูกต้องมีลิขสิทธิ์ มีข้อกำหนดและเงื่อนไขเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา การให้บริการที่ไม่ละเมิดกฎหมาย ดังที่ Lee (สัมภาษณ์, 2551) ผู้บริหาร Mthai.com

กล่าวว่า “Mthai.com มีความรับผิดชอบ มีเกณฑ์ที่ชัดเจน ทำอะไรถูกกฎหมาย ไม่ผิดจริยธรรม การกำหนดนโยบาย กฎ ระเบียบการให้บริการเว็บไซต์ ผลิตภัณฑ์ที่มีความถูกต้อง มีลิขสิทธิ์”

Dek-D.com นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ถูกกฎหมาย มีจริยธรรมในการให้บริการ เป็นสังคมที่คำนึงถึงจริยธรรมและกติกานในการให้บริการที่ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ดังที่ ปกรณ์ สันติสุนทรกุล (สัมภาษณ์, 2551) กล่าวว่า “Dek-D.com มีการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อประโยชน์ต่อเยาวชนและสังคม ไม่ทำผิดกฎหมาย คำนึงถึงจริยธรรมและความเหมาะสมในการใช้งาน ไม่เบียดเบียนคนอื่นทั้งข้อความ รูปภาพ และวิธีการสื่อสาร”



ภาพที่ 2 นโยบายการกำกับดูแลของ Mthai.com



2. การควบคุมกำกับดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการ ทั้ง 5 เว็บไซต์ควบคุมดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ผู้ใช้บริการโพสต์เข้ามาด้วยการใช้ระบบสแกนและกรองคำหยาบ เปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์อื่นแทน เช่น สัญลักษณ์แถบสีหรือดอกจัน กรณีที่มีการดัดแปลงคำที่ทำให้ระบบคัดกรองไม่ได้ จะใช้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบพิจารณาคัดกรองอีกครั้งหนึ่งเพื่อลบข้อความหรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

รชนี สุประภากร (สัมภาษณ์, 2551) กล่าวว่า “การคัดกรองเนื้อหาที่ปรากฏบน Sanook.com จะมีฝ่ายที่ควบคุมดูแล 2 ส่วน คือ 1) ด้านระบบ จะมีระบบสแกนและกรองคำหยาบระดับหนึ่ง มีการกำจัดคำหยาบด้วยระบบคัดกรอง (filter) รวมทั้งโฆษณาที่เป็น Spam และ 2) เจ้าหน้าที่ จะเข้าไปตรวจดูเนื้อหาที่ผู้ใช้บริการโพสต์เข้ามา ขณะเดียวกันพนักงานที่ Up load content ต้อง Monitor content ของตัวเองด้วย”

ด้าน Lee (สัมภาษณ์, 2551) กล่าวว่า “Mthai.com มีระบบการตรวจคัดกรองข้อความ คำหยาบ ด้วยเครื่องมือการคัดกรอง (filtering tools) มีการควบคุมดูแล (monitor) โดยมี Dictionary tool ช่วยกลั่นกรองคำหยาบ หากผู้ใช้บริการเขียนแยกคำหรือดัดแปลงการเขียนคำหยาบด้วยวิธีการใช้การพ้องเสียง filter content ก็ไม่สามารถคัดกรองได้ จะมีเจ้าหน้าที่ช่วยในการคัดกรองอีกครั้ง”

สอดคล้องกับปรกรณ์ สันติสุนทรกุล (สัมภาษณ์, 2551) ที่กล่าวว่า “Dek-D.com มีระบบกลั่นกรองคำหยาบเหมือนตาข่าย หากมีคำหยาบจะไม่ปล่อยให้

หลุดออกมา”

ส่วนเจษฎา มินศิริ (สัมภาษณ์, 2551) กล่าวถึงการตรวจสอบกลั่นกรองของ Kapook.com ว่า “ใช้ระบบอัตโนมัติคือระบบแบน คำหยาบใด ๆ ที่อยู่ในตารางที่ระบุไว้ คำนั้นจะกรอกไม่เข้าและจะกลายเป็นสัญลักษณ์อื่นแทน และมีการใช้ระบบคนนั่งลบ 24 ชั่วโมง”

นิรันดร์ ยาวภาว (สัมภาษณ์, 2551) กล่าวถึงวิธีการควบคุมดูแลเว็บไซต์ของ Manager.co.th ว่า “คอยดูในเรื่องความคิดเห็นที่ผู้ใช้บริการโพสต์เข้ามา มีระบบกรองอัตโนมัติ แต่ก็กรองไม่ได้ทั้งหมด การลบข้อความขึ้นอยู่กับวิจารณ์ของผู้ดูแลเว็บ ต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณนักหนังสือพิมพ์ด้วย ส่วนใหญ่ข่าวศาสนาหรือข่าวภาคใต้ที่จะทำให้นานปลายก็จะพิจารณาเป็นพิเศษ รวมถึงข่าวที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ การก่อการร้าย และยาเสพติดด้วย”

3. การควบคุมกำกับดูแลด้วยกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของผู้ให้บริการเว็บไซต์ ทั้ง 5 เว็บไซต์ได้กำหนดกฎ กติกา มารยาทในการแสดงความคิดเห็น การโพสต์เนื้อหา แพลตฟอร์มและรูปการเคลื่อนไหว การตั้งกระทู้และใช้เว็บบอร์ด โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร ต้องสมัครเป็นสมาชิกจึงจะเข้าใช้งานได้ เช่น Dek-D.com กำหนดกติกาแจ้งแก่ผู้ใช้บริการ การคัดกรองกระทู้ ห้ามเผยแพร่ข้อมูลอันมีลิขสิทธิ์ ห้ามลงข้อมูลส่วนตัวของผู้อื่นที่อาจถูกดำเนินคดีได้ Sanook.com กำหนดนโยบาย กฎ กติกา มารยาทในการแสดงความคิดเห็น การโพสต์ข้อความและรูปภาพบนเว็บไซต์



ภาพที่ 3 กฎ กติกาในการใช้งานของ Mthai.com



เป็นลายลักษณ์อักษร

4. ผู้ให้บริการทำหน้าที่กลั่นกรอง ผู้ให้บริการร่วมกันดูแลการโพสต์ข้อความและเนื้อหาของผู้ใช้บริการด้วยกัน โดยช่วยแจ้งลบข้อความและรูปภาพที่ไม่เหมาะสมด้วยปุ่มแจ้งลบที่ทุกเว็บไซต์จัดทำไว้บนหน้าเว็บเพจ นอกจากนี้ใน Sanook.com ยังให้ผู้ใช้บริการกลั่นกรองกระทู้ตนเองที่โพสต์ขึ้นบนเว็บบอร์ด โดยกำหนดเรตติ้งกระทู้ความคิดเห็นของตนเองได้

Lee (สัมภาษณ์, 2551) กล่าวว่า “Mthai.com มีส่วนร่วมกับชุมชนโดยจะให้ชุมชนทำหน้าที่ดูแลเนื้อหา

บนเว็บได้ ให้กลุ่มนี้ช่วยคัดกรองเนื้อหาที่มีคนนำขึ้นเว็บไซต์” Sanook.com ให้ผู้ให้บริการระบุเรตติ้งกระทู้และวิดีโอคลิปของตนเอง เพื่อบอกให้ทราบว่ากระทู้หรือวิดีโอคลิปนั้นเหมาะกับผู้อ่านกลุ่มใด และเปิดโอกาสให้สมาชิกสามารถแนะนำกระทู้ ราชินีสุประภากร (สัมภาษณ์, 2551) กล่าวถึงการจัดเรตติ้งของ Sanook.com ว่า “ผู้ตั้งกระทู้เป็นผู้ระบุเรตติ้ง โดยแบ่งเป็นเรื่อง ๆ เช่น เรื่องสำหรับผู้หญิงและเด็ก ผู้ใช้บริการที่ส่ง Content ขึ้นบนเว็บไซต์จะเป็นผู้กำหนด Content เองว่าเป็น Rate ไต”



ภาพที่ 4 การกำหนดเรตติ้งในฟอรัมของ Sanook.com

หัวข้อ	ผู้โพสต์	วันที่	จำนวนผู้เข้าชม	จำนวนผู้ตอบ
1. การดูแลสุขภาพ	admin	2551-01-01	1000	5
2. การดูแลสุขภาพ	admin	2551-01-01	1000	5
3. การดูแลสุขภาพ	admin	2551-01-01	1000	5
4. การดูแลสุขภาพ	admin	2551-01-01	1000	5
5. การดูแลสุขภาพ	admin	2551-01-01	1000	5
6. การดูแลสุขภาพ	admin	2551-01-01	1000	5
7. การดูแลสุขภาพ	admin	2551-01-01	1000	5
8. การดูแลสุขภาพ	admin	2551-01-01	1000	5
9. การดูแลสุขภาพ	admin	2551-01-01	1000	5
10. การดูแลสุขภาพ	admin	2551-01-01	1000	5

ภาพที่ 5 การกำหนดเรตติ้งของผู้ใช้บริการ



ภาพที่ 6 ปุ่มแจ้งลบใน Mthai.com

อภิปรายผล

สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่ผู้ให้บริการเว็บทำหรือเว็บพอร์ทัลใช้เป็นช่องทางในการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการแก่กลุ่มเป้าหมาย การให้บริการข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย ผู้ใช้บริการสามารถแสดงความคิดเห็นและโพสต์รูปภาพได้เอง ซึ่งแตกต่างจากสื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ จากการศึกษา “บทบาทของเว็บไซต์ไทยในกระบวนการประสานสังคม” ของสายชล บุรณกิจ (2541) พบว่าการทำบทบาทหน้าที่ของสื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต สามารถแสดงบทบาทของการเป็นสื่อมวลชนได้ครบถ้วนทุกประการ โดยเฉพาะบทบาทของการประสานเชื่อมโยงสังคมผ่านหลายรูปแบบ เช่น การจัดให้มีการโต้ตอบสื่อสาร (feedback) การเปิดให้มีการแสดงความคิดเห็น (comment) เกี่ยวกับการใช้บริการจากผู้ใช้ การรักษาความต่อเนื่องของการทำหน้าที่มีลักษณะเป็นมืออาชีพ และนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัยต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ทำให้ผู้ใช้บริการที่อยู่ห่างไกลรับรู้ข่าวสารได้ทันทั่วทั้ง

สื่อใหม่ไม่ได้ทำหน้าที่ในแง่ข้อมูลข่าวสารอันตรกิริยา คือการกระทำของบุคคลหนึ่งที่ถูกติดตามโดยการกระทำของอีกคนหนึ่ง เช่น การกระตุ้นและตอบสนอง คำถามและคำตอบ ข้อเสนอแนะกับการตอบสนอง เป็นต้น รวมทั้งการแพร่กระจายเท่านั้น แต่กลายเป็นพิธีกรรมของคนยุคใหม่ที่ใช้สื่อเพื่อเปิดชุมชนในไซเบอร์ของตัวเอง มิใช่เพื่อการรู้ข่าว แต่ต้องการเข้าร่วมในการกระทำพิธีกรรมมากกว่า (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2556)

คุณลักษณะของสื่อใหม่ที่ใช้งานได้ง่าย เข้าถึงง่าย เปิดโอกาสให้ทุกคนเป็นผู้ส่งสาร สร้างความเสมอภาคเท่าเทียม มีเสรีภาพในการใช้สื่อของสังคมอย่างมาก อย่างไรก็ตาม คุณลักษณะดังกล่าวอาจถูกนำมาใช้ในทางที่เป็นโทษ ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่จึงพยายามควบคุมกำกับดูแลการทำบทบาทหน้าที่ของสื่ออินเทอร์เน็ตให้เป็นไปอย่างมีประโยชน์ (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555) บริษัทที่ให้บริการออนไลน์จะต้องสร้างมาตรฐานทางจริยธรรมให้กับเครือข่ายของตน ความรับผิดชอบต่อสังคม

ที่มีจิตสำนึกสาธารณะหรือจิตสำนึกทางสังคม คือการตระหนักและคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกัน หรือคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกับตน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525, หน้า 81) อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีภาระหน้าที่เช่นเดียวกับสื่อมวลชนตามแนวความคิดในทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้เสรีภาพ หากสื่อมวลชนละเลยหน้าที่นี้อาจจะต้องมีการบังคับโดยการควบคุมมาจากความคิดเห็นของชุมชน ปฏิกริยาของผู้บริโภค และกฎของจรรยาบรรณที่ตราขึ้นไว้ ผู้มีสิทธิใช้สื่อมวลชนนั้นจะเป็นใครก็ได้ที่อยากแสดงออกถึงบางสิ่งบางอย่างโดยเปิดโอกาสให้ประชาชนผู้ไม่มีโอกาสเป็นเจ้าของสื่อมวลชนได้แสดงความคิดเห็นต่อสาธารณชนเท่าเทียมกัน (ถิรพันธ์ อนุวัชรวิวงศ์, กาญจนา แก้วเทพ และพีระ จิรโสภณ, 2548) สื่อใหม่ที่เป็นอินเทอร์เน็ตมีลักษณะการกระจายตัวมากกว่าสื่อดั้งเดิม ดังนั้นผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกเหนือจากการใช้มาตรการทางกฎหมาย จำเป็นต้องมีมาตรการอื่น ๆ เข้ามาช่วยควบคุมกำกับดูแล การเสนอข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

ผู้ประกอบการ Sanook.com, Kapook.com, Mthai.com, Manager.co.th และ Dek-D.com เป็นสื่อที่ต้องทำหน้าที่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนทัศนะอันหลากหลาย มีเสรีภาพภายใต้การควบคุมตนเองและจะต้องปฏิบัติงานตามหลักจรรยาบรรณและมาตรฐานของวิชาชีพ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547) จึงมีการกำหนดนโยบายควบคุมกำกับดูแลการบริการเว็บไซต์ 4 ลักษณะ คือ 1) ควบคุมดูแลโดยใช้กฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การประมูลสินค้า การขอปปิง การซื้อสินค้า การดาวน์โหลดเพลง-ริงโทน โดยคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ห้ามลอกเลียน ปลอมแปลง ทำซ้ำ จะพบว่าทุกเว็บไซต์จะใช้กฎหมายมาคุ้มครองและควบคุมผู้ใช้บริการ 2) ควบคุมดูแลรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการมีระบบกลั่นกรองอัตโนมัติเพื่อคัดกรองข้อความที่ไม่เหมาะสมออก และมีเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเว็บไซต์เพื่อคัดกรองอีกชั้นหนึ่ง 3) ควบคุมดูแลส่งเสริมให้



ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการมีปม
แฉ่งลบให้ผู้ให้บริการสามารถแฉ่งลบข้อความที่เห็นว่า
ไม่เหมาะสมไปยังเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเว็บไซต์ การกำหนด
ให้ผู้ใช้ติดเรตติ้งกระทู้ของตนเอง Sanook.com เป็น
เว็บไซต์ที่มีการจัดเรตติ้งของฟอรัมคล้ายการจัดเรตติ้ง
ทางโทรทัศน์ เพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับผู้ให้บริการ เป็น
กระบวนการอบรมขัดเกลาทางสังคม (จินตนา บุญบงการ,
2549) และ 4) ควบคุมการใช้บริการผลิตภัณฑ์และ
บริการ โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมและเครื่องมือ
สำหรับสร้างจรรยาบรรณ (ethical codes) และการ
ตรวจสอบทางสังคม (social audits) ด้วยการกำหนด
เป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับนโยบาย กฎ กติกา
มารยาทในการแสดงความคิดเห็นและการโพสต์
ข้อความ รูปภาพ วิดีโอบนเว็บไซต์ จึงเป็นการเคารพ
ความเป็นส่วนตัวด้านกิจกรรมทางกายภาพ (physical
privacy) ที่แสดงออกมา ซึ่งมีความสำคัญเพราะ
เป็นสิ่งที่จะป้องกันความเป็นส่วนตัวในการเคารพ
การดำเนินชีวิต (psychological privacy) โดยเฉพาะ
อย่างยิ่งเว็บไซต์ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์หลักเป็นข่าว
อย่าง Manager.co.th ที่เน้นจรรยาบรรณคือ ข้อกำหนด
ที่องค์กรกำหนดขึ้นเพื่อให้เกิดการกระทำที่ดีใน
การประกอบกิจการอย่างมีคุณธรรม มีความรับผิดชอบต่อ
เช่น จรรยาบรรณของสื่อมวลชน พึงตระหนักในความ
รับผิดชอบต่อทุกเรื่องที่ออกทางสื่อมวลชน เสนอข่าว
อย่างถูกต้องเชื่อถือได้ (เนตรพิณณา ยาวีราช, 2549)
สอดคล้องกับงานวิจัยของอัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, ยุบล
เบญจรงค์กิจ, บวรสรรค์ เจียดำรง และปรีดา
อัศวจันทร์โชติ (2553) ที่ว่า ในเรื่องการควบคุมกำกับ
ดูแลนั้น ควรทำ 2 ส่วน คือ ผู้ให้บริการเว็บไซต์และ

ผู้ให้บริการ สำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบต่อ มีการเสนอ
แนวทาง ได้แก่ การควบคุมตนเองโดยภาคประชาชน
และภายในชุมชน การควบคุมโดยองค์กรอิสระ
การควบคุมโดยภาครัฐ และการประสานความร่วมมือ
จากภาคส่วนต่าง ๆ

ดังนั้นถ้ามองในแง่ของความรับผิดชอบต่อ
สังคมของสื่อมวลชน จะเห็นว่าเว็บไซต์บริการหรือ
เว็บพอร์ทัลบนอินเทอร์เน็ตทั้ง 5 เว็บไซต์ ทำหน้าที่
ที่มีลักษณะของสื่อมวลชน มีเป้าหมายในการแจ้งข่าว
ให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ความบันเทิง ถ่ายทอดความรู้
และค่านิยมสู่คนจำนวนมาก เปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการ
มีสิทธิในการแสดงความคิดเห็นที่ต้องการแสดงออก
โต้ตอบโต้แย้ง และเพื่อไม่ให้เว็บไซต์บนสื่ออินเทอร์เน็ต
เป็นสื่อที่ทำให้เกิดโทษ ผู้ให้บริการเว็บไซต์จึงต้อง
มีการควบคุมกำกับดูแลเว็บไซต์ของตนเองด้วยการ
ใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายทรัพย์สินทาง
ปัญญา กฎหมายลิขสิทธิ์ กฎหมายสิทธิส่วนบุคคล
การคุ้มครองข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาด้วยระบบ
คัดกรองอัตโนมัติ นอกจากนี้เว็บไซต์ยังถูกควบคุม
โดยชุมชนผู้ให้บริการด้วยการส่งเสริมสนับสนุนให้
ผู้ให้บริการรับผิดชอบต่อสิ่งที่ตนเองนำเสนอบนเว็บไซต์
และช่วยกำกับดูแลเนื้อหาที่ผู้ให้บริการอื่นโพสต์
บนเว็บไซต์ด้วยการแฉ่งลบหรือแฉ่งผ่านอีเมลไปยัง
ผู้ดูแลเว็บไซต์เพื่อลบ จากการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการ
เว็บไซต์เน้นการใช้กฎหมายควบคุมกำกับดูแล
การปลุกฝังให้ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบต่อ
การใช้บริการเป็นสิ่งจำเป็น ผู้ให้บริการและหน่วยงาน
ที่เกี่ยวข้องจะต้องส่งเสริมผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ให้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *ทฤษฎีและแนวทางการศึกษาสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: แบรินด์เอจ.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- จินตนา บุญบงการ. (2549). *จริยธรรมทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจษฎา มินศิริ. (2551, 20 มีนาคม). รองกรรมการผู้จัดการ บริษัทบัณฑิต เซ็นเตอร์ จำกัด. สัมภาษณ์.
- นภัสกร กรวยสวัสดิ์. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์. *Journal of Information Science*, 28(3), หน้า 81-82.
- นิรันดร์ เยาวภาวี. (2551, 25 กุมภาพันธ์). เว็บไซต์บริษัทแมนเจอร์ออนไลน์ จำกัด. สัมภาษณ์.
- เนตรพัฒนา ยาวีราช. (2549). *จริยธรรมธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: เซ็นทรัลเอนกซ์เพรส.
- ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, กาญจนา แก้วเทพ และพีระ จิโรโสภณ. (2548). *ประมวลสาระชุดวิชา 15701 ปรัชญา นิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปกรณ์ สันติสุนทรกุล. (2551, 31 มกราคม). ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัท Dek-D Interactive จำกัด. สัมภาษณ์.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. (2525). กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- ภาวูธ พงษ์วิทย์ภานุ. (2550). *E-commerce สุดยอดช่องทางรวย ทู่น้อย ทำง่าย สร้างรายได้ 24 ชั่วโมง*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- รัชนี สุประภากร. (2551, 14 มกราคม). ผู้ช่วยรองบริหารฝ่ายการตลาด บริษัทสนุกออนไลน์ จำกัด. สัมภาษณ์.
- สายชล บุรณิกิจ. (2541). *บทบาทของเว็บไซต์ไทยในกระบวนการประสานสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2556). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พระเปี๊ยกทอง.
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, ยุกต เบญจวงศ์กิจ, บวรธรรม์ เจียดำรง และปรีดา อัครจันทโชติ. (2553). *รายงานผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการปฏิรูปสื่อ ในการศึกษาความคิดเห็นของนักวิชาการนิเทศศาสตร์ที่มีต่อสื่อมวลชนไทย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.).
- Gauntlett, David. (2000). *Web stuies*. London, United Kingdom: Arnold.
- Lasswell, Harold D. (1948). The structure and function of communication and society: The communication of ideas. In Lymon Bryson (Ed.), *Religion and civilization series* (pp. 37-51). New York, NY: Institute for Religious and Social Studies.
- Lee, Sang Do. (2551, 31 มกราคม). Chief Operating Officer, Mono Technology Co.,Ltd. สัมภาษณ์.
-