

ลักษณะและรูปแบบของเว็บไซต์ไทย

การศึกษาเรื่อง บทบาทของเว็บไซต์ไทยในกระบวนการประสานสังคม เป็นการศึกษาในเชิงโครงสร้าง (Structural approach) ซึ่งมองว่า สถาบันสื่อเป็นระบบย่อยหนึ่งในองค์ประกอบของสังคมไม่ได้ศึกษาที่ตัวสื่อแต่สนใจบทบาทของสื่อ ในที่นี้คือ เว็บไซต์ไทยว่า ได้ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ในการประสานสังคม (social integration) และทำให้เกิดการขยายฐานของสังคม (Social expansion) หรือไม่ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเว็บไซต์ไทย 3 เว็บไซต์ ได้แก่

<http://www.bangkokpost.com>

<http://www.intercast.loxinfo.co.th>

<http://www.geocities/tokyo/4737>

ผลจากการวิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบของเว็บไซต์ไทย พบว่าเว็บไซต์ไทยมีลักษณะเฉพาะ ซึ่งในประเด็นที่เกี่ยวกับเนื้อหาและรูปแบบนี้ ผู้วิจัยขอนำเสนอผลวิจัยตามกรอบแนวคิดของ Charls Atkin (1981) ซึ่งเสนอวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อใน 2 ลักษณะ ได้แก่ เนื้อหา (Content) และจุดดึงดูด สไตล์ รูปแบบ (Appealing, Style, Form) ดังนี้

4.1 เนื้อหา (Content)

4.1.1 ชุดข้อมูลที่นำเสนอ

จากการวิเคราะห์พบว่าลักษณะของชุดข้อมูลที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ไทยเป็นชุดข้อมูลซ้ำกับข้อมูลที่นำเสนอผ่านทางสื่อปกติ ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร โรงภาพยนตร์ และเป็นข้อมูลที่ผลิตขึ้นมาใหม่เพื่อเว็บไซต์นั้น ๆ โดยเฉพาะ โดยจะอภิปรายผลการวิจัยชุดข้อมูลออกเป็น 4 ลักษณะดังนี้

ชุดข้อมูลซ้ำ จากการสืบค้นของผู้วิจัยพบว่ามีการใช้ชุดข้อมูลซ้ำจากที่มีการตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์รายวัน โดยคัดเลือกเฉพาะข่าวเด่น แต่ไม่ทุกข่าว รวมทั้งนำข้อมูลซ้ำจากหลายเว็บไซต์ที่มีการรวบรวมไว้ในที่เดียวกัน ดังนี้

ข่าวในประเทศ (Local news) พบในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ ในส่วน Today's Bangkok Post ได้แก่ รายงานข่าวที่เกิดขึ้นในประเทศไทยในแต่ละวัน เช่น กรณีต่อต้านการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง The Beach ในประเทศไทย กรณีการประท้วงของสมาพันธ์เกษตรกรไทย ยื่นข้อเรียกร้องเรื่องภาระหนี้สินต่อรัฐบาล หรือ กรณีการทดลองฉีดวัคซีนป้องกันเชื้อโรคเอดส์ให้กับอาสาสมัครจำนวน 2,500 คน ในประเทศไทย ซึ่งนับได้ว่าเป็นจำนวนทดลองวัคซีนกับมนุษย์ที่มากที่สุด

ข่าวธุรกิจและการเงิน (Business & Finance) ได้แก่ ข่าวการปรับโครงสร้างองค์กรของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อลดค่าใช้จ่าย ข่าวการประมูลสินทรัพย์ด้วยคุณภาพของปรต. ข่าวเรียกร้องให้มีการเปิดเผยจดหมายแนบท้าย (Side letter) ที่รัฐบาล โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังได้ทำจดหมายแนบท้ายหนังสือแสดงเจตจำนงถึงกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ซึ่งผู้วิจัยพบในเว็บไซต์บางกอกโพสต์

ข่าวกีฬา มีการนำเสนอในเว็บไซต์ Intercast เป็นข่าวความเคลื่อนไหวของแวดวงกีฬาในประเทศไทย รายงานผลการแข่งขันกีฬาทุกประเภทที่มีการแข่งขันในประเทศและต่างประเทศ

ข่าวแวดวงภาพยนตร์ ได้แก่ รายงานข่าวเกี่ยวกับภาพยนตร์จากต่างประเทศ โปรแกรมหนังสือวิจารณ์หนังแต่ละเรื่อง แวดวงคนบันเทิงจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นข้อมูลซ้ำจากหนังสือ Magazine หลังเลนส์ พบในเว็บไซต์ Intercast

สารคดี คือ เรื่องราวที่มีการนำเสนอในหน้า Outlook ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ผู้วิจัยค้นพบในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ เช่น สารคดีสิ่งแวดล้อมและพัฒนาชุมชน ได้แก่ We care "All together now" ผู้นำชุมชนในสลัมเชื่อว่า ความสามัคคีเป็นหนึ่งเดียวและการร่วมมือกันจะสามารถช่วยให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนจนดีขึ้น สารคดีวัฒนธรรม ได้แก่ "Pavilion of the past" สถาปัตยกรรมของศาลาการเปรียญในวัด ซึ่งปัจจุบันหาดูได้ยาก สารคดีเชิงประวัติศาสตร์ "Ahead of his time" นำเสนอเรื่องของ อ.ปรีดี พนมยงค์ ผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล

คอลัมน์ต่าง ๆ พบในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ ได้แก่ รายงานสรุปภาวะเศรษฐกิจในรอบปีที่ผ่านมา "Economic Review Year-end 1998" สรุปภาวะเศรษฐกิจกลางปี "Mid-year Economic Review" บทบรรณาธิการ "Editorial" แสดงความคิดเห็นใน "Commentary" และ "Postbag" คอลัมน์หางาน "Classifieds" ผลงานศิลปะวัฒนธรรม "Arts & Crafts Mall"

คอลัมน์ประจำสัปดาห์ ได้แก่ Database, Horizons, NiteOwl (Trink), Real Time, Student Weekly



ภาพที่ 1

รูปภาพแสดงชุดข้อมูลซ้ำของ <http://www.bangkokpost.com>

ลักษณะแฟ้มข้อมูลซ้ำจากหลายเว็บไซต์ ผู้วิจัยพบใน เว็บไซต์ geocities.com/tokyo/4737 ที่รวบรวมเว็บไซต์ต่าง ๆ ของเมืองไทยมาไว้ที่เดียวกัน โดย Web master เพียงแต่อำนวยความสะดวก และการจัดการด้านเทคนิคในการเชื่อมโยงเข้าไปสู่เอกสารข้อมูลนั้น ๆ โดยมีการแยกแยะตามหมวดหมู่ไว้หลากหลายถึง 44 หัวข้อด้วยกัน ได้แก่ นสพ., ธุรกิจ, ข่าว และเหตุการณ์, พยากรณ์อากาศ, ร้องทุกข์, น่าสนใจ, ตรวจสลาก, การแพทย์, เด็กและเยาวชน, ผู้หญิงและความสวยงาม, ดูดวง, สละสม, ชื่อ-ชาย, ห้างสรรพสินค้า, ร้านอาหาร, บริษัท, ห้องเที่ยว, การบิน, แผนที่, IT, Web Board & BBS, Computer, ในราชสำนัก, สำนักกฎหมาย, ราชการ, กระทรวง กรม กอง รัฐวิสาหกิจ, การเมือง, การศึกษา, ศาสนา, ทหาร, ตำรวจ, สถานทูต, บันเทิง, กีฬา, หนังสือ, สัตว์เลี้ยง, ประกันภัย, NGO, ฝรั่งทำให้เรา, เกย์, วิทยุสมัครเล่น, HAM, หางาน, และเพื่อน นอกเหนือจากนั้น ผู้วิจัยยังพบอีกว่าในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ มี link เชื่อมโยงออกไปยังแฟ้มข้อมูลอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์กาญจนานิกเชก เว็บไซต์กาชาดไทย เว็บไซต์โครงการช่วยชาติโดยหลวงตามหาบัวญาณสัมปันโน เป็นต้น



ภาพที่ 2

รูปภาพแสดงชุดข้อมูลข่าวใน <http://www.geocities.com/tokyo/4737>

ชุดข้อมูลสำเร็จรูป หลังจากทำการ surfing โดยละเอียด ผู้วิจัยพบว่า รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ วิดีโอที่นำเสนอในเว็บไซต์ไทยเป็นชุดข้อมูลสำเร็จรูป โดยนำมาผ่านกระบวนการทางเทคนิคแปลงชนิดของแฟ้มข้อมูลให้สามารถนำไปเสนอในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ ดังนี้

รายการวิทยุ พบในเว็บไซต์ Intercast เป็นการถ่ายทอดสด (live broadcast) ไปพร้อมกับสื่อวิทยุในช่องทางปกติ ผ่านทางคลื่น FM 90.5 Mhz Nation News คลื่น A-Time Media ซึ่งเป็นบริษัทในเครือแกรมมี่ Radio No Problem 88.0 Mhz, Hot Wave 91.5 Mhz, Radio Vote Satellite 93.5 Mhz และ Green Wave 104.5 Mhz

รายการโทรทัศน์ เป็นรายการที่ผลิตสำเร็จแล้วโดยพันธมิตร (partner) ที่เข้าร่วมโครงการในเว็บไซต์ Intercast ในรูปแบบของวิดีโอและเทปคาสเซ็ท

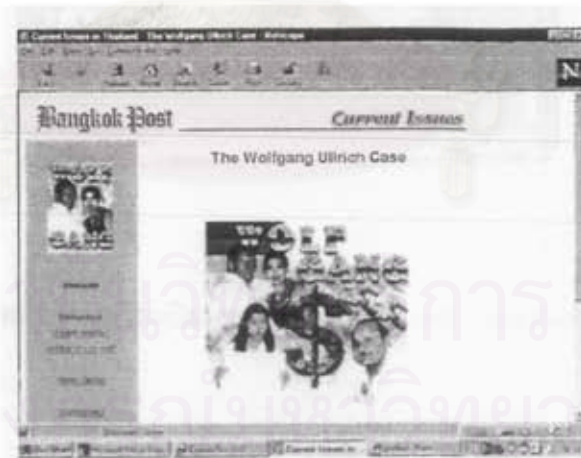
วิดีโอ ได้แก่รายการเพลงมิวสิกวิดีโอ ซึ่งผลิตโดยบริษัทเพลงต่าง ๆ ที่เป็นพันธมิตร (partner) ในเว็บไซต์ Intercast



ภาพที่ 3

รูปภาพแสดงชุดข้อมูลสำเร็จรูปใน <http://www.Intercast.loxinfo.co.th>

ข้อมูลที่ผลิตขึ้นใหม่ ได้แก่ คอลัมน์ "Current Issue" ในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ ผู้วิจัยพบว่า เนื้อหาในคอลัมน์นี้ เป็นเนื้อหาที่ Web master เป็นผู้รวบรวมเรื่องราว และนำเสนอในลักษณะการรายงานข้อมูล โดยไม่มีการแสดงความคิดเห็นใดของผู้เขียน หากแต่ทิ้งไว้ให้ผู้อ่านเป็นผู้ตัดสินใจเองว่าจะทำอย่างไรกับข่าวรายงานนี้



ภาพที่ 4

รูปภาพแสดงชุดข้อมูลที่ผลิตขึ้นใหม่ใน <http://www.bangkokpost.com>

ข้อมูลที่เกิดขึ้นใหม่ตามความนิยมของตลาด หมายถึง การนำเสนอเรื่องราวที่ทันต่อ ยุคสมัยและกำลังเป็นที่นิยมของตลาด ผู้วิจัยพบว่าในเว็บไซต์ Intercast ในส่วนของ Little Thailand ซึ่งผลิตรายการ Hall of Fame มีการนำเสนอข้อมูลของศิลปินโดยการสัมภาษณ์สดผ่านทางเว็บไซต์ โดยเนื้อหาที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับกิจกรรมด้านการตลาด ที่มีการนำเสนอผ่านทางช่องทางสื่อปกติ เช่น การเปิดตัวศิลปินทนาย เจริญปุระ ในชื่ออัลบั้ม Sine ที่ค่ายเพลงได้ใช้สื่อเสริมทางการตลาดเต็มรูปแบบ ได้แก่ การจัดงานเปิดตัว การปล่อยข่าวเป็นระยะ ๆ การนำตัวศิลปินไปออกรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ การให้สัมภาษณ์ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ รวมไปถึงการส่งเสริมการตลาดบนแผงเทป ภาพถ่ายโปสเตอร์ ฯลฯ web master ของ Little Thailand ก็จะใช้ศิลปิน คุณทนาย เจริญปุระ มาสัมภาษณ์สดในรายการ โดยผ่านกระบวนการทางการตลาดของรายการ เช่นกัน ได้แก่ มีการโปรโมทรายการล่วงหน้า 1 อาทิตย์ บน home page เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ามาใช้บริการได้เตรียมคำถามสำหรับพูดคุย หรืออาจจะฝากคำถามไว้ล่วงหน้าทาง E-mail และ DJ ก็จะมา E-mail นั้นมาตอบในรายการขณะสัมภาษณ์



ภาพที่ 5

รูปภาพแสดงข้อมูลที่เกิดขึ้นตามความนิยมของ <http://www.intercast.loxinfo.co.th/lthailand>

จากการศึกษาชุดข้อมูลที่นำเสนอในเว็บไซต์ไทย สรุปได้ว่าส่วนใหญ่เป็นชุดข้อมูลเดิมที่ได้มีการผลิตไว้เพื่อเผยแพร่ทางสื่อปกติอยู่แล้ว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ยกเว้นเฉพาะรายการ Hall of Fame ที่ผลิตเนื้อหาใหม่เพื่อกลุ่มคนไทยในต่างประเทศโดยเฉพาะ

4.1.2 นโยบายการคัดเลือกและการกำหนดเนื้อหา

จากการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่า จากการที่องค์กรบางกอกโพสต์ ซึ่งเป็นสถาบันสื่อมวลชนชั้นนำด้านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ และเป็นผู้นำในการเสนอข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบและเป็นกลาง ผสมกับความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์กรให้เป็นแหล่งข้อมูลคุณภาพอย่างแท้จริง ดังนั้น นโยบายการคัดเลือกและกำหนดวาระเนื้อหาข่าวสารในส่วน Today's Bangkok Post จึงมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์ โดยมี web master เป็นผู้ดูแลคัดเลือกข้อมูลข่าวสาร กล่าวคือ

- 1) เสนอข่าวในประเทศที่ผลิตโดยนักข่าวของบางกอกโพสต์ ซึ่งเหมือนกับฉบับพิมพ์ปกติทุกประการ โดยคัดเลือกข่าวเด่นในแต่ละส่วนของ
 - ข่าวในประเทศ ประมาณ 4 ข่าว
 - ข่าวธุรกิจและการเงิน .ประมาณ 4 ข่าว
- 2) รูปภาพประกอบจะคัดเลือกเฉพาะข่าวที่เป็นข่าวนำเท่านั้น
- 3) ข่าวสารคดีในส่วนของ Outlook

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์บางกอกโพสต์ ส่วนใหญ่เป็นผู้สนใจข่าวสารประเทศไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ ประกอบกับข้อตกลงในสัญญาซื้อขายและลิขสิทธิ์การเผยแพร่ข่าวระหว่างบางกอกโพสต์กับสำนักข่าวต่างประเทศ เช่น AFP, AP จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ ข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ เป็นข่าวที่เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น หรือถ้าจะเป็นข่าวของประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง ก็ต้องเป็นข่าวที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทย และผลิตโดยนักข่าวบางกอกโพสต์ เช่น ผู้บัญชาการทหารบกของไทยเข้าเยี่ยมคารวะผู้นำทางการทหารของประเทศพม่า เป็นต้น

เด็บบอราห์ สีนุตพงษ์ web master หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ได้ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2542 ว่า “เราใช้ข่าวสำเร็จรูปที่มีการผลิต และได้รับการกลั่นกรองมาแล้วจากบรรณาธิการในแต่ละวัน จึงไม่จำเป็นต้องเขียนใหม่ เพียงแต่ web master จะเป็นผู้พิจารณาทำข่าวให้กระชับขึ้น โดยไม่ใส่ความคิดเห็นของเราลงไป ข่าวที่ลงได้แก่ ข่าวในประเทศ ข่าวธุรกิจและการเงินในประเทศ ข่าวสารคดี และคอลัมน์ต่าง ๆ ที่ผลิตโดยนักข่าวบางกอกโพสต์”

สำหรับสาเหตุที่ไม่สามารถนำลงทุกข่าวได้ เด็บบอร์ราห์ กล่าวเพิ่มเติมว่า

“เนื่องจากติดปัญหาลิขสิทธิ์การเผยแพร่ข่าวต่างประเทศ เพราะเราซื้อลิขสิทธิ์ (license) จากสำนักข่าวต่างประเทศ เช่น AFP, AP ซึ่งมีเงื่อนไขไม่ให้เรานำข่าวของเราเผยแพร่ต่อในสื่ออื่น ประกอบกับคุณลักษณะของเว็บไซต์ซึ่งมีปัญหาในเรื่องพื้นที่ server จำกัด ดังนั้นเราจึงต้องคอยดูแลไม่ให้เปลี่ยนแปลงเนื้อที่และหน่วยความจำของคอมพิวเตอร์ การเพิ่มพื้นที่มากขึ้นจะทำให้องค์กรต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการเช่าพื้นที่ใน server ดังนั้นชุดข้อมูลที่น่าเสนอจึงมีการคัดเลือกอย่างหลากหลายและให้ความสำคัญของตัวข่าวเป็นหลัก”

สำหรับการคัดเลือกและกำหนดวาระเนื้อหาในเว็บไซต์ Intercast นั้น ผู้วิจัยพบว่า เนื่องจากการร่วมมือกันระหว่าง Intercast กับเหล่าพันธมิตร (partner) อาทิ เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป A-Time Media ไอทีวี สยามกีฬา เจเอสแอล Magazine behind lens และ Channel V ดังนั้นการกำหนดวาระเนื้อหาจึงทำโดยพันธมิตรซึ่งเป็นผู้ผลิตเนื้อหาเอง และจัดส่งเป็นข้อมูลสำเร็จรูปมาให้ Intercast เป็นผู้ดำเนินการทางด้านเทคนิคแปลงสัญญาณเนื้อหาเหล่านั้นเข้าสู่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบ เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือข้อความ

ยกเว้นในส่วนของ Little Thailand ในรายการ Hall of Fame ซึ่งเป็นรายการผลิตมาใหม่สำหรับเว็บไซต์ Intercast ผู้วิจัยพบว่า web master มีการประสานงานกับฝ่ายการตลาดในการกำหนดนโยบายและเนื้อหาในรายการ เนื่องจากเป็นรายการเพื่อการบันเทิงสำหรับคนไทยในต่างประเทศโดยเฉพาะ ดังนั้นปัจจัยสำคัญที่พิจารณาคือ ปัจจุบันมีอะไรใหม่เกิดขึ้นในเมืองไทย เช่น ศิลปินใหม่ออกเทปชุดแรก หรือ ศิลปินเก่าผลิตผลงานชุดใหม่ออกมา เป็นต้น แต่ทั้งนี้ในรายการจะไม่นำเสนอผู้รูดค้ายใดค้ายหนึ่งในเชิงพาณิชย์จนเกินไป เช่น เซียร์ค้ายนี้ แต่ไม่เซียร์ค้ายนั้น เป็นต้น

คุณสุัทธา วุฒิประเสริฐกุลกุล ผู้ดำเนินรายการ (DJ) และรับผิดชอบด้านการตลาดให้สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2542 ว่า “เราจะดูกระแสนิยมของตลาดเป็นหลัก ประกอบกับแผนการตลาดของค่ายเพลงหรือตัวศิลปินว่า มีการโปรโมทใคร และเป็นเพลงประเภทใด เพื่อต้องการให้คนไทยที่อาศัยอยู่ต่างประเทศได้รับรู้ไปพร้อม ๆ กับเรา”

ส่วนการกำหนดวาระเนื่อหน้านั้น ผู้วิจัยพบว่า ฝ่ายการตลาดจะเป็นผู้ริเริ่มในการกำหนดตัวศิลปิน ดังเช่นคำสัมภาษณ์ของคุณสุพัตรา วุฒิประเสริฐกุล ผู้ดำเนินรายการ (DJ) และรับผิดชอบด้านการตลาด ได้กล่าวไว้ว่า

“การติดต่อนำศิลปินหรือผลงานเพลงมาออกวิทยุการนั้น จะเป็นไปทั้งสองทางคือ เราติดต่อไป หรือค่ายเพลงเป็นผู้ติดต่อมาในช่วงระหว่างที่ศิลปินนั้นกำลังอยู่ระหว่างการโปรโมทผลงาน เพราะค่ายเพลงเริ่มเห็นว่า Hall of Fame ใน Little Thailand ของเราเป็นสื่อพิเศษอีกช่องทางหนึ่งในการช่วยโปรโมทผลงานของเขา ทำให้เขาไม่ต้องลงทุนมากในการทำโปรโมชันไปยังคนไทยในต่างประเทศ”

จากการศึกษาในเว็บไซต์ geocities ผู้วิจัยพบว่า นโยบายในการคัดเลือกและกำหนดวาระเนื้อหาในเว็บไซต์นี้เปิดกว้างให้ผู้ที่ต้องการเผยแพร่ข่าวสารโดยไม่แสวงหากำไร ได้มีโอกาสนำเรื่องราวของตนเองเสนอบนเว็บไซต์นี้ web master ได้จัดแบ่งหมวดหมู่ข้อมูลข่าวสารไว้หลากหลายถึง 44 หัวข้อด้วยกัน ได้แก่ นสพ., ธุรกิจ, ข่าวและเหตุการณ์, พยากรณ์อากาศ, ร้องทุกข์, น่าสนใจ, ตลกขบขัน, การแพทย์, เด็กและเยาวชน, ผู้หญิงและความสวยความงาม, ดูดวง, สะสม, ชื่อ-ชาย, ห้างสรรพสินค้า, ร้านอาหาร, บริษัท, ท่องเที่ยว, การบิน, แผนที่, IT, Web Board & BBS, Computer, ในราชสำนัก, สำนักกฎหมาย, ราชการ, กระทรวง กรม กอง รัฐวิสาหกิจ, การเมือง, การศึกษา, ศาสนา, ทหาร, ตำรวจ, สถานทูต, บันเทิง, กีฬา, หนังสือ, สัตว์เลี้ยง, ประกันภัย, NGO, ฝรั่งเศสให้เรา, เกย์, วิทยุสมัครเล่น, HAM, หางาน, เพื่อน ๆ

เมื่อศึกษาโดยละเอียดลงไปหัวข้อข่าวและเหตุการณ์ พบว่า มีการคัดเลือกเนื้อหาและกำหนดประเด็นโดยใช้ข่าวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยขณะนั้นเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณา เช่น เสนอเรื่องข่าวดาราศาสตร์ และ บทความเรื่องฝนดาวตกลีโอนิดส์ ซึ่งเป็นบทความเป็นตอน ๆ ต่อเนื่อง ในเว็บไซต์นี้ ในช่วงเดือนสิงหาคม - ตุลาคม ก่อนเกิดเหตุการณ์ฝนดาวตกในวันที่ 16-18 พฤศจิกายน 2541 หรือ เสนอข่าวโครงการสมองไหลกลับ (The Reverse Brain Drain Project) ซึ่งเป็นโครงการรณรงค์ให้คนไทยในต่างประเทศกลับมาช่วยกันพัฒนาประเทศไทย ในหลายสาขาอาชีพ และ บทความปลุกพืช เลี้ยงสัตว์ตามแนวพระราชดำริ สู้ปัญหาเศรษฐกิจ เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของคนไทยในการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสมในยุคเศรษฐกิจถดถอยที่เกิดขึ้นทั่วภูมิภาคเอเชียในขณะนี้ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปว่า นโยบายการคัดเลือกเนื้อหาและการกำหนดวาระเนื้อหาของเว็บไซต์ไทย นั้น ขึ้นอยู่กับนโยบายและวัตถุประสงค์ของแต่ละองค์กรเป็นหลัก เช่น เว็บไซต์บางกอกโพสต์ ซึ่งเป็นเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ก็มีนโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อจำกัด ในการคัดเลือกและกำหนดวาระเนื้อหาไปตามนโยบายของการผลิตหนังสือพิมพ์ในแต่ละวัน เว็บไซต์ Intercast ซึ่งให้บริการด้าน การบันเทิง มีการคัดเลือกและกำหนดวาระเนื้อหาโดยพันธมิตร (partner) ซึ่งเป็นผู้ผลิตเนื้อหา โดย web master ของ Intercast เพียงทำหน้าที่ในการแปลงสัญญาณเนื้อหาเหล่านั้นให้สามารถนำไป เผยแพร่บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ และสำหรับเว็บไซต์ geocities พบว่า web master เป็นผู้กำหนดและคัดเลือกเนื้อหาที่จะนำเสนอ โดยดูวัตถุประสงค์ของการให้ข้อมูลข่าวสารเป็นหลักว่า ต้องทำเพื่อสาธารณชน และไม่แสวงหากำไร สอดคล้องกับแนวคิด “ผู้เฝ้าประตู” (Gatekeeper) ซึ่ง web master เปรียบเสมือนผู้ทำหน้าที่กรองข่าวสาร ไม่เพียงแต่เลือก หรือปฏิเสธสารต่าง ๆ ที่ เข้ามาเท่านั้น แต่ยังมีหน้าที่จัดสรรสารนั้น ๆ ให้อยู่ในรูปแบบที่ต้องการ ตลอดจนกำหนดการนำ เสนอข่าวสาร เวลานั้นหรือเวลานั้นไว้ หรือเสนอสารนั้น ซ้ำ ๆ กัน หรือเลือกเสนอบางส่วนเท่านั้น

4.2 จุดดึงดูด สไตล์ รูปแบบ (Appealing, Style, Form)

Charis Atkin (1984) กล่าวว่า สไตล์และรูปแบบ ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการสร้างจุด ดึงดูดให้ผู้รับสารเกิดความสนใจในการอ่านสารนั้น ในหลักการเดียวกันนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวทาง ดังกล่าววิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบของเว็บไซต์ไทย ที่มีจุดเด่นในการดึงดูดให้ผู้ใช้บริการแวะ เวียนเข้าดูเว็บไซต์ โดยผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะของจุดดึงดูด สไตล์ และรูปแบบของเว็บไซต์ไทย เป็น 5 ลักษณะ ดังนี้

4.2.1 การจัดวางรูปแบบ (lay-out)

ผู้วิจัยจะศึกษาว่าแต่ละเว็บไซต์มีลักษณะการจัดวางรูปแบบ (lay-out) อย่างไร และเพื่อให้ ผู้ใช้บริการมีความสะดวกในการใช้งานหรือไม่ (friendly used) โดยนำเสนอการจัดวางรูปแบบใน 3 ลักษณะ ดังนี้

การจัดวางรูปแบบ (lay-out) แบบสมัยใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจ เช่นเดียวกับสื่อเพื่อ สาระและการบันเทิงโดยทั่วไป ผู้วิจัยศึกษาพบว่า เว็บไซต์ Intercast มีการจัดวางรูปแบบ (lay-out) แบบสมัยใหม่ ทั้งลักษณะการใช้สีสันจุดขาด สะดุดตา หรือการจัดวางตัวอักษรที่ดูทันสมัย

ปราดเปรียว เมื่อเข้าไปสืบค้นในรายการ Hall of Fame ผู้วิจัยพบอีกว่า การจัดวางรูปแบบ (lay-out) แสดงจุดยืนของ รายการชัดเจนว่า เป็นรายการที่พัฒนาโดยคนรุ่นใหม่ เพื่อคนรุ่นใหม่ ทันสมัย ที่ไม่ต้องการความล้าสมัยหรือตกข่าว ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับบุคคลในแวดวงบันเทิง Web master นี้ เน้นความเป็นอิสระ (free style) ในการจัดวางรูปแบบโดยไม่มีติดกับกรอบ (frame) แต่เน้นความเรียบง่ายในการเรียกข้อมูล แต่ทั้งนี้ภาพศิลปินทุกภาพที่นำเสนอ มีผลต่อการส่งเสริม (promote) รายการล่วงหน้าซึ่งจะสอดคล้องกับรายการส่งเสริมการตลาดของต้นสังกัดศิลปินนั้น ๆ



ภาพที่ 6

รูปภาพแสดงการวาง lay-out แบบสมัยใหม่ของ <http://www.intercast.loxinfo.co.th>



ภาพที่ 7

รูปภาพแสดงการวาง lay-out แบบสมัยใหม่ของ <http://www.intercast.loxinfo.co.th/thailand>

การจัดวางรูปแบบ (lay-out) แบบใช้กรอบ เพื่อความสะดวกในการใช้อ่านข้อมูล จาก การสืบค้นของผู้วิจัยในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ และเว็บไซต์ InterCast พบว่า ทั้ง 2 เว็บไซต์มีการ

จัดวางรูปแบบ เพื่อให้ผู้ใช้มีความสะดวกในการใช้งาน (friendly used) โดย Web page อยู่ในรูปแบบของการมีกรอบ (frame) เป็นขอบเขตการแบ่งเนื้อหา เสมือนเป็นการเสนอ 2 หน้าจอในเวลาเดียวกัน ทำให้ผู้อ่านไม่ต้องย้อนกลับไปหัวข้อหลักเมื่ออ่านเสร็จแล้ว อีกทั้งผู้อ่านสามารถเปลี่ยนหัวข้อเรื่องใหม่และอ่านข่าวสารอื่นได้ในหน้าจอเดียวกัน จึงช่วยลดเวลาในการเรียกข้อมูลย้อนไปมาที่ละหน้า ทำให้การอ่านเป็นไปอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้การนำเสนอแบบกรอบนี้ข้อมูลจะแสดงไม่ครบทั้งหน้าจอ จึงต้องมี Scroll Bar ไว้เลื่อนหน้าจอไปมา เพื่ออ่านข้อมูลที่ไม่สามารถแสดงได้หมดภายในกรอบนั้น แต่หากผู้อ่านต้องการแสดงข้อมูลให้เต็มหน้าจอเฉพาะเรื่องนั้น ๆ ก็สามารถทำได้ด้วยคำสั่งของ Browser ที่ใช้งานอยู่

ในหน้า home page ของเว็บไซต์บางกอกโพสต์ ซึ่งเรียกได้ว่าเป็น หน้าบ้านในเว็บไซต์ ผู้วิจัยพบว่า มีการใช้กรอบด้านซ้ายของจอคอมพิวเตอร์เป็นสารบัญ (Index) ซึ่งเป็นข้อความพร้อมสัญลักษณ์รูป (icon) ที่ดูทันสมัย เข้าใจง่าย ไม่ล้นซับซ้อน เห็นแล้วเข้าใจได้เลย ไม่ต้องตีความเชื่อมโยงเข้าไปสู่อ่านข่าวในรายละเอียด ขณะที่พื้นที่ส่วนใหญ่ในกรอบด้านขวาของจอคอมพิวเตอร์จะเป็นรูปภาพ "เชิงภาพลักษณ์" ซึ่งได้แก่โลโก้และลักษณะตัวอักษรชื่อหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ตามด้วย icon ของแต่ละคอลัมน์พร้อมตัวเขียนสั้น ๆ ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร และด้านล่างถัดจากรูปภาพ จะเป็นสารบัญเนื้อหาพร้อมข้อความที่ขีดเส้นใต้เป็นลิงค์ (link) ที่เชื่อมโยงเข้าสู่เอกสารที่มี รายละเอียดในเรื่องนั้น ๆ ประโยชน์ของการจัดวางรูปแบบโดยใช้กรอบคือสามารถเปิดอ่านข้อมูลได้จากทั้ง 2 หน้า ทำให้ลดเวลาในการเปิดกลับไปกลับมา สำหรับหัวข้อเว็บไซต์นั้น ใช้ตัวอักษรชนิดเดียวกับหัวหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ เพื่อรักษาเอกลักษณ์ขององค์กรไว้ รวมไปถึงการใช้โทนสีชาวดำที่บ่งบอกถึงความเป็นหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์



ภาพที่ 8

รูปภาพแสดงการวาง lay-out แบบใช้กรอบของ <http://www.bangkokpost.com>

สำหรับในเว็บไซต์ Intercast นั้น ผู้วิจัยพบเช่นกันว่า มีการใช้กรอบ (frame) เป็นตัวจัดแบ่งเนื้อหา โดยในกรอบด้านซ้ายของจอคอมพิวเตอร์จะเป็นเรื่องในแวดวงบันเทิงซึ่งเป็นข่าวล่าสุดของโลกบันเทิงมาแนะนำเสนอ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้ามาชมเว็บไซต์ ในขณะที่กรอบใหญ่ด้านขวามือของจอคอมพิวเตอร์จะแสดงรายการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในเว็บไซต์นี้ พร้อมข้อความที่ขีดเส้นใต้เป็นไฮเปอร์เท็กซ์ link เชื่อมโยงเข้าสู่แฟ้มข้อมูลที่แสดงรายละเอียดของแต่ละรายการได้

การจัดวางรูปแบบ (lay-out) แบบไม่ใช้กรอบ เพื่อความเรียบง่าย ไม่รกรุงรังหน้าจอเมื่อเข้าไปศึกษาในคอลัมน์ Today's Bangkok Post ผู้วิจัยพบว่า การจัดวางรูปแบบ (lay-out) ในหน้านี้ใช้การจัดวางแบบไม่มีกรอบเป็นตัวแบ่งเนื้อหา แต่มีการจัดลำดับความสำคัญของข่าวเป็นชุด ๆ ในแนวตั้ง (vertical lay-out) และเพื่อนำทางผู้อ่านเข้าสู่เนื้อหาได้รวดเร็วขึ้น ได้มีการใช้พาดหัว (headline) เพื่อให้ผู้อ่านตัดสินใจว่า จะอ่านข่าวหรือสารคดีเรื่องนั้นหรือเปล่า การใส่หัวข้อ (label) เพื่อช่วยผู้อ่านให้เข้าใจเรื่องได้เร็วขึ้น และการพาดหัวรอง (second deck) ก็เพื่อทำให้อ่านเข้าใจเรื่องได้มากขึ้นก่อนอ่าน

ในส่วนของการจัดวางรูปแบบโดยรวมนั้น ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์บางกอกโพสต์ยังคงรักษารูปแบบเรียบง่ายตามลักษณะของหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ (quality newspaper) นอกจากนี้ Web master ยังได้ให้ความสำคัญของการกำหนดขนาดและลักษณะของตัวอักษร (typefaces) เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้งาน ง่ายต่อการอ่าน โดยใช้ตัวอักษรสมัยใหม่เป็นส่วนใหญ่ เช่น Janson, Sabon, New Century Schoolbook และ Franklin Gothic ซึ่งเป็นตระกูลตัวอักษรที่นิยมใช้ในหนังสือพิมพ์ชั้นนำทั่วโลก



ภาพที่ 9

รูปภาพแสดงการวาง lay-out แบบไม่ใช้กรอบของ Today's Bangkok Post

ส่วนเว็บไซต์ geocities พบว่า มีการจัด web page แบบไม่ใช้กรอบ ทำให้ผู้อ่านไม่สามารถย้อนกลับมาที่หัวข้อหลักได้ทันทีเมื่อต้องการ แต่มีการจัดวางหัวเรื่องต่าง ๆ อย่างเป็นลำดับขั้นตอน เป็นหมวดหมู่ชัดเจน พร้อมข้อความที่ชัดเจนได้เป็น link เชื่อมโยงเข้าสู่เพิ่มข้อมูลซึ่งมีรายละเอียดอยู่ เว็บไซต์นี้ใช้สีล้วนเรียบง่าย ดูสบายตา ใช้สัญลักษณ์ลายไทยเป็นภาพพื้น (background) สร้างเอกลักษณ์เพื่อความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์



ภาพที่ 10

รูปภาพแสดงการวาง lay-out แบบไม่ใช้กรอบของ <http://www.geocities.com/tokyo/4737>

สรุปว่า การจัดวางรูปแบบ (lay-out) ของเว็บไซต์ไทยแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะเด่น ได้แก่ แบบสมัยใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจ แบบใช้กรอบ เพื่อความสะดวกในการใช้อ่านข้อมูล และแบบไม่ใช้กรอบ เพื่อความเรียบง่าย ไม่รกรุงรังหน้าจอแต่คงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือในเนื้อหาที่นำเสนอ

4.2.2 การนำเสนอภาพเด่น หรือ icon ในหน้า home page

จากการวิเคราะห์ด้วยการสืบค้น ผู้วิจัยพบว่า หน้า home page ในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ นำเสนอภาพวาดการ์ตูน เป็นภาพเมืองใหญ่เมืองหนึ่ง มีความทันสมัย ที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ไทย โดยดูได้จากลักษณะทางสถาปัตยกรรมแบบไทย มีชื่อตึกร้านค้าหรือป้ายบอกทางเป็นชื่อ คอลัมน์ต่าง ๆ ที่เสนอทั้งในสื่อปกติและผ่านเว็บไซต์ ซึ่งเปรียบเสมือนองค์กรบางกอกโพสต์ พร้อมทั้งหัวข้อเว็บไซต์ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เดียวกับหนังสือพิมพ์



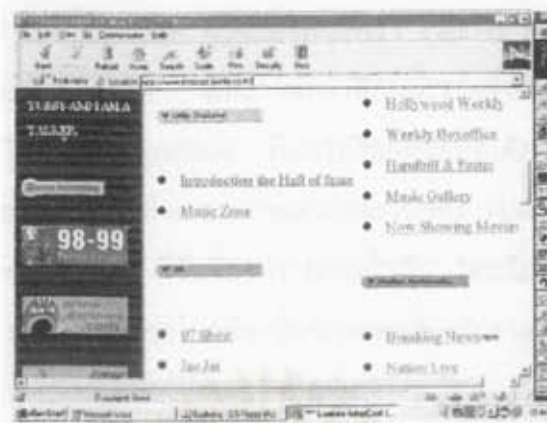
ภาพที่ 11

รูปภาพแสดงการเสนอภาพเด่นในหน้า home page ของ <http://www.bangkokpost.com>

สำหรับเว็บไซต์ Intercast นั้น ในหน้าแรกหรือ home page นำเสนอโลโก้ของบริษัท ล็อกเกอร์ อินเทอร์เน็ต เซอร์วิส จำกัด หรือ ล็อกเกอร์อินโฟ ซึ่งเป็นเจ้าของเว็บไซต์ โดยเป็นภาพ โลโก้เคลื่อนไหว (animation) ทำให้มีพลวัต (dynamic) ประกอบกับภาพของศิลปินหรือภาพยนตร์ ที่เป็นข่าวในช่วงนั้น ๆ หรืออยู่ระหว่างรายการส่งเสริมการตลาด ภาพเด่นในหน้าแรกนี้ จะได้รับการเปลี่ยนให้ทันสมัยต่อข่าวสารเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา เช่น ภาพตาราที่รับรางวัลออสการ์ หรือ หนังสือเด่นประจำสัปดาห์ เป็นต้น

คุณชนินท์ วัฒนพฤกษา ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ฝ่ายการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บริษัทล็อกเกอร์ อินเทอร์เน็ต เซอร์วิส จำกัด ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2542 ว่า

"ในหน้า home page ของเว็บไซต์ Intercast เรานั่นความเรียบง่าย ใช้เทคนิคภาพกราฟิก น้อย ด้วยเหตุผลทางด้านความเร็วในการ down load ข้อมูล ซึ่งจะช่วยให้ผู้เข้าใช้บริการไม่ต้องเสีย เวลานานในการเรียกดูแต่ละหน้า การออกแบบ icon ก็เช่นเดียวกัน เราจะใช้เป็นภาพกราฟิก เล็ก ๆ นอกนั้นเป็นข้อความ (text) หมดเลย"



ภาพที่ 12

รูปภาพแสดงการเสนอภาพเด่นในหน้า home page ของ <http://www.intercast.loxinfo.co.th>

เมื่อเข้าไปศึกษาในส่วนของ Little Thailand ผู้วิจัยพบว่า ภาพเด่นในหน้า home page ของ Little Thailand เว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเพื่อคนไทยรุ่นใหม่ ที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศและในประเทศไทย ใช้การนำเสนอภาพแบบกราฟิกซ้อนกันหลายชั้น ไม่ว่าจะเป็นแกสสิวคส์สัญญาณสื่อสารกระจายอยู่ทั่วจอ ขึ้นบันได ลายเส้น จุดไขว่ปลา ที่ซ้อนกันอยู่อย่างลงตัว ลักษณะการออกแบบ icon แต่ละรายการเป็นภาพกราฟิกการ์ตูน ดูสนุกสนาน สบายตา เข้าใจได้ง่าย มีเอกลักษณ์ของคนรุ่นใหม่ ด้วยรูปแบบอิสระ ไม่มีต้นแบบตายตัว โดดเด่นด้วยสีเหลืองมะนาวสด สีแดง และสีน้ำเงิน



ภาพที่ 13

รูปภาพแสดงภาพเด่นในหน้า home page ของ <http://www.intercast.loxinfo.co.th/lthailand>

จากการสืบค้นเข้าไปโดยละเอียด ผู้วิจัยยังพบอีกว่า รายการ Hall of Fame มีการนำเสนอภาพเด่นในหน้า home page เป็นภาพกราฟิกและรายชื่อศิลปินทั้งหมดที่เคยมาร่วมสัมภาษณในตัวรายการ ในลักษณะ archive คือการเรียกดูข้อมูลได้ภายหลังตามความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการ สรุปแล้วการนำเสนอภาพเด่นโดยรวมของ Hall of Fame ได้ถูกจัดเป็นกล่อง ๆ วางเรียงกันอย่างเป็นลำดับ มีวันที่ออกรายการกำกับ โดยมีภาพกราฟิก และตัวอักษรทันสมัยบอกชื่อศิลปิน แต่ละภาพภายในกล่องนั้นจะสอดคล้องกับรายการส่งเสริมการตลาดของตัวศิลปิน เช่น ภาพจากหน้าปกเทปหรือโปสเตอร์ เป็นต้น



ภาพที่ 14

รูปภาพแสดงภาพเด่นในหน้า home page ของรายการ Hall of Fame

สำหรับเว็บไซต์ geocities ในหน้า home page ผู้วิจัยพบว่า ไม่เน้นภาพเด่นเป็นหลัก เนื่องจากวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์นี้ เป็นการมุ่งเน้นให้ข้อมูลข่าวสารเป็นสำคัญ และอุทิศพื้นที่สำหรับเชื่อมโยงลิงค์ไทยต่าง ๆ ดังนั้นในหน้าแรกจึงนำเสนอเพียงแค่ภาพกราฟิกเรียบง่าย และไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยนัก

สรุปว่าการเสนอภาพเด่นหรือ icon ในหน้า home page ของเว็บไซต์ไทย ที่เป็นจุดดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเกิดความสนใจเมื่อได้พบเห็น และเกิดแรงผลักดันให้เข้าไป surfing ในเว็บไซต์นั้นเน้นความเรียบง่าย แต่มีสไตล์ คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดในการใช้ ที่ไม่ทำให้เสียเวลาในการเข้ามาดูข้อมูล ภาพเด่นที่พบ มีทั้งที่นำเสนอเป็นภาพวาดการ์ตูน ภาพโลโก้เคลื่อนไหว (animation) ภาพกราฟิกซ้อนกันหลายชั้น ภาพกราฟิกการ์ตูนเรียบง่ายธรรมดาที่สามารถสื่อความได้เข้าใจทันที

4.2.3 การใช้ภาษา ส่วนวน

ภาษาและส่วนวนเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญส่วนหนึ่งเช่นกัน ในการสร้างความสนใจแก่ผู้เข้ามาใช้บริการให้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์นั้น ในการนำเสนอเกี่ยวกับประเด็นนี้ ผู้วิจัยจะทำการรายงานผลการวิจัยภาษาและส่วนวนที่ใช้ออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

ภาษาเขียนแบบข่าว จากการ surfing ในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ พบว่า ภาษาส่วนวนที่ใช้เป็นลักษณะภาษาข่าว คือ สั้น กระชับ ชัดเจน ว่า มีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร เป็นลักษณะภาษาการรายงานข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์

ภาษาเขียนแบบสากล ผู้วิจัยพบว่า ในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ มีการเสนอข้อมูลด้วยภาษาอังกฤษถูกต้องตามลักษณะเนื้อหาที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ในแต่ละวัน หากแต่มีความกระชับมากกว่า ดังเช่น เด็บบอราห์ ลินด์พงษ์ web master ของบางกอกโพสต์ได้ให้สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2542 ไว้ว่า

“ภาษาที่เราใช้เป็นภาษาอังกฤษเหมือนฉบับที่พิมพ์ปกติ ทั้งภาษาและส่วนวนเราไม่เปลี่ยนแปลงอะไร ต้นฉบับเขียนมาอย่างไรเราก็เอาขึ้นบนเว็บไซต์แบบนั้น เราเปลี่ยนไม่ได้ แต่ถ้าเรื่องนั้นเราเป็นคนเขียนด้วยตัวเอง เช่น ทำเรื่องพิเศษ (special feature) แบบนี้เราจะเปลี่ยนอะไรก็ยอมได้ เพราะเราหาข้อมูลเอง เขียนเอง แต่หากคนอื่นเขียนเราต้องนำเสนออย่างนั้น (exact as it is) ถือเป็น มรรยาท ยกเว้นแต่ว่าบรรณาธิการจะมีคำสั่งให้เราขัดเกลาภาษา ส่วนวนก่อนนำเสนอในเว็บไซต์ แต่ส่วนมากบรรณาธิการมักจะไม่ค่อยให้เปลี่ยน”

เมื่อได้สืบค้นในเว็บไซต์ InterCast ผู้วิจัยพบว่า InterCast เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการเพื่อความบันเทิง สำหรับคนไทยในต่างประเทศเป็นเป้าหมายหลัก สำหรับหน้ากลางซึ่งเป็น home page พบว่าใช้ภาษาอังกฤษ ส่วน link ต่าง ๆ ก็เป็นภาษาอังกฤษ คุณชนินทร์ วัฒนพฤชา ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บริษัท ล็อกซเลีย์ อินฟอรมชั่น เซอร์วิส จำกัด กล่าววว่า

“เราใช้ภาษาอังกฤษเกือบ 90% ในหน้าแรก (home page) ด้วยเหตุผลความเป็นสากล ให้คนทั่วโลกทุกภาษาสามารถเข้าใจได้ว่าเว็บไซต์ของเรานำเสนอเรื่องอะไร ถึงแม้พนักงานที่ เป็นผู้ผลิตรายการไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ หรือนิตยสาร หนังสือพิมพ์ จะผลิตเนื้อหาออกเป็นภาษา

ไทย แต่ในหน้ากลางของเราจะเป็นภาษาอังกฤษเกือบทั้งหมด link ต่าง ๆ ก็เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งเมื่อเชื่อมโยงเข้าไปแล้วจะพบภาษาไทยอยู่ด้านใน"



ภาพที่ 15

รูปภาพแสดงการใช้ภาษาของ <http://www.intercast.loxinfo.co.th>

ภาษาเขียนท้องถิ่นอย่างเป็นทางการ ในส่วนของ Little Thailand มีการเขียนข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ แต่เมื่อเข้าไปดูข้อมูลโดยละเอียดใน link เหล่านั้นแล้ว พบว่าเป็นภาษาไทย

ภาษาพูดท้องถิ่นแบบเป็นกันเอง ผู้วิจัยพบว่า ใน Little Thailand รายการ Hall of Fame มีลักษณะการดำเนินรายการทั้งสัมภาษณ์สดเป็นภาษาพูด ซึ่งมีตั้งแต่การสัมภาษณ์ศิลปิน การบอกกล่าวเล่าข่าว การเขียนด้วยคำบนหน้า home page ดังนั้นการใช้ภาษาและสำนวนภายในรายการนี้จึงสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท กล่าวคือ ภาษาพูดและภาษาเขียน

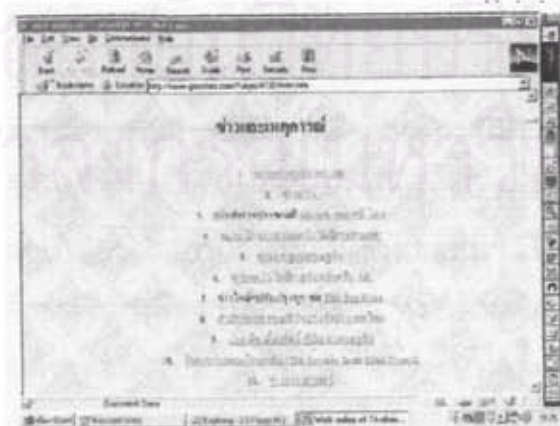
ภาษาพูด ผู้วิจัยพบว่า ผู้ดำเนินรายการ (DJ) จะใช้สำนวน สโลกาการพูดอย่างเป็นทางการให้ความเป็นเพื่อน เหมือนเพื่อนคุย เล่าเรื่องสนุกสนาน มีคำทันสมัยสอดแทรก เช่น โอ้โฮ อะไรจะปานนั้น หรือเป็นคำตลกเช่น วันนี้เป็นคุณนายนะคะ หมายถึง วันนี้แต่งตัวอย่างเป็นทางการดูหรูหรา เปรียบเสมือนกับคุณนายเวลาแต่งตัวออกงานสังคม หลายครั้งมีเสียงหัวเราะสอดแทรก แต่ทั้งนี้ ผู้ดำเนินรายการเน้นการออกเสียง ตัวสระ วรรณยุกต์ ตัวควบกล้ำถูกต้องตามมาตรฐานภาษาไทยเป็นสำคัญ

คุณสุพัตรา วุฒิประเสริฐกุลกุล ผู้ดำเนินรายการ (DJ) ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2542 ว่า "เวลาจัดรายการ เราจะใช้สำนวนภาษาจัดจ้าน จะจำ มีคำสแลงบ้าง เพื่อให้บรรยากาศเป็นกันเอง เหมือนเพื่อนนั่งเมาส์ (คุย) กัน แต่การออกเสียงควบกล้ำ สระ วรรณยุกต์ เราจะระวังมาก"

สำนวนทันสมัย หรือหยาบ มีลีลาลูกเล่น เฉลียวชวนกึ่งโฆษณา ในด้านภาษาเขียน ผู้วิจัยพบว่าในรายการ Hall of Fame มีการใช้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นภาษาอังกฤษ ด้วยสำนวนหรือหยาบ เฉลียวชวนกึ่งโฆษณา และใช้รูปภาพประกอบให้น่าสนใจมากขึ้น ด้วยเหตุผลที่ว่าผู้ติดตามรายการส่วนใหญ่จะเป็นคนไทยที่ฟังภาษาไทยรู้เรื่อง แต่ไม่สามารถอ่านภาษาไทยได้ เช่น Looking for "P'Poo's archiv file" !!!!!....You need to look no further. It's right here Pal

คุณสุพัตรา วุฒิประเสริฐกุลกุล ผู้ดำเนินรายการ (DJ) กล่าวเสริมอีกว่า "ภาษาเขียนก็เช่นกัน และเนื่องจากเราวางจุดยืนของรายการไว้ว่า เราจะผลิตรายการของไทย เพื่อคนไทยในต่างแดน ซึ่งส่วนใหญ่จะรับฟังได้รู้เรื่อง แต่อ่านภาษาไทยไม่ได้ ดังนั้นการเขียน บางครั้งจึงต้องเขียนเป็นอักษรอังกฤษ เช่น Guitar Lai Thai หมายถึง กีตาร์ลายไทย"

ในเว็บไซต์ geocities ผู้วิจัยพบว่า ในหัวข้อรายการ รายงานข่าวและเหตุการณ์ทั่วไป ส่วนใหญ่เกือบทุกเนื้อหา ใช้ภาษาไทยเป็นหลักในการนำเสนอ ส่วนที่ใช้เป็นลักษณะการรายงานข่าว จึงใช้ภาษาที่เป็นทางการ มีความน่าเชื่อถือในเนื้อหาข่าวสาร



ภาพที่ 16

รูปภาพแสดงสำนวนภาษาใน <http://www.geocities.com/tokyo/4737>

จากการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะเนื้อหาในด้านภาษาและสำนวนที่ใช้ในเว็บไซต์ไทย มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการให้บริการและลักษณะทางด้านธุรกิจของเว็บไซต์ นั้น ๆ ในเว็บไซต์บางกอกโพสต์พบว่า ทั้งหน้า home page และข้อมูลข้างในใช้ภาษาอังกฤษ สำนวนแบบภาษาข่าว สั้น กระชับ ชัดเจน แต่ link บางข้อมูลนำเสนอเป็นภาษาไทย สำหรับเว็บไซต์ InterCast ในหน้า home page ใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อให้มีความเป็นสากล แต่เมื่อเข้าไปดู ข้อมูลแต่ละหน้าโดยละเอียดพบว่า ใช้ภาษาไทย และใช้สำนวนทันสมัย มีลีลา ลูกเล่นเพื่อการ บันเทิงโดยเฉพาะ ในส่วนของ Little Thailand มีการใช้ทั้งภาษาเขียนและภาษาพูด ส่วนใหญ่เป็น ภาษาไทย ยกเว้นหน้า home page ซึ่งใช้ภาษาอังกฤษ และในเว็บไซต์ geocities พบว่า ใช้ภาษา ไทยทั้งหน้า home page และข้อมูลด้านใน ทั้งหมดนี้ สะท้อนให้เห็นว่าเว็บไซต์ไทยมีลักษณะ ความเป็นท้องถิ่น (localization) เนื้อหาส่วนใหญ่ใช้ภาษาไทย เพื่อสื่อสารถึงคนไทยโดยเฉพาะ เป็นการสอน ปูทาง ส่งเสริมให้ความรู้ ถ่ายทอดการเขียน การอ่าน การพูดภาษาไทยให้ถูกต้อง มิ ให้เกิดความวิบัติผิดเพี้ยน สูญเสียสุนทรียะทางภาษาและเอกลักษณ์ของชาติไทย โดยอาศัยช่อง ทางการสื่อสารที่ไร้พรมแดนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง สะดวกและรวดเร็ว

4.2.4 สื่อผสม (Multimedia) เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว

กระบวนการสื่อสารแนวใหม่ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการสื่อสารแบบผสม หลายรูปแบบพร้อม ๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นข้อความ เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือแม้กระทั่งการ ได้ตอบสนองทางในเวลาเดียวกัน (real time interaction) เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารตามที่ต้องการ (information on demand) ในการศึกษาี้ ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

เสียง การติดต่อสื่อสารในปัจจุบันมีทางเลือกมากมายไม่ว่าจะเป็นสื่อช่องทางปกติ หรือ ผ่านระบบเครือข่าย เว็บไซต์บน World Wide Web เป็นสื่อที่มีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรง ซึ่งเทคโนโลยีบนอินเทอร์เน็ตนี้มีการพัฒนาต่อเนื่องตลอดมา โดยเฉพาะด้านสื่อผสมหรือ Multimedia จากการศึกษาเว็บไซต์ไทย ผู้วิจัยพบว่า การใช้เทคนิคเสียงเข้าไปเป็นส่วนเสริมนั้น จะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการให้บริการเป็นหลัก เพราะบางครั้งหากใส่เทคนิคเสียงไม่ตรงกับ วัตถุประสงค์ของบริการก็อาจส่งผลเสียให้กับเว็บไซต์นั้นได้ และในประเด็นเทคนิคด้านเสียงนี้ ผู้ วิจัยพบว่า

เว็บไซต์บางกอกโพสต์ ไม่มีการใส่เสียงลงในเว็บไซต์ ด้วยเหตุผลจาก เด็บบอร์ รัวท์ สีนุตพงษ์ web master ที่ให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัยเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2542 ว่า

"เราไม่มีโหมดเสียงในเว็บไซต์บางกอกโพสต์ เพราะทำให้เปลืองเนื้อที่ server ประกอบกับ เราเป็นผู้ให้บริการด้านสื่อหนังสือพิมพ์ หัวใจสำคัญจึงอยู่ที่ข้อความข่าว ธุรกิจหลักของเรา คือ การผลิตหนังสือพิมพ์ ในเมื่อเรามีแหล่งข้อมูลซึ่งเป็นข่าวสารที่มีคุณภาพ หรือนำขึ้นในเว็บไซต์ทุก เข้าอยู่แล้ว ดังนั้นเราจึงไม่มีความจำเป็นต้องผลิตใหม่ (re-production) ในรูปแบบของเสียง (sound production)"

สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของ พิชาย ชื่นสุทธสวัสดิ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์บางกอก โพสต์ ซึ่งกล่าวว่า

"ตลอดระยะเวลากว่า 50 ปี ที่ดำเนินกิจการมา บริษัท โพลด์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญเป็นธุรกิจหลัก (core business) โดยมีธุรกิจสิ่งพิมพ์เชิงพาณิชย์อื่น ๆ (commercial print) เป็นธุรกิจเสริมในเครือ ไม่ได้ แดกสาขาไปทำธุรกิจอื่นใดเลย ถึงแม้ในช่วงเศรษฐกิจขาขึ้น จะมีการร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติมากขึ้น แต่ก็ยังมุ่งตลาดสิ่งพิมพ์เป็นหลัก"

สำหรับเว็บไซต์ geocities.com/tokyo/4737 ในส่วนของรายการข่าวและเหตุการณ์ทั่วไป ก็เช่นกัน ไม่มีการนำเสนอมอดเสียง เนื่องด้วยวัตถุประสงค์ในการสร้างและให้บริการเว็บไซต์นี้ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นข้อความเท่านั้น

ซึ่งแตกต่างกับเว็บไซต์ Intercast ที่เน้นให้ความสำคัญบันเทิงเป็นหลัก ดังนั้นในส่วนของรายการ Hall of Fame ผู้วิจัยพบว่า มีการนำเสนอมอดเสียงในรูปแบบสัญญาณดิจิทัล โดยใช้เทคนิค การแปลงสัญญาณเสียงเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งแบบ digitized และ encoder ออกไปเป็น สัญญาณเสียง โดยคุณภาพของเสียงนั้นจะช้า (relay) ประมาณ 8 วินาที ซึ่งที่ผู้ใช้งานจะไม่รู้สึก ราคาค่อนข้างแพงกว่ารับฟังรายการสัมภาษณ์สดเป็น ซึ่งการสัมภาษณ์ทั้งหมดจะเป็นภาษาไทย ผู้ใช้ งานสามารถเรียกฟังได้ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับรูปแบบข้อมูลเสียงของรายการที่นำ เสนอนั้น ได้แก่ Real Audio file, Wave file, Midi file ซึ่งในการรับฟังนั้น ผู้ใช้งานจะต้องมี โปรแกรมที่สามารถอ่านแฟ้มข้อมูลประเภทนี้ได้ และจะต้องติดตั้งอุปกรณ์ (hardware) คือ sound card และลำโพงหรืออุปกรณ์ที่ช่วยในการฟังเช่น หูฟัง

ภาพ จากการผสมผสานของสื่อหลายประเภทเข้าด้วยกัน นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์นั้น ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวก็เป็นตัวดึงดูดความสนใจของผู้เข้ามาชมเว็บไซต์ได้ไม่น้อย จากการสืบค้นในเว็บไซต์ไทยทั้ง 3 ผู้วิจัยพบว่า การสร้างภาพกราฟิกแต่ละภาพนั้น จะอยู่บนพื้นฐานที่ว่า ทุกภาพจะต้องช่วยสนับสนุนแผนงานด้านการตลาด หมายความว่า ทุกภาพจะมีผลต่อการขายบริการหรือสินค้า ซึ่งได้แก่ข้อมูลข่าวสาร หรือแม้กระทั่งสินค้าจริง ๆ เช่น การโฆษณาขายเพลงในเว็บไซต์ InterCast เป็นต้น

จากการสืบค้นพบว่า เว็บไซต์บางกอกโพสต์ ใช้เทคนิคภาพการ์ตูนในหน้า home page และมีภาพโปรโมทเนื้อหาที่น่าสนใจใหม่ในแต่ละช่วง ในมุมมองขวามือของจอคอมพิวเตอร์ ในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว (animation) สีสี่ เพื่อดึงดูดความสนใจ เช่น Current issues in Thailand สำหรับใน Front page ของ Today's Bangkok Post ภาพที่เสนอจะเป็นภาพนิ่งสี่สีหรือสีราวคำ ซึ่งเป็นข่าวนำในแต่ละวันที่ตีพิมพ์ในสื่อหนังสือพิมพ์ปกติ



ภาพที่ 17

รูปภาพแสดงภาพนิ่งใน Today's Bangkok Post

ในเว็บไซต์ InterCast ผู้วิจัยพบว่าใช้ทั้งภาพถ่ายจริง ๆ และภาพกราฟิกสี่สี นำเสนอทั้งแบบภาพนิ่งและเคลื่อนไหว (animation) มาช่วยสร้างความตื่นตันทันทีมีชีวิตชีวา และเพื่อเรียกสร้างความสนใจจากผู้ใช้บริการ ภาพทั้งหมดที่นำเสนอมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยตลอดเวลา สอดคล้องไปกับการเปลี่ยนเนื้อหารายการ หรือข่าวสารข้อมูล

คุณวิวัฒน์วงศ์ วิจิตรวาทการ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ลีทอชเคย์ อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด ให้สัมภาษณ์ในข่าวประชาสัมพันธ์ว่า

"สื่อนี้สามารถนำเสนอได้ทั้งแบบ real-time และแบบเรียกดูตามต้องการ (on-demand) จึงทำให้สามารถนำเสนอรายการได้ทั้งแบบทันที และเก็บข้อมูลรายการไว้เป็น archive ผู้ชมสามารถเข้าไปดูได้ โดยไม่ต้องดาวน์โหลดไฟล์ทั้งหมดมาก่อน แต่สามารถดูได้ทันทีเหมือนการดูโทรทัศน์หรือฟังวิทยุ และข้อมูลเป็นได้ทั้งภาพและเสียง ซึ่งเผยแพร่ไปสู่คนทั่วโลก"



ภาพที่ 18

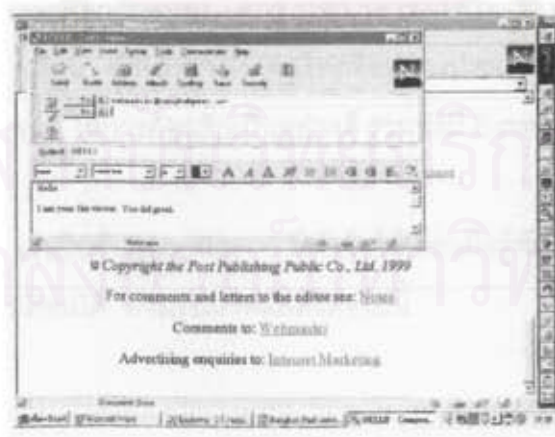
รูปภาพแสดง archive ของ Little Thailand

ข้อความ จากการสืบค้นโดยละเอียดในเว็บไซต์ไทย ผู้วิจัยพบว่า เทคนิคการใส่ข้อความใช้ภาษาพิเศษที่เรียกว่า HTML (Hypertext Markup Language) ซึ่งเป็นภาษาที่ใช้ใน World Wide Web HTML เป็นภาษาหรือชุดคำสั่ง ซึ่งมีลักษณะเหมือนหน้าเอกสาร แต่ละหน้าของ HTML เรียกว่า Web page และแหล่งเก็บข้อมูลก็คือเว็บไซต์ (Web site) หมายความว่า การที่คอมพิวเตอร์เก็บรวบรวมข้อมูลแบบ HTML หรือ Web page ในเรื่องนั้น ๆ ไว้ โดยผู้อ่านสามารถใช้โปรแกรม browser เรียกค้นข้อมูลได้

4.2.5 การสื่อสารสองทาง (Interactive)

การสื่อสารสองทางบนเว็บไซต์ ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้ในลักษณะจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และการสนทนาสด (Chat) จากการสืบค้นเว็บไซต์ไทยผู้วิจัยพบว่า

เว็บไซต์บางกอกโพสต์มีหัวข้อให้ผู้อ่านสามารถติดต่อใน "How to contact us" หรือ ถามคำถาม เสนอความคิดเห็น รวมไปถึงการให้คำแนะนำต่าง ๆ ในส่วนของเนื้อหาข่าวสาร ในหัวข้อ "For comments and letters to the editor see : notes" หรือคำแนะนำ ข้อเสนอแนะในส่วนของการใช้เว็บไซต์ในหัวข้อ "Comments to : web master" และผู้อ่านที่สนใจติดต่อโฆษณาสามารถสอบถามข้อมูลได้ที่ "Advertising enquiries to internet marketing" โดยปรากฏในรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ซึ่งการติดต่อในลักษณะนี้สามารถส่งตรงได้ถึงบรรณาธิการ หรือผู้บริหาร รวมไปถึง web master นั้นได้เลย ทำให้การสื่อสารไม่ขาดหายที่ใดที่หนึ่ง ข้อคำร้อง คำแนะนำ หรือข้อเสนอแนะจะได้รับความสนใจโดยตรงจากผู้รับผิดชอบ และมีการโต้ตอบอย่างรวดเร็วเช่นกัน แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยไม่พบว่าในเว็บไซต์บางกอกโพสต์มีโหมดการสื่อสาร 2 ทางแบบสนทนาสด (chat)



ภาพที่ 19

รูปภาพแสดงการเป็นสื่อ interactive ใน <http://www.bangkokpost.com>

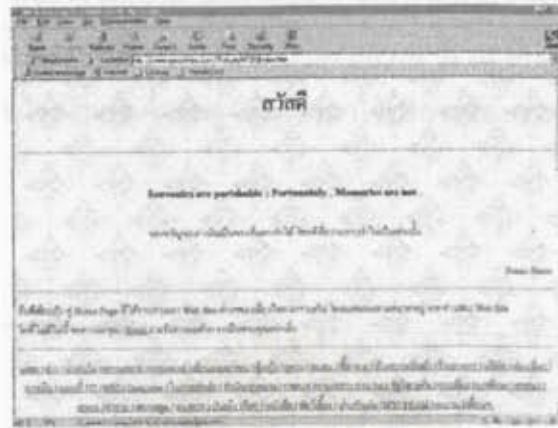
สำหรับรายการ Hall of Fame ในเว็บไซต์ Intercast นั้น จากการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้พัฒนาเว็บไซต์จะมีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าบน home page ว่า อาทิตย์ต่อไปจะสัมภาษณ์ศิลปินคนไหน หากผู้ใช้บริการมีคำถาม หรือต้องการฝากข้อความอะไรถึงศิลปินก็สามารถทำได้โดยการส่งข้อความฝากมาในลักษณะของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail) ล่วงหน้าก่อนออกอากาศ ในหัวข้อ "Send your questions in advance : wave@wave.loxley.co.th" และผู้ดำเนินรายการก็จะนำจดหมายหรือข้อความนั้นมาอ่านในขณะสัมภาษณ์ศิลปินคนนั้น เพื่อให้ศิลปินตอบ หรือหากเป็นข้อแนะนำ หรือข้อสงสัยของผู้เข้ามาชมรายการ ผู้ดำเนินรายการก็จะนำมาตอบในรายการสดเช่นกัน และนอกเหนือจากนั้นรายการสัมภาษณ์ศิลปินใน Hall of Fame จะถูกนำไปเก็บไว้ใน archive ซึ่งสามารถเรียกฟังภายหลังได้ตลอดเวลาอีกด้วย คุณสุพัตรา วุฒิประเสริฐกุล ผู้ดำเนินรายการ (DJ) กล่าวให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2542 ว่า

"เราจะมีการทำโปรโมทตัวศิลปินล่วงหน้า 1 อาทิตย์ โดยการนำเสนอเป็นภาพ พร้อมคำเชิญชวนให้ติดตามชม ใครสนใจส่งคำถามก็ให้ mail มาฝากไว้ก่อน เช่น ตอนที่เราจะสัมภาษณ์คุณอัญชลี วงศ์ศิริ (ทีบี) เด็กรุ่นใหม่ที่อยู่อเมริกาก็ mail มาถามเราว่า "บีไหน ไม่รู้จัก" ซึ่งข้อความนี้เราก็นำไปให้ทีบีคุยกับเค้าโดยการตอบในขณะสัมภาษณ์"

คุณวรรธดา หลีอาภรณ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัทแอลเวฟ จำกัด กล่าวเสริมว่า

"ที่นี่เราจัดรายการสดทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 13.00-14.00 น. (เวลาในประเทศไทย) เท่าที่เราเริ่มรายการนี้ได้ 9 เดือน ทำให้ทราบว่าคนไทยที่อยู่ต่างประเทศทั้งจากแถบยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ให้การต้อนรับเป็นอย่างดี รวมทั้งมี E-mail เข้ามาคุยกันมากมาย"

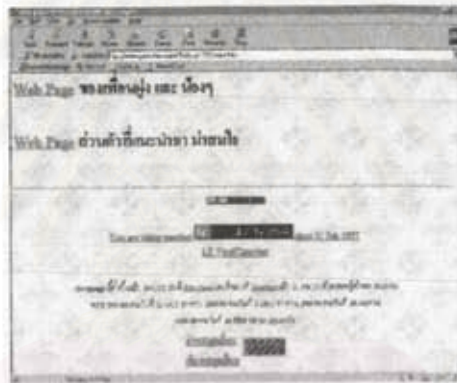
ผู้วิจัยยังพบว่า เว็บไซต์ geocities มีหัวข้อให้เขียนถึงผู้พัฒนาเว็บไซต์ ดังปรากฏใน E-mail มาแจ้งข้อแนะนำ ตีชมได้ ตามรูปภาพแสดงต่อไปนี้



ภาพที่ 20

รูปภาพแสดงการสื่อสารแบบ interactive ใน <http://www.geocities.com/tokyo/4737>

ขณะเดียวกันใน หัวข้อว่า "เขียนสมุดเยี่ยม" สามารถเขียนคำเยี่ยมชมเห็นได้ในนี้ และมี "อ่านอ่านทุกคนจากทุกสถานที่ ภาษาไทยได้ สามารถอ่านอะไรไว้บ้าง



ตอนท้ายหน้า ยังปรากฏ ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้อ่าน ช้อแนะนำ แสดงความคิด สมุดเยี่ยม" ซึ่งผู้เข้ามาทั่วโลก ที่สามารถอ่านสมุดเยี่ยมว่ามีใครเขียน

ภาพที่ 21

รูปภาพแสดงการสื่อสารแบบ interactive ใน <http://www.geocities.com/tokyo/4737>

นอกเหนือจากนั้น เว็บไซต์ geocities ยังมีหมวด Web Board & BBS ซึ่งสร้างขึ้นมาเพื่อเป็นสถานที่พูดคุยแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ระหว่างผู้เข้ามาใช้งานด้วยตนเองอีกด้วย

การจากศึกษา สรุปว่า เว็บไซต์ไทยมีการใช้ระบบหลายสื่อเข้ามาช่วยสร้างจุดดึงดูดให้หน้าสนใจ ทั้งรูปแบบและสไตล์ ไม่ว่าจะเป็นการจัดวางรูปแบบ (lay-out) การเสนอภาพเด่น การนำเอาคุณลักษณะเด่นของระบบหลายสื่อมาสร้างเป็นผลงานใหม่ออกมา โดยที่สื่อแต่ละประเภทยังคงรักษาลักษณะการสร้างสรรค์ในแบบของตนเองไว้ สอดคล้องกับที่ Donovan, (1995) กล่าวไว้ว่า ระบบหลายสื่อ (multimedia) เป็นรูปแบบใหม่ของการสื่อสารที่พยายามรวบรวมความหมายที่มาจากผู้ส่งสารจากแหล่งต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นความหมายเดิมจากบรรณานุกรม ผู้เขียน

นักออกแบบ ผู้อำนวยการสร้าง ผู้กำกับ และคนอื่น ๆ เพื่อที่จะนำความหมายนั้นมาผสมผสานกัน และสร้างความหมายที่แปลกใหม่ขึ้นมา โดยเน้นให้ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อสารนั้น ซึ่งรูปแบบและลักษณะของเว็บไซต์ไทยนี้ จะชักจูงให้ผู้เข้ามาใช้บริการต้องการมีส่วนร่วมในการกระบวน การสื่อสารด้วย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย