

รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog
กรณีศึกษา: Bloggang และ OK Nation Blog

จักรกฤษณ์ มะสะพันธุ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตรสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2551

**PATTERNS OF THE ONLINE COMMUNICATION IN WEB
BLOG CASE STUDY OF BLOGGANG AND OK NATION BLOG**

JAKKRIT MASAPHANT

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication)**

**Department of Information Communication
Graduate School, Dhurakij Pundit University**

2008

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตร์ระรุจิ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ท่านได้สละเวลาให้คำปรึกษา และให้คำแนะนำต่างๆอันมีค่ายิ่ง ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกันส์ ซึ่งกรุณาเป็นประธานกรรมการในสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว และ พันเอก รองศาสตราจารย์ ดร.เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ ที่ให้ความกรุณาเป็นกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และได้ให้คำแนะนำต่างๆ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณยาย คุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยให้การสนับสนุนในด้านการศึกษา และทำการกระตุ้น ให้กำลังใจ กับผู้วิจัยมาโดยตลอด ทำให้ผู้วิจัยสามารถสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้ได้

ท้ายนี้ ขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเล่มนี้ ทั้งในทางตรงและทางอ้อม ขอขอบคุณบล็อกเกอร์ทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์อันมีค่ายิ่ง หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีคุณค่าและประโยชน์ต่อการศึกษาและค้นคว้าของผู้ที่สนใจ ผู้วิจัยขอมอบความดีนี้ให้กับผู้มีพระคุณทุกท่าน ส่วนข้อผิดพลาดต่างๆในงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

จักรกฤษณ์ มะสะพันธุ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๘
กิตติกรรมประกาศ	๙
สารบัญตาราง	๑๐
สารบัญภาพ	๑๑
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาคำวิจัย	13
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	13
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	13
1.5 คำนิยามศัพท์	14
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	15
2. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์	16
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์	24
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ web 2.0	26
2.4 ทฤษฎี Social Penetration	28
2.5 ทฤษฎีการวิเคราะห์เนื้อหา	29
2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
3. ระเบียบวิธีวิจัย	33
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	34
3.2 วิธีวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล	35
3.3 ขั้นตอนการเลือกสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	40
3.4 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	40
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	42
3.7 การนำเสนอผลงานวิจัย	42
4. ผลงานวิจัย	43
4.1 รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog	43
4.2 รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog	62
4.3 รูปแบบภาษาที่ใช้ในเว็บบล็อก	75
5. สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	90
5.1 สรุปผลการวิจัย	90
5.2 อภิปรายผล	95
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	98
5.4 ข้อจำกัดในงานวิจัย	99
5.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	100
บรรณานุกรม	101
ภาคผนวก	106
ประวัติผู้เขียน	127

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงกรอบระเบียบวิธีวิจัย	34
3.2 ตัวอย่างตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)	39
4.1 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.bloggang.com กลุ่มย่อยบล็อก ไคอารี่-ประสบการณ์ชีวิต	48
4.2 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.bloggang.com กลุ่มย่อยบล็อก ความงาม	50
4.3 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.bloggang.com กลุ่มย่อยบล็อก ครอบครัว	52
4.4 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.bloggang.com กลุ่มย่อยบล็อก แกลเลอรีภาพถ่าย	54
4.5 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.oknation.net กลุ่มย่อยบล็อก การเมือง	57
4.6 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.oknation.net กลุ่มย่อยบล็อก ไคอารี่	59
4.7 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.oknation.net กลุ่มย่อยบล็อก นักข่าวอาสา	61
4.8 แสดงรายชื่อและชื่อผู้ใช้เว็บบล็อกของผู้ถูกสัมภาษณ์ ในกลุ่มระดับความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น	63
4.9 แสดงรายชื่อและชื่อผู้ใช้เว็บบล็อกของผู้ถูกสัมภาษณ์ ในกลุ่มระดับความสัมพันธ์ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม	63
4.10 แสดงความหมายของสัญลักษณ์ แสดงอารมณ์ (emoticon) ที่พบในเว็บบล็อก	81
4.11 แสดงความหมายและรูปภาพไอคอนที่พบในเว็บบล็อก	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อก สัญลักษณ์ และรูปแบบภาษาที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างเพื่อนในเว็บ Blog เป็นอย่างไร	84
4.13 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อก สัญลักษณ์ และรูปแบบภาษาที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างเพื่อนในเว็บ Blog เป็นอย่างไร (ต่อ)	85
4.14 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อกท่านมีการใช้รูปภาพ ประกอบในการเขียนเว็บ Blog หรือไม่ เพื่ออะไร มากน้อยเพียงใด	86
4.15 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อกท่านมีการใช้รูปภาพ ประกอบในการเขียนเว็บ Blog หรือไม่ เพื่ออะไร มากน้อยเพียงใด (ต่อ)	87
4.16 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อกท่านมีการใช้สื่อในรูปแบบอื่นๆ ในการเขียนเว็บ Blog หรือไม่ เพื่ออะไร มากน้อยเพียงใด	88
4.17 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อกท่านมีการใช้สื่อในรูปแบบอื่นๆ ในการเขียนเว็บ Blog หรือไม่ เพื่ออะไร มากน้อยเพียงใด (ต่อ)	89

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 เครือข่าย ARPANET	1
1.2 ตัวอย่างบทความที่กล่าวถึงวิชา Blogology 101	5
1.3 แสดงถึงเว็บไซต์ที่ให้ความหมายคำศัพท์ที่ใช้เกี่ยวกับบล็อก (Blogictionary)	6
1.4 แสดงถึงเว็บไซต์ Blogday เปรียบเสมือนวันเกิดของชาวบล็อก	7
1.5 แสดงถึงเว็บไซต์ Digital Media Asia ที่รายงานถึงผลการวิจัยผู้เล่นบล็อกในเอเชีย ..	8
1.6 แสดงถึงผลการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการ Corporate Blog	9
1.7 แสดงถึงหน้าแรกของเว็บ Bloggang	11
1.8 แสดงถึงหน้าแรกของเว็บ OK Nation Blog	12

หัวข้อวิทยานิพนธ์	รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog กรณีศึกษา: Bloggang และ OK Nation Blog
ชื่อผู้เขียน	จักรกฤษณ์ มะสะพันธุ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตรสารสนเทศ
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog กรณีศึกษา: Bloggang และ OK Nation Blog วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บบล็อก, ศึกษารูปแบบของการพัฒนาความสัมพันธ์ในเว็บบล็อก และ ศึกษารูปแบบของภาษาที่ใช้ในเว็บบล็อก การศึกษาเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษา 3 รูปแบบ ได้แก่ 1.การสังเกตการณ์ (Observation) 2.การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และ 3.การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บบล็อก ของ Bloggang และ OK Nation Blog เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร งานเขียน รวมถึงบันทึกประจำวันของเจ้าของบล็อก โดยมีลักษณะการสื่อสารที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และถ่ายทอด ผ่านทางกล่องแสดงความคิดเห็น รวมถึงประเด็นหัวข้อต่างๆที่ได้ตั้งขึ้นสำหรับเว็บ Bloggang เนื้อหาจะเน้นการเขียนเล่าเรื่องราวส่วนตัว (Personal) และเรื่องทั่วไป (General) สำหรับเว็บ OK Nation Blog เนื้อหาจะเน้นข่าวสารและการเมืองเป็นหลัก

รูปแบบของการพัฒนาความสัมพันธ์นั้นพบว่า หลังจากที่เจ้าของบล็อกได้เริ่มมีการเขียนบล็อกของตนเองอย่างต่อเนื่อง และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นถ่ายทอดกัน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์มีลักษณะเป็นกันเอง มีความผูกพัน และใกล้ชิดกับผู้เขียนบล็อกรายอื่นๆที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ทำให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจกัน ผู้เขียนบล็อกหลายรายมีการแลกเปลี่ยนที่อยู่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Address) และได้พัฒนาการสื่อสารกันต่อโดยใช้ การ Chat การแลกเปลี่ยนโทรศัพท์มือถือเพื่อเปลี่ยนจากการเขียนข้อความมาเป็นการพูดคุยกัน จนสุดท้ายก็เกิดความสัมพันธ์ขึ้นสนิทสนม มีการติดต่อ นัดหมายออกมาพบเจอกันในโลกแห่งความเป็นจริง

สำหรับรูปแบบของภาษาในเว็บ Blog พบว่าภาษาที่ใช้เขียนข้อความจะมีการนำสัญลักษณ์ รูปภาพ icon หรือ emoticon เข้ามาประกอบในการเขียนเรื่องราวต่างๆด้วย ซึ่งภาษาหรือถ้อยคำที่พบในเว็บ Bloggang จะนิยมใช้ภาษาพูดทั่วไปในการเขียน และจะพบภาษาแชต คำศัพท์เฉพาะกลุ่มจำนวนมาก ในขณะที่ทางเว็บ OK Nation blog พบว่าจะใช้ภาษาที่เป็นทางการ เป็นภาษาเชิงวิชาการ แต่จะมีการใช้คำที่ค่อนข้างรุนแรง ในกลุ่มย่อยขบถถือการเมือง

Thesis title	Patterns of the Online Communication in Web Blog Case Study of Bloggang and OK Nation Blog
Author	Jakkrit Masaphant
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Kullatip Satararuji
Department	Information Communication
Academic Year	2008

ABSTRACT

The research on Pattern of the Online Communication in Web Blog Case Study of Bloggang and OK Nation Blog had objectives to study patterns of the Online Communication in Weblogs or “Blogs” , to study the development of relationships among web bloggers, and to study the language style as used in Weblog. The methodology used in this research was Qualitative Research comprising three methods namely 1.Observation, 2.Content Analysis, and 3. In -Depth Interviews. This research was presented in the Analytical Description.

Research results found that patterns of the Online Communication in Bloggang and OK Nation Blog were the disseminations of news and information, journalists’ writing works, and Diary of bloggers. Communications were the exchange of opinions and self-expression, and greetings through Blogges’ Forum Box. In addition, specific issues were posted in Bloggang. Content in Bloggang was bloggers’ writing on personal information and general issues. For the OK Nation Blog, the content focused more on news and information and political issues.

As for the development of relationships among web bloggers, it was found that after bloggers started writing their own blogs and continued a running account of their writings, bloggers then exchanged opinions and greetings among themselves. The research results showed that the forms of relationships among bloggers were friendly with close intimacy to authors of other blogs even though they had never met or known one another before. This led to the trust among bloggers. Many bloggers exchanged E-mail addresses, and developed their forms of communication to the Chatting stage. They exchanged phone numbers and moved from writing into having personal conversation. Finally, the relationships were so close that they kept

contacting one another which led to making dates or appointments to meet face to face in the real world.

For the language style used in Weblogs, it was found that bloggers had their writings with the use of symbols and “Icon” or “ Emoticon” to compliment their writings of different subjects. Bloggers articulated ideas and opinions in Bloggang with the use of general language for writing with specific chatting language and jargons used in certain group of people. Whereas the OK Nation Blog used more official language with some technical terms. However, the language used was more direct and stronger in the politic Sub- Blog.

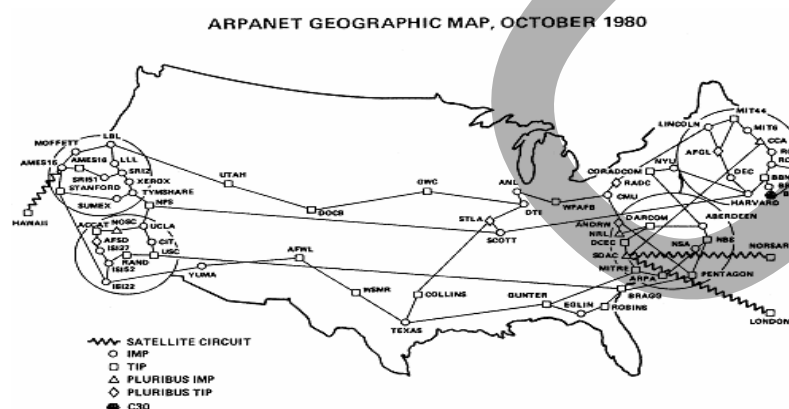
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาเทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคมเจริญรุดหน้าและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว พัฒนาการที่สำคัญ คือ การนำระบบโทรคมนาคมมาเชื่อมโยงกับระบบคอมพิวเตอร์จนกลายเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (computer network) ขนาดใหญ่ที่เรารู้จักในชื่อของ “อินเทอร์เน็ต” ซึ่งทำหน้าที่เป็นทั้งช่องทางการสื่อสารและเป็นสื่อรูปแบบใหม่ (new media) จัดได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของเครือข่ายที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในยุคของสังคมข่าวสารในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ทุกมุมโลกเข้าด้วยกัน ผู้ใช้เครือข่ายจึงสามารถส่งข่าวสารหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้อย่างง่ายดายในเวลาอันรวดเร็ว ไม่ว่าจะอยู่สถานที่ใด

“อินเทอร์เน็ต” เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ซึ่งเริ่มก่อตั้งโดยกระทรวงกลาโหมสหรัฐอเมริกา อินเทอร์เน็ตในยุคแรก ๆ ประมาณปี พ.ศ. 2512 เป็นเพียงการนำคอมพิวเตอร์จำนวนไม่กี่เครื่องมาเชื่อมต่อกัน โดยสายส่งสัญญาณเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ภารกิจหลักเพื่อใช้ในการงานวิจัยทางทหาร โดยใช้ชื่อว่า อาร์ปา (ARPA : Advanced Research Project Agency)



ภาพที่ 1.1 เครือข่าย ARPANET October, 1980

ที่มา: http://www.skn.ac.th/a_cd/internet/wan.html

ปี พ.ศ. 2515 หลังจากที่เครือข่ายทดลองอาร์พาประสบความสำเร็จ ก็ได้มีการปรับปรุงหน่วยงานจาก อาร์ปามาเป็นดาร์พา (Defence Communication Agency) ในปี พ.ศ. 2526 อาร์ปาเน็ตได้แบ่งเป็น 2 เครือข่าย ด้านงานวิจัยใช้ชื่อว่าอาร์ปาเน็ตเหมือนเดิม ส่วนเครือข่ายของกองทัพใช้ มีลเน็ต (MILNET: Military Network) ซึ่งมีการเชื่อมต่อโดยใช้โปรโตคอล TCP/IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol) เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2528 มูลนิธิวิทยาศาสตร์แห่งชาติอเมริกา (NSF : National Science Foundation) ได้ให้เงินทุนในการสร้างศูนย์กลางคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ 6 แห่ง และใช้ชื่อว่า NSFNET และพอมถึงในปี พ.ศ. 2533 อาร์ปาเน็ตไม่สามารถที่จะรองรับภาระที่เป็นหลัก (Backbone) ของระบบได้ อาร์ปาเน็ตจึงได้ยุติลง และเปลี่ยนไปใช้ NSFNET และเครือข่ายอื่น ๆ แทนมาจนเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ จนกระทั่งถึงทุกวันนี้ โดยเรียกเครือข่ายว่าอินเทอร์เน็ต โดยเครือข่ายส่วนใหญ่จะอยู่ในอเมริกา และปัจจุบันนี้มีเครือข่ายย่อยมากมายทั่วโลก

อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2530 โดยการเชื่อมต่อมินิคอมพิวเตอร์ (Mini computer) ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) ไปยังมหาวิทยาลัย เมลเบิร์นประเทศออสเตรเลีย แต่ในครั้งนั้นยังเป็นการเชื่อมต่อโดยผ่านสายโทรศัพท์ ซึ่งสามารถส่งข้อมูลได้ช้าและไม่เป็นการถาวรจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2535 ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ได้ทำการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์กับมหาวิทยาลัย 6 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สถาบันเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เข้าด้วยกันเรียกว่า "เครือข่ายไทยสาร" เครือข่ายไทยสารเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีมหาวิทยาลัยและหน่วยงานราชการเข้ามาเชื่อมต่อกับเครือข่ายนี้เพิ่มขึ้นอีกจำนวนมาก จะเห็นได้ว่าอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขณะนั้นยังจำกัดอยู่ในวงการศึกษา และการวิจัยเท่านั้น ไม่ได้เป็นเครือข่ายที่ให้บริการในรูปของธุรกิจ แต่ทางสถาบันนั้น ๆ จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง

ต่อมาในปี พ.ศ. 2537 ความต้องการในการใช้อินเทอร์เน็ตจากภาคเอกชนมีมากขึ้น การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) จึงได้ร่วมมือกับบริษัทเอกชนเปิดบริการอินเทอร์เน็ตให้แก่บุคคล และผู้สนใจทั่วไปได้สมัครเป็นสมาชิก พร้อมตั้งขึ้นในรูปแบบของบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ เรียกว่า "ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต" หรือ ISP (Internet Service Provider) จนใช้กันมาอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

(ที่มา: <http://www.csjoy.com/story/net/netedu.htm>, 10 มีนาคม 2550)

ทุกวันนี้สื่ออินเทอร์เน็ตได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ไปแล้ว ซึ่งในสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นมีทั้งเนื้อหาสาระมากมายหลากหลาย แต่อีกหนึ่งรูปแบบในสื่ออินเทอร์เน็ต ที่กำลังได้รับความสนใจอยู่ในขณะนี้คือ Web log หรือที่เรียกสั้นๆว่า Blog

"Web log" หรือ "blog" ชื่อดังกล่าวเริ่มใช้เมื่อเดือนธันวาคม ปี 1997 โดยผู้ที่คิดชื่อนี้คือ Jorn Barger. ต่อมา มีฝรั่งที่ชอบเรียกสั้นๆ ชื่อนาย Peter Merholz จีบมาเรียกย่อเหลือแต่ "Blog" แทนในเดือนเมษายนปี ค.ศ. 1999 และจนมาถึงวันที่ 13 มีนาคม ค.ศ. 2003 ทาง Oxford English Dictionary จึงได้บรรจุคำว่า Blog ในพจนานุกรม แสดงว่าได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการ ซึ่งคำว่า Blog ย่อมาจากคำว่า weblog หรือ web log โดยคำว่า weblog นั้นมาจาก web (เว็ลด์ไวด์เว็บ) และ log (ปูม, บันทึก) รวมกัน หมายถึง บันทึกบนเว็ลด์ไวด์เว็บ นั่นเอง ในปัจจุบันบล็อก ถูกใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารรูปแบบใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการประกาศข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น การเผยแพร่ผลงาน ฯลฯ และกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ โดยขณะนี้ได้มีผู้ให้บริการบล็อกมากมาย ทั้งแบบให้บริการฟรี และเสียค่าใช้จ่าย (ที่มา: <http://www.bloggang.com>, 10 มีนาคม 2550)

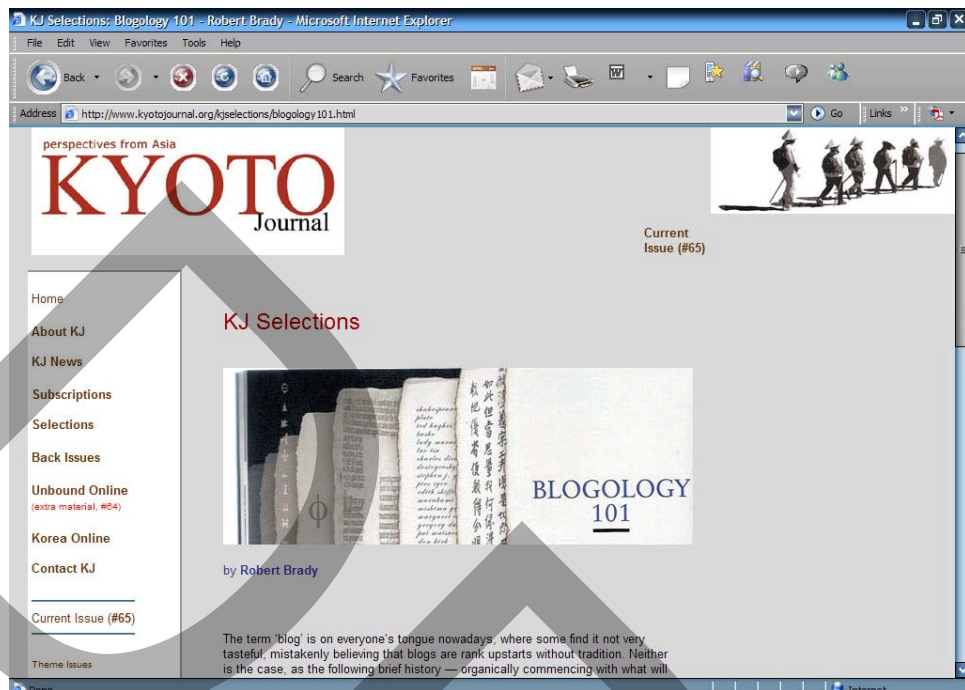
ความหมายของคำว่า Blog ก็คือการบันทึกบทความของตนเอง (Personal Journal) ลงบนเว็บไซต์ โดยเนื้อหาของ Blog นั้นจะครอบคลุมได้ทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวส่วนตัว หรือเป็นบทความเฉพาะด้านต่าง ๆ เช่น เรื่องการเมือง เรื่องกล้องถ่ายรูป เรื่องกีฬา เรื่องธุรกิจ เป็นต้น โดยจุดเด่นที่ทำให้บล็อกเป็นที่นิยมก็คือ ผู้เขียนบล็อก จะมีการแสดงความคิดเห็นของตนเองใส่ลงไปในบทความนั้น ๆ โดยบล็อกบางแห่ง จะมีอิทธิพลในการโน้มน้าวจิตใจผู้อ่านสูงมาก แต่ในขณะเดียวกัน บางบล็อกก็จะเขียนขึ้นมาเพื่อให้อ่านกันในกลุ่มเฉพาะ เช่นกลุ่มเพื่อน ๆ หรือครอบครัวตนเอง มีหลายครั้งที่เกิดความเข้าใจกันผิดว่า Blog เป็นได้แค่ไดอารี่ออนไลน์ แต่ในความเป็นจริงแล้ว ไดอารี่ออนไลน์เปรียบเสมือน เนื้อหาประเภทหนึ่งของบล็อกเท่านั้น เพราะบล็อกมีเนื้อหาที่หลากหลายประเภท ตั้งแต่การบันทึกเรื่องส่วนตัว อย่างเช่น ไดอารี่ หรือการบันทึกบทความที่ผู้เขียนบล็อกสนใจในด้านอื่นด้วย ที่เห็นชัดเจนคือ เนื้อหาบล็อกประเภท วิจารณ์การเมือง หรือการรีวิวผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ตัวเองเคยใช้ หรือซื้อมานั่นเอง อีกทั้งยังสามารถแตกแขนงไปในเนื้อหาในประเภทต่าง ๆ อีกมากมาย ตามแต่ที่เจ้าของบล็อกจะเป็นคนที่ถนัดในด้านไหน ก็มักจะเขียนบทความเรื่องที่ตนเองถนัด หรือสนใจเป็นต้น จุดเด่นที่สุดของ Blog ก็คือ มันสามารถเป็นเครื่องมือสื่อสารชนิดหนึ่ง ที่สามารถสื่อถึงความเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนบล็อก และผู้อ่านบล็อกที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนของบล็อกนั้น ๆ ผ่านทางระบบ comment ของบล็อกนั่นเอง ในอดีตแรกเริ่มคนที่เขียน Blog นั้นยังทำกันในระบบ Manual คือเขียนเว็บเองทีละหน้า แต่ในปัจจุบันนี้ มีเครื่องมือหรือซอฟต์แวร์ให้เราใช้ในการเขียน Blog ได้มากมาย เช่น WordPress, Movable Type เป็นต้น

ผู้คนหลายล้านคนจากทั่วทุกมุมโลก หันมาเขียน Blog กันอย่างแพร่หลาย ตั้งแต่นักเรียน อาจารย์ นักเขียน ตลอดจนถึงระดับบริษัทยักษ์ใหญ่ในตลาดหุ้น NasDaq เมื่อสองสามปีที่ผ่านมา Blog เริ่มต้นมาจากการเขียนเป็นงานอดิเรกของกลุ่มสื่ออิสระต่าง ๆ หลาย ๆ แห่งกลายเป็นแหล่งข่าวสำคัญให้กับหนังสือพิมพ์หรือสำนักข่าวชั้นนำ จวบจนกระทั่งปี 2004 คนเขียน Blog ก็ได้รับการยอมรับจากสื่อและสำนักข่าวต่าง ๆ ถึงความรวดเร็วในการให้ข้อมูลตั้งแต่เรื่องการเมืองไปจนกระทั่งเรื่องราวของการประชุมระดับชาติ

จากเหตุการณ์เหล่านี้ นับได้ว่า Blog เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่ไม่ต่างจาก วิดีโอ, สิ่งพิมพ์, โทรศัพท์ หรือแม้กระทั่งวิทยุ เราสามารถเรียกได้ว่า Blog ได้เข้ามาเป็นสื่อชนิดใหม่ที่สำคัญอย่างแท้จริง สรุปให้ง่าย ๆ สั้น ๆ ก็คือ Blog คือเว็บไซต์ที่มีรูปแบบเนื้อหาเป็นเหมือนบันทึกส่วนตัวออนไลน์ มีส่วนของการ comments และก็จะ link ไปยังเว็บอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

(ที่มา: <http://www.keng.com/2005/09/30/what-is-blog/>, 15 มีนาคม 2550)

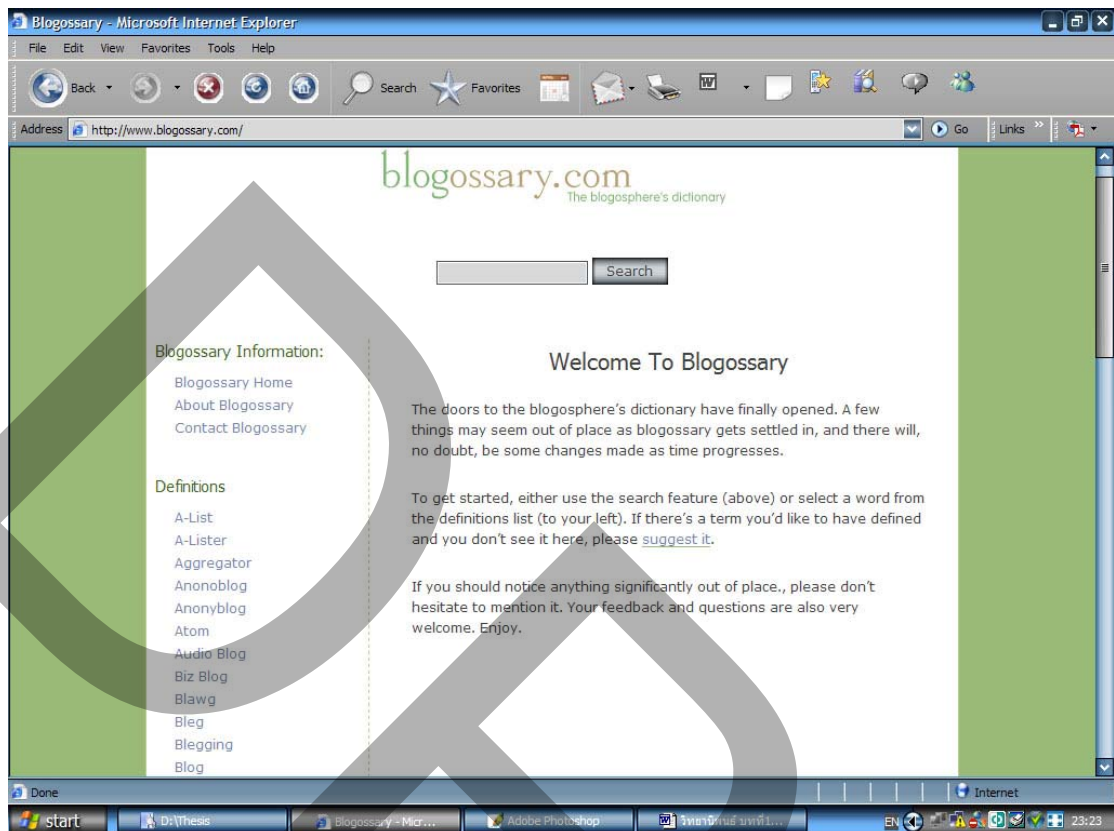
ในปัจจุบันมีผู้คนสนใจศึกษาเรื่องราวของ Blog กันมากขึ้น ในขนาดที่เรียกว่า มีการบัญญัติวิชา Blogology หรือบล็อกวิทยาขึ้นมา (Blogology – บล็อกวิทยา เป็นคำนาม (noun) ถูกตั้งขึ้นมาเพื่อเรียกชื่อ วิชา “การศึกษาเกี่ยวกับบล็อก” โดยผู้ชำนาญการบล็อกหลายท่านต่างคนต่างบัญญัติศัพท์-เทอมเดียวกันนี้ขึ้นมาใช้ตรงกัน แล้วยอมรับกันทั่วโลก) Blogology – บล็อกวิทยา ตรงกับนิยามภาษาอังกฤษว่า “The study of blogs.” หรือ “The science of blogging.” (<http://www.kyotojournal.org>)



ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างบทความที่กล่าวถึงวิชา Blogology 101

ที่มา: <http://www.kyotojournal.org>

ในการเข้าไปใช้งานภายใน Blog นั้น ภาษาซึ่งเป็นสื่อกลางในการเขียนจะถูกบัญญัติขึ้นมาใหม่อย่างมากมาย จึงเป็นที่มาของการนำคำศัพท์เหล่านั้นมาแปลความหมาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งชุมชนชาวบล็อกจะเรียกว่าเป็น “บล็อกกานุกรม” หรือ “Blogictionary” เป็นพจนานุกรมของชาวบล็อก ที่ได้บัญญัติและให้ความหมายของคำศัพท์ที่ชาว blogger ได้ใช้งานกัน ซึ่งเราสามารถหาความหมายของคำศัพท์เหล่านั้นได้ทางอินเทอร์เน็ต อาทิเช่น เว็บไซต์ของ blogossary.com เป็นต้น

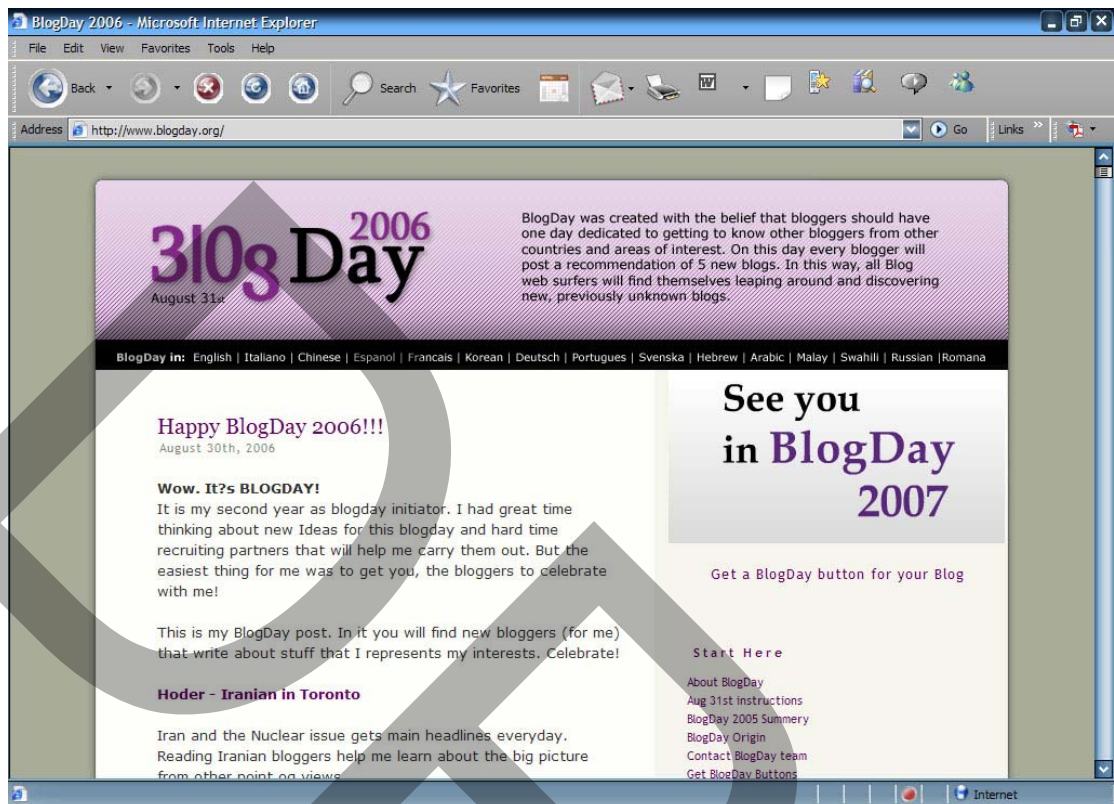


ภาพที่ 1.3 แสดงถึงเว็บไซต์ที่ให้ความหมายคำศัพท์ที่ใช้เกี่ยวกับบล็อก (Blogictionary)

ที่มา: <http://www.blogossary.com>

ชุมชนชาวบล็อกยังได้มีการกำหนดวันของชาวบล็อก หรือ Blogday ขึ้น ซึ่งความเป็นมาก็คือ วันหนึ่งในการประชุมอย่างเป็นทางการที่จัดขึ้นในอิสราเอล, Nir Ofir บรรณาธิการเว็บไซต์อิสราเอลชื่อ: Tapuz.co.il ได้สังเกตเห็นว่าเมื่อเขียนวันที่ 31 สิงหาคมด้วยตัวเลข 3108 แล้วมันมองดูเหมือนกับอักษรเขียนภาษาอังกฤษว่า “Blog” เธอจึงเขียนร่างแนวนึกคิดเล่นๆ ไว้บนหน้ากระดาษ วันนั้นเองจึงเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดเรื่อง Blogday

Nir Ofir เชื่อว่า bloggers ควรจะมีวันสักวันหนึ่งที่จะได้ทุ่มเทให้กับการได้ทำความรู้จักกับ bloggers คนอื่น ๆ โดยเฉพาะชาวบล็อกจากต่างแดน (ต่างประเทศหรือต่างขอบเขตความสนใจ) ในวันสำคัญนั้น bloggerทั้งหลายจะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบล็อกเกอร์ต่างแดนที่น่าสนใจเหล่านั้นบอกเล่า/แนะนำ/โพสต์ไว้บนบล็อกของตนเอง เพื่อบอกกล่าวให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมบล็อกของตนได้รู้จักบล็อกเกอร์ต่างแดนเหล่านั้น แล้ว BlogDay 2005 ก็ถือกำเนิดขึ้นเป็นครั้งแรก



ภาพที่ 1.4 แสดงถึงเว็บไซต์ Blogday เปรียบเสมือนวันเกิดของชาวบล็อก
ที่มา: <http://www.blogday.org>

จากรายงานการวิจัยของเว็บไซต์ DigitalMediaAsia (<http://www.digitalmediaasia.com>) เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2549 ได้รายงานถึงเรื่องของ Asia's blogosphere 2006 หรือ ปรากฏการณ์การเล่นบล็อกของชาวเน็ตประเทศในเอเชียปี พ.ศ. 2549 ของ Microsoft's MSN and Windows Live Online Service Business ไว้ดังนี้คือ

- ประชากรออนไลน์ที่ใช้บล็อกในแถบเอเชียมีร้อยละ 46%
- ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในแถบเอเชียร้อยละ 74 ให้ความสนใจ blogs โดยให้เหตุผลเกี่ยวข้องกับ “เพื่อนและครอบครัว” มากกว่าเหตุผลอื่น
- เด็ก เยาวชนและผู้หญิง มีจำนวนมากและเป็นผู้มีส่วนสำคัญในโลกของบล็อกในเอเชีย (ยกเว้น “ในพื้นที่อิทธิพลของพวกผู้ชาย” และข้อยกเว้นที่ประเทศเกาหลีใต้ซึ่ง การเล่นบล็อก-blogging เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันสำหรับใครทุกคน)

- ร้อยละ 50 ของบล็อกเกอร์ในเอเชีย เชื่อว่าเนื้อหาของบล็อก (blog content) เป็นความจริงที่เชื่อถือได้ เหมือนกับสื่อหลักที่เคยมีมา (traditional media หรือสื่อกระแสหลัก เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น)

- บล็อกเกอร์ในเอเชีย ร้อยละ 41 ใช้เวลามากกว่า 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ในการโพสต์ (เขียนหรืออ่านบล็อก)

- ผู้ที่ใช้บล็อกในเอเชียมากกว่าร้อยละ 40 มีผู้มาเยี่ยมชมบล็อกของตน น้อยกว่า 10 visitors ต่อสัปดาห์

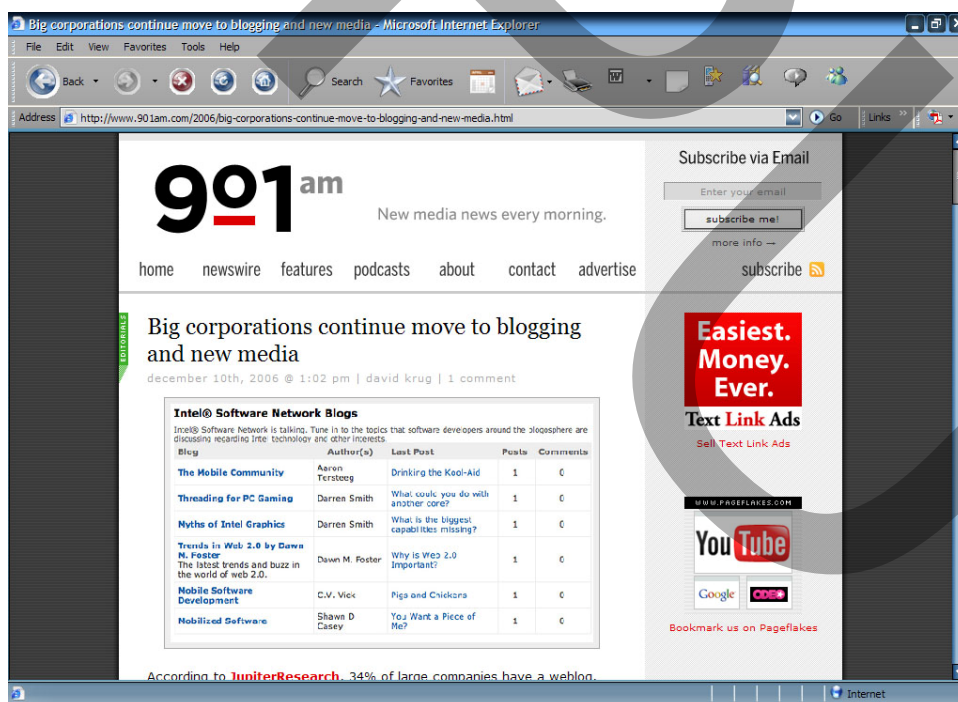
นอกจากนี้ ในรายงานวิจัยดังกล่าว ยังแสดงให้เห็นว่า การเล่นบล็อก หรือ blogging เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมอันมีนัยสำคัญแสดงถึง การใช้บล็อกเป็นเครื่องมือในการสร้างโอกาสและรักษาไว้ซึ่ง การเชื่อมต่อทางสังคม และเพื่อแสดงตัวตนของพวกเขา



ภาพที่ 1.5 แสดงถึงเว็บไซต์ Digital Media Asia ที่รายงานถึงผลการวิจัยผู้เล่นบล็อกในเอเชีย ที่มา: <http://www.digitalmediaasia.com>

ถ้าจะกล่าวถึงเรื่องการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการทำการตลาดขององค์กร ณ เวลานี้มีบริษัทักษ์ใหญ่เริ่มหันมาใช้บล็อกกันมากขึ้นภายใต้คำนิยามใหม่เกี่ยวกับเรื่อง Blog Marketing โดยที่มีรายงานจาก Jupiter Research เกี่ยวกับเรื่องการ Corporate Blog ไว้ว่า

1. บริษัทักษ์ใหญ่กว่า 34% มี blog กันแล้ว และคาดว่าตัวเลขจะสูงขึ้นอีกภายในสิ้นปีนี้ (พ.ศ. 2549)
2. มี 23% บอกว่ามีงบประมาณสำหรับการทำ blog ระหว่าง 10,000 – 50,000 เหรียญสหรัฐ
3. แต่ยังมีอีก 6% บอกว่ามีงบประมาณให้เอาไปทำ blog ของบริษัทสูงถึง 5 ล้านเหรียญขึ้นไป
4. บริษัทเหล่านี้เชื่อว่า blog จะเป็นโอกาสที่จะให้บริษัทได้ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบปากต่อปาก
5. มีผู้บริหารระดับสูงใช้ blog ถึง 35% เพื่อทำการตลาดแบบปากต่อปากให้กับผลิตภัณฑ์ หรือบริษัทตนเอง



ภาพที่ 1.6 แสดงถึงผลการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการ Corporate Blog

ที่มา: <http://www.901am.com>

ในส่วนในประเทศไทย เกี่ยวกับเรื่องราวของ Blog อาจจะเป็นอะไรที่ค่อนข้างใหม่ เพราะเริ่มมีการนำมาใช้งานอย่างเป็นจริงเป็นจังเมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา (อ้างอิงจากเว็บไซต์ pantip.com ผู้ให้บริการ bloggong.com: มีนาคม 2550) โดยมีผู้ให้บริการเพียงไม่กี่รายในเมืองไทย ที่ให้บริการพื้นที่ส่วนตัวบนเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้คนที่สามารถสร้างสรรค์งานเขียนของตัวเองได้อย่างอิสระ ซึ่งหนึ่งในผู้ให้บริการเว็บบล็อกรายใหญ่ของเมืองไทยได้แก่ เว็บพันทิปดอทคอม (www.pantip.com) ภายใต้อีเมล บล็อกแก๊งค์ดอทคอม (www.bloggang.com)

เว็บบล็อกของ bloggong.com ได้เริ่มให้บริการอย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2547 โดยจะมีการให้พื้นที่บนอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าไปสมัครเพื่อรับพื้นที่ส่วนตัวได้ฟรีจากเว็บไซต์ ในการที่จะนำพื้นที่ตรงนี้ไปสร้างสรรค์ผลงานเขียนต่างๆ ของตนเองอย่างอิสระ ทั้งบอกเล่าเรื่องส่วนตัว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นประจำวัน แบ่งปันข้อมูล บทความ รูปภาพ หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข่าวสารต่างๆ ตามแต่ที่ผู้ใช้บริการแต่ละท่านต้องการ นอกจากนั้น bloggong ยังถือเป็นชุมชนออนไลน์ ที่เจ้าของบล็อกสามารถติดต่อ เชื่อมความสัมพันธ์ กับเจ้าของบล็อกอื่นๆ สร้างมิตรภาพดีๆ บนโลกอินเทอร์เน็ต และเพื่อเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ซึ่งในปัจจุบันจำนวนสมาชิกของ bloggong มีถึง 304,667 Blog (ข้อมูล ณ วันที่ 27 มีนาคม พ.ศ. 2550)

ภายในเว็บบล็อกจะมีการจัดแบ่งกลุ่มย่อยของ Blog ต่างๆไว้เพื่อเป็นการแบ่งแยกหมวดหมู่ของผู้ใช้งานว่ามีความสนใจในเรื่องใด เพื่อความสะดวกในการใช้บริการและการรวมตัวเป็นสังคมออนไลน์ในการที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ซึ่งในกลุ่มย่อย Blog ของเว็บ BlogGang ได้จัดแบ่งกลุ่มย่อยไว้มากมายเช่น ข่าวเด่นประเด็นดัง, เพลงออนไลน์, ดารา-นักร้อง-คนดัง, ไดอารี่-ประสบการณ์ชีวิต, Reality Show, จิปาถะ และอื่นๆอีกมากมาย



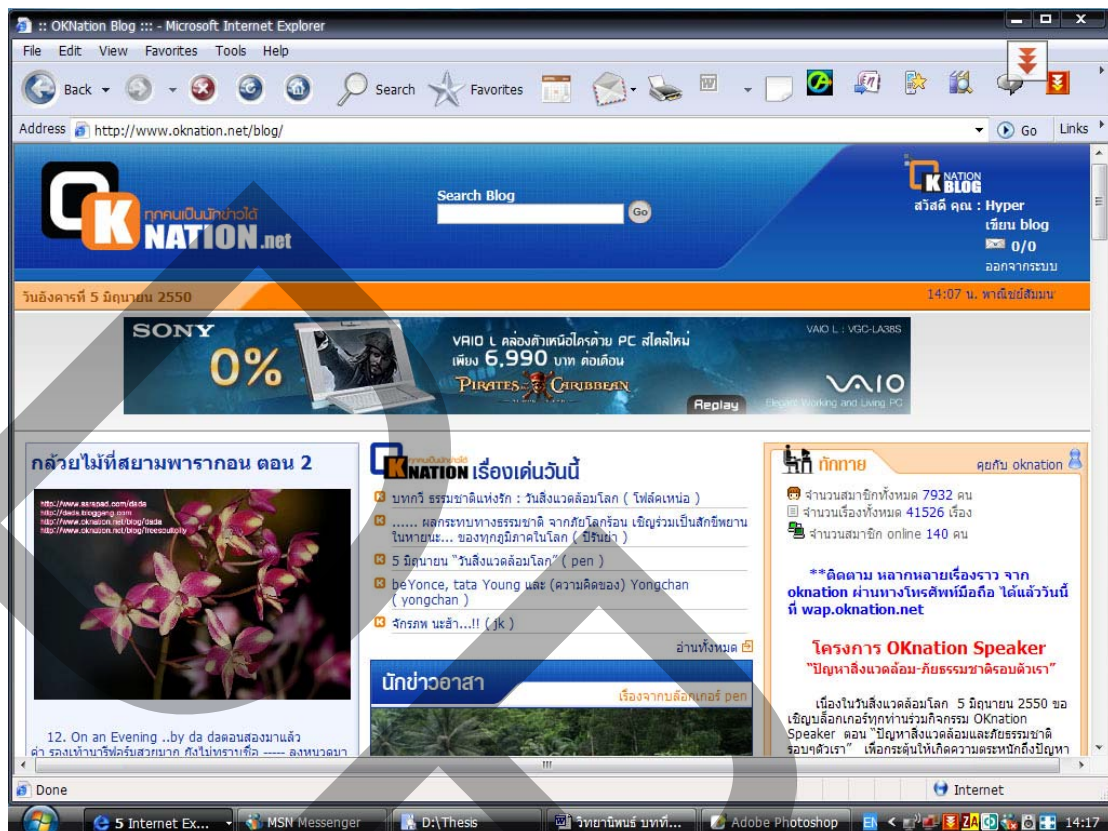
ภาพที่ 1.7 แสดงถึงหน้าแรกของเว็บ Bloggang

ที่มา: <http://www.bloggang.com>

นอกเหนือจาก bloggang.com จะได้รับความนิยมอย่างสูงจนสามารถติดอันดับ1ใน10 ของเว็บบล็อกในประเทศไทยแล้ว (อ้างอิง: <http://truehits.net/>; มีนาคม 2550) ยังมีเว็บบล็อกอีกหลายรายที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานจำนวนมาก จนสามารถทำสถิติขึ้นมาอยู่ในอันดับเว็บบล็อกยอดนิยมของเมืองไทย ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ บล็อกของ OK Nation

เว็บบล็อกของ OK Nation Blog เกิดขึ้นจากความต้องการสร้างสถานที่สำหรับอิสระทางปัญญา ทุกคนมีสิทธิเขียน เผยแพร่ความคิดผ่านอินเทอร์เน็ต ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เน้นกันรู้ๆ ในฐานะสื่อที่ทำหน้าที่ ตรงไปตรงมา ด้วยความน่าเชื่อถือ ทันเหตุการณ์ อย่างสร้างสรรค์ ได้เปิดบล็อกสำหรับผู้ให้บริการทุกคน เพื่อบอกเล่าเรื่องราว สิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ประสบการณ์ ความรู้ถ่ายทอดสู่ผู้อื่นร่วมแสดงความเห็นอย่างเสรี

ภายในเว็บ Blog OK Nation ยังได้ถูกจัดแบ่งกลุ่มย่อยของ Blog ไว้อีกมากมาย เช่น กฎหมาย การเมือง วิทยาศาสตร์/ไอที ดารา/นักร้อง/นักแสดง บล็อกเด่นคนดัง บล็อกคนข่าวเนชั่น เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบัน OK Nation Blog ได้มีสมาชิกทั้งหมด 7,932 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 5 มิถุนายน 2550)



ภาพที่ 1.8 แสดงถึงหน้าแรกของเว็บ OK Nation Blog

ที่มา: <http://www.oknation.net>

จากความสำคัญและการใช้งานอย่างแพร่หลายของ Blog ที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มผู้ใช้ได้มีความหลากหลาย ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยเฉพาะรูปแบบการพัฒนาโปรแกรมในปัจจุบัน ที่สามารถตอบสนองผู้ใช้บริการ Blog ในการที่จะสามารถสร้างโลกส่วนตัวบน cyber space เป็นไปได้อย่างง่ายดาย จนสามารถพัฒนาการไปสู่การสร้างสังคมออนไลน์ขึ้นมา จากกลุ่มผู้คนที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจและต้องการศึกษาถึง “รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog” เพื่อต้องการที่จะทราบถึง การนำสื่อใหม่ (new media) เข้ามาใช้เป็นส่วนหนึ่งในช่องทางการติดต่อสื่อสาร ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันในยุคปัจจุบัน กระทั่งถึงการขยายตัวของเว็บ Blog ในอนาคต ที่จะเป็ช่องทางในการนำพื้นที่สาธารณะตรงนี้มาใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่างๆได้

1.2 ปัญหาวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog (กรณีศึกษา: Bloggang และ OK Nation Blog)” ครั้งนี้ได้ตั้งปัญหาคำถามวิจัยไว้ดังนี้ คือ

1. รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog เป็นอย่างไร
2. รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog เป็นอย่างไร
3. รูปแบบของภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog
2. เพื่อศึกษารูปแบบในการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog จากความสัมพันธ์ในระดับเริ่มต้น ไปสู่ความสัมพันธ์ในระดับใกล้ชิดสนิทสนมกัน
3. เพื่อทราบถึงรูปแบบของภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะ การสื่อสารระหว่างผู้ใช้เว็บ Blog ของผู้ให้บริการคือ Bloggang และ OK Nation Blog เท่านั้นไม่นับรวม Blog จากผู้ให้บริการรายอื่นๆที่อยู่นอกเหนือจากที่ได้กล่าวมานี้ โดยได้ทำการศึกษาระหว่างช่วงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ถึง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2551 และทำการเลือกกลุ่มย่อยบล็อกของผู้ให้บริการทั้ง 2 เว็บบล็อก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ

www.bloggang.com ได้ทำการคัดเลือกกลุ่มย่อยบล็อก คือ

1. กลุ่มไดอารี่-ประสบการณ์ชีวิต
2. กลุ่มความงาม
3. กลุ่มครอบครัว
4. กลุ่มแกลเลอรีภาพถ่าย

www.oknation.net ได้ทำการคัดเลือกกลุ่มย่อยบล็อก คือ

1. กลุ่มบล็อกการเมือง
2. กลุ่มบล็อกไดอารี่

3. กลุ่มบล็อกนักข่าวอาสา

สาเหตุที่ทำการคัดเลือกกลุ่มบล็อกดังกล่าวเนื่องจาก เป็นกลุ่มย่อยบล็อกที่ได้รับความนิยมในการเข้าไปใช้งานมากที่สุด

ประเด็นที่ใช้ในการสังเกต จะสังเกตจากรูปแบบการนำเสนอ หัวข้อที่นำเสนอในเว็บบล็อก รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ และ รูปแบบภาษาที่ใช้

1.5 คำนิยามศัพท์

1. รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ ในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง

1.1 การศึกษาการนำเสนอเนื้อหาในเว็บ bloggong และ oknation ซึ่งได้แก่ การจัดวางรูปแบบ (layout) ของหน้าบล็อก และ เนื้อหาที่นำเสนอในเว็บบล็อก

1.2 ประเด็นหัวข้อที่นำเสนอในเว็บบล็อก ได้แก่ หัวข้อหลักที่ blogger ท่านนั้นๆได้ตั้งขึ้น เพื่อดึงดูดจุดสนใจจาก blogger รายอื่น ในการเข้าร่วมร่วมปฏิสัมพันธ์ในบล็อกนั้นๆ

2. รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ ในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง ขั้นตอนของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานภายในเว็บ Blog โดยศึกษาจาก การเข้ามามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในเว็บบล็อก เริ่มจากความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น ซึ่งวิเคราะห์จากการที่คู่สื่อสารมีการแสดงความคิดเห็นในเรื่องราวต่างๆไป เกี่ยวกับข้อมูลและเนื้อหาความใน Blog นั้นๆ ไปสู่ความสัมพันธ์ที่คู่สื่อสารภายในเว็บบล็อก มีความสนิทสนมกันมากที่สุด ซึ่งวิเคราะห์จากการที่คู่สื่อสารมีการเปิดเผยตนเองระหว่างกัน รวมถึงมีการติดต่อสื่อสารด้วยช่องทางอื่นๆ จนกระทั่งสามารถทำการนัดหมายเพื่อมาพบเจอกันในโลกของความจริง

3. รูปแบบของภาษาที่ใช้ หมายถึง ข้อความ สัญลักษณ์ที่แสดงอารมณ์ (emoticon) รูปภาพไอคอน(icon) ที่ปรากฏอยู่บนเว็บ Blog

3.1 ข้อความ หมายถึง ภาษาและข้อความที่ถูกใช้เพื่อนำเสนอเนื้อหาบนเว็บบล็อก ได้แก่ ข้อความในลักษณะภาษาพูดทั่วไป, ข้อความในลักษณะภาษาแชต, การใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่ม และการใช้ตัวอักษรต่างๆบนแป้นพิมพ์ (Keyboard) เข้ามาผสมกันเป็นคำพูด เช่น Inw = เทพ, uou = นอน

3.2 สัญลักษณ์แสดงอารมณ์(emoticon) หมายถึง การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ บนแป้นพิมพ์ (Keyboard) มาผสมกันเพื่อเป็นการแสดงถึงอารมณ์ หรือสีหน้า ท่าทางของผู้เขียนให้อีกฝ่ายได้รับรู้ เช่น :) แสดงอารมณ์ดีหรือยิ้ม :(แสดงอารมณ์เศร้าหรือโกรธ เป็นต้น

3.3 รูปภาพไอคอน(icon) หมายถึง รูปภาพการ์ตูน หรือภาพกราฟฟิก แสดงสีหน้า ท่าทางต่างๆ ที่ผู้ให้บริการเว็บบล็อกได้จัดเตรียมไว้ให้ เช่น 😊🇹🇭 หมายถึง ยิ้ม, 😞🇹🇭 หมายถึง โกรธ

4. **เว็บ Blog** หมายถึง weblog หรือ web log โดยคำว่า weblog นั้นมาจาก web (เวปไซด์เว็บ) และ log (ปูม, บันทึก) รวมกัน หมายถึง บันทึกบน world wide web ในปัจจุบันเว็บ Blog ถูกใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารรูปแบบใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการประกาศข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น การเผยแพร่ผลงาน ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง ระบบ blog และ blogger ของเว็บ bloggng และ oknation

5. **Blogger** หมายถึง คนเขียน Blog หรือเจ้าของ Blog ในเว็บ bloggng และ oknation

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงรูปแบบของการสื่อสารออนไลน์ และ การพัฒนาความสัมพันธ์ ในเว็บ Blog รวมถึงลักษณะภาษาและรูปแบบในการใช้งานเว็บ Blog ของกลุ่มผู้ใช้ และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบในการสื่อสารแบบใหม่ของสังคม รวมทั้งความคิดเห็นต่างๆถึงประโยชน์ ข้อดีและข้อเสียต่างๆของการใช้งานเว็บ Blog เพื่อที่จะนำมาใช้ในการไปปรับปรุงและพัฒนาของผู้ให้บริการเว็บ Blog ต่อไป

2. ผลงานวิจัยนี้คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและประชาชนโดยทั่วไป ที่จะได้นำเอาการสื่อสารในรูปแบบใหม่ มาใช้เป็นอีกหนึ่งช่องทาง ในการที่จะให้ความรู้ สนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน โดยทำให้เห็นถึงพัฒนาการและรูปแบบในการใช้งานเว็บ Blog เพื่อที่จะนำไปประยุกต์ในการใช้งาน ให้เกิดประโยชน์กับตัวเอง และสังคมต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog (กรณีศึกษา: Bloggang และ OK Nation Blog)” ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด และทฤษฎีในการวิเคราะห์ ดังนี้คือ

1. แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated Communication)
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของมนุษย์ (Human Behavioral Communication)
3. แนวคิดเกี่ยวกับ web 2.0
4. ทฤษฎี Social Penetration
5. ทฤษฎีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated Communication)

Hoffman และ Novak (อ้างถึงในเพ็ญทิพย์, 2539 : 17) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์และให้คำนิยามอย่างไม่เป็นทางการเกี่ยวกับ Hyper media CMC ว่าเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับการแจกจ่ายข่าวสารเพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และมีข้อมูลหลากหลาย การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นสิ่งที่ใหม่ในสังคมที่ต้องอาศัยการเรียนรู้ (Socially oriented) ความไม่เจาะจงในการสื่อสารใน CMC ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่า การสื่อสารที่ไม่เจาะจงผู้รับสารหรือปราศจากอารมณ์ในการสื่อสาร (Socioemotional) ไม่เหมือนกับ การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) นอกจากนั้นการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นกันเอง ไม่เร้าอารมณ์และไม่เจาะจงผู้รับสาร ผู้ร่วมสื่อสารแบบ CMC ต้องปรับสภาพตัวเองให้เข้ากับการสื่อสารมากกว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า

ความสัมพันธ์จากการสื่อสารในเบื้องต้นไม่ได้เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร แต่เกิดจากสภาพบรรยากาศการสื่อสารผ่านตัวกลาง (Computer – Mediated Environment) ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กัน นอกจากนี้ ผู้รับสารอาจกลายเป็นผู้ส่งสารได้อันเนื่องมาจากปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ในมุมมองนี้ข่าวสารไม่ได้เป็นการส่งผ่านจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเท่านั้น แต่เป็นการส่งผ่านตัวกลางในการสื่อสารซึ่งเป็นตัวทำให้เกิดกระบวนการในการสื่อสารที่แท้จริง เมื่อเกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้นในการสื่อสารผ่านตัวกลาง ผู้สื่อสารจะรับรู้บรรยากาศการสื่อสารสองแบบ คือ บรรยากาศทางกายภาพที่ผู้สื่อสารนำเสนอออกไป และบรรยากาศในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

Joseph B. Walther (อ้างถึงในกิตติ กันภัย, 2543) ให้ความหมายของ CMC เอาไว้กว้างๆ ว่า คือการประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (computer conferencing) และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (synchronous) หรือต่างเวลา (asynchronous) โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัส (encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (text message) ซึ่งจะถูกถ่ายทอด (relayed) จากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร

จากนิยามของ Walther ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับ CMC และโดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบเชื่อมโยงระหว่างคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารที่จะทำหน้าที่เป็นสะพานลำเลียงสารที่ถูกใส่รหัส

Hitz (1978) กล่าวว่า ปรากฏการณ์ของการนำคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นสื่อกลางเพื่อการสื่อสาร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ (Hitz, 1978 อ้างถึงในกิตติพงศ์ ไทยเจริญ, 2541: 20)

1. ใช้เพื่อการแทนที่ (Substitution) คือ ใช้แทนวิธีการสื่อสารในรูปแบบเดิมที่เคยเป็นมา เช่น การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้โทรเลขหรือโทรศัพท์
2. ใช้เพื่อการเสริม (Add-on) จะเกิดขึ้นเมื่อคอมพิวเตอร์ถูกนำมาใช้ในขณะที่ใช้วิธีการสื่อสารแบบเดิมก็ยังคงอยู่ เช่น การอ่านผังรายการโทรทัศน์บนอินเตอร์เน็ตก่อนที่จะเปิดดูรายการโทรทัศน์ที่ต้องการ
3. ใช้เพื่อการแผ่ขยาย (Expansion) คือ การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสารที่แตกต่างไปจากกระบวนการสื่อสารแบบเดิม เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์บนอินเตอร์เน็ต เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการบริโภคหนังสือพิมพ์ แม้ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกันก็ตาม

การเกิด CMC ก่อให้เกิดผลสะท้อน จนอาจสรุปได้ว่า “เทคโนโลยี” เป็นตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดผลสะท้อนต่อสังคมในวงกว้าง รวมทั้งส่งผลต่อความสนใจในวงวิชาการที่มีต่อสื่อใหม่ซึ่งกำเนิดจากเทคโนโลยีใหม่ จึงเกิดเป็นสาขาการศึกษา “new media” ที่มี “CMC” เป็นศูนย์กลาง

ของการศึกษา ผลจากการศึกษาและถกเถียงของนักวิชาการต่อเรื่องดังกล่าว สามารถอธิบายได้ 2 แนวทาง คือ (กิตติ กันภัย, 2543)

ก. ผลต่อสังคมและคนในสังคม โดยมีจุดเน้นที่การใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัว (personal computers) ในฐานะที่เป็นอุปกรณ์ถ่ายทอดคำเลียงข้อมูลข่าวสารเป็นตัวก่อผล

J.W. Chesebro และ D.G. Bonsall (1989) ได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวกับ CMC ที่ปรากฏ และแยกแยะผลกระทบออกเป็น 9 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. คอมพิวเตอร์เป็นสื่อที่สื่อสารแบบเลือกที่รักมักที่ชัง (Selective)ค่อนข้างมาก

เมื่อใดก็ตามที่คอมพิวเตอร์ที่อาศัยการพิมพ์ถูกใช้เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม โอกาสในการแสดงอวัจนภาษาจะหมดไปทันที คอมพิวเตอร์จะทำให้ผู้สื่อสารหมดโอกาสที่จะเห็นการแสดงออกทางสีหน้าและท่าทางอื่นๆของคู่สื่อสาร การสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ยังทำให้ผู้สื่อสารมองไม่เห็นร่องรอยเกี่ยวกับบุคลิกภาพ นอกจากนั้น การพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ยังทำให้ผู้สื่อสารหมดโอกาสที่จะเข้าใจความหมายทางสังคมที่แฝงน้ำเสียง ระดับเสียง และคุณภาพของเสียงของผู้สื่อสารอีกด้วย

2. เทคโนโลยีที่เป็นมิตรและเป็นภัยต่อสังคม

J.W. Chesebro และ D.G. Bonsall (1989) มองว่า CMC เป็นดาบสองคม ที่ให้ทั้งประโยชน์และก่อให้เกิดโทษได้ในขณะเดียวกัน หากไม่มีวิธีการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ดีพอ

อาจกล่าวได้ว่า CMC ไม่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสรีระของผู้สื่อสารมากนัก รวมทั้งไม่มีผลต่ออารมณ์และการประเมินตนเอง เมื่อเปรียบเทียบกับ การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาของคนในบริบททั่วไป นั่นคือ ในบริบท CMC ผู้สื่อสารมีอิสรภาพที่จะแสดงออกทางอารมณ์มากกว่า โดยไม่ต้องกังวลว่าตัวเองจะถูกประเมินโดยคู่สื่อสารว่าอย่างไร

ผลกระทบของ CMC ที่เป็นภัยต่อสังคม ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์ในบริบทคอมพิวเตอร์กำลังเข้ามาแทนที่รูปแบบการสื่อสารดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์และมีความเป็นมนุษย์ ถึงแม้ว่าคอมพิวเตอร์ควรจะเป็นการมองเพื่อแสวงหาจุดดี เพื่อนำมาใช้กับการสื่อสารในชีวิตประจำวันให้เกิดประโยชน์สูงสุด จุดดัดังกล่าว เช่น กระดานข่าว สามารถสร้างสายสัมพันธ์และมิตรภาพในหมู่คนที่ไม่มีโอกาสได้พบกันเลยก็ได้ถ้าไม่มีคอมพิวเตอร์

3. งานและความสัมพันธ์ทางสังคม

ความสัมพันธ์ทางสังคมของคนในบริบทของการใช้คอมพิวเตอร์เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตนี้ เป็นได้ทั้งเพื่อจุดหมายคืองาน คือต้องมีการรวมตัวในระบบองค์กรระดับหนึ่ง และทั้งเพื่อฝึก

ตัวเองไปจากระบบใหญ่ เพื่อค้นหาและขยายประสบการณ์ใหม่ ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจการงาน คอมพิวเตอร์ช่วยเราทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ แต่ในสภาพแวดล้อมทางสังคมโดยอาศัยเวลา คอมพิวเตอร์ขยายประสบการณ์ทางสังคมให้กับเรา

4. คอมพิวเตอร์ไม่มีประสิทธิภาพในการแก้ไขความขัดแย้ง

การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ไม่สามารถใช้อวัจนภาษาและจังหวะในการพูด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการแก้ปัญหาและความขัดแย้งได้

5. คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารด้วยอวัจนภาษาที่มีประสิทธิภาพ

ในบริบท CMC ผู้สื่อสารจะตัดประโยคและคำรุ่มร่ามออก เหลือเป็นประโยคที่ไม่สมบูรณ์ (ด้วยรูปแบบ) แต่ให้ความหมายได้ตามความต้องการ ถ้อยคำมักถูกตัดทอน ย่อย่อ แปลงให้เป็นคอมพิวเตอร์สแลง เพื่อลดปริมาณการใช้ถ้อยคำลง การตัดทอนนี้จะช่วยให้เกิดความรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนสาร แต่ในขณะเดียวกันก็อาจจะลดรายละเอียดที่มีค่าควรแก่การจะเสียสละเวลาสื่อสารได้

6. คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ทุนเวลา

การประชุม “teleconference” มีประสิทธิภาพในแง่ของการใช้เวลามากกว่าการประชุมแบบดั้งเดิม อีกทั้งยังรัดกุมตรงไปตรงมาและมีลักษณะเป็นงานเป็นการกว่า

7. ระบบวัฒนธรรมใหม่

การปฏิสัมพันธ์ในบริบท CMC เกิดขึ้นได้โดยไม่มีเงื่อนไขเรื่องเวลาและสถานที่ การแลกเปลี่ยนสารสนเทศรวมทั้งการสื่อสารในลักษณะต่างๆ กระทำโดยการอาศัยสายโทรศัพท์และระบบไมโครโพรเซสเซอร์ ซึ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้สื่อสารไม่รู้สึกรู้ว่ามิมีสถานที่ที่แท้จริงในการสื่อสาร หรืออาจกล่าวได้ว่าสถานที่ที่ใช้ในการสื่อสารภายในเครือข่ายคอมพิวเตอร์มีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างไปจากนิยามของสถานที่ที่เป็นสิ่งแวดล้อมทางสังคมทั่วไปที่มีเงื่อนไขของเวลาและสถานที่ทางกายภาพเข้ามาเกี่ยวข้อง ในสถานการณ์การสื่อสารภายใต้บริบทเช่นนี้ ผู้สื่อสารจำต้องสร้างบรรทัดฐานทางสังคม (Social norms) และกฎเกณฑ์กติกา (rules) ขึ้นมาเพื่อใช้ควบคุมจัดการบริบททางสังคมใหม่นี้ โดยนัยนี้ การสื่อสารของมนุษย์ด้วยคอมพิวเตอร์ได้สร้างความจำเป็นจริงชนิดใหม่สำหรับผู้ใช้ระบบดังกล่าว

8. กระตุ้นให้เกิดการสื่อสารด้วยสื่อทางเลือกชนิดอื่นๆ

นอกจาก CMC จะเปลี่ยนวิธีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมแล้ว การใช้คอมพิวเตอร์อย่างแพร่หลายยังกระทบการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารชนิดอื่นๆ ที่จะถูกใช้อย่างไรอีกด้วย ในอีกด้าน

หนึ่งการใช้สื่อต่างๆจะขยายวงกว้างมากขึ้นในสังคม เมื่อการใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อในการสื่อสาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคอมพิวเตอร์เองก็ไม่ได้มีความสมบูรณ์พร้อมในการทำงานเสมือนมนุษย์ มนุษย์จึงต้องอาศัยสื่ออื่นๆเข้าช่วย

9. ลดการสื่อสารที่มีผู้นำเป็นศูนย์กลาง (leader-centered communication)

ในบริบทของการทำงานในองค์กรธุรกิจ CMC จะลดบทบาทของผู้นำในกระบวนการสื่อสารที่มีหน้าที่เป็นผู้ประสานงานจัดระเบียบวาระและออกกฎเกณฑ์กติกา Kiesler, Siegel และ McGuire (1984) ได้ศึกษากระบวนการสื่อสารในประเด็นดังกล่าว พบว่า บทบาทที่หลากหลายของสมาชิกในกลุ่มที่สื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์จะลดลงและไม่มีเสถียรภาพ คือไม่มีผู้นำที่มีบทบาทถาวร และไม่มีผู้ตามหรือคนอื่นๆที่เป็นสมาชิกในกลุ่มจะมีบทบาทอื่นใดที่ตายตัวไม่เปลี่ยนแปลง

ข. CMC กับสังคมไซเบอร์

แนวทางอีกแนวทางหนึ่งในการทำความเข้าใจ CMC ที่เป็นตัวก่อผลให้เกิดกับสังคม คือ การฉายภาพความสัมพันธ์ระหว่าง CMC กับสังคมชนิดใหม่ที่เกิดขึ้น ซึ่งได้รับการขนานนามว่า “สังคมไซเบอร์” (cybersociety) อันถือเป็นต้นตอของผลสะท้อนจากชั้นแรก คือ แบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ที่เริ่มเปลี่ยนไป

James Beniger (1987) และ Scott Peck (1987) ตั้งชื่อชุมชนใหม่นี้ว่า “ชุมชนเทียม” พร้อมกับกล่าวว่าเป็นประสบการณ์ การแปลงโฉมสังคมครั้งยิ่งใหญ่ในศตวรรษที่ 19 การควบคุมพฤติกรรมปัจเจกบุคคลโดยกลไกปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลลดน้อยลงจนเฉียบพลัน จากรูปแบบความสัมพันธ์แบบอยู่ร่วมกันตามประเพณีไปสู่ภาคีที่มีกติกาสากลเฉพาะกลุ่ม แต่กลับไร้ตัวตน จากเห็นหน้าค่าตากันไปสู่ความสัมพันธ์ทางอ้อมหรือกลุ่มเชิงสัญลักษณ์ (symbolic group) (Beniger, 1987, p.353)

Baym ได้รวบรวมผลงานของนักวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย 5 ประการ ที่มีผลต่อแบบแผนของ CMC ได้แก่

1. บริบทแวดล้อมการใช้ CMC

การปฏิสัมพันธ์ทุกชนิด มีธรรมชาติที่ตรงกันอยู่ประการหนึ่งคือ เกิดขึ้นภายใต้บริบทแวดล้อมสำหรับ CMC ก็เช่นเดียวกัน ในขณะที่ผู้สื่อสาร “log” เข้าไปในคอมพิวเตอร์ ผู้สื่อสารกำลังอยู่ในบริบทที่มีจริงในชีวิตจริง ก่อนที่จะเข้าไปสู่ชุมชนใน cyberspace ถึงแม้ว่าผู้สื่อสารใน CMC จะมาจากบริบทดั้งเดิมที่แตกต่างกันทางวัฒนธรรม แต่ชุมชนใน CMC จะสร้างให้เกิดการใช้ภาษา วิธีการพูดสื่อสารและความเข้าใจร่วม นี่ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ “ชุมชน online” ดำรงต่อไปได้ คอมพิวเตอร์เป็นสื่อที่มีบุคลิก ผู้ใช้คอมพิวเตอร์เป็นเวลานานจะค่อยๆซึมซับบุคลิกและใช้

วัฒนธรรมร่วมที่มีคุณลักษณะเป็นของกลางๆ เป็นมุมมองระดับโลก จะทำให้ขาดความสบายในแง่ของจิตใจอยู่บ้าง ในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากบริบทเก่าที่ตนเคยอยู่ก่อนจะ “log” เข้าไปใน CMC เช่น ต้องใช้ภาษาอังกฤษ ทั้งๆที่ไม่ค่อยอยากใช้ ต้องทำความเข้าใจกับสัญลักษณ์ใหม่ๆ ที่ใช้กันในห้องสนทนา ที่ในวัฒนธรรมที่แท้จริงภายนอกของคอมพิวเตอร์ของตนไม่เคยมีปรากฏ เป็นต้น

2. โครงสร้างเวลา (Temporal Structure)

McGrath (1984) ได้ขยายความในลักษณะโครงสร้างของเวลาของ CMC ว่าอาจปรากฏอยู่ได้ในการปฏิสัมพันธ์ 3 ลักษณะ คือ

2.1 กลุ่มที่ประกอบด้วยสมาชิกผู้สื่อสารอาจพบกัน (ใน cyberspace) เพียงครั้งเดียวในเวลาอันจำกัด และสื่อสารภายใต้โครงสร้างทั้งที่เป็นการสื่อสารในจังหวะเวลาเดียวกัน (synchronistic) และ การสื่อสารรอจังหวะ (asynchronistic)

2.2 กลุ่มอาจมีการพบกันอีกหลายครั้ง และสื่อสารกันโดยอาศัยโครงสร้างทั้งสองลักษณะ

2.3 กลุ่มสามารถทำให้เกิดการพบปะสื่อสารกันแบบ Asynchronistic อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเป็นเวลานาน

3. โครงสร้างพื้นฐานของระบบ (System Infrastructure)

โครงสร้างพื้นฐานของเครือข่ายคอมพิวเตอร์มีผลต่อการปฏิสัมพันธ์หลายด้าน Seibold และคณะ (1994) เสนอว่า ระบบต่างๆมีความแตกต่างกันใน 3 ลักษณะ คือ โครงสร้างทางกายภาพ (physical configuration) ความสามารถในการใช้งานของระบบ (system adaptability) และระดับการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ (level of user friendliness)

4. เป้าประสงค์ของการใช้ CMC ของกลุ่มผู้สื่อสาร (Group Purposes)

Hollingshead และ McGrath (1995) เสนอว่าประเภทของงานนับว่าเป็นโครงสร้างแรกสุดที่มีผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสาร ความแตกต่างหลากหลายของประเภทของงานขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของงานที่ต้องการให้กลุ่มคิดหรือวางแผน

5. คุณลักษณะของกลุ่มและสมาชิกที่ใช้ CMC (Participant Characteristic)

คุณลักษณะของกลุ่มและสมาชิกในกลุ่มเป็นปัจจัยสุดท้ายที่มีผลต่อ CMC คุณลักษณะของกลุ่มที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ขนาด องค์ประกอบด้านประวัติการปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในกลุ่มในอดีตที่เคยเป็นมา และโครงสร้างที่อาจมีลักษณะการจัดลำดับเป็นช่วงชั้น ความแตกต่างของสมาชิก การรับรู้ที่มีต่อสื่อ

กิตติ กันภัย (2543) ได้อธิบายถึงชุมชนใหม่ ความหมายใหม่ว่า ความหมายทางสังคม เป็นผลผลิตของทุกๆ สังคม หากเราพิจารณาว่าชุมชนที่ก่อกำเนิดตัวมีคุณสมบัติเป็นสังคมหนึ่ง เราก็ควรจะกล่าวได้ว่า ชุมชนนี้มีความหมายเป็นของตนเอง แต่เป็นความหมายที่เพิ่งจะเกิดขึ้น (emergent) และแตกต่างไปจากความหมายทางสังคมอื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในเชิงกายภาพที่สัมผัสได้ด้วยตา ในการศึกษาความหมายทางสังคมหรือความเป็นสังคมที่สร้างใน CMC มักจะศึกษาเกี่ยวกับ

1. รูปแบบของการแสดงออก (Focus of Expression)

สื่อคอมพิวเตอร์มักจะถูกใช้เป็นโอกาสในการแสดงออกโดยการสื่อสารรูปแบบต่างที่ หลากหลาย นอกจาก CMC จะถูกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงออกแล้ว สูงขึ้นไปอีกขั้นหนึ่งคือ สื่อคอมพิวเตอร์สามารถนำไปสู่การสร้างรูปแบบการแสดงออกด้วยการสื่อสารใหม่ๆ Bakhtin (1986) เสนอว่า ในขณะที่กลุ่มมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา กลุ่มก็จะสร้างความหมาย เฉพาะกลุ่มขึ้นมาด้วย และในที่สุดรูปแบบใหม่ของการใช้ถ้อยคำหรือประเภทของการใช้ถ้อยคำ สื่อสารก็จะมีลักษณะเฉพาะตัว เป็นลักษณะเฉพาะของชุมชนหรือกลุ่มนั้น

ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในชุมชนหรือกลุ่มเฉพาะจะเลือกสรรและเรียนรู้การใช้โดยการ ถอดรหัสเพื่อทำความเข้าใจระหว่างกันมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการแสดงออกทางการสื่อสาร สัญลักษณ์ แสดงความหมายลักษณะต่างๆ จะถูกใช้หมุนเวียนผ่านการปฏิสัมพันธ์ในหมู่ผู้ใช้และเป็นเครื่องชี้ว่า ผู้ใช้ตระหนักรู้ว่า ชุมชนของพวกเขาที่มีรูปแบบการแสดงออกที่มีลักษณะเป็นของกลุ่มโดยเฉพาะ ผู้ที่ อยู่ในกลุ่มหรือในชุมชนเดียวกันเท่านั้นที่จะสามารถถอดรหัส เพื่อเข้าใจความหมายที่ถูกซ่อนไว้ เอาไว้ในสัญลักษณ์หรือ emoticons ลักษณะต่างๆ

2. อัตลักษณ์ (Identity)

จุดเริ่มต้นที่เห็นได้ชัดที่สุดของการสร้างอัตลักษณ์ คือการเลือกชื่อ Myers (1987) เขียน แสดงไว้ว่า ชื่อต่างๆจะถูกแปลงเป็นเครื่องหมายการค้า เอาไว้บอกชื่อ ห่อ ปังเจกบุคคลผู้สื่อสารจะใช้ วิธี “ดมกลิ่น” เพื่อรู้ว่าเป็นมิตรหรือศัตรู ในท่ามกลางสภาวะการสื่อสารที่คลุมเครือไม่รู้ว่าใครเป็น ใคร ระบบ CMC ที่ปกปิดนี้จะเปิดช่องให้ผู้คนได้ตั้งชื่อให้กับตัวเอง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมในกระบวนการสื่อสาร

ผู้สื่อสารจะมีหรือสร้างความสัมพันธ์กับผู้ร่วมสื่อสารอื่นๆ ได้อีกด้วย ความสัมพันธ์ ดังกล่าว อาจเป็นไปได้ทั้งแบบเคยรู้จักเห็นหน้าค่าตากันมาก่อน ก่อนที่จะมาสื่อสารใน CMC การ รู้จักคุ้นเคยหรือเคยคุยกันมาก่อนในชุมชนอื่นๆของ CMC ก่อนจะมาสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างกันในชุมชนเฉพาะแบบ การสื่อสารครั้งแรกนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนขึ้นในการ สื่อสารครั้งต่อไปภายใต้บริบทเดียวกัน

4. บรรทัดฐานของการแสดงออกทางพฤติกรรม (Behavioural norms)

การเกิดขึ้นและดำเนินอย่างต่อเนื่องของกลุ่ม CMC ใดๆก็จะนำไปสู่การพัฒนา บรรทัดฐาน ความหมาย บุคลิกภาพ และความสัมพันธ์ที่สมาชิกในกลุ่มจะใช้ร่วมกัน เพื่อ กำหนดการแสดงออกทางพฤติกรรม บรรทัดฐานในกลุ่มเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอาจถูกนำไปใช้ เป็นบรรทัดฐานสำหรับกลุ่มอื่นๆด้วยก็อาจเป็นได้

บรรทัดฐานมีความสัมพันธ์กับปัจจัยโครงสร้างในประการต่างๆดังนี้

4.1 บรรทัดฐานสัมพันธ์โดยตรงกับวัตถุประสงค์ของกลุ่ม บรรทัดฐานที่สร้างขึ้นต้อง สอดรับกับความต้องการและความจำเป็นของชุมชน บรรทัดฐานดังกล่าวครอบคลุมทั้งมาตรฐาน การแสดงออกและวิธีการลงโทษพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่เกิดขึ้น

4.2 ระบบคอมพิวเตอร์มีผลต่อการพัฒนาบรรทัดฐาน ศักยภาพของระบบ โครงสร้าง พื้นฐานจะเปิดโอกาสให้บรรทัดฐานบางอย่างเป็นไปได้ ในขณะที่บางอย่างอาจทำไม่ได้

4.3 บริบทภายนอกมีผลต่อบรรทัดฐานของกลุ่ม โดยเป็นบรรทัดฐานหรือมาตรฐานเดิม ที่มีอยู่ก่อน ซึ่งจะถูกนำมาใช้ในการพัฒนาระบบบรรทัดฐานใหม่ในบริบท CMC ของชุมชนเฉพาะ แห่งใหม่

4.4 เนื่องเพราะการพัฒนาระบบบรรทัดฐานจำเป็นต้องอาศัยเวลา โครงสร้างของ CMC ที่ เป็นความต่อเนื่องของเวลาจึงสอดคล้องกับการพัฒนาดังกล่าว และในขณะเดียวกัน บรรทัดฐานก็ กลายเป็นปัจจัยกำหนดเรื่องเป็นเวลาได้เช่นกัน

4.5 ลักษณะของกลุ่มและสมาชิกผู้สื่อสารในกลุ่ม จะมีบทบาทต่อการพัฒนาบรรทัด ฐาน

ผู้สื่อสารใน CMC ได้พัฒนารูปแบบในการแสดงออกซึ่งทำให้กลุ่มคนเหล่านี้สามารถ สื่อสารในระบบสังคมสารสนเทศ รวมทั้งสามารถสร้างความหมายและผลิตรหัส (codify) เพื่อเข้าใจ ความหมายเฉพาะกลุ่มได้ รูปแบบการแสดงออกที่ถูกพัฒนาขึ้นนี้ยังก่อให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ที่มีลักษณะปรับเปลี่ยนได้ไม่ตายตัว ขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมของกลุ่ม สร้างสัมพันธ์ในลักษณะ หลากหลาย ตั้งแต่ แบบเล่นละครตบตา ไม่จริงจัง ไม่จริงจัง ไปจนถึงขั้นการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ ลึกซึ้งโรแมนติก ทั้งในระดับที่เป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว เครือข่ายหลายคนร่วมสื่อสารสัมพันธ์ และที่โดดเด่นน่าจับตาที่สุดคือ การแสดงออกดังกล่าวนำไปสู่การสร้างบรรทัดฐานใหม่ที่ทำหน้าที่ ควบคุมกำกับกับการปฏิสัมพันธ์และรักษาสภาพทางสังคมที่กลุ่มพึงปรารถนาเอาไว้

จากแนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยจะนำมาเป็นกรอบในการ ทำความเข้าใจถึงการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งถือเป็นปฏิสัมพันธ์รูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้น ในสังคม เป็นการสื่อสารที่ก่อให้เกิดสังคมในรูปแบบใหม่ ซึ่งในที่นี้คือสังคมออนไลน์ โดยสังคมนี้ จะมีกฎเกณฑ์ บรรทัดฐาน วัฒนธรรม สัญลักษณ์ การให้ความหมาย ที่แตกต่างจากสังคมเดิม

แนวคิดนี้จะเป็นกรอบแนวคิดในการทำความเข้าใจเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog” ซึ่งเป็นการสื่อสารทางสังคมในชุมชนไซเบอร์ ที่มีบริบทแตกต่างไปจากบริบทของชุมชนที่เคยมีมาในอดีต

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์

(Human Behavioral Communication)

พฤติกรรมสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ กล่าวคือ การแสดงออกซึ่งการติดต่อสื่อความหมายของมนุษย์ในสังคม มีการเปลี่ยนแปลงต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา เป็นปรากฏการณ์ที่ไม่มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด ไม่มีขอบเขตอย่างแน่ชัด ผู้ร่วมกระทำการสื่อสารทั้ง 2 ฝ่าย คือฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างสลับเปลี่ยนบทบาทสลับไปมาโดยอัตโนมัติ ต่างฝ่ายต่างแสดงปฏิกิริยาตอบโต้และตอบสนองระหว่างกันและกัน จนกระทั่งเกิดความเข้าใจร่วมกัน จึงเห็นได้ว่ากระบวนการพฤติกรรมสื่อสารเกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นวงจรต่อเนื่องกันไปตลอดเวลา จนบางครั้งมนุษย์อาจไม่รู้ตัวว่ากำลังกระทำการสื่อสารอยู่

วงจรของกระบวนการพฤติกรรมสื่อสารจึงประกอบด้วยพฤติกรรมเข้ารหัส (Encoding Behavior) หมายถึงการแปลสารให้เป็นภาษาหรือรหัสที่เหมาะสมกับการถ่ายทอดและเหมาะสมกับผู้รับสาร คือพฤติกรรมถ่ายทอดและการรับ (Transmitting and Receiving Behavior) อย่างเหมาะสม และพฤติกรรมถอดรหัส (Decoding Behavior) หมายถึงการแปลรหัสกลับเป็นสารเพื่อความเข้าใจของผู้รับสาร และพฤติกรรมตีความหมาย (Interpretive Behavior) ซึ่งพฤติกรรมตีความหมายนี้มีความสำคัญต่อผลของการสื่อสาร กล่าวคือ ถ้าผู้ส่งสารและผู้รับสารตีความสารให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของอีกฝ่ายหนึ่งได้ การสื่อสารก็จะสัมฤทธิ์ผล อย่างไรก็ตาม การตีความสารนั้นจะขึ้นอยู่กับกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of Reference) อันได้แก่ พื้นความรู้เดิม ประสบการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้กระทำสารสื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายเป็นสำคัญ (มัลลิกา คณานุรักษ์, 2547 : 26-27)

พฤติกรรมสื่อสารเป็นกระบวนการที่สัมพันธ์กับกระบวนการจิตวิทยา ทางสังคม และวัฒนธรรม ตลอดจนปัจจัยสภาพแวดล้อมต่างๆ พฤติกรรมสื่อสารบางอย่างเกิดขึ้นเองโดยสัญชาตญาณ แต่บางอย่างก็เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดจากแม่แบบทางสังคม พฤติกรรมสื่อสารเป็นการกระทำที่สามารถสังเกตเห็นได้จากภายนอกและเป็นสภาวะการณ์บางอย่างภายในจิตใจ ซึ่งไม่อาจจะสังเกตเห็นได้จากภายนอก รูปแบบพฤติกรรมสื่อสารมีหลายระดับแตกต่างกันไปตาม

บริบทของการสื่อสาร เพราะนอกเหนือจากความต้องการปัจจัยพื้นฐานในทุกด้านแล้ว มนุษย์ยังต้องการมีความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นด้วยทำให้ผลตอบแทนของพฤติกรรม การสื่อสารเป็นไปตามลักษณะเฉพาะตัวบุคคลหรือเฉพาะกลุ่มสังคม ตัวอย่างเช่น ในบางคนหรือบางกลุ่มสังคมมีบุคลิกลักษณะพร้อมที่จะเปิดตัวในการติดต่อสื่อสาร ยอมรับข่าวสาร ความรู้ และแนวคิดใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งที่แนวโน้มที่พร้อมจะแพร่กระจายข่าวและถ่ายทอดข่าวไปสู่บุคคลอื่นแต่ในทางตรงกันข้าม บางคนหรือบางกลุ่มสังคมอาจจะมีลักษณะเฉื่อยชาต่อการติดต่อสื่อสาร ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดใหม่ๆ ที่ขัดต่อความเชื่อหรือค่านิยมที่ยึดมั่นอยู่ดั้งเดิม

บางครั้งพฤติกรรม การสื่อสารจึงมีผลตอบแทนไปในทางที่ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของคู่สื่อสารทั้ง 2 ฝ่าย เป็นสาเหตุให้การสื่อสารล้มเหลว ทั้งนี้เนื่องจากผู้ร่วมกระทำการสื่อสารไม่มีการรอบแ่่งการอ้างอิงและประสบการณ์ร่วมกันนั่นเองพฤติกรรม การสื่อสารเป็นกระบวนการเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกกระบวนการสื่อสารจะเห็นได้ว่ากระบวนการสื่อสารมิได้เกิดขึ้นในบรรยากาศที่ว่างเปล่า แต่เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมภายนอกกระบวนการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเมือง การเศรษฐกิจ ฯลฯ

ดังนั้นพฤติกรรม การสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยและการผันแปรของปัจจัยสภาพแวดล้อม หรือสภาพการณ์ภายนอกกระบวนการสื่อสารด้วยส่วนหนึ่ง ปัจจัยดังกล่าวนี้ ได้แก่ ด้านสรีระ เวลา โอกาส ระยะทาง การเงิน ฯลฯพฤติกรรม การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณ และจากการเรียนรู้ทางสังคม กล่าวคือ คนเราทุกคนมีสัญชาตญาณการแสดงออกซึ่งพฤติกรรม การสื่อสารมาโดยกำเนิดตามธรรมชาติของมนุษย์นับตั้งแต่วินาทีแรกที่ลืมตาดูโลก จะเห็นว่าเด็กทารกส่งเสียงร้องเพื่อสื่อสารบางอย่าง เช่น หิว ง่วงนอน ปวดท้อง เป็นต้น ครั้นเมื่อเติบโตขึ้น เด็กๆจะเริ่มเรียนรู้และจดจำแบบอย่างการ แสดงออกซึ่งพฤติกรรม การสื่อสารจากแม่แบบทางสังคม เริ่มตั้งแต่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิด เช่น บิดามารดา ครู อาจารย์ เพื่อนฝูง ฯลฯ อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าโครงสร้างและส่วนประกอบของระบบสังคมต่างมีส่วนในการเตรียมและกำหนดรูปแบบแห่งพฤติกรรม การสื่อสารเพื่อให้สมาชิกในสังคมนั้นได้เรียนรู้และถือเป็นแนวปฏิบัติสืบทอดกันไป เช่นการพนมมือไหว้เพื่อแสดงความเคารพ การทักทายหรือขอบคุณ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามรูปแบบของการสื่อสารในสังคมหนึ่งอาจไม่เป็นที่เข้าใจและยอมรับในอีกสังคมหนึ่ง ดังนั้นผู้กระทำการสื่อสารควรตระหนักและเลือกใช้รูปแบบของการสื่อสารทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆด้วยกระบวนการสื่อสารของมนุษย์เกิดขึ้นจากองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญคือผู้ร่วมกระทำการสื่อสาร (ผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร) สาร ช่อง

ทางการติดต่อ ปฏิกริยาตอบสนองและสิ่งรบกวน ลักษณะพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ แสดงออกแตกต่างกันไปตามปัจจัยเงื่อนไขที่สำคัญ 3 ประการ คือ ปัจจัยบุคลิกภาพและจิตวิทยา ส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกระบวนการสื่อสาร (มัลลิกา คณานุรักษ์, 2547 : 27-28)

ในการวิจัยเรื่องนี้จะศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ (Human Behaviour) ในระดับปัจเจกบุคคล (individual level) ซึ่ง Freudian (1974) ได้กล่าวว่า การแสดงออกทางสังคมของมนุษย์ ส่วนใหญ่จะอยู่บนพื้นฐานของความต้องการของมนุษย์ที่ต้องการความรักจากผู้อื่น และบนพื้นฐานการแสดงออกเกี่ยวกับความรักความต้องการทางเพศ ซึ่งการตอบสนองของมนุษย์ส่วนใหญ่นั้น จะตอบสนองต่อสภาพทางสังคม (Social Context)

Mead (1972) กล่าวว่า อิทธิพลของการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) บนพื้นฐานพฤติกรรมระหว่างปัจเจกบุคคล จะมีการพัฒนามาจากประสบการณ์ทางสังคมและกิจกรรมทางสังคม ไม่ใช่พัฒนามาโดยกำเนิดโดยบุคคลจะเรียนรู้พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลจากการเรียนรู้ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยตัวเอง หรือจากการเรียนรู้ในสถานศึกษา ไม่ใช่ว่าพฤติกรรมในการสื่อสารระหว่างบุคคลจะเกิดขึ้นมาเองโดยสัญชาตญาณ

จากกรอบความคิดด้านพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ ก็จะสามารถเห็นได้ว่าการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในบทสนทนาที่ต้องการทราบถึง ชื่ออะไร อายุเท่าไร เพศอะไร ถิ่นอาศัยอยู่ที่ไหน เพื่อไปสู่การติดต่อนัดหมาย ทำให้ผู้วิจัยพบว่าพฤติกรรมดังกล่าวเป็นการแสดงออกบนพื้นฐานความต้องการของมนุษย์ที่ต้องการจะทำความรู้จักกับผู้อื่น ดังนั้นจึงสามารถนำมาวิเคราะห์ในประเด็นของรูปแบบในการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog ได้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับ web 2.0

จากบทความของ Tim O'Reilly ที่กล่าวไว้เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2548 ในเว็บไซต์ <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> สามารถสรุปใจความสำคัญได้ว่า web 2.0 เป็นวิวัฒนาการของบริการบนเว็บ ที่ปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมและวัฒนธรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหลาย จากเดิมในยุค web 1.0 มีเว็บต่างๆ มากมาย ต่างคนต่างสร้าง ต่างคนต่างเขียน พัฒนามาสู่การแบ่งปัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นมากขึ้น ทำให้สังคมออนไลน์ได้ขยายตัวอย่างมาก มีการพัฒนาบริการเว็บที่ตอบสนองการขยายตัวเหล่านี้

สรุปว่า web 2.0 เป็นรูปแบบของบริการเว็บที่ตอบสนองสังคมออนไลน์ที่มีการ Collaboration & Sharing ระหว่างกันมากขึ้น

จากบทความของ Tim O'reilly ได้ยกตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงจาก web 1.0 —> web 2.0 ดังนี้

Web 1.0

DoubleClick
Ofoto
Akamai
mp3.com
Britannica Online
personal websites
evite
domain name speculation
page views
screen scraping
publishing
content management systems
directories (taxonomy)
stickiness

Web 2.0

--> Google AdSense
--> Flickr
--> BitTorrent
--> Napster
--> Wikipedia
--> blogging
--> upcoming.org and EVDB
--> search engine optimization
--> cost per click
--> web services
--> participation
--> wikis
--> tagging ("folksonomy")
--> syndication

จะเห็นว่า สมัย web 1.0 เวลาเราโหลดเพลง ก็จะไปหาเอาที่เว็บ mp3.com แต่ในยุค web 2.0 เราจะโหลดเพลง หาเพลงจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของเพื่อนคนอื่นๆ ที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน (คือ เครือข่ายของ Napster) ซึ่งถ้าเครือข่ายหรือ Network มีการขยายตัว ยิ่งมากเท่าไร จำนวนเพลงก็จะมากเท่านั้น เพราะเพื่อนแต่ละคนก็จะต้องแสดงน้ำใจในการแบ่งปันเพลงของตัวเอง เพื่อแลกกับการได้โหลดเพลงจากเครื่องคนอื่น (นี่คือ concept ของการ Sharing & Contribution) หรือถ้าเราต้องการหาข้อมูลอ้างอิง สมัย web 1.0 ก็จะไปหาใน Britannica Online สารานุกรมออนไลน์ที่เป็นของไมโครซอฟท์ แต่มาในสมัย web 2.0 เราจะใช้บริการของ Wikipedia หรือสารานุกรมเสรี ที่มีคนใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ช่วยกันเขียนขึ้นมา (Collaboration) ทำให้ฐานข้อมูลของ Wikipedia มีขนาดใหญ่ขึ้นอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของยุค web 2.0 เกิดขึ้นมาได้ เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป คนเริ่มรู้จักการแบ่งปัน การทำงานร่วมกัน รวมไปถึงการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยกันเอง ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในอุตสาหกรรมออนไลน์

จากแนวคิดเกี่ยวกับ web 2.0 ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการเป็นกรอบในการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บล็อก ในการที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ที่จากเดิมเป็นผู้อ่านหรือผู้รับสารเพียงอย่างเดียว แต่ปัจจุบันเมื่อมี web 2.0 ขึ้นมา ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จะเป็นผู้กำหนดเรื่องราวต่างๆ และเขียนถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆเพิ่มมากขึ้น รวมถึงใช้เป็นแนวทางในการสร้างประเด็นคำถามที่จะนำไปใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ที่ได้คัดเลือกมาทำการศึกษาในครั้งนี้

2.4 ทฤษฎี Social Penetration

จากหนังสือ Human Communication เขียนโดยลิตเติลจอห์น (Littlejohn, 1995, pp. 264-266) ผู้ค้นพบคือ ไอร์วิน อัลท์แมน และ ดาร์มาส เทย์เลอร์ (Irwin Alman & Dalmas Taylor) ได้อธิบายว่า ความสัมพันธ์จะมีความสนิทสนม (Intimates) กันมากขึ้นเมื่อคู่สื่อสารมีการเปิดเผย (Disclosure) ต่อกันมากและมีข้อมูลของกันและกัน (Information Themselve) โดยรูปแบบของการสื่อสารจะเริ่มจากเรื่องผิวเผิน ไม่เป็นส่วนตัว ในช่วงแรกของความสัมพันธ์ไปสู่ความลึกซึ้งและคุ้นเคยกันมากขึ้น เมื่อมีความสนิทสนมกัน ซึ่งมีขั้นตอนของการสื่อสารที่เริ่มต้นจากเรื่องที่กว้างๆ หรือเรื่องราวทั่วไป ไปสู่เรื่องราวที่ลึกซึ้งมากขึ้น หรือเป็นเรื่องราวที่มีข้อมูลความเป็นส่วนตัว รายละเอียดเกี่ยวกับชีวิต ความรู้สึก และความคิด ของผู้ร่วมสื่อสาร

อัลท์แมน และ เทย์เลอร์ ได้แบ่งการพัฒนาความสัมพันธ์ไว้ 4 ขั้นตอน ได้แก่

- Orientation คือ ขั้นตอนของการสื่อสารกันด้วยข้อมูลที่ไม่เป็นส่วนตัว (Impersonal Communication) เช่น เรื่องราวทั่วไปเกี่ยวกับตนเอง
- Exploratory Affective Exchange เป็นขั้นที่เริ่มมีการขยายขอบเขตของข้อมูลและเปิดเผยข้อมูลที่ลึกซึ้ง
- Affective Exchange ในระหว่างการสื่อสารกันเริ่มมีการประเมินและพิจารณาความรู้สึกที่ลึกซึ้งมากขึ้นระหว่างคู่สื่อสาร
- Stable Exchange เป็นขั้นตอนที่มีความสนิทสนมกันมากที่สุดและคู่สื่อสารสามารถทำนายใจ การกระทำและการตอบกลับระหว่างกันได้

จากทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นเห็นถึงการให้ความสำคัญกับข้อมูล และการเปิดเผย โดยมีขั้นตอนของการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันของคู่สื่อสารมีการพัฒนาความสัมพันธ์ที่เริ่มต้นจากการสื่อสารในเรื่องทั่วไป ไม่เป็นส่วนตัว พัฒนามาจนมีความใกล้ชิดสนิทสนม มีความลึกซึ้งของเรื่องราวและข้อมูลที่สื่อสารกันพัฒนาจนถึงระดับความสัมพันธ์ที่มีความสนิทสนมมากที่สุด สามารถคุยกันได้ทุกเรื่อง ไม่มีการปิดบังข้อมูลระหว่าง

กัน ซึ่งมีงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้เกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ โดย ปาร์ค และฟรอยด์ (Park and Floyd, 1999, p. 87) ได้ศึกษาเรื่อง Making Friend in Cyberspace โดยเฉพาะการสื่อสารใน Newsgroup พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะเริ่มพัฒนาจากไม่เป็นส่วนตัว (Impersonal) จนมาเป็นส่วนตัว (Personal) กันมากขึ้น โดยมีทิศทางที่เริ่มต้นจากเพิ่มการพึ่งพากันมากขึ้น (increases in interdependence) มีความกว้างและความลึกซึ้งในปฏิสัมพันธ์ (in the breadth and depth of interaction) สามารถเดาใจและเข้าใจซึ่งกันและกัน (in interpersonal predictability and understanding) มีการเปลี่ยนไปสู่การสื่อสารที่มีวิธีเฉพาะหรือเป็นส่วนตัวและเข้าใจกันไ้ระหว่างคู่สื่อสารเท่านั้น (in the change toward more personalized way's of communication) มีการให้คำมั่นสัญญา และมีความเกี่ยวข้องกันของผู้ร่วมสื่อสารในเครือข่ายทางสังคม (in the convergence of the participants social network) ในที่สุด นอกจากนี่ยังพบอีกว่าผู้ที่มีความสัมพันธ์กับผู้สื่อสารคนอื่นๆ ใน CMC จะใช้ช่องทางการสื่อสารอื่นๆสนับสนุนด้วย เช่น จดหมาย โทรศัพท์ และการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน และพบว่าผู้เล่นบางคนได้บอกความรู้สึกว่า เพื่อนทางออนไลน์ของเขามีความสัมพันธ์กันลึกซึ้งและเป็นเพื่อนที่ดีมากกว่าเพื่อนในชีวิตจริง และในบางกรณีความสัมพันธ์ทางออนไลน์อาจพัฒนาไปสู่ความรักและแต่งงานกันได้

จากรูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ได้จากทฤษฎีและผลงานวิจัยที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปกรอบการศึกษาการพัฒนาหรือการสร้างความสัมพันธ์ (Relationship Development) ระหว่างกันของกลุ่มสื่อสารในการใช้เว็บ Blog และนอกจากการศึกษาการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนที่ใช้เว็บ Blog แล้ว ผู้วิจัยยังจะศึกษาถึงความคิดเห็นในด้านบวกและด้านลบของการใช้เว็บ Blog เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารอีกด้วย

2.5 ทฤษฎีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหา ตามความหมายของเบเรลสัน (Berelson) หมายถึงเทคนิคของการวิจัยแบบหนึ่งซึ่งมีความเป็นกลางหรือเป็นไปตามทฤษฎี (objective) เป็นระบบ เป็นการพรรณนาเชิงปริมาณของเนื้อหาการสื่อสารที่ปรากฏออกมาให้เห็นอย่างเด่นชัด ตามความนี้แดเนียลสัน (Danielson) ได้แยกแยะให้เห็นส่วนประกอบที่สำคัญของการวิจัยแบบนี้ คือ

1. มีความเป็นกลางหรือตรงไปตรงมา (objective) ไม่ว่าจะมีการวิจัยโดยวิธีการเดียวกันก็ครั้งก็ตาม การวิจัยจะให้ผลสรุปเหมือนกันทุกครั้ง
2. เป็นระบบ (systematic) ผู้วิจัยจะต้องมีวิธีการที่เป็นระบบ
3. สามารถอธิบายได้ในเชิงปริมาณ (quantitative) หมายถึง การแสดงผลได้ด้วยตัวเลขทางสถิติ เช่นการกระจายความถี่ ตารางความสัมพันธ์ สหสัมพันธ์ หรือ ค่าร้อยละ

4. ชัดเจน (manifest) เนื้อหาที่นำมาวิจัยจะต้องชัดเจน ทดสอบได้ ไม่เอนเอียง

หลังจากที่เบเรลสันได้เสนอวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแล้วนั้น การวิเคราะห์เนื้อหาได้รับความสนใจไปอีกหลายแนวทาง เช่น การวิเคราะห์เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร และผลการสื่อสารมากกว่าการวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวสารโดยตรง

การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถศึกษาได้หลายกรณี เช่น ศึกษาเนื้อหาของข่าวสาร เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับทัศนคติ ความคิด บุคลิกภาพ ความเชื่อ แรงจูงใจ เป้าหมายของผู้ส่งสาร หรือแม้แต่การศึกษาเนื้อหาของข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ในแง่ผลของการสื่อสารว่า เนื้อหาของข่าวสารนั้นมีผลอย่างไรต่อพฤติกรรมของผู้อ่าน สร้างความเข้าใจอะไรให้แก่ผู้รับสาร

ในปัจจุบันการวิเคราะห์เนื้อหาสามารถประมวลผลข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์และใช้วิธีการทดสอบสมมติฐานมากกว่าการวิจัยเชิงพรรณนาอย่างสมัยแรกๆ ยิ่งไปกว่านั้น วิธีการใหม่ของการวิเคราะห์เนื้อหาที่มีแนวโน้มจะใช้วิธีการทดลอง เช่น การวิเคราะห์เนื้อหาโฆษณา เพื่อศึกษาความคิดในการผลิตผลงานทางโฆษณา ฯลฯ

ตามหลักฐานที่แท้จริงแล้ว วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาได้มีการพัฒนามาตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 เริ่มด้วยนักศึกษาวิจัยทางด้านวารสารศาสตร์ใช้วิเคราะห์ความสำคัญของข่าวด้วยการนับบรรทัดของข่าวในหนังสือพิมพ์ เช่น ข่าวต่างประเทศหรือข่าวกีฬา แล้วนำมาเปรียบเทียบกับข่าวเรื่องเดียวกันในหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ หรือวัดขนาดของหัวข้อข่าวในหนังสือพิมพ์ต่างๆ เพื่อมาเปรียบเทียบกันว่า เรื่องเดียวกันนี้ ฉบับใดให้ความสำคัญมากน้อยเพียงใด

ต่อมาราวปี 1938 ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) ได้นำเอาวิธีวิเคราะห์เนื้อหา มาศึกษาเรื่องประชามติ การโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งสหรัฐอเมริกาให้ความสนใจมากในสงครามโลกครั้งที่ 2 การสื่อสารมวลชนสมัยนั้นได้รับการวิเคราะห์อย่างมีแบบแผนภายใต้หัวข้อว่า ใคร พูดอะไร กับใคร ว่าอย่างไร และได้ผลอย่างไร นับเป็นโครงการใหญ่โครงการหนึ่งในยุคนั้น

เบอร์นาร์ด เบเรลสัน ก็ได้ให้ความสนใจการศึกษาด้วยวิธีการนี้ โดยได้รวบรวมบทความต่างๆ เกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา และตีพิมพ์เป็นหนังสือเผยแพร่ ซึ่งมีส่วนทำให้การศึกษาวิธีการนี้แพร่หลายมาจนกระทั่งปัจจุบัน

จากแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการนำเสนอเนื้อหา และเรื่องราวต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเว็บ Blog เพื่อนำวิเคราะห์รูปแบบของเนื้อหาที่นำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารออนไลน์ในเว็บบล็อก

2.6 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยเรื่อง การอธิบายตัวตนในชุมชนเสมือนจริง

จิรัฐ ศุภการ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การอธิบายตัวตนในชุมชนเสมือนจริง” เป็นการศึกษาวิจัยชุมชนใหม่บนโซเชียลมีเดียที่มีชื่อว่า แลมป์ดามู พบว่าผู้คนในชุมชนเสมือนจริงแห่งนี้มีการสร้างตัวตนที่หลากหลายและมีรูปร่างหน้าตาเหมือนกับมนุษย์ในโลกแห่งความจริงและยังมีการแสดงการปกครองตนเองในแบบที่เรียกว่า เดโมแครติก เทคโนโลยีหรือประชาธิปไตยผ่านผู้แทนที่มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ขั้นสูง และยังสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของค่านิยมต่างๆ ในโลกแห่งความเป็นจริงผ่านตัวตนของประชากรด้วย

2.6.2 งานวิจัยเรื่อง การสร้างสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้การสนทนา (Chat)

อาทิตยา เมืองยม (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสร้างสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้การสนทนา (Chat)” เป็นการศึกษาลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตด้วยการสนทนา รูปแบบของการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้การสนทนา รวมถึงความคิดเห็นจากการใช้การสนทนา (Chat) ซึ่งพบว่า ในการสนทนานั้นผู้เล่นแต่ละคนจะมีนามแฝงที่ใช้ในการแสดงตัวตน และในการตัดสินใจเลือกผู้สนทนาด้วยกัน ผู้เล่นจะใช้เพียงความรู้สึกในการคุยกันถูกคอ มีความชอบเหมือนกัน ส่วนในรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน จะเป็นไปใน 3 ขั้นคือ ขั้นความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น ขั้นระดับความสัมพันธ์ที่เพิ่มความใกล้ชิด และขั้นระดับความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนม และในงานวิจัยยังพบอีกว่า กลุ่มผู้เล่นนั้นมีความคิดเห็นว่าการสนทนานั้นทำให้ได้เพื่อน มีความสนุกสนาน และเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ แต่ก็มีความเห็นในด้านลบคือ การสนทนานั้นไม่สามารถหาความจริงได้

2.6.3 งานวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบพฤติกรรมสื่อสารในห้องสนทนาภาษาไทยผ่านโปรแกรม PIRCH 98 บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

กุศลทิพย์ ไซสีวามงคล (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษารูปแบบพฤติกรรมสื่อสารในห้องสนทนาภาษาไทยผ่านโปรแกรม PIRCH 98 บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต” เป็นการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมสื่อสาร และปัจจัยที่นำมาสู่การแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่เป็นรูปแบบเฉพาะการสื่อสารของผู้สนทนาในห้องสนทนาภาษาไทยผ่านโปรแกรม PIRCH 98 บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยวัตถุประสงค์ในการเข้ามาใช้ห้องสนทนานั้น เพื่อการเข้ามาหาเพื่อนสนทนา การ

เข้ามานัดพบคู่สนทนา การเข้ามาโฆษณา การเข้ามาซื้อขายบริการทางเพศ ซึ่งยังพบอีกว่ามีการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสมือนจริงไปสู่ชุมชนจริง

2.6.4 งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารผ่านเว็บไซต์กับการสร้างอัตลักษณ์สัญลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ กรณีศึกษา: เรดอาร์มีแฟนคลับ

โอห์ม สุขศรี (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์สัญลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ กรณีศึกษา: เรดอาร์มีแฟนคลับ” เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลซึ่งสนใจในเรื่องของฟุตบอลที่เกี่ยวข้องกับสโมสรแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด โดยมีการจัดตั้งเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทรรศนะต่างๆ ตลอดจนการทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งสมาชิกบางคนสื่อสารในเว็บบอร์ดเป็นเวลานานจนมีความสนิทสนมกับสมาชิกคนอื่นๆ สามารถพัฒนาความสัมพันธ์จนสามารถติดต่อสื่อสารในชุมชนจริงด้วย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog (กรณีศึกษา: Bloggang และ OK Nation Blog)” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งที่จะศึกษารูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog, รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog และ รูปแบบภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog โดยผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษา 3 วิธี ได้แก่

1. การสังเกตการณ์ (Observation)
2. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยจะใช้วิธีการนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยมีการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ตามตารางที่ 3.1 แสดงกรอบระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตารางที่ 3.1 แสดงกรอบระเบียบวิธีวิจัย

ปัญหาคำถามวิจัย	แนวคิดทฤษฎี	ระเบียบวิธีวิจัย	
		กลุ่มเป้าหมาย	วิธีการวิจัย
1. รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog เป็นอย่างไร	- แนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ - แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม การสื่อสารของมนุษย์ - แนวคิดเกี่ยวกับ web 2.0	- Bloggang 4 กลุ่มย่อยคือ กลุ่มไคอารี่-ประสบการณ์ชีวิต กลุ่มความงาม กลุ่มครอบครัว กลุ่มแกลเลอรีภาพถ่าย - OKNation 3 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มการเมือง กลุ่มไคอารี่ กลุ่มนักข่าวอาสา - สัมภาษณ์ผู้ใช้บล็อกจำนวน 12 คน	- การสังเกตการณ์ - การวิเคราะห์เนื้อหา - การสัมภาษณ์เชิงลึก
2. รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog เป็นอย่างไร	- ทฤษฎี Social Penetration - แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม การสื่อสารของมนุษย์	- Bloggang 4 กลุ่มย่อยคือ กลุ่มไคอารี่-ประสบการณ์ชีวิต กลุ่มความงาม กลุ่มครอบครัว กลุ่มแกลเลอรีภาพถ่าย - OKNation 3 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มการเมือง กลุ่มไคอารี่ กลุ่มนักข่าวอาสา - สัมภาษณ์ผู้ใช้บล็อกจำนวน 12 คน	- การสังเกตการณ์ - การวิเคราะห์เนื้อหา - การสัมภาษณ์เชิงลึก
3. รูปแบบของภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog เป็นอย่างไร	- แนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ - ทฤษฎีการวิเคราะห์เนื้อหา	- Bloggang 4 กลุ่มย่อยคือ กลุ่มไคอารี่-ประสบการณ์ชีวิต กลุ่มความงาม กลุ่มครอบครัว กลุ่มแกลเลอรีภาพถ่าย - OKNation 3 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มการเมือง กลุ่มไคอารี่ กลุ่มนักข่าวอาสา	- การสังเกตการณ์ - การวิเคราะห์เนื้อหา

โดยงานวิจัยครั้งนี้ จะประกอบไปด้วย 3 ประเด็นที่จะทำการศึกษาคือ

ประเด็นที่หนึ่ง คือ รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog

ระเบียบวิธีวิจัย คือ วิธีการสังเกตการณ์ (Observation) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

ประเด็นที่สอง คือ รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog

ระเบียบวิธีวิจัย คือ วิธีการสังเกตการณ์ (Observation) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

ประเด็นที่สาม คือ รูปแบบของภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog

ระเบียบวิธีวิจัย คือ วิธีการสังเกตการณ์ (Observation) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.2 วิธีการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อหาคำตอบในปัญหาคำวิจัยในหัวข้อ รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog เป็นอย่างไร รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog เป็นอย่างไร และรูปแบบของภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog เป็นอย่างไร โดย Blog ที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกรณีศึกษา ได้แก่ bloggang และ oknation ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มย่อยบล็อกที่ได้รับความนิยมมาทำการศึกษาค้นคว้าได้แก่

www.bloggang.com

กลุ่มที่ 1 กลุ่มไคอารี-ประสบการณ์ชีวิต เป็นกลุ่มย่อย Blog ที่ได้รับความนิยมสูงสุดใน www.bloggang.com โดยมีผู้ที่เขียน Blog ในกลุ่มย่อยนี้มากกว่า 65,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ. 2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเขียน Blog ในเรื่องทั่วไปเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน สิ่งที่ไปพบไปเจอมา การแนะนำการใช้ชีวิต ใ้ถามปัญหาหรือบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ที่ Blogger ท่านนั้นๆ ได้ไปประสบพบเจอมา

กลุ่มที่ 2 กลุ่มความงาม เป็นกลุ่มย่อย Blog ที่ได้รับความนิยมมากในอันดับต้นๆของ www.bloggang.com โดยมีผู้ที่เขียน Blog ในกลุ่มย่อยนี้มากกว่า 11,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ. 2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเขียน Blog ในเรื่องเกี่ยวกับความสวยความงาม วิธีการแต่งหน้า การเลือกซื้อเลือกใช้เครื่องสำอาง Review ผลิตภัณฑ์ เคล็ดลับการดูแลผิวพรรณ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มครอบครัว เป็นกลุ่มย่อย Blog ที่ได้รับความนิยมมากสำหรับกลุ่มผู้หญิงที่มีครอบครัวแล้ว โดยมีผู้ที่เขียน Blog ในกลุ่มย่อยนี้มากกว่า 13,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ.2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเขียน Blog ในเรื่องเกี่ยวกับชีวิตครอบครัวหลังแต่งงาน การดูแลสุขภาพ การเลี้ยงดูลูก

กลุ่มที่ 4 กลุ่มแกลเลอรีภาพถ่าย เป็นกลุ่มย่อย Blog ที่ได้รับความนิยมมากในอันดับต้นๆของ www.bloggang.com โดยมีผู้ที่เขียน Blog ในกลุ่มย่อยนี้มากกว่า 11,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ.2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการโพสต์ภาพถ่าย ไม่ว่าจะเป็นภาพสัตว์ ภาพบุคคล ภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆที่ Blogger ท่านนั้นได้ไปถ่ายมา รวมถึงการแนะนำอุปกรณ์ถ่ายภาพ วิธีการใช้งาน วิธีการตกแต่งภาพถ่าย

www.oknation.net

กลุ่มที่ 1 กลุ่มบล็อกการเมือง เป็นกลุ่มบล็อก ที่ได้รับความนิยมสูงสุดใน www.oknation.net โดยมีผู้ที่เขียน Blog ในกลุ่มนี้มากกว่า 15,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ.2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเขียน Blog ในประเด็นร้อนๆเรื่องของการเมืองที่เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน การวิเคราะห์การบริหารงานของรัฐบาลและคณะรัฐมนตรี รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องราวของการเมืองทั้งหมด ที่สื่อกระแสหลักอาจให้ข้อมูลได้ไม่ครบถ้วน หรือไม่กล้าเอามานำเสนอ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มบล็อกไดอารี่ เป็นกลุ่มบล็อก ที่ได้รับความนิยมในอันดับต้นๆของ www.oknation.net โดยมีผู้ที่เขียน Blog ในกลุ่มนี้มากกว่า 14,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ.2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเขียน Blog ในเรื่องราวทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวในชีวิตจริงของ Blogger ท่านนั้นๆ หรืออาจจะเป็นการเขียนกลอน เขียนเรื่องสั้นที่แต่งขึ้นมาเอง

กลุ่มที่ 3 กลุ่มบล็อกนักข่าวอาสา เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญของเว็บ OK Nation เนื่องจากเป็นกลุ่มบล็อกที่ถูกจัดตั้งขึ้นจากแนวคิดที่ว่า เมื่อ Blogger ได้สวมบทบาทเป็น นักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) ซึ่งสามารถเป็นได้มากกว่าการที่มาเขียนบอกเล่าเรื่องราวโดยทั่วไป หรือเรื่องราวเฉพาะกลุ่ม หากแต่ Blogger เหล่านี้ จะทำหน้าที่เป็นนักข่าวระดับท้องถิ่นที่ใช้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ให้ข้อมูล ข่าวสาร ที่ตนเองได้ไปพบมา เปรียบเสมือนเป็นสื่อมวลชนคนหนึ่ง

มีขั้นตอนดังนี้

(1.1) ผู้วิจัยทำการศึกษารูปแบบการสื่อสารออนไลน์ของ bloggng และ oknation โดยนำแนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ มาเป็นแนวทางในการศึกษาโดยสร้างเครื่องมือในการบันทึกข้อมูล ตามตารางที่ 3.2 ซึ่งในส่วนของการวิเคราะห์การสื่อสารออนไลน์ ประกอบด้วย

1. การนำเสนอเนื้อหาในเว็บบล็อก ได้แก่ การจัดวางรูปแบบ (layout) ของหน้าบล็อก และเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บบล็อก
2. ประเด็นหัวข้อที่นำเสนอในเว็บบล็อก ได้แก่ หัวข้อหลักที่ blogger ท่านนั้นๆได้ตั้งขึ้น เพื่อดึงดูดจุดสนใจจาก blogger รายอื่น ในการเข้าร่วมปฏิสัมพันธ์ในบล็อกนั้นๆ

(1.2) ผู้วิจัยทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog โดยนำทฤษฎี Social Penetration มาเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งวิเคราะห์จากการเข้ามามีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในเว็บบล็อก เริ่มจากความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น โดยดูจากการที่ผู้สื่อสารมีการแสดงความคิดเห็นในเรื่องราวต่างๆไป เกี่ยวกับข้อมูลและเนื้อหาใน Blog นั้นๆ ไปสู่ความสัมพันธ์ที่ผู้สื่อสารภายในเว็บบล็อก มีความสนิทสนมกันมากที่สุด ซึ่งวิเคราะห์จากการที่ผู้สื่อสารมีการเปิดเผยตนเองระหว่างกัน รวมถึงมีการติดต่อสื่อสารด้วยช่องทางอื่นๆ จนกระทั่งสามารถทำการนัดหมายเพื่อมาพบเจอกันในโลกของความจริง

(1.3) ผู้วิจัยทำการศึกษารูปแบบภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ มาเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งในส่วนของการวิเคราะห์รูปแบบภาษา ประกอบด้วย

1. ข้อความ หมายถึง ภาษาและข้อความที่ถูกใช้เพื่อนำเสนอเนื้อหาบนเว็บบล็อก ได้แก่ ข้อความในลักษณะภาษาพูดทั่วไป, ข้อความในลักษณะภาษาแชต, การใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่ม และการใช้ตัวอักษรต่างๆบนแป้นพิมพ์ (Keyboard) เข้ามาผสมกันเป็นคำพูด เช่น เช่น Inw = เทพ, uou = นอน

2. สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon) หมายถึง การใช้สัญลักษณ์ต่างๆบนแป้นพิมพ์ (Keyboard) มาผสมกันเพื่อเป็นการแสดงถึงอารมณ์ หรือสีหน้า ท่าทางของผู้เขียนให้อีกฝ่ายได้รับรู้ เช่น :) แสดงอารมณ์ดีหรือยิ้ม, :(แสดงอารมณ์เศร้า หรือโกรธ เป็นต้น

3. รูปภาพไอคอน(icon) หมายถึง รูปภาพการ์ตูน หรือภาพกราฟิค แสดงสีหน้า ท่าทางต่างๆ ที่ผู้ให้บริการเว็บบล็อกได้จัดเตรียมไว้ให้ เช่น  หมายถึง ยิ้ม,  หมายถึง โกรธ

จากขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหาตั้งแต่ขั้นตอนที่ (1.1), (1.2) และ (1.3) นี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ด้วยการลงบันทึกข้อมูลในตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) โดยมีรายละเอียดดังรูปตารางที่ 3.2 ตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)



ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)

บล็อกที่	ชื่อบล็อก	รูปแบบการสื่อสารออนไลน์		รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์		รูปแบบภาษา		
		การนำเสนอ	ประเด็นหัวข้อ	ขั้นเริ่มต้น	ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม	ข้อความ	สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon)	รูปภาพไอคอน(icon)

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ขั้นตอนการเลือกสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตการณ์ในเว็บ Blog ของ bloggag และ oknation และทำการเข้าไปสนทนากับกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการนัดออกมาทำการสัมภาษณ์ข้างนอก โดยสังเกตจาก Blog ที่มีการเปลี่ยนแปลง (update) อย่างสม่ำเสมอ และ สังเกตจาก Blog ที่มีการเข้าไปมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมาก
2. การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างซึ่งดูจากกลุ่มตัวอย่างที่น่าสนใจ โดยวิเคราะห์ในส่วนของคุณภาพการใช้งาน การเปลี่ยนแปลงข้อมูล (update blog) การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และการมีความสัมพันธ์ขั้นสนทนสนมจนถึงขั้นมีการนัดหมายกันออกมาพบเจอกัน หรือไปทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน
3. ทำการสัมภาษณ์ Blogger ของ bloggag และ oknation จากกลุ่มตัวอย่างที่น่าสนใจที่ถูกคัดเลือกมา

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่น่าสนใจ จากการเข้าไปสังเกตการณ์เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในประเด็นเรื่อง รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog จำนวน 12 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

- | | |
|--|------------|
| กลุ่มที่ 1 ระดับความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น
(จาก bloggag 3 คน และ oknation 3 คน) | จำนวน 6 คน |
| กลุ่มที่ 2 ระดับความสัมพันธ์ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม
(จาก bloggag 3 คน และ oknation 3 คน) | จำนวน 6 คน |

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยจัดทำแบบช่วยสัมภาษณ์ (Interview Guide) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีแนวทางสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

1. คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog
 - เหตุจูงใจในการใช้เว็บ Blog ของท่านคืออะไร
 - Blog ที่ท่านสร้างมีเป้าหมายอย่างไร

- ความถี่ในการเข้าไปใช้ Blog ของท่าน
- ท่านใช้บริการจากผู้ให้บริการเว็บ Blog รายใดบ้าง
- Blog ของท่านมีการแสดงความเป็นตัวตน (identity) อย่างไร
- กลยุทธ์ในการนำเสนอ Blog ของท่าน เป็นอย่างไร
- วัตถุประสงค์ในการมีเพื่อนทางเว็บ Blog เพื่ออะไร
- ลักษณะของเพื่อนในเว็บ Blog ที่ร่วมสนทนา เป็นอย่างไร
- ความเชื่อถือต่อเพื่อนทางเว็บ Blog และการเปิดเผยระหว่างกัน มีมากน้อยเพียงใด

2. คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog

- ขั้นตอนเริ่มต้นที่จะเข้าไปทำความรู้จักกับเพื่อนในเว็บ Blog มีการคุยกันอย่างไร
- การเริ่มต้นความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ใช้เว็บ Blog ทางอินเทอร์เน็ต มีความเป็นมาหรือมีเรื่องราวอย่างไร
 - เรื่องราวที่สนทนาระหว่างกันกับเพื่อนในเว็บ Blog ส่วนใหญ่เกี่ยวกับอะไร
 - รูปแบบการสนทนาระหว่างกันกับเพื่อนในเว็บ Blog เป็นอย่างไร (ข้อความ, โพสต์รูปภาพ, icon, คลิปวิดีโอ เป็นต้น)
 - ท่านมีความเป็นตัวของตัวเองในการสนทนากับเพื่อนในเว็บ Blog มากน้อยเพียงใด เพราะอะไร
 - จุดที่ทำให้คิดว่าต้องเริ่มสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนทางเว็บ Blog เริ่มจากจุดใด (ความประทับใจ, มีความชอบในเรื่องเดียวกัน, ต้องการสร้างเรตติ้ง เป็นต้น)
 - ระยะเวลาของการคบกันหรือระยะเวลาที่ติดต่อกับเพื่อนผ่านทางเว็บ Blog กว่าจะมาสนิทกัน หรือเข้าใจกัน ใช้เวลามากน้อยเพียงใด
 - การขยายขอบเขตความสัมพันธ์จากการคุยกันในเว็บ Blog ที่นำไปสู่รูปแบบการติดต่อกันในรูปแบบอื่นๆ (แลกเปลี่ยนโทร, นัดออกมาเจอกัน) มีหรือไม่ อย่างไร
 - ในมุมมองของท่าน ให้เปรียบเทียบระหว่างเพื่อนทางเว็บ Blog กับเพื่อนในชีวิตจริง ท่านคิดว่า เหมือนหรือแตกต่างกัน หรือไม่ อย่างไร
 - ความประทับใจต่อเพื่อนทางเว็บ Blog ของท่าน เป็นเช่นไร
 - อุปสรรคที่พบในการติดต่อกับเพื่อนทางเว็บ Blog ของท่าน เป็นเช่นไร

3. คำถามเกี่ยวกับรูปแบบของภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog

- สัญลักษณ์ และรูปแบบภาษาที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างเพื่อนในเว็บ Blog เป็นอย่างไร

- ท่านมีการใช้รูปภาพประกอบในการเขียนเว็บ Blog หรือไม่ เพื่ออะไร มากน้อยเพียงใด

- ท่านมีการใช้สื่อในรูปแบบอื่น (คลิปวิดีโอ, คลิปเสียง, สไลด์ ฯลฯ) ในการเขียนเว็บ Blog หรือไม่ เพื่ออะไร มากน้อยเพียงใด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. จากการเข้าไปสังเกตการณ์ การวิเคราะห์เนื้อหา และการเก็บรวบรวมข้อมูล ของผู้ใช้เว็บ Blog ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ในด้านของรูปแบบของภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog รวมถึงรูปแบบของการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog

2. จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ในเรื่องของรูปแบบการพัฒนความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog จากความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น ไปสู่ความสัมพันธ์ขั้นใกล้ชิดสนิทสนมกัน

การนำเสนอผลงานวิจัย

การนำเสนอข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ประกอบกับแนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้เพื่อชี้แจงให้เห็นตามประเด็น โดยผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 บท ได้ดังนี้

บทที่ 4 ผลการวิจัย ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog

ส่วนที่ 2 เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog

ส่วนที่ 3 เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog (กรณีศึกษา: Bloggang และ OK Nation Blog)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog, รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog และ รูปแบบภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog โดยในบทนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอผลวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

- 4.1 รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog
- 4.2 รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog
- 4.3 รูปแบบของภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog

4.1 รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog

เมื่อวิเคราะห์จากข้อมูลที่เก็บมาได้ พบว่ารูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog นั้นเกิดมาจากกระแสของความตื่นตัวในการนำพื้นที่สาธารณะบน “โลกเสมือนจริง” ที่ถูกใช้เป็นที่ถกเถียงในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ความคิด ความเห็น ความรู้สึก เรื่องเล่า เรื่องราว ชื่นงานต่างๆ ไปแลกเปลี่ยนทัศนคติและมุมมองของบุคคลอื่นที่แตกต่าง และสร้างสรรค์ผ่านทางเว็บบล็อก ซึ่งได้เปิดพื้นที่ไว้ให้ในส่วนของการแสดงความคิดเห็น “comment”

เว็บบล็อกในความเข้าใจของคนในสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ มักจะนึกถึงการเขียนเล่าเรื่องราวต่างๆในชีวิตประจำวัน หรือการเขียนไดอารี่ออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่น แต่ในความเป็นจริงเว็บบล็อกนั้นสามารถเป็นได้มากกว่าไดอารี่ออนไลน์ ทุกวันนี้เว็บบล็อกถูกนำมาใช้เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการนำเสนอข่าวสาร ที่สื่อมวลชนกระแสหลักได้เปิดพื้นที่ส่วนนี้ขึ้นมา ในการให้ผู้ที่นิยมเขียนบล็อกสามารถทำหน้าที่เป็นนักข่าว รายงานข่าวหรือเหตุการณ์ต่างๆที่ได้ไปประสบพบเจอมา หรือเป็นกระบอกเสียงในการแจ้งเหตุ เรื่องราวร้องทุกข์ของประชาชนในชุมชนที่ตัวเองอาศัย ให้สังคมได้รับรู้ข้อมูลเหล่านั้น หากสื่อกระแสหลักไม่สามารถเข้าถึงได้

ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจึงได้หยิบยกเว็บบล็อกของ www.bloggang.com และ www.oknation.net มาใช้เป็นกรณีศึกษาในรูปแบบการสื่อสารออนไลน์ของทั้ง 2 ชุมชนนี้ เพราะจะ

เป็นการแสดงให้เห็นถึงจุดยืนและเป้าหมายหลักของเว็บบล็อกทั้งสอง ซึ่งทาง www.bloggang.com จะมีสัดส่วนของวัยรุ่นที่นิยมเขียนไดอารีเป็นส่วนใหญ่ แต่ทาง www.oknation.net จะเป็นกลุ่มของบุคคลที่หลากหลาย แต่จะพบว่าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านนั้นๆ เนื้อหาในการนำเสนอส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับข่าวสาร และการเมือง ซึ่งในความแตกต่างทางรูปแบบของชุมชนทั้ง 2 นั้น สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1.1 รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาในเว็บบล็อก

การจัดวางรูปแบบ (Layout) ในหน้าใช้งานเว็บบล็อกของสมาชิก www.bloggang.com นั้น จะมีรูปแบบของ Theme สำเร็จรูปที่ทางผู้ให้บริการได้จัดทำเพื่อให้สมาชิกสามารถเลือกใช้ได้อย่างสะดวกสบาย แต่หากสมาชิกท่านใดที่มีความประสงค์ที่จะตกแต่งบล็อกของตัวเองให้แปลกตาและดูสวยงามมากยิ่งขึ้น ก็สามารถทำได้ โดยจะมีวิธีการบอกอยู่ในหน้าที่ใช้สำหรับจัดการ-แก้ไขเว็บบล็อก ซึ่งสมาชิกสามารถเปลี่ยนรูปพื้นหลัง (Background) ให้เป็นไปอย่างที่ต้องการ รวมถึงสามารถใส่ script และ StyleSheet ในเว็บบล็อก เพื่อเพิ่มลูกเล่นให้กับเว็บบล็อกดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ส่วนในการจัดวางรูปแบบ (Layout) ของ www.oknation.net นั้น จะมี Template สำเร็จรูปทั้งหมด 9 แบบ ให้สมาชิกเลือกใช้ได้ตามต้องการ ซึ่งสมาชิกจะต้องเลือกรูปแบบของหน้า Blog ตามที่ถูกกำหนดไว้เท่านั้น และไม่สามารถตกแต่งเพิ่มเติมภาพพื้นหลัง (Background) ได้

จากการสำรวจของผู้วิจัยพบว่า เหตุผลส่วนใหญ่ของผู้ใช้งานเว็บบล็อกคือ การเข้าไปหาข้อมูลความรู้ในเรื่องที่ตัวเองสนใจ โดยจะเป็นผู้อ่านมากกว่าผู้ที่แสดงความคิดเห็น สังเกตได้จากจำนวนของ “Pageviews” ในเว็บบล็อกของ www.bloggang.com และ จำนวนของ “ผู้อ่าน” ในเว็บบล็อกของ www.oknation.net ซึ่งจะมีสัดส่วนของผู้อ่านกับสัดส่วนของผู้แสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันเยอะมาก ในการสำรวจผู้วิจัยยังพบอีกว่า พฤติกรรมของผู้ใช้งานบล็อกจะนิยมเขียนบล็อกในช่วงเวลาหลังเลิกงานหรือช่วงเวลาหลัง 17.00 น. เป็นต้นไป จากสถิติที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในช่วงเวลาดังกล่าว คือตั้งแต่เวลา 17.00 น. ถึง 23.00 น. ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์เป็นระยะเวลา 1 เดือนพบว่า ทุกๆ 1 ชั่วโมงจะมีบล็อกที่ถูกสร้างขึ้นมาใหม่โดยเฉลี่ยจำนวน 37 บล็อก ของ www.bloggang.com และ จำนวน 32 บล็อก ของ www.oknation.net หรือสรุปง่าย ๆ ก็คือในทุกๆ 2 นาที จะมีบล็อกถูกสร้างขึ้น 1 บล็อก

ผู้วิจัยยังพบอีกว่า การใช้ชื่อในการสมัครสมาชิกและใช้ในการแทนตัวตนของแต่ละคน เพื่อเขียนบล็อกนั้น เกือบทั้งหมดของผู้ใช้งานเว็บบล็อกนิยมใช้นามแฝงหรือชื่อเล่นในการแสดง

ตัวตนในเว็บบล็อก และจะพบเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่จะใช้ชื่อจริงในการแสดงตัวตนในเว็บบล็อก สำหรับบุคลิกของผู้ใช้งานเว็บบล็อกนั้นพบว่าโดยส่วนใหญ่มีความเป็นกันเอง ร่าเริง สนุกสนาน แต่จะแสดงความเป็นตัวตน (identity) ค่อนข้างสูง ซึ่งสามารถสังเกตได้จากการเข้าไปแสดงความ คิดเห็น ได้ตอบซึ่งกันและกันในบล็อกนั้นๆ และหากว่าเรื่องราวในบล็อกนั้นเป็นเรื่องที่น่าสนใจ หรือผู้ที่เขียนบล็อกนั้นเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง มีความรู้ และเขียนบล็อกได้น่าสนใจ ก็จะทำให้จำนวนของ ผู้ที่เข้าไปแสดงความความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ หรือเข้าไปทักทายชื่นชมในผลงานมีเป็นจำนวน มาก และผู้ที่แสดงความความคิดเห็นบางคนก็อาจมีการติดตามผลงานอย่างต่อเนื่อง มีการแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกันบ่อยขึ้น บางส่วนพบว่ามีการพัฒนาความสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆตามลำดับ จะ สังเกตได้จากการแลกเปลี่ยนที่อยู่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Address) เพื่อใช้ในการติดต่อกัน ในรูปแบบของการสนทนา (Chat) หรือมีการขอเบอร์โทรศัพท์เพื่อทำการพูดคุย จนถึงขั้นมีการนัด หมายกันออกมาพบกันเพื่อไปทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน

4.1.2 ประเด็นหัวข้อที่เขียนในเว็บบล็อก

ประเด็นหรือหัวข้อที่ถูกเขียนขึ้นในเว็บบล็อกนั้นมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้วิจัย พบว่าในเว็บบล็อกของ www.bloggang.com จะเป็นการเขียนเล่าเรื่องราวส่วนตัวและเรื่องทั่วไป เป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตประจำวันของ Blogger ท่านนั้นๆ เรื่องความสวย ความงาม เรื่องเกี่ยวกับคารานักร่อนนักแสดง เรื่องท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเรื่องราวเหล่านี้เป็นเหมือน เรื่องที่ใช้พูดคุยทั่วไปในชีวิตความเป็นจริง เพียงแต่ถูกนำมาถ่ายทอดลงบนพื้นที่สาธารณะในชุมชน ออนไลน์ (Virtual Community) เพื่อให้บุคคลท่านอื่นๆได้รับรู้เรื่องราวเหล่านั้น ซึ่งเรื่องราวใน www.bloggang.com จะแตกต่างจากของ www.oknation.net เป็นอย่างมาก เนื่องจากเรื่องราวหรือ หัวข้อที่ถูกเขียนขึ้นในเว็บบล็อกของ www.oknation.net นั้นจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับข่าวสาร และการเมืองเป็นส่วนใหญ่ และเนื้อหาด้านข่าวสารและการเมืองที่ถูกนำมาเผยแพร่ นั้น มีความน่าเชื่อถือ ค่อนข้างสูง เพราะจะสังเกตเห็นได้จาก Blogger โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักข่าว อาจารย์ และ นักวิชาการ ซึ่งมีความรู้และเชี่ยวชาญในเรื่องราวนั้นๆเป็นอย่างดี และก่อนที่จะนำเนื้อหานั้นจะถูกนำมา เผยแพร่ จะต้องถูกตรวจสอบและกลั่นกรองจาก Blogger ท่านนั้นๆอย่างละเอียด เพราะถือได้ว่าเป็น หน้าเป็นตาของ Blogger ท่านนั้นด้วย และเนื้อหาในนั้น ยังจะต้องถูกตรวจสอบจาก Blogger รายอื่นๆที่เข้าไปอ่าน และทำการวิเคราะห์ วิจัยกัน ซึ่งหากข้อมูลที่ถูกนำเสนอออกมา เกิดการ ผิดเพี้ยนไป ก็จะทำให้ความน่าเชื่อถือของ Blogger ท่านนั้นถูกลดทอนลงไปด้วย

ผลจากการสังเกตการณ์ใน www.bloggang.com

การเข้าไปสังเกตการณ์ใน www.bloggang.com ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มย่อย Blog 4 กลุ่มคือ กลุ่มไดอารี่-ประสบการณ์ชีวิต, กลุ่มความงาม, กลุ่มครอบครัว และกลุ่มแกลเลอรีภาพถ่าย ซึ่งได้เริ่มทำการสังเกตการณ์ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2550 ถึง มีนาคม 2551 สาเหตุที่ได้เลือกทั้ง 4 กลุ่มในการพิจารณา เนื่องจากเป็นกลุ่มย่อย Blog ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก และมีจำนวนผู้เขียน Blog สูงที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ได้ดังนี้

ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ในกลุ่มไดอารี่-ประสบการณ์ชีวิต

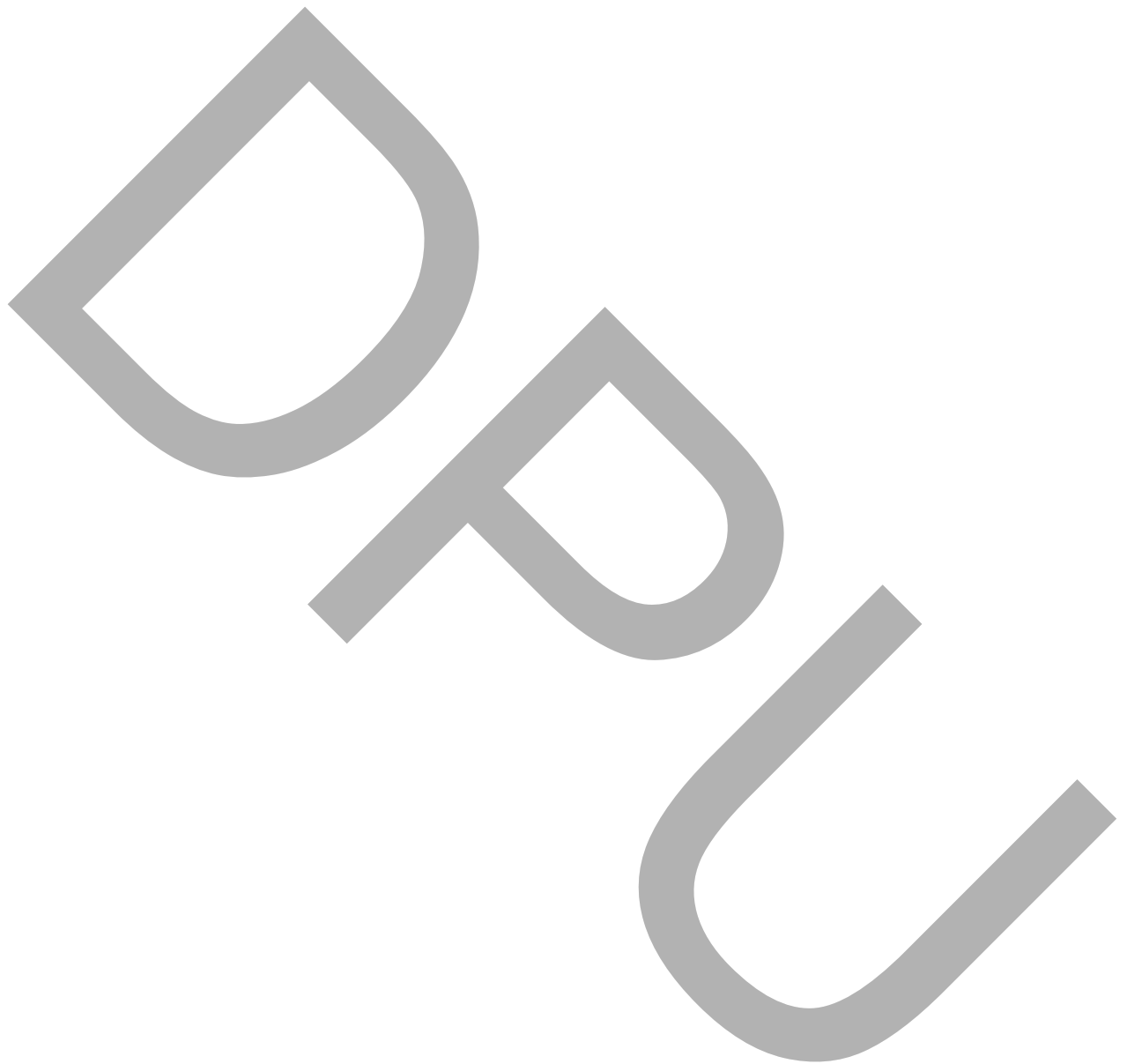
กลุ่มไดอารี่-ประสบการณ์ชีวิต เป็นกลุ่มย่อย Blog ที่ได้รับความนิยมสูงสุดใน www.bloggang.com โดยมีผู้ที่เขียน Blog ในกลุ่มย่อยนี้มากกว่า 65,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ. 2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเขียน Blog ในเรื่องทั่วไปเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน สิ่งที่ได้พบเจอมาถามตอบปัญหาหรือบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ในการสังเกตการณ์พบว่า Blogger โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน มีภูมิลำเนาอยู่ทุกภาคทั่วประเทศ แต่ส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

หัวข้อที่ Blogger นิยมตั้งขึ้น ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปของ Blogger ท่านนั้น เช่น เรื่องการเรียน อาชีพการทำงาน เหตุการณ์ที่ได้พบเจอมาในแต่ละวัน เป็นต้น เพื่อนำเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ เหล่านั้น มาบอกเล่าให้กับ Blogger รายอื่นที่สนใจ สามารถเข้าไปอ่านและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเว็บบล็อก ข้อความที่ใช้ในการตั้งหัวข้อ จะเป็นประโยคที่สั้น กระชับ และได้ใจความหลักในการที่จะสื่อถึงรายละเอียดและเนื้อหาภายใน Blog รูปแบบภาษาที่ใช้ ส่วนใหญ่จะเป็นภาษาพูดทั่วไป ที่เน้นเข้าใจง่าย ไม่ค่อยมีคำศัพท์เฉพาะกลุ่มมากเท่าที่ควร สัญลักษณ์ หรือ icon ต่างๆ ก็ไม่นิยมนำมาใช้ในการตั้งหัวข้อ แต่จะเน้นไปในถ้อยคำหรือวลีที่สะดุดตา เพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านท่านอื่นๆ ได้เข้าไปเยี่ยมชมและอ่านเนื้อหาภายใน Blog นั้น

เนื้อหาที่ถูกเขียนขึ้นภายใน Blog ส่วนใหญ่จะเป็นการบรรยายและพรรณนาถึงความรู้สึกของผู้เขียน Blog โดยจะใช้ภาษาที่เรียบง่าย มีการใช้รูปภาพประกอบ หรือใส่คลิปเพลง คลิปวิดีโอประกอบการเขียน Blog เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาภายใน Blog ที่เขียนขึ้น

บรรยากาศในการแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่จะเป็นการเข้ามาทักทาย และเข้ามาให้กำลังใจ หากผู้ที่เขียน Blog ได้สื่อออกมาให้เห็นว่า ช่วงนี้กำลังอยู่ในอารมณ์ เหงา เศร้า ท้อแท้ หรือต้องการกำลังใจ โดยคนที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นนั้น จะมีทั้งผู้ที่เข้ามาอ่านใน Blog เป็นประจำ หรือผู้ที่ผ่านมามาอ่านบ้างเป็นครั้งคราว ข้อความและรูปแบบภาษาในการแสดงความคิดเห็น เป็น

ภาษาที่อ่านง่าย ใช้ศัพท์เฉพาะกลุ่มและภาษาแชตบ้าง และมีการใช้สัญลักษณ์ และ icon แสดง
อารมณ์ค่อนข้างมากเช่นกัน



ตารางที่ 4.1 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.bloggang.com กลุ่มย่อยบล็อก ไดอารี่-ประสบการณ์ชีวิต

บล็อกที่	ชื่อบล็อก	รูปแบบการสื่อสารออนไลน์		รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์		รูปแบบภาษา		
		การนำเสนอ	ประเด็นหัวข้อ	ขั้นเริ่มต้น	ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม	ข้อความ	สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon)	รูปภาพไอคอน (icon)
1	http://bigroundeyes.bloggang.com	เนื้อหาแนวนิยาย มีรูปภาพประกอบ	แมว และดวงดาว	✓	-	ภาษาพูด ภาษาแชต	-	
2	http://mithuna.bloggang.com	นิยายที่ถูกตีพิมพ์ของผู้เขียน	Love Trap...ติดกับ (ดัก) รัก [นิยายตีพิมพ์]	✓	-	ภาษาเขียนเชิงนิยาย ภาษาแชต ข้อความเน้นจินตนาการของผู้เขียน	:~)) ^^	
3	http://aitai.bloggang.com	นิยายที่ผู้เขียนแต่งขึ้น เรื่องเล่าในชีวิต และบทกลอน	เลิกเศร้าแล้ว ให้กำลังใจเพื่อนๆ และตัวเองดีกว่า	✓	-	ภาษาเขียนเชิงนิยาย ภาษาแชต ข้อความให้กำลังใจ	-	
4	http://aob-ab.bloggang.com	งานเขียนเรื่องราวหลากหลาย	วันเกิด (อยากจะทำต้ม & ทำสี (สัปดาห์ตามเคย)	-	✓	ภาษาพูดทั่วไป ภาษาแชต	(-_-")	

ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ในกลุ่มความงาม

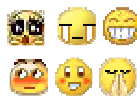
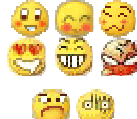
กลุ่มความงาม เป็นกลุ่มย่อย Blog ที่ได้รับความนิยมมากจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบน www.bloggang.com โดยมีผู้ที่เขียน Blog ในกลุ่มย่อยนี้มากกว่า 11,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ. 2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเขียน Blog ในเนื้อหาเกี่ยวกับความสวยความงาม เช่น วิธีการแต่งหน้า การเลือกซื้อ-เลือกใช้เครื่องสำอาง, Review ผลิตภัณฑ์, เคล็ดลับการดูแลผิวพรรณ เป็นต้น ในการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยพบว่า Blogger ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนเพศหญิง วัยรุ่นและวัยทำงาน และ Blogger หลายรายที่ผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตการณ์ก็ได้ทำธุรกิจส่วนตัวเกี่ยวกับความงามด้วย เช่น รับจ้างและสอนแต่งหน้า เป็นต้น โดยอาศัยการเขียน Blog เพื่อเป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลและแลกเปลี่ยนความรู้

หัวข้อที่ Blogger นิยมตั้งขึ้น ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับเรื่องความสวยความงามทั้งหมด เพื่อบอกเล่าให้กับผู้ที่สนใจ หรือ Blogger รายอื่นๆที่ผ่านมาได้เข้าไปอ่านและแสดงความคิดเห็น รวมถึงการให้ข้อมูลความรู้ในผลิตภัณฑ์เสริมความงามต่างๆ ข้อความที่ใช้ในการตั้งหัวข้อจะเป็นประโยคที่ชัดเจน เข้าใจง่ายและตรงประเด็น เพื่อเป็นการเชื่อมโยงไปสู่รายละเอียดที่จะกล่าวถึงต่อไปใน Blog นั้น

เนื้อหาภายใน Blog ที่เขียนขึ้น ส่วนใหญ่จะเป็นการอธิบาย และแลกเปลี่ยนข้อมูลของ ผลิตภัณฑ์เสริมความงามทุกประเภทที่ Blogger ท่านนั้นได้สัมผัส หรือเคยทดลองใช้มา รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวความสวยความงาม เช่น วิธีการดูแลรักษาสุขภาพผิวพรรณ อาหารเสริม การลดน้ำหนัก เป็นต้น โดยจะใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และมีการใช้รูปภาพประกอบในการเขียน Blog เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากต้องแสดงให้เห็นถึงเครื่องสำอางที่ถูกกล่าวถึง หรือใช้รูปภาพประกอบเพื่อแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการแต่งหน้า เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาภายใน Blog ที่ได้เขียนขึ้น

บรรยากาศในการแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่จะเป็นการเข้ามาทักทาย และเข้ามาชื่นชมผู้ที่เขียน Blog หรือผู้ที่ถูกกล่าวถึงใน Blog นั้น รวมถึงมีความต้องการพัฒนาความสัมพันธ์หรือทำความรู้จักกับเจ้าของ Blog นั้น เพื่อที่จะปรึกษาปัญหา หรือพูดคุยกันเป็นการส่วนตัวในเรื่องของความสวยความงาม โดยจะเห็นได้จากการขอ E-mail หรือจะฝาก E-mail ของตนเองทิ้งไว้ เพื่อให้เจ้าของ Blog ติดต่อกลับในภายหลัง ข้อความและรูปแบบภาษาในการแสดงความคิดเห็น เป็นภาษาที่อ่านง่าย ใช้ศัพท์เฉพาะกลุ่มและภาษาแชต และมีการใช้สัญลักษณ์ icon แสดงอารมณ์ เพื่อเป็นส่วนประกอบในการแสดงความคิดเห็น

ตารางที่ 4.2 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.bloggang.com กลุ่มย่อยบล็อก ความงาม

บล็อกที่	ชื่อบล็อก	รูปแบบการสื่อสารออนไลน์		รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์		รูปแบบภาษา		
		การนำเสนอ	ประเด็นหัวข้อ	ขั้นเริ่มต้น	ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม	ข้อความ	สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon)	รูปภาพไอคอน(icon)
1	http://sushiboy69.bloggang.com	เนื้อหาให้ความรู้การแต่งหน้าและทำผม	How to เปลี่ยนทรงง่ายๆ ด้วยตัวเองกับมาดาม	-	✓	ใช้ภาษาทั่วไป มีคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม และภาษาแชต	-	
2	http://alwaysfluke.bloggang.com	เนื้อหาให้ความรู้การแต่งหน้าและทำผม และความสวยความงาม	NARS feat. Lunasol - How to รองพื้นอย่างไรให้ผิวสวย	-	✓	ใช้ภาษาทั่วไป มีคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม และภาษาแชต	T__T	
3	http://cnjako.bloggang.com	Review เครื่องสำอางยี่ห้อต่างๆ	หน้าขาว ใส ด้วยวิตามิน ซี	✓	-	ใช้ภาษาทั่วไป มีคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม และภาษาแชต	-*-*O* ^^	
4	http://numor.bloggang.com	ข่าวสาร และเรื่องราวของเครื่องสำอาง	บาชี Baschi และการนำเข้าคสอ. ของ อย.	-	✓	ใช้ภาษาทั่วไป มีคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม	^^	

ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ในกลุ่มครอบครัว

กลุ่มครอบครัว เป็นกลุ่มย่อย Blog ที่ได้รับความนิยมมากสำหรับกลุ่มผู้หญิงที่มีครอบครัวแล้ว โดยมีผู้ที่เขียน Blog ในกลุ่มย่อยนี้มากกว่า 13,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ.2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเขียน Blog ในเรื่องเกี่ยวกับชีวิตครอบครัวหลังแต่งงาน การดูแลสุขภาพ การเลี้ยงดูบุตร ในการสังเกตการณ์พบว่า Blogger โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มเพศหญิงวัยกลางคน สมรส และมีบุตรแล้ว

หัวข้อที่ Blogger นิยมตั้งขึ้น ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับเรื่องราวในการเลี้ยงดูลูก ให้คำแนะนำในการเป็นคุณแม่มือใหม่ เช่น แนะนำอาหารเสริมเพื่อใช้เลี้ยงลูก เล่าเรื่องราวถึงพัฒนาการของลูกตนเอง เป็นต้น ข้อความที่ใช้ในการตั้งหัวข้อ Blog จะเป็นประโยคที่สั้น กระชับ และได้ใจความหลักในการที่จะสื่อถึงรายละเอียดและเนื้อหาภายใน Blog รูปแบบภาษาที่ใช้ ส่วนใหญ่จะเป็นภาษาที่เน้นอ่านเข้าใจง่าย ไม่ค่อยการใช้ภาษาแชต หรือคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม สัญลักษณ์ หรือ icon ต่างๆก็ไม่นิยมนำมาใช้

บรรยากาศในการแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่จะเป็นการเข้ามาทักทาย และเข้ามาชื่นชมกับ Blogger อย่างเป็นกันเอง มีการปรึกษาปัญหา ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องราวใน Blog นั้นๆ ข้อความและรูปแบบภาษาในการแสดงความคิดเห็น เป็นการใช้ศัพท์เฉพาะกลุ่มและภาษาแชตค่อนข้างมาก และมีการใช้สัญลักษณ์ icon แสดงอารมณ์ เพื่อเป็นส่วนประกอบในการแสดงความคิดเห็น ภาษาที่ใช้จะเป็นภาษาที่อ่อนโยนและดูอบอุ่น

ตารางที่ 4.3 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.bloggang.com กลุ่มย่อยบล็อก ครอบครัว

บล็อกที่	ชื่อบล็อก	รูปแบบการสื่อสารออนไลน์		รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์		รูปแบบภาษา		
		การนำเสนอ	ประเด็นหัวข้อ	ขั้นเริ่มต้น	ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม	ข้อความ	สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon)	รูปภาพไอคอน(icon)
1	http://jeban.bloggang.com	เนื้อหาเกี่ยวกับการเลี้ยงดูลูก	มาทำอาหารเสริมแซ่แข็งกันเถอะ!!	-	✓	ใช้ภาษาทั่วไป เป็นภาษาที่อ่อนโยนและอบอุ่น มีคำศัพท์เฉพาะกลุ่มและภาษาแซด	-	
2	http://secondimpact.bloggang.com	เนื้อหาเกี่ยวกับพัฒนาการของลูกตนเอง	^^ เรื่องของปิ้ง ตอน หมอฟัน และแก๊งค์ดัมคูนเด็ก ^^	✓	-	ใช้ภาษาทั่วไป มีคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม และภาษาแซด	^^ ^ _ ^	
3	http://ellie.bloggang.com	เล่าเรื่องกิจกรรมต่างๆ ของลูกตัวเอง	มาบูชา พาเอลลีไปเวียนเทียนค่ะ	✓	-	ภาษาพูดทั่วไป	-	
4	http://nok-toto.bloggang.com	เรื่องราวต่างๆ ของลูก	พาลิง 2 ตัวไปปล่อยเขาเขียมาจ้า...ร้อนตับแลบ	✓	-	ภาษาพูดทั่วไป และภาษาแซด	^^	

ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ในกลุ่มแกลเลอรีภาพถ่าย

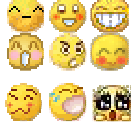
กลุ่มแกลเลอรีภาพถ่าย เป็นกลุ่มย่อย Blog ที่ได้รับความนิยมมากในอันดับต้นๆของ www.bloggang.com โดยมีผู้ที่เขียน Blog ในกลุ่มย่อยนี้มากกว่า 11,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ. 2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการโพสต์ภาพถ่าย เช่น ภาพสัตว์ ภาพบุคคล ภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ Blogger ท่านนั้นได้ไปถ่ายบันทึกมา รวมถึงการแนะนำอุปกรณ์ถ่ายภาพ วิธีการใช้งาน วิธีการตกแต่งภาพถ่าย เป็นต้น ในการสังเกตการณ์พบว่า Blogger โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นไปจนถึงกลุ่มคนวัยทำงาน ทั้งเพศชายและหญิง มีหลากหลายอาชีพ

หัวข้อที่ Blogger นิยมตั้งขึ้น ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับเรื่องภาพถ่ายที่ตนเองได้ไปถ่ายบันทึกมา เช่น ภาพจากสถานที่ท่องเที่ยว ภาพงานบุญประเพณี งานแต่งงาน งานรับปริญญา ภาพถ่ายบุคคล ภาพดอกไม้ ภาพสัตว์ต่างๆ รวมถึงการแนะนำเทคนิคหรือวิธีการในการถ่ายภาพให้สวยงาม การใช้โปรแกรมตกแต่งภาพ การใช้งานกล้องประเภทและยี่ห้อต่างๆ เพื่อบอกเล่าให้กับผู้ที่รักการถ่ายภาพ หรือ Blogger รายอื่น ที่ผ่านมาได้เข้าไปอ่านและแสดงความคิดเห็น

เนื้อหาภายใน Blog ที่เขียนขึ้นนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการโพสต์รูปภาพและอธิบายถึงสถานที่และความเป็นมาของภาพเหล่านั้น รวมถึงมีการแนะนำขั้นตอนหรือเทคนิคต่างๆที่ทำให้ถ่ายภาพออกมาได้สวยงาม การจัดทริปและกิจกรรมในการถ่ายภาพต่าง สิ่งที่สามรถสังเกตเห็นในกลุ่มย่อย Blog แกลเลอรีภาพถ่ายก็คือ จะมีการใส่ชื่อของช่างภาพ หรือ Blogger ท่านนั้นลงในภาพถ่ายด้วย เพื่อเป็นการป้องกันการถูกคัดลอกภาพถ่ายไปใช้ในเชิงการค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต ส่วนรูปแบบภาษาที่ใช้จะเป็นทางการเข้าใจง่าย แต่อาจมีคำศัพท์เฉพาะกลุ่มที่คนที่ชื่นชอบการถ่ายภาพนิยมเรียกกัน เช่น กล้องยี่ห้อ “Nikon” ก็จะเรียกกันว่า “นิกร” กล้องยี่ห้อ “Canon” จะเรียกว่า “หนอน” เลนส์ยี่ห้อ “Sigma” จะเรียกว่า “อามา” เป็นต้น และมีการใช้สัญลักษณ์ และ icon แสดงอารมณ์ในการเขียนเรื่องราวใน Blog ด้วย

บรรยากาศในการแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่จะเป็นการเข้ามาทักทาย และเข้ามาชื่นชมความสวยงามของภาพถ่าย รวมถึงมีการซักถาม และให้คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องราวของภาพถ่ายใน Blog นั้นๆ ข้อความและรูปแบบภาษาในการแสดงความคิดเห็น เป็นการใช้ศัพท์แบบภาษาพูดทั่วไป และมีการใช้สัญลักษณ์ icon แสดงอารมณ์ เพื่อเป็นส่วนประกอบในการแสดงความคิดเห็น

ตารางที่ 4.4 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.bloggang.com กลุ่มย่อยบล็อก แกลลอรีภาพถ่าย

บล็อกที่	ชื่อบล็อก	รูปแบบการสื่อสารออนไลน์		รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์		รูปแบบภาษา		
		การนำเสนอ	ประเด็นหัวข้อ	ขั้นเริ่มต้น	ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม	ข้อความ	สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon)	รูปภาพไอคอน(icon)
1	http://jbunny.bloggang.com	เนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและภาพถ่าย	คอย่อข้าง - บ้านนอก แล - ปาย อย่างไหน	✓	-	ภาษาแชตและศัพท์เฉพาะกลุ่ม	-	
2	http://hana.bloggang.com	เนื้อหาเกี่ยวกับภาพถ่ายธรรมชาติ และสัตว์	ดอกบัว หมาและหิมะ 梅、犬と雪 (ume, inu to yuki)	✓	-	ภาษาพูดทั่วไป มีคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม และภาษาแชต	^_^	
3	http://kawaka.bloggang.com	เนื้อหาเกี่ยวกับภาพถ่ายสถานที่ต่างๆ สัตว์ต้นไม้ ดอกไม้	กะถ้ำพาคูณหนองไปทดสอบ 1สวนทิวชด	-	✓	ภาษาแชต และคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม	^^	
4	http://smalleyedrace.bloggang.com	ภาพถ่ายบุคคล สถานที่ดอกไม้ ตุ๊กตา	ตุ๊กตาหมี	-	✓	ใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่มภาษาแชต	:-	

ผลจากการสังเกตการณ์ใน www.oknation.net

การเข้าไปสังเกตการณ์ใน www.oknation.net ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มบล็อก 3 กลุ่มคือ กลุ่มบล็อกการเมือง กลุ่มบล็อกไออาร์ และกลุ่มบล็อกนักข่าวอาสา ซึ่งได้เริ่มทำการสังเกตการณ์ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2550 ถึง มีนาคม 2551 สาเหตุที่ได้เลือกทั้ง 3 กลุ่ม ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มบล็อก ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก และมีจำนวนผู้เขียน Blog สูงที่สุด ซึ่งสามารถสรุปผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ได้ดังนี้

ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ในกลุ่มบล็อกการเมือง

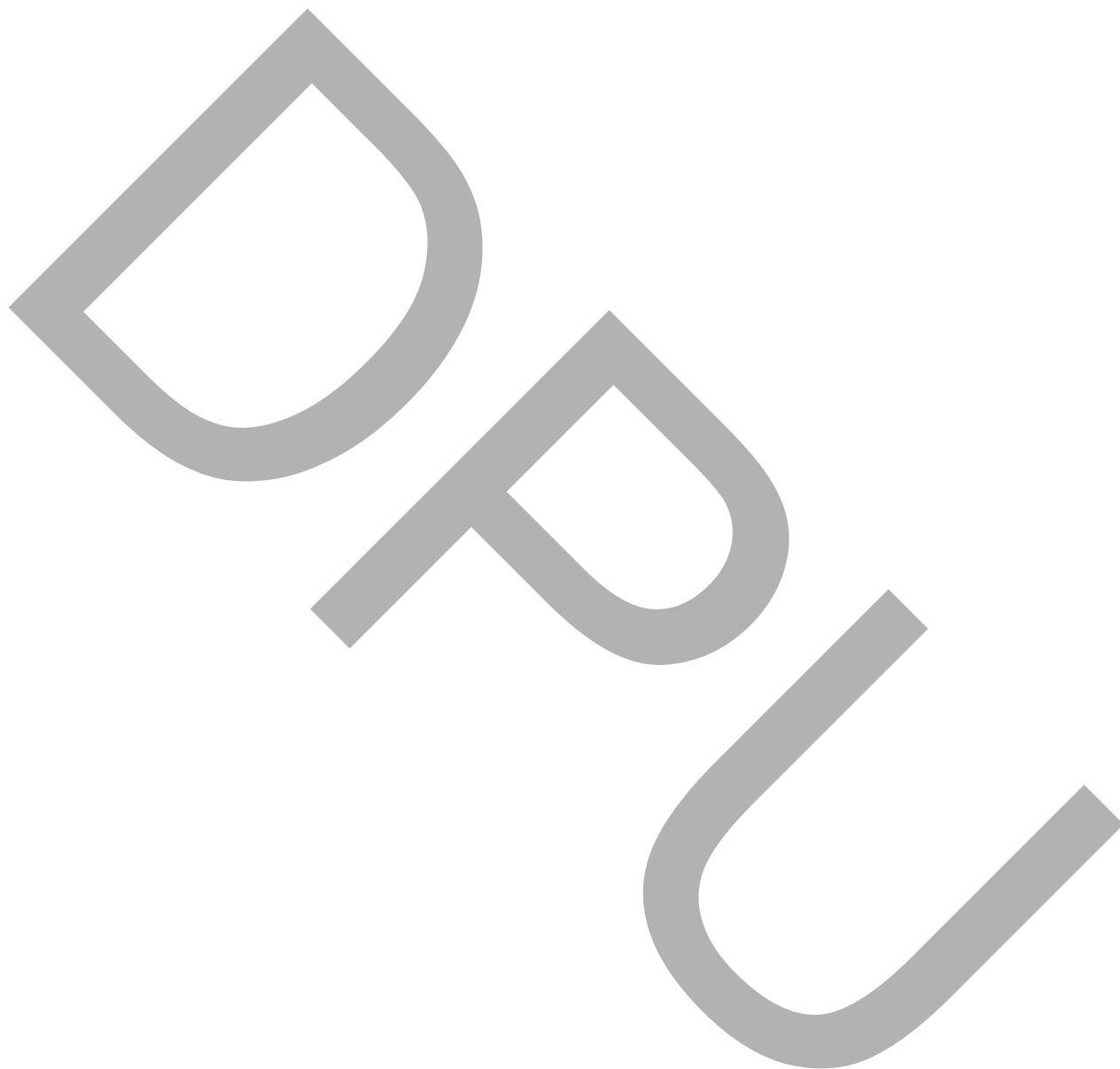
กลุ่มบล็อกการเมือง เป็นกลุ่มบล็อก ที่ได้รับความนิยมสูงสุดใน www.oknation.net โดยมีผู้เขียน Blog ในกลุ่มนี้มากกว่า 15,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ.2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเขียน Blog ในประเด็นร้อนๆ เรื่องของการเมืองที่เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน การวิเคราะห์การบริหารงานของรัฐบาลและคณะรัฐมนตรี รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องราวของการเมืองทั้งหมด ที่สื่อกระแสหลักอาจให้ข้อมูลได้ไม่ครบถ้วน หรือไม่กล้าเอามานำเสนอ ในการสังเกตการณ์พบว่า Blogger โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน มีอาชีพนักข่าว นักวิชาการ อาจารย์ และนักธุรกิจ ซึ่งบุคคลเหล่านี้เป็นบุคคลที่มีความรู้ และข้อมูลที่นำมาเขียนนั้นส่วนใหญ่มีความน่าเชื่อถือ

หัวข้อที่ Blogger นิยมตั้งขึ้น ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับเรื่องของการเมืองทั้งหมด เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของฝ่ายรัฐบาล ฝ่ายค้าน คณะรัฐมนตรี การชุมนุมเพื่อยื่นข้อเรียกร้องต่างๆ รวมถึงการวิเคราะห์การทำงานของนายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี ข้อความที่ใช้ในการตั้งหัวข้อ จะเป็นประโยคที่สั้น กระชับ ได้ใจความหลักในการที่จะสื่อถึงรายละเอียดและเนื้อหาภายใน Blog รูปแบบภาษาที่ใช้ ส่วนใหญ่จะเป็นภาษาพูดที่เน้นเข้าใจง่าย ไม่ค่อยพบการใช้ภาษาแชต หรือคำศัพท์เฉพาะกลุ่ม สัญลักษณ์ หรือ icon ต่างๆ ก็ไม่นิยมนำมาใช้ในการตั้งหัวข้อ แต่จะเน้นไปในถ้อยคำหรือวลีที่สะดุดตา

เนื้อหาภายใน Blog ที่เขียนขึ้นนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์การเมือง รวมถึงการให้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องการเมืองทั้งหมด โดยจะใช้ภาษาที่เรียบง่าย อาจมีการใช้รูปภาพประกอบหรือคลิปวิดีโอประกอบการเขียน Blog

บรรยากาศในการแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่จะเป็นการเข้ามาวิพากษ์ วิจารณ์ รัฐบาล หรือ นักการเมืองที่ถูกกล่าวถึงในบล็อกนั้นๆ โดยมีการใช้ภาษาหรือถ้อยคำที่ค่อนข้างดุเดือดรุนแรง อาจจะมีถ้อยคำที่ไม่สุภาพให้เห็นอยู่บ้าง ขึ้นอยู่กับอารมณ์ และความรู้สึกของผู้ที่แสดงความคิดเห็นเหล่านั้น แต่ก็ยังมีถ้อยคำที่ทำให้กำลังใจ ให้ได้พบเห็นอยู่บ้าง หากผู้ที่ถูกกล่าวถึงในบล็อกนั้นๆ เป็นบุคคลที่มีความประพฤติดี ชื่อสัตย์ สุจริต มีศีลธรรมอันดีงามในการปฏิบัติหน้าที่ ข้อความและ

รูปแบบภาษาในการแสดงความคิดเห็น เป็นภาษาที่เรียบง่าย มีการใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่มหรือการ
บัญญัติชื่อของนักการเมืองขึ้นมาใหม่ เพื่อนำมาใช้กล่าวถึงบุคคลท่านนั้น และมีการโพสตรูป และ
ใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ประกอบกับการเข้าไปแสดงความคิดเห็นด้วย



ตารางที่ 4.5 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.oknation.net กลุ่มย่อยบล็อก การเมือง

บล็อกที่	ชื่อบล็อก	รูปแบบการสื่อสารออนไลน์		รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์		รูปแบบภาษา		
		การนำเสนอ	ประเด็นหัวข้อ	ขั้นเริ่มต้น	ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม	ข้อความ	สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon)	รูปภาพไอคอน(icon)
1	http://www.oknation.net/blog/naiman	เนื้อหาวิพากษ์วิจารณ์การเมือง	บอกตรงๆผมไม่ไว้วางใจ...ขอทำหน้าที่หมาเฝ้าบ้านต่อไป...???	✓	-	ภาษาพูด ซึ่งมีลักษณะถ้อยคำที่ค่อนข้างรุนแรงและก้าวร้าว ภาษาแชต	-	
2	http://www.oknation.net/blog/nity	วิพากษ์วิจารณ์การเมือง สังคม บ้านเทิง	'พรรคทักษิณ' ทาสแท้ที่ 'เหลิม' เหย	✓	-	ภาษาพูด ภาษาแชต ใช้ถ้อยคำที่รุนแรง	-	  
3	http://www.oknation.net/blog/pliewlom	ภาพยักกลอน เรื่องสั้นการเมือง	ชวนสมัคร...รอยแค้นฝังใจ	✓	-	ภาพยัก กลอนบอกเล่าเรื่องการเมือง ใช้ภาษาค่อนข้างรุนแรง	-	  
4	http://www.oknation.net/blog/adisak	วิพากษ์วิจารณ์การเมือง เศรษฐกิจ	โมเดิร์นสมัคร ระว่างกรรมเก่า เขียวยาบาดแผลสังคม ก่อนดับฝัน	✓	-	ภาษาเขียนรูปแบบการเขียนข่าว มีข้อความรุนแรง ก้าวร้าว	-	     

ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ในกลุ่มบล็อกไดอารี่

กลุ่มบล็อกไดอารี่ เป็นกลุ่มบล็อก ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของ www.oknation.net โดยมีผู้ที่เขียน Blog ในกลุ่มนี้มากกว่า 14,000 Blog (ข้อมูล มีนาคม พ.ศ.2551) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเขียน Blog ในเรื่องราวทั่วไป เช่น เรื่องราวในชีวิตจริงของ Blogger ท่านนั้น หรืออาจจะเป็นการเขียนกลอน เขียนเรื่องสั้นที่แต่งขึ้นมาเอง เป็นต้น และในการสังเกตการณ์พบว่า Blogger โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนวัยรุ่นถึงวัยทำงาน ประกอบอาชีพหลากหลาย เช่น นักศึกษา ครู-อาจารย์ นักข่าว นักวิชาการ พนักงานบริษัท แอร์โฮสเตส เป็นต้น

หัวข้อที่ Blogger นิยมตั้งขึ้น จะเป็นเรื่องจิตๆไป อาจมีการเขียนเรื่องสั้น บทความให้กำลังใจ โดยข้อความที่ใช้ในการตั้งหัวข้อ จะเป็นข้อความที่สั้นๆ เน้นใช้ถ้อยคำที่น่าสนใจ ซึ่งบางทีข้อความในการตั้งหัวข้อ กับเนื้อหาภายใน Blog อาจไม่ได้เกี่ยวข้องกัน แต่เป็นวิธีในการนำเสนอของ Blogger แต่ละท่าน เพื่อเรียกความสนใจในการดึงดูดคนให้เข้าไปอ่าน Blog ของตนเอง และนิยมใช้สัญลักษณ์ของตัวอักษร หรือเครื่องหมายต่างๆ มาประกอบในการตั้งหัวข้อด้วย

เนื้อหาภายใน Blog ที่เขียนขึ้นนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการเขียนเล่าเรื่องราวทั่วไป บางท่านอาจเขียนเป็นคำกลอน โดยจะใช้ภาษาที่เรียบง่าย สดใส อาจมีการใช้รูปภาพ สัญลักษณ์ ตัวอักษร และ ภาพ icon แสดงอารมณ์ต่างๆ ประกอบการเขียน Blog

บรรยากาศในการแสดงความคิดเห็น ส่วนใหญ่จะเป็นการเข้ามาทักทาย และคุยเล่นกัน อย่างสนุกสนาน และเป็นกันเอง มีการเข้ามาให้กำลังใจ หรือแสดงความเห็นใจ หากเจ้าของ Blog นั้น กำลังตกอยู่ในสภาวะที่เศร้าเสียใจ หรือผิดหวังจากสิ่งหนึ่งสิ่งใดมา โดยมีการใช้ภาษาหรือถ้อยคำที่เรียบง่าย และสุภาพ อ่อนโยน บางคนอาจจะเขียนเป็นคำกลอนโต้ตอบกันไปมา มีการใช้สัญลักษณ์ตัวอักษร และ icon แสดงอารมณ์ หรืออาจมีการโพสต์รูปประกอบกับการแสดงความคิดเห็นนั้นด้วย

ตารางที่ 4.6 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.oknation.net กลุ่มย่อยบล็อก ไดอารี่

บล็อกที่	ชื่อบล็อก	รูปแบบการสื่อสารออนไลน์		รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์		รูปแบบภาษา		
		การนำเสนอ	ประเด็นหัวข้อ	ขั้นเริ่มต้น	ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม	ข้อความ	สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon)	รูปภาพไอคอน(icon)
1	http://www.oknation.net/blog/moonoi123	เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวในชีวิตของผู้เขียน	T_T จิตตก T_T	✓	-	ภาษาพูด มีการใช้ภาษาแชต, ความคิดเห็นแสดงการให้กำลังใจ	T_T	 
2	http://www.oknation.net/blog/lukekaew	เนื้อหาเกี่ยวกับการเขียนเล่าเรื่องทั่วไปและนิยาย	อยากกุมมือนั่นจริงๆ!	-	✓	ภาษาพูด, ศัพท์เฉพาะกลุ่ม, ภาษาแชต	(- -')	     
3	http://www.oknation.net/blog/happytofly	เนื้อหาเกี่ยวกับการเขียนเล่าเรื่องทั่วไป	สงครามนางฟ้า... (นอกจอ)	-	✓	ภาษาพูด, ศัพท์เฉพาะกลุ่ม, ภาษาแชต	-	-
4	http://www.oknation.net/blog/gypsy	เรื่องเล่าของความรักและการเดินทาง	อะไรหรือที่เธอฝืน	✓	-	ภาษาพูด, ศัพท์เฉพาะกลุ่ม, ภาษาแชต	-	 

ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ในกลุ่มบล็อกนักข่าวอาสา

กลุ่มบล็อกนักข่าวอาสา เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญของเว็บ OK Nation เนื่องจากเป็นกลุ่มบล็อกที่ถูกจัดตั้งขึ้นจากแนวคิดที่ว่า เมื่อ Blogger ได้สวมบทบาทเป็น “นักข่าวพลเมือง” (Citizen Journalist) ซึ่งสามารถเป็นได้มากกว่าการที่มาเขียนบอกเล่าเรื่องราวโดยทั่วไป หรือเรื่องราวเฉพาะกลุ่ม หากแต่ Blogger เหล่านี้ จะทำหน้าที่เป็นนักข่าวระดับท้องถิ่นที่ใช้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ให้ข้อมูล ข่าวสาร ที่ตนเองได้ไปพบมา เปรียบเสมือนเป็นสื่อมวลชนคนหนึ่ง และในการสังเกตการณ์พบว่า Blogger โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนวัยรุ่นถึงวัยทำงาน ประกอบอาชีพหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่พบว่าจะเป็นนักข่าวท้องถิ่น นักศึกษา อาจารย์ และนักวิชาการ

หัวข้อที่ Blogger นิยมตั้งขึ้น จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ที่ Blogger ท่านนั้น ได้พบเจอมา โดยข้อความที่ใช้ในการตั้งหัวข้อ จะคล้ายคลึงกับข้อความในการพาดหัวข่าวบนหน้าหนังสือพิมพ์ หรือบนเว็บไซต์ข่าวทั่วไป ซึ่งจะเน้นใช้ถ้อยคำหรือวลีที่โดดเด่น อ่านแล้วสะดุดตา

เนื้อหาภายใน Blog ที่เขียนขึ้น จะเป็นการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารทั้งหมดที่ Blogger ท่านนั้น ได้พบเจอมา ในพื้นที่ๆตัวเองอาศัยอยู่ เพื่อเป็นอีกหนึ่งกระบอกเสียงให้กับประชาชน โดยทั่วไปได้รับรู้ถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่สื่อกระแสหลักอาจยังเข้าไม่ถึงข้อมูลเหล่านั้น

บรรยากาศในการแสดงความคิดเห็นพบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นการเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร ที่นักข่าวอาสาได้นำมาบอกเล่าสู่กันฟัง รวมถึงมีข้อเสนอแนะ ชุม และมีส่วนช่วยในการให้ความร่วมมือกระจายข่าวสารที่ได้รับรู้มา เผยแพร่สู่สาธารณชนในวงกว้าง และยังเป็นการเข้ามาตรวจสอบความถูกต้องของข่าวสารที่ได้ หรืออาจมีการให้คำแนะนำหรือข้อมูลเพิ่มเติม หากเหล่าบรรดา Blogger ท่านอื่นๆ สามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของข่าวสารนั้นๆได้ ในส่วนของรูปแบบภาษาที่ใช้ นั้น จะเป็นภาษาทางการที่เรียบง่าย มีภาษาแชตบ้าง และการนำสัญลักษณ์ตัวอักษร หรือรูปภาพ มาประกอบในการแสดงความคิดเห็นด้วย

ตารางที่ 4.7 แสดงผลจากการสังเกตการณ์ของ www.oknation.net กลุ่มย่อยบล็อก นักข่าวอาสา

บล็อกที่	ชื่อบล็อก	รูปแบบการสื่อสารออนไลน์		รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์		รูปแบบภาษา		
		การนำเสนอ	ประเด็นหัวข้อ	ขั้นเริ่มต้น	ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม	ข้อความ	สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon)	รูปภาพไอคอน(icon)
1	http://www.oknation.net/blog/kanis	เนื้อหาเกี่ยวกับการบอกเล่าเรื่องราวข่าวสารชุมชน	รพช.อีกแล้วครับท่าน..	✓	-	ภาษาพูดทั่วไป ภาษาแชต	-	 
2	http://www.oknation.net/blog/phanasgook	ข่าวสารชาวบ้านและการเมือง	ไม่จำวันนี้ พุงนี้ก็เจ็บ	-	✓	ภาษาพูดทั่วไป	-	 
3	http://www.oknation.net/blog/gypsysee	เนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารชุมชนและเรื่องเล่าทั่วไป	ปั่นป่วน หรือ ปี่ป่วน เมื่อริม รั้วมหาวิทยาลัย มีแต่ ร้านเหล้า และ โรงแรม	✓	-	ภาษาพูดทั่วไป ภาษาแชต	-	 
4	http://www.oknation.net/blog/mindhand	เนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารและงานเขียนทั่วไป	ไปช้าๆ เห็นชัดเจน...คุย กับครูชชาติ พรหมพันธุ์ นักปั่นรถถีบที่ขวยข้าม ประเทศ	-	✓	ภาษาพูดทั่วไป ภาษาแชต	-	  

4.2 รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog

จากการเข้าไปสังเกตการณ์ในเว็บบล็อกของ www.bloggang.com และ www.oknation.net พบว่าหลังจากที่ผู้เขียนบล็อก (Blogger) ได้เริ่มมีการเขียนบันทึกลงในบล็อกของตัวเองอย่างต่อเนื่อง และมีการเข้าไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ใช้เว็บบล็อกด้วยกัน ทำให้สังเกตเห็นได้ว่า มี Blogger หลายราย ที่เกิดความรู้สึกเป็นกันเอง ผูกพัน และสนิทสนมกันกับ Blogger รายอื่นๆ ที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ทำให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจซึ่งกันและกัน และมีความต้องการที่จะพัฒนาความสัมพันธ์ให้เพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม

ซึ่งจากความต้องการที่จะพัฒนาความสัมพันธ์กันดังกล่าว จึงทำให้ Blogger หลายรายมีการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารด้วยรูปแบบอื่นๆ ขึ้นมา โดยเริ่มจากการแลกเปลี่ยนที่อยู่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Address), การ Chat ผ่านทางโปรแกรม MSN, การแลกเปลี่ยนโทรศัพท์เพื่อเปลี่ยนจากการเขียนข้อความมาเป็นการพูดคุยกัน ซึ่งการสื่อสารในช่องทางการดังกล่าวเหล่านี้ จะทำให้สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและถ่ายทอดความรู้สึกได้มากกว่าเดิม จนสุดท้ายทำให้เกิดความสัมพันธ์ขั้นสนิทสนมขึ้นมา มีการติดต่อ นัดหมายออกมาพบเจอกันในชุมชนจริง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 ราย ผู้วิจัยสามารถแบ่งระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกันคือ

1. กลุ่มที่มีความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น ซึ่งในกลุ่มนี้จะเป็นการวิเคราะห์จากการที่กลุ่มเป้าหมายมีการแสดงความคิดเห็นในเรื่องราวต่างๆ ไป เกี่ยวกับข้อมูลและเนื้อหาใน Blog นั้นๆ และไม่มีการติดต่อสื่อสารกันในรูปแบบอื่นๆ
2. กลุ่มที่มีความสัมพันธ์ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม ซึ่งในกลุ่มนี้จะเป็นการวิเคราะห์จากการที่กลุ่มเป้าหมายมีการเปิดเผยตนเองระหว่างกัน และมีการติดต่อสื่อสารด้วยช่องทางอื่นๆ รวมถึงมีการนัดหมายเพื่อมาพบเจอกันในชุมชนจริง

กลุ่มที่ 1 ความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น

ตารางที่ 4.8 แสดงรายชื่อและชื่อเว็บไซต์ของผู้ถูกสัมภาษณ์ในกลุ่มระดับความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น

ชื่อ	ชื่อบล็อก
- Book (นามแฝง)	http://kingyo.bloggang.com
- ไก่ (นามแฝง)	http://aitai.bloggang.com
- นุชบา	http://mithuna.bloggang.com
- ปลิวลม (นามแฝง)	http://www.oknation.net/blog/pliewlom
- Nity (นามแฝง)	http://www.oknation.net/blog/nity
- กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล	http://www.oknation.net/blog/roungkaw

กลุ่มที่ 2 ความสัมพันธ์ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม

ตารางที่ 4.9 แสดงรายชื่อและชื่อเว็บไซต์ของผู้ถูกสัมภาษณ์ในกลุ่มระดับความสัมพันธ์ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม

ชื่อ	ชื่อบล็อก
- มินนารี	http://numor.bloggang.com
- อัจฉรีย์ เจตน์ชัย	http://aob-ab.bloggang.com
- รพี ชูสุวรรณ	http://alwaysfluke.bloggang.com
- นิศากร แก่นมีผล	http://www.oknation.net/blog/lukekaew
- พนัสชัย คงศิริจันทร์	http://www.oknation.net/blog/PhanasGook
- ลูกบัว (นามแฝง)	http://www.oknation.net/blog/happytofly

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายในปัญหานำวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ในเว็บ Blog เป็นอย่างไร สามารถพิจารณาตามประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์ในระดับต่างๆได้ดังนี้

4.2.1 ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อกในกลุ่มที่ 1 ความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น

จากการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้ใช้เว็บบล็อกในกลุ่มความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้นที่ได้คัดเลือกมาทำการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ใช้เว็บบล็อกมีทัศนคติและความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยได้ตั้งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

จากคำถามที่ว่า วัตถุประสงค์ในการมีเพื่อนทางเว็บ Blog เพื่ออะไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“เพื่อไว้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“ไว้พูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ที่บางคนอาจจะเคยไปเจอเจอเหตุการณ์เหมือนเรา ก็เอามาแชร์กัน” (ไก่อ่ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“เพื่อทำความรู้จักกับคนอื่น ๆ” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“มีคนอ่านคอมเมนต์ ผลงาน” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“ไว้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในแง่มุมต่างๆ” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการมีเพื่อนทางเว็บ Blog คือ เพื่อไว้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในด้านต่างๆ และทำความรู้จักกับคนอื่น

จากคำถามที่ว่า ขั้นเริ่มต้นที่จะเข้าไปทำความรู้จักกับเพื่อนในเว็บ Blog มีการคุยกันอย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“มีคนมาคอมเมนต์ให้ ก็ไปคอมเมนต์กลับ” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“เราต้องไปอ่านบล็อกเค้าบ่อยๆ และก็แวะไปทักทายเค้าบ้าง” (ไก่อ่ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“ส่วนใหญ่ไปทักทายเมื่อเพื่อนๆ มีการอัปเดตบล็อก” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“เข้าไปคอมเมนต์ผลงานเนื่องจากมาเยี่ยมชม” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“ทักทายธรรมดา” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“เข้าไปแสดงความคิดเห็นแบบทักทายกัน” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า ขั้นเริ่มต้นที่จะเข้าไปทำความรู้จักกับเพื่อนในเว็บ Blog นั้น ผู้ใช้บล็อกส่วนใหญ่จะเริ่มจากการเข้าไปทักทายและแสดงความคิดเห็น ในส่วนของพื้นที่แสดงความคิดเห็น (Comment) ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการเข้าไปแนะนำตัว และทักทาย เพื่อที่จะทำความรู้จักกับผู้ใช้เว็บบล็อกท่านอื่นๆ

จากคำถามที่ว่า การเริ่มต้นความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ใช้เว็บ Blog ทางอินเทอร์เน็ต มีความเป็นมาหรือมีเรื่องราวอย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“เริ่มจากการแลกเปลี่ยนคอมเมนต์กันก่อน” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“เข้าไปแนะนำตัวและให้เค้ามาอ่านบล็อกเราบ้าง” (ไก่อ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“เริ่มจากการทักทายกันไปมา” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“มีการแสดงความคิดเห็นกันไปมาในเรื่องนั้นๆ” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“พูดคุยธรรมดา” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“แค่ทักทายธรรมดา” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า การเริ่มต้นความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ใช้เว็บ Blog ทางอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้ในกลุ่มความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้นนั้น ส่วนใหญ่จะเริ่มจากการเข้าไปทักทายกันธรรมดา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันไปมา ไม่มีการคุยหรือแสดงความคิดเห็นในเรื่องราวที่เป็นส่วนตัว

จากคำถามที่ว่า เรื่องราวที่สนทนาระหว่างกันกับเพื่อนในเว็บ Blog ส่วนใหญ่เกี่ยวกับอะไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“ความสวยความงามและแฟชั่น” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“เรื่องส่วนใหญ่ที่คุยกันก็จะเป็นพวกเรื่องความงาม และอาหารสุขภาพค่ะ” (ไก่อ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“เรื่องที่ตัวเองเขียนเกี่ยวกับบล็อก นิยาย, ความสวยความงาม, ท่องเที่ยว” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“เรื่องการเมือง และความรู้สึกเนื่องจากผลงานของเรา” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“จะคุยเรื่องการเมืองเป็นส่วนใหญ่นะครับ” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“เกี่ยวกับการบ้านการเมือง และศิลปวัฒนธรรม” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า เรื่องราวที่ผู้ใช้บล็อกส่วนใหญ่นิยมสนทนากันคือ เรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้ใช้บล็อกท่านนั้นสนใจ เช่น ผู้ที่สนใจเรื่องความงาม หรือเขียนบล็อกเกี่ยวกับความงาม ก็จะมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องของความงามเท่านั้น ไม่มีการแตกประเด็นหรือการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องอื่นๆ

จากคำถามที่ว่า รูปแบบการสนทนาระหว่างกันกับเพื่อนในเว็บ Blog เป็นอย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“จะส่งข้อความคุยกันธรรมดา” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“คุยแลกเปลี่ยนข้อมูลธรรมดา ไม่ถึงขั้นลึกซึ้ง” (ไก่อ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“ส่วนใหญ่เป็นข้อความ แต่ก็มีการโพสรูปบ้าง” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“เขียนข้อความคุยกัน แล้วก็มีใส่รูปภาพ แต่ไม่ค่อยบ่อย” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“ส่งข้อความแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน และจะมีการโพสรูปภาพเยอะหน่อย ในส่วนที่เป็นเนื้อหาที่เราเขียนเกี่ยวกับดารา นักแสดง หรือนักการเมือง เพื่อเป็นจุดสนใจให้เพื่อนๆ ได้แสดงความคิดเห็นกัน” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“เน้นสื่อสารด้วยข้อความเป็นส่วนใหญ่ มีส่งรูปภาพให้กันบ้าง พวกตัว icon ต่างๆก็พอมี” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า รูปแบบการสนทนาระหว่างกันกับเพื่อนในเว็บ Blog โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้เว็บบล็อกจะนิยมสื่อสารด้วยวิธีการเขียนข้อความส่งถึงกัน มีการใช้รูปภาพ หรือ icon ในการสนทนาบ้าง แต่พบว่ามีจำนวนน้อย และไม่พบว่ามี การสนทนาในรูปแบบอื่น นอกจากเขียนข้อความถึงกันในเว็บบล็อกเท่านั้น

จากคำถามที่ว่า ท่านมีความเป็นตัวของตัวเองในการสนทนากับเพื่อนในเว็บ Blog มากน้อยเพียงใด อย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“มีมากค่ะ เพราะไม่ชอบการเสแสร้ง” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“จะเป็นตัวของตัวเองค่ะ ไม่ปิดบัง ไม่แอบแฝง” (ไก่อ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“เป็นตัวของตัวเองตามปกติ เพราะคิดเป็นนิสัยแล้ว” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“มีมาก เพราะจริงใจกับทุกคน ‘ไม่รู้จะปิดบังไปทำไม’” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“มาก เพราะคนที่เข้ามาคุยก็คงมีตัวตนของตัวเองสูง” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“โดยส่วนตัวมีสูงมาก เพราะการมีจุดยืนจะทำให้เพื่อนเข้าใจเราได้ง่ายขึ้น” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า ผู้ใช้เว็บบล็อกทั้งหมดมีการแสดงความเป็นตัวตนสูง ในการเข้าไปสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนในเว็บบล็อก สาเหตุหลักเนื่องมาจาก ผู้ใช้ไม่ต้องการเสแสร้ง หรือปิดบังตนเอง และมีความจริงใจให้แกกัน เพื่อที่จะได้ทำให้สามารถเข้ากันกับเพื่อนๆที่ไม่รู้จักมาก่อนได้ง่ายยิ่งขึ้น

จากคำถามที่ว่า จุดที่ทำให้คิดว่าต้องเริ่มสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนทางเว็บ Blog เริ่มจากจุดใด ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“ก็มีความชอบและสนใจในเรื่องเดียวกันค่ะ” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“เกิดจากความประทับใจ” (ไก่อ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“ความชอบในเรื่องเดียวกัน และ ความประทับใจ” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“รู้สึกว่าการชอบอะไรเหมือนกันกับเรา ก็เลยคุยกันต่อเนื่อง” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“ชอบอะไรคล้ายๆกัน เขียนเรื่องที่เราสงใจ” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“ประทับใจที่เค้ามาแสดงความคิดเห็นอย่างต่อเนื่อง เหมือนติดตามผลงานของเราเวลาอัปเดตอีกส่วนก็คงจะเป็นที่สนใจอะไรคล้ายๆกัน” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้เว็บบล็อกส่วนใหญ่คิดว่าต้องเริ่มสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนทางเว็บบล็อก เนื่องจาก เกิดความประทับใจกัน และหลายรายก็จะมี ความชื่นชอบหรือสนใจในเรื่องที่คล้ายๆกัน ทำให้ผู้ใช้เว็บบล็อกมีความรู้สึกต้องการที่จะคุยกับ คนๆนั้นอย่างต่อเนื่อง แต่ก็พบว่าแม้แต่เพียงต้องการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนออนไลน์เท่านั้น ผู้ใช้เว็บบล็อกส่วนใหญ่ไม่คิดจะพัฒนาความสัมพันธ์ไปในรูปแบบอื่น

จากคำถามที่ว่า การขยายขอบเขตความสัมพันธ์จากการคุยกันในเว็บ Blog ที่นำไปสู่รูปแบบการติดต่อกันในรูปแบบอื่นๆ มีหรือไม่ อย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“ไม่มีค่ะ” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“ส่วนมากจะคุยกันในบล็อกเฉยๆ แต่ก็มีบางคนทิ้งอีเมลไว้ แต่ก็ไม่ค่อยได้ส่ง” (ไก่ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“มีการติดต่อผ่านทาง msn บ้าง แต่จะนานๆที” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“ไม่มีค่ะ” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“ในส่วนตัวยังไม่มี แต่ก็เห็นว่าการจัด meeting ของ OK Nation” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“ไม่มี เพราะไม่สำคัญประเด็นนี้” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า ส่วนใหญ่จะไม่มีการขยายขอบเขตความสัมพันธ์จากการคุยกันในเว็บ Blog ที่นำไปสู่รูปแบบการติดต่อกันในรูปแบบอื่นๆ เพราะไม่เห็นความสำคัญ ในประเด็นนี้ จะมีผู้ใช้เว็บบล็อกบางส่วนที่แลกเปลี่ยนอีเมลล์หรือที่อยู่ msn กัน แต่ก็จะไม่มีการคุย

กันอย่างต่อเนื่อง อาจจะมีติดต่อกันบ้าง ซึ่งพบว่าเรื่องที่ติดต่อด้วยช่องทางอื่น ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่ถูกกล่าวถึงในเว็บบล็อกเท่านั้น ไม่มีการคุยเรื่องส่วนตัว และไม่มีการนัดหมายออกมาเจอกัน

4.2.2 ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อกในกลุ่มที่ 2 ความสัมพันธ์ชั้นใกล้ชิดสนิทสนม

จากการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้ใช้เว็บบล็อกในกลุ่มความสัมพันธ์ชั้นใกล้ชิดสนิทสนม ที่ได้คัดเลือกมาทำการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ใช้เว็บบล็อกมีทักษะและความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยได้ตั้งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

จากคำถามที่ว่า วัตถุประสงค์ในการมีเพื่อนทางเว็บ Blog เพื่ออะไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“แลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางความงาม แฟชั่น สุขภาพ” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“แชร์ความคิดเห็นในสิ่งที่สนใจเหมือนกัน” (อัจฉรีย์ เจตนิย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“การมีเพื่อนที่หลากหลายก็ช่วยเพิ่มมุมมองของเราให้กว้างขึ้น” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“หาคนที่มีความสนใจเหมือนๆ กัน” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์และแสดงความคิดเห็นต่อกัน หากมีแนวคิดเดียวกันก็จะติดต่อกันและพูดคุยกัน” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“ทำให้รู้จักคนเยอะขึ้น” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการมีเพื่อนทางเว็บ Blog คือ เพื่อไว้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในด้านต่างๆ ที่ผู้ใช้เว็บบล็อกสนใจ รวมถึงทำให้รู้จักผู้คนมากขึ้น

จากคำถามที่ว่า ขึ้นเริ่มต้นที่จะเข้าไปทำความรู้จักกับเพื่อนในเว็บ Blog มีการคุยกันอย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“คุยกันผ่านหลังไมค์ (โปรแกรมในพันทิป) หรือแชททาง msn” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“ถ้ามีความสนใจในเรื่องเดียวกันจะคุยกันบ่อยจนสนิทกันมากขึ้น” (อัจฉริย์ เจริญ, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“ก็ทักทายใน blog เขา ทิ้งคำถามไว้ หรือ add msn” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“เข้าไปอ่านตามหัวข้อเรื่องที่น่าสนใจและแสดงความเห็นตามที่คิด” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“พูดคุยผ่านคอมเมนต์ที่เข้าไปในแต่ละบล็อกแล้วติดต่อผ่านการตอบจดหมายหลังไมค์” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“ส่วนใหญ่คนจะ add เข้ามาคุยทาง msn ก่อนค่ะ หรือไม่ก็มา comment แล้วขอ add หรืออีเมลล์มาก่อนแล้วขอ add คุย” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า ขั้นเริ่มต้นที่จะเข้าไปทำความรู้จักกับเพื่อนในเว็บ Blog นั้น ผู้ใช้เว็บบล็อกส่วนใหญ่จะคุยกันผ่านคอมเมนต์ และมีการฝากข้อความและอีเมลล์ทางโปรแกรมหลังไมค์ในเว็บบล็อก และจะเห็นได้ว่า มีการติดต่อผ่านทางช่องทางอื่นด้วย

จากคำถามที่ว่า การเริ่มต้นความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ใช้เว็บ Blog ทางอินเทอร์เน็ต มีความเป็นมาหรือมีเรื่องราวอย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“เห็นกันผ่านบอร์ดที่เล่นด้วยกันมานาน คุยกัน แชวกันเล่นๆ ผ่านบอร์ด มีการคุยกันผ่านหลังไมค์” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“สนใจในเรื่องเดียวกัน ทำให้คุยกันบ่อยจนสนิทกันมากขึ้น” (อัจฉริย์ เจริญ, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“อ่าน blog ของเขาแล้วน่าสนใจก็เข้าไปคุย” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“มีคนหนึ่งไปบังเอิญอ่านเจอแล้วชอบก็เลยอ่านเรื่อยมาจนชวนมาเขียนลงนิตยสารที่ทำอยู่ตอนนั้น และก็ได้มาร่วมงานกันจริงๆ” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“ความเป็นมาคือไม่เคยรู้จักกันมาก่อน แต่มารู้จักกันและสานสัมพันธ์ในแนวคิดเดียวกันบนโลกไซเบอร์แห่งนี้” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“เริ่มต้นด้วยมาอ่านเรื่องราว แล้วคอมเมนต์ ส่งอีเมลล์ คุย แล้วขอ add msn ค่ะ” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า การเริ่มต้นความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ใช้เว็บ Blog ทางอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้ในกลุ่มความสัมพันธ์ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม ส่วนใหญ่จะมีการเข้าไป

แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างต่อเนื่อง และมีการคุยผ่านช่องทางอื่น เช่น คุยกันผ่านทางโปรแกรมหลังไมค์ของเว็บบล็อก คุยผ่านทางโปรแกรม msn โดยผู้ใช้เว็บบล็อกกลุ่มนี้ จะมีความชื่นชอบในเรื่องที่ตนเองเขียนเป็นอย่างมาก ดังนั้นเมื่อมีผู้อื่นที่มาชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน และมีการแลกเปลี่ยนทัศนคติกันอย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอ ทำให้มีความรู้สึกผูกพันและคุยกันอย่างสนิทสนมมากขึ้น

จากคำถามที่ว่า เรื่องราวที่สนทนาระหว่างกันกับเพื่อนในเว็บ Blog ส่วนใหญ่เกี่ยวกับอะไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“ความงาม แฟชั่น สุขภาพ ประสพการณ์ชีวิต” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“ความสวย ความงาม” (อัจฉริย์ เจริญ, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“เกี่ยวกับการแต่งหน้า” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“เรื่องที่เล่ามาเล่าให้ฟัง และเรื่องที่เราชอบเหมือนกัน” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“เกี่ยวกับเรื่องที่บล็อกเกอร์ท่านนั้นได้กำหนด แต่ส่วนใหญ่จะคุยกับบล็อกเกอร์ที่รู้จักกันมากกว่า” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“เรื่องทั่วไปเลยคะ อยู่ที่ไหน ทำอะไรอยู่ บินไปไหน เมื่อไหร่จะกลับ อากาศเป็นยังไง เวลาเท่าไร หนาวไหม” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า เรื่องราวที่ผู้ใช้บล็อกส่วนใหญ่นิยมสนทนากันคือ เรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้ใช้บล็อกท่านนั้นสนใจ เช่น ผู้ที่สนใจเรื่องความงาม หรือเขียนบล็อกเกี่ยวกับความงาม และจะมีการคุยกันเรื่องทั่วไป เรื่องชีวิตประจำวัน ซึ่งจะแสดงความคิดเห็นถึงและห่วงใยเข้าไปในการสนทนาด้วย

จากคำถามที่ว่า รูปแบบการสนทนาระหว่างกันกับเพื่อนในเว็บ Blog เป็นอย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“ข้อความ โพสต์รูปภาพและไอคอน แต่ส่วนมากเป็นข้อความ” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“ข้อความ รูปภาพ ไอโมติคอน เพลง แล้วแต่หัวข้อเรื่อง” (อัจฉริย์ เจริญ, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“ข้อความผ่าน msn” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“คุยผ่าน msn ค่ะ” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“คุยกันผ่านในบล็อก ส่งข้อความถึงเค้าหลังไมค์ หากมีประเด็นไหนที่เป็นเรื่องส่วนตัว” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“Chat อย่างเดียวคะ ส่วนรูปภาพ วิดีโอให้เขามาดูได้จาก blog ค่ะ” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า รูปแบบการสนทนาระหว่างกันกับเพื่อนในเว็บ Blog โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้เว็บบล็อกจะนิยมสื่อสารด้วยวิธีการเขียนข้อความส่งถึงกัน มีการใช้รูปภาพ หรือ icon ในการสนทนาบ้าง และจะมีการคุยผ่านช่องทางอื่นๆมากขึ้น เช่น คุยผ่านโปรแกรม msn คุยผ่านโปรแกรมหลังไมค์ เป็นต้น ซึ่งทำให้สามารถสื่อสารและสนทนากันได้อย่างต่อเนื่องมากกว่า การแสดงความคิดเห็นในเว็บบล็อก

จากคำถามที่ว่า ท่านมีความเป็นตัวของตัวเองในการสนทนากับเพื่อนในเว็บ Blog มากน้อยเพียงใด อย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“มีความเป็นตัวของตัวเองสูง และจะคุยกันเรื่องที่สนใจร่วมกันก่อน” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“เป็นตัวของตัวเองตามปกติ ชีวิตจริงเป็นอย่างไรก็อย่างนั้น เพราะส่วนตัวแล้วคิดว่าถ้าอยากได้ความจริงใจจากใคร เราก็ต้องจริงใจกับเค้าก่อน เพื่อนในบล็อกก็คือเพื่อนในชีวิตจริงที่สัมผัสได้และมีตัวตนจริงๆ” (อจรรย์ เจตนิษฐ์, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“เป็นตัวของตัวเองตามปกติ” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“เป็นตัวของตัวเองที่สุด” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“ก็ใส่ความคิดเห็นของเราจริงๆ เพราะต้องการสื่อด้วยทัศนคติของเราที่มีต่อเรื่องนั้นๆ และตอบบล็อกเกอร์นั้นๆ” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“ก็เป็นตัวของตัวเองค่อนข้างมากนะคะ คือจริงๆ บางครั้งจะอารมณ์แปรปรวนบ่อย ก็เลยคุยก็มี ก็จะเขียนบอกไว้ใน blog คนที่เขามาอ่านเขาก็จะเข้าใจ” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า ผู้ใช้เว็บบล็อกทั้งหมดมีการแสดงความเป็นตัวตนสูง ในการเข้าไปสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนในเว็บบล็อก ชีวิตจริงของบล็อกเกอร์ท่านนั้นเป็นแบบใด ก็จะใส่ความเป็นตัวตนทั้งหมดลงไปในเว็บไซต์ ไม่มีการปิดบัง แอบแฝง หรือหลอกว่าเป็นแบบอื่น สาเหตุเนื่องมาจากบล็อกเกอร์ส่วนใหญ่คิดว่าไม่มีความจำเป็น ที่จะต้องปิดบังตัวตน เพราะเพื่อนในเว็บบล็อกบางส่วนก็เป็นเพื่อนที่เจออยู่ในชีวิตจริงด้วย

จากคำถามที่ว่า จุดที่ทำให้คิดว่าต้องเริ่มสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนทางเว็บ Blog เริ่มจากจุดใด ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“ส่วนตัวเกิดจากการประทับใจอีกฝ่าย ชอบเรื่องเดียวกัน ชอบอ่านความเห็นของเขา แต่ไม่ค่อย add ใครก่อน ถ้าไม่มีคนขอ” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน คุยกันถูกคอ” (อัจฉริย์ เจริญ, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“ชอบเรื่องเดียวกัน พอคุยกันแล้วรู้สึกว่าเค้ามีความรู้ในเรื่องนี้ ก็จะเอามาแชร์กัน บางคนที่อยากจะเข้ามาคุย อยากจะมาเป็นเพื่อนกับเรา เพราะต้องการปรึกษาเรื่องการแต่งหน้า” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“ตอนแรกก็จะเริ่มจากสนใจในเรื่องเดียวกันก่อน พอคุยกันบ่อยขึ้นก็รู้สึกเป็นกันเอง แล้วทุกคนที่คุยกันนิสัยดี บางคนรู้ใจเรามากกว่าเพื่อนเราจริงๆอีก ก็เลยคิดว่าน่าจะเป็นจุดที่ทำให้เริ่มสนิทกัน” (นิสากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“อยากรู้จักคนเยอะๆ ซึ่งแต่ละคนในบล็อกเป็นคนที่น่าสนใจและมีความรู้ บางครั้งเราสามารถขอคำปรึกษาจากเค้าได้ พอมีการคุยแลกเปลี่ยนทัศนคติกันบ่อยๆ ทำให้รู้สึกเป็นกันเอง” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“ชอบเรื่องเดียวกัน น่าจะเป็นจุดเริ่มต้น” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้เว็บบล็อกส่วนใหญ่คิดว่าต้องเริ่มสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนทางเว็บบล็อก เนื่องจากมีความสนใจ และชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน บางส่วนเกิดจากความประทับใจ และชื่นชมในความเก่ง ความเชี่ยวชาญของบล็อกเกอร์ท่านนั้น ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารกันบ่อยมากขึ้น จนเกิดความเคยชิน และพัฒนาความสัมพันธ์จนถึงขั้นสนิทสนมกัน

จากคำถามที่ว่า การขยายขอบเขตความสัมพันธ์จากการคุยกันในเว็บ Blog ที่นำไปสู่รูปแบบการติดต่อกันในรูปแบบอื่นๆ มีหรือไม่ อย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“มีการแลกเปลี่ยนอีเมลล์คุย msn กัน” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“add msn คุยกันก่อนระยะหนึ่ง แล้วถึงจะมีการแลกเปลี่ยนเบอร์โทร หรือนัดเจอกัน” (อัจฉริย์ เจริญ, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“ก็มีแลกเปลี่ยนเบอร์โทร นัดเจอกัน กินข้าว” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“แลกเปลี่ยน msn กัน และก็จะไปแชตกันใน msn ตอนนี้นี้จะมี hi5 ด้วย” (นิสากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“ติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ต แล้วค่อยนัดเจอกัน” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“จะเห็น chat ทางโปรแกรม msn” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า ส่วนใหญ่จะมีการขยายขอบเขตความสัมพันธ์จากการคุยกันในเว็บ Blog ไปสู่รูปแบบการติดต่อกันในรูปแบบอื่นๆ โดยใช้ช่องทางการสนทนา (chat) ทางโปรแกรม msn และมีการแลกเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์กัน ทำให้สามารถคุยกันและเปิดเผยความรู้สึกได้มากยิ่งขึ้น มีการโทรนัดหมายออกมาทานข้าว หรือไปทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน

จากคำถามที่ว่า ให้เปรียบเทียบระหว่างเพื่อนทางเว็บ Blog กับเพื่อนในชีวิตจริง ท่านคิดว่า เหมือนหรือแตกต่างกัน หรือไม่ อย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“มีทั้งเหมือนและแตกต่าง ข้อที่เหมือนกันคือ 1.มันขึ้นอยู่กับบุคคลที่คบเสมอว่าเขานิสัยดีหรือไม่ดี จริงใจไม่จริงใจ ในชีวิตจริงก็เจอคนหลากหลายเช่นเดียวกับเน็ต 2.คนที่สนใจเรื่องเดียวกัน มักจะเข้ากันง่าย ข้อที่แตกต่างกันคือ 1.ระยะห่าง การสร้างความสัมพันธ์เกิดจากการระยะห่าง อาจจะต้องใช้เวลามากกว่าในชีวิตจริง ถ้ารู้จักกันแล้วเข้ากันไม่ได้ สามารถเลี่ยงการสนทนาได้ง่ายกว่า 2.การประเมินภายนอก ในสังคมที่เล่น ใช้การเล่าเรื่องด้วยอักษรมาก ส่วนตัวจะเกิดความรู้สึกประทับใจในความคิดของบุคคลที่เห็นผ่านบล็อก มากกว่าหน้าตาหรือลักษณะภายนอก เช่น ฐานะทางสังคม อาชีพของเขา คิดว่าในชีวิตจริง คนเรามักจะประเมินภายนอกไปด้วย แต่ในบล็อกมีการประเมินภายใน คือ ความคิด น้ำใจ การถ่ายทอด มากกว่า 3.กลวิธีในการรู้จัก ต้องผ่านภาษาเขียน แต่ในชีวิตจริงผ่านภาษาพูดมากกว่า” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“ไม่แตกต่าง ไม่ว่าจะรู้จักกันทางไหน ก็ต้องใช้เวลาในการทำความรู้จัก ใช้ความจริงใจเหมือนกัน” (อจรรย์ เจตินัย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“เหมือนกัน และอาจจะทำให้เรารู้จักตัวตนของเพื่อนได้ง่ายกว่า” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“ต่างกัน เพราะบางคนยังมีความเป็นส่วนตัวอยู่มาก และไม่ยอมเผยเรื่องส่วนตัวเลย แต่เพื่อนในชีวิตจริงเรารู้ทุกเรื่องของเค้าเลย” (นิสากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“คิดว่าแตกต่างกัน เพื่อนในชีวิตจริงนั้น พวกเขาอาจไม่ได้สนใจเว็บล็อกก็ได้ เขาอาจสนใจเรื่องอื่นที่เขาชอบ แต่คนเป็นบล็อกเกอร์นั้นที่รู้จักกันเป็นเพื่อนกันได้ เพราะมีจุดประสงค์และเป้าหมายที่คล้ายกัน” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“ต่างกันกะ เพื่อนทาง blog จะเล่นอินเทอร์เน็ต หรือคิดเน็ต แต่เพื่อนทั่วไปเขาจะไม่มีเวลาเล่นเน็ต” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้พบว่า จะมีทั้งข้อเหมือน และแตกต่าง โดยในส่วนที่คิดว่าเพื่อนในชีวิตจริงกับเพื่อนในเว็บล็อกนั้น มีลักษณะเหมือนกันคือการทำความรู้จักหรือจะมาสนิทสนมกันต้องใช้เวลาเหมือนการคบเพื่อนในชีวิตจริง และก็จะจะมีทั้งเพื่อนที่ดีและไม่ดี ซึ่งอยู่กับการที่ผู้ใช้บล็อกแต่ละคนต้องตัดสินใจเลือกคบ ในส่วนที่เห็นว่าแตกต่างพบว่า ระยะเวลาในการที่จะสร้างความสัมพันธ์ของเพื่อนในบล็อก อาจจะมากกว่าเพื่อนในชีวิตจริง และวิธีในการรู้จักเพื่อนในบล็อกจะต้องผ่านจากการใช้ภาษาเขียนมากกว่าภาษาพูด ซึ่งอาจจะทำให้การถ่ายทอดความรู้สึก ไม่สามารถกระทำได้อย่างเต็มที่ และบางส่วนยังมองว่า เพื่อนที่พบในเว็บล็อกยังมีความเป็นส่วนตัวอยู่มาก และไม่ค่อยกล้าเปิดเผยเรื่องส่วนตัวทั้งหมด

4.3 รูปแบบภาษาที่ใช้ในเว็บล็อก

จากการเข้าไปสังเกตการณ์ของผู้วิจัยในเว็บล็อกนั้นพบว่า มีการใช้การนำเสนอบล็อกในรูปแบบของการใช้ภาษาและข้อความเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งภาษาหรือถ้อยคำที่ใช้นั้นมีมากมาย หลากหลาย รวมถึงมีการใช้รูปภาพประกอบ การใช้สัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรเพื่อแสดงอารมณ์หรือเป็นการสื่อถึงความรู้สึกของผู้เขียนในขณะนั้น ซึ่งผู้วิจัยจะแสดงผลจากการศึกษา แยกแยะตามรายละเอียดเนื้อหา ดังนี้

4.3.1 การใช้ภาษาและข้อความในเว็บล็อก

การนำเสนอเนื้อหาบนเว็บล็อกนั้นเกิดจากการเขียนข้อความเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นที่ทราบกันอยู่แล้วว่า เว็บล็อกก็เปรียบเสมือนกับการเขียนบันทึกออนไลน์ เพื่อเล่าเรื่องราวต่างๆให้กับคนทั่วไปในหมู่มากรับรู้ ดังนั้นการเขียนข้อความและการใช้นำนั้นจึงมีบทบาทที่สำคัญในการใช้งานในเว็บล็อก อีกทั้งยังนำมาใช้ในการสื่อสาร และยังเป็นการแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึกต่างๆของผู้ใช้งานในขณะนั้น ซึ่งเมื่อผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตการณ์และทำการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่คัดเลือกมา ทำให้เห็นว่าการใช้ภาษาและข้อความที่หลากหลาย ซึ่งได้รวบรวมแยกตามหัวข้อได้ดังนี้

1. การใช้ภาษาแชต การเขียนเรื่องราวในเว็บบล็อกนั้น สิ่งที่พบมากในอันดับต้นๆ นอกจากการใช้ภาษาที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์แล้ว เรายังพบอีกว่า บล็อกเกอร์ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นจะนิยมใช้ภาษาแชต ในการบอกเล่าเรื่องราวรวมถึงการแสดงความคิดเห็น และการติดต่อสื่อสารกัน ซึ่งภาษาแชตก็คือ ภาษาที่ถูกแปลงมาจากคำในภาษาเดิม ให้สามารถเขียนได้ในรูปลักษณะใหม่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ภาษาแชตนี้มักจะผิดหลักในการเขียนอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการพิมพ์ข้อความ ถ้าจะให้แยกแยะคือ คำที่ไม่อยู่ในพจนานุกรม และไม่เป็นไปตามกฎของหลักภาษาไทยโดยส่วนใหญ่จะเป็นภาษาแชต ซึ่งภาษาแชตนั้นสามารถแยกย่อยได้อีกดังนี้

1.1 การใช้คำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียง

การใช้ข้อความในการสื่อสารและสนทนาบนเว็บบล็อกนั้น จะพบภาษาแชตในรูปแบบของการใช้คำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียงมากที่สุด เนื่องจากการพิมพ์ข้อความเลียนแบบคำพูดจริงๆ โดยไม่สนใจว่าตัวเองจะสะกดถูกต้องตามไวยากรณ์หรือไม่ เน้นเพื่อความสนุกสนาน และรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร และแสดงอารมณ์ความรู้สึกเหมือนกับว่ากำลังคุยโต้ตอบอยู่กับคู่สนทนาจริงๆ อีกทั้งยังเป็นการแสดงออกให้เห็นถึงความน่ารักน่าเอ็นดูของผู้แสดงความคิดเห็นได้ตอบในบล็อกนั้นๆ ตัวอย่างของคำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียงเช่น เทอ(เธอ), จัย(ใจ), จัย(ใจ), หนู(หนู), ฼(หนู), ปันยา(ปัญญา), คำ(กรรม), เฮน(เห็น), เปน(เป็น)

ตัวอย่างของคำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียงที่พบจากการสังเกตการณ์ในเว็บบล็อก เช่น

มาเม้นเข้าไปป่าวอ่าร้า ใจก็มีสๆๆน้า

โดย: paaomzz วันที่: 2 มีนาคม 2551 เวลา:1:16:36 น.

ที่มา: (<http://scarborough-fair.bloggang.com>)

มีกินฟรีไหมอะ เพ่ แบบนี้ ถ้าฟรีเด๋วผมไปกิน ออิ

โดย: คนทุ่งบางเขน 4 มีนาคม 2551 11:06:43 น.

ที่มา: (<http://aitai.bloggang.com>)

ความคิดเห็นที่ 16 กุหลาบเชิงคอย

วันที่ : 13/01/2008 เวลา : 22.26 น.

<http://www.oknation.net/blog/rakpa>

อัศวิน"แม่ว"จัย...เอาม๊ะ...ก็กำลังจะมาแล้วนี่...

ที่มา: (<http://www.oknation.net/blog/pliewlom/2008/01/13/entry-1/comment#read>)

1.2 การใช้คำแบบลากเสียง

การใช้คำแบบลากเสียงจะเป็นการพิมพ์ตัวอักษรหรือสระตัวสุดท้าย ซ้ำๆ กันยาวๆ เพื่อเป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกขนาดนั้นอย่างมาก เช่น มากกกกๆๆๆๆ จ้าาาาาาาา คิดถึงงงงงง หรืออาจมีการใช้ตัวอักษรหรือตัวเลขที่มีการออกเสียงคล้ายๆกับภาษาพูดเช่นการใช้เลขห้า (5) แทนเสียงการหัวเราะ ซึ่งอาจจะใช้สื่อสารได้กับคนไทย หรือคนที่รู้ภาษาไทยเท่านั้น ถ้าใช้สื่อสารกับชาวต่างชาติ ความหมายอาจจะผิดเพี้ยนไปในทิศทางอื่นได้

ตัวอย่างของการใช้คำแบบลากเสียงที่พบจากการสังเกตการณ์ในเว็บบล็อก เช่น

มีบล็อกแล้วๆๆตามเก็บเป็นเพื่อนค่ะ

โดย: มาเยี่ยมค่ะ (ทำงานเก็บเงิน) 7 กุมภาพันธ์ 2551 17:44:29 น.

ที่มา: (<http://cnjako.bloggang.com>)

ความคิดเห็นที่ 6

reallemons วันที่ : 18/01/2008 เวลา : 08.56 น.

<http://www.oknation.net/blog/reallemons>

เวงก้า .. แล้วจะเจอตัวมัยเนี่ย

เจอแล้วจะจำหน้าได้มัยเนี่ย?? 555555

ที่มา: (<http://www.oknation.net/blog/kittinunn/2008/01/18/entry-2/comment#read>)

1.3 การใช้คำเลียนเสียงพูดไม่ชัด

การใช้คำเลียนเสียงพูดไม่ชัดนั้น จะพบว่าการพิมพ์ข้อความเลียนเสียงพูดไม่ชัดของเด็ก หรือเป็นกระแสจากการเริ่มนำมาพูดของศิลปิน-ดาราในโทรทัศน์ ซึ่งเป็นที่นิยมของบล็อกเกอร์วัยรุ่นจำนวนมาก คำเลียนเสียงพูดไม่ชัดเช่น มาแว้ว(มาแล้ว), อายัย้อ่า(อะไรอะ), เหงๆกัลอยู่(เห็นๆกันอยู่), เป่งยางยางข้าง(เป็นยังงี้ข้าง)

ที่มา: (<http://www.oknation.net/blog/khuan/2008/02/20/entry-1>)

2. การใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่ม

การใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่มในการสนทนาในเว็บบล็อกนั้น ส่วนมากจะพบว่าเป็นการใช้คำศัพท์แทนสิ่งที่ต้องการกล่าวถึง ไม่ว่าจะเป็น คน สัตว์ หรือสิ่งของ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจในกลุ่มคนที่สนทนาในเรื่องเดียวกัน เช่น ในกลุ่มการเมืองจะเรียก “เจ้เพ็ญ” หมายถึง คุณจักรภพ เพ็ญแข, “หล่อใหญ่” หมายถึง คุณอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ หรือในกลุ่มแกลเลอรีภาพถ่ายจะเรียก “หนอน” หมายถึง กล้องยี่ห้อแคนอน, “นิกร” หมายถึง กล้องยี่ห้อนิคอน เป็นต้น

ตัวอย่างของการใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่มที่พบจากการสังเกตการณ์ในเว็บบล็อก เช่น

วันพุธ ที่ 20 กุมภาพันธ์ 2551

"เจ้เพ็ญ" มูมือที่มองไม่เห็น..รัฐบาลจัดการได้ !!!

Posted by Darknews

(ที่มา: <http://www.oknation.net/blog/darknews/2008/02/20/entry-1>)

นิกร คี80 คิด 18-135 ให้รางวัลกับชีวิตอีกแล้วครับท่าน ได้มาวันที่ 30 ธันวาคม 2550

-คี70 จอเล็กไปหน่อย สีไม่จัดจ้านหาอยู่ตามเว็บต่างๆ ได้สักพัก ก็ลองดูของหัว Japan 31 เล

Create Date : 18 มกราคม 2551

(ที่มา: <http://yaip.bloggang.com>)

3. การใช้สัญลักษณ์ต่างๆ

การใช้สัญลักษณ์จากการใช้ตัวอักษรต่างๆบนแป้นพิมพ์ (Keyboard) เข้ามาผสมกันเป็นคำพูด หรือเป็นรูปภาพที่สื่อถึงอารมณ์ต่างๆ หรือไม่ว่าจะเป็นการใช้รูปภาพไอคอน (emoticon) ที่ทางผู้ให้บริการเว็บบล็อกได้จัดเตรียมไว้ให้นั้น พบว่าได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการสื่อสารกันภายในเว็บบล็อก เพราะจากการสื่อสารด้วยข้อความภายในเว็บบล็อกเพียงอย่างเดียว นั้น อาจจะสื่อถึงความรู้สึกต่างๆ ได้ทั้งหมด ดังนั้นการที่ได้นำเอาสัญลักษณ์เข้ามาประกอบกับเนื้อหา หรือการแสดงความคิดเห็นในเว็บบล็อก จะเป็นการช่วยเติมเต็มส่วนที่ขาดหายไป และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น จากการสังเกตการณ์ในเว็บบล็อกในเรื่องการใช้สัญลักษณ์ ผู้วิจัยสามารถรวบรวมและแบ่งย่อยกลุ่มและรูปแบบของการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ได้ดังนี้

3.1 การใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแทนตัวอักษรภาษาไทย

การใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแทนตัวอักษรไทยนั้น เพิ่งจะได้รับความนิยมเมื่อไม่นานมานี้ ซึ่งจะเป็นการนำตัวอักษรในภาษาอังกฤษ ที่มีลักษณะรูปร่างคล้ายๆ ตัวอักษรในภาษาไทย มาผสมเป็นคำในภาษาไทย ซึ่งในหมู่วัยรุ่นมักจะเรียกว่าซัน Inw (เทพ) ตัวอย่างของภาษาในรูปแบบนี้ เช่น Inw = เทพ, uou = นอน, IIOU = แอบ, IISJ = แร้ง, IInJ = แทะ, JoIIJ = จอแจ เป็นต้น

ตัวอย่างของการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแทนตัวอักษรภาษาไทยที่พบจากการสังเกตการณ์ในเว็บบล็อก เช่น

InW มากมากค่า กรั้วววววว

โดย: หนูคิสของพี่ปิง IP: 58.8.186.27 วันที่: 26 มีนาคม 2550 เวลา:18:30:16 น.

(ที่มา: <http://pingpii.bloggang.com>)

เราเป็นคนจำพวกทำอะไรทำจริง (รวมทั้งรักจริงทั้งจริง คิกๆ) ดังนั้นพอสนใจอะไรก็จะทุ่มเทเรื่องนั้นสุดๆ เกมส้อออนไลน์นี่ก็เช่นกัน ใครเขามีอะไรก็ต้องหาให้มีกะเขาให้ได้ ต้องเป็น "InW" (อ่านว่า -เทพ-) กับเขาให้ได้เหมือนกัน ชุคต้องครบแบบฟลุคอฟชั่น อวูรต้องแรงอย่างที่คนอื่นมี หมดไปทั้งเวลา เงินในเกมส์ และเงินจริง (ซื้อไอเทมพิเศษ) เหออๆ

(ที่มา: <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=kampong&group=2>)

3.2 การใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon)

การใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ emoticon เป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่ผู้ใช้กระดานสนทนา (webboard) การเล่นเกมสนทนา (Chat) รวมกระทั่งในเว็บบล็อก เพื่อเป็นการแสดงถึงอารมณ์ หรือสีหน้า ท่าทางของผู้เขียนในขณะนั้นให้อีกฝ่ายได้รับรู้ คำว่า emoticon ในภาษาอังกฤษ มาจากการผสมคำว่า emotion (อารมณ์) และ icon (สัญลักษณ์) เข้าด้วยกัน ตัวอย่างของ emoticon ที่พบในเว็บบล็อกแสดงให้เห็นในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงความหมายของสัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon) ที่พบในเว็บบล็อก

สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon)	ความหมาย
:) :-) ^^ ^-^ ^_^ ^_* (^_^) @^_^@	แสดงอารมณ์ดี, ยิ้ม
:(:-(T_T Y_Y	แสดงอารมณ์เศร้า, โกรธ, ไม่พอใจ
:'(	อาการร้องไห้
:P	การแลบลิ้น
:-D (^o^) (^o^)/	ยิ้มกว้าง หรือหัวเราะ
;) ;-) ^_-	กระพริบตา
:-O O_O @_@	แสดงอาการตกใจ, มึนงง
-_-	แสดงอาการง่วง, หลับแล้ว, เซ็ง
-_-“	แสดงอาการเครียดจนเหงื่อตก

ตัวอย่างของการใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon) ที่พบจากการสังเกตการณ์ในเว็บบล็อก เช่น

ไปทะเล หรือไป RCA ซื้ขอแอบตามไปด้วยนะคะ ^_^ ขอบคุณที่แวะไปคอมเม้นท์ให้ค่ะ โดย: เป็ยเกี้ยว 17 มีนาคม 2551 19:42:28 น. (ที่มา: http://sunwar.bloggang.com) ขวยเลย โดนTag แ้ว Y_Y แง้ๆๆ (อุตส่าหลบฯซ่อนมาคั้งนาน ออิ) โดย: ขวัญหล้า IP: 124.121.133.67 22 กุมภาพันธ์ 2551 23:46:24 น. (ที่มา: http://iamnutt.bloggang.com)

3.3 การใช้รูปภาพไอคอนที่มีอยู่ในเว็บบล็อก

การเขียนบล็อกหรือการเข้าไปแสดงความคิดเห็นในบล็อกนั้น จะมีไอคอนรูปภาพแสดงอารมณ์ที่ทางเว็บบล็อกได้จัดเตรียมไว้ให้ เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ซึ่งผู้วิจัยพบว่า การใช้รูปภาพไอคอนที่กล่าวมานี้ ได้รับความนิยมมากที่สุด ทั้งใน www.bloggang.com และ

www.oknation.net ซึ่งรูปภาพไอคอนดังกล่าวผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเพื่อนำมาแสดงและแปลความหมายได้ดังนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงความหมายและรูปภาพไอคอนที่พบในเว็บบล็อก

รูปภาพไอคอน		ความหมาย
Bloggang	Oknation	
		ยิ้ม
		โกรธ
		งง, สงสัย
		แอบลั่น
		รัก
		เงินอาย
		เครียด, เหงื่อตก
		เสียใจ, ร้องไห้
		หัวเราะ
		หลับ
		ป่วย
		เซอะ
		ยุ่งเหยิง, มึนงง
		สวัสดี

ตัวอย่างของการใช้รูปภาพไอคอนแสดงอารมณ์ ที่พบจากการสังเกตการณ์ในเว็บบล็อก
เช่น

ความคิดเห็นที่ 12
LukeKaEw วันที่ : 02/02/2008 เวลา : 22.21 น.
<http://www.oknation.net/blog/lukekaew>
โห คุณที่สายสร้อยมาดูตัวจริงที่บ้านนะ ช่าส์มากกกกกก 🇹🇹
เอาเลขจ๊ะ พี่เดียร์ ออกกำลัง 😊
ดีใจที่ทำให้คุณ hathai อารมณ์ดีคร้า 😊
แแกนเยอะละสิ นังพลูโต 🤪
(ที่มา: <http://www.oknation.net/blog/lukekaew/2008/01/31/entry-1/comment>)
โ้ววว.. เกือบตกข่าว เพิ่งรู้น้องปิ่นมีบล็อกแล้ว ถ้างั้นพี่ของแอดบล็อกมาเป็นเพื่อนบ้านกัน
หน้อยนะจ๊ะ มีคลังรีวิวเก็บไว้แบบนี้พลาดไม่ได้ 😊
โดย: [แมวจอมกวน](http://cnjako.bloggang.com) ❤️ 29 มกราคม 2551 5:29:56 น.
(ที่มา: <http://cnjako.bloggang.com>)

4.3.2 ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อกต่อข้อความที่ว่าด้วยรูปแบบภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อก

สัญลักษณ์ และรูปแบบภาษาที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างเพื่อนในเว็บ Blog เป็นอย่างไร

ชื่อ	เพศ	อายุ	อาชีพ	ชื่อบล็อก	คำตอบ	วันที่ สัมภาษณ์
มินนารี	หญิง	29	นักศึกษา ปริญญาโท	http://numor.bloggang.com	ภาษาต่างๆ อาจจะมีพิมพ์ภาษาพูด ภาษาแชตบ้าง	3 เม.ย. 51
รพี ชูสุวรรณ	ชาย	32	ทำงานอิสระ	http://alwaysfluke.bloggang.com	ใช้ภาษาพูดปกติทั่วไป มีการใช้ไอคอนบ้าง	5 เม.ย. 51
บุษบา	หญิง	28	ทำงานอิสระ	http://mithuna.bloggang.com	ภาษาไทยปกติ	5 เม.ย. 51
Book (นามแฝง)	หญิง	19	นักศึกษา ปริญญาตรี	http://kingyo.bloggang.com	ใช้ภาษาพูด ศัพท์วัยรุ่นทั่วไป ใส่สัญลักษณ์พวกไอคอนบ้าง	19 เม.ย. 51
ลูกบัว (นามแฝง)	หญิง	29	แอร์โฮสเตส	http://www.oknation.net/blog/happytofly	ภาษาพูดเลยคะ เหมือนนั่งเล่าเรื่องให้ฟังมากกว่า ซึ่งคนรู้จักกัน หมายถึงเพื่อนในชีวิตจริงมาอ่าน เขาก็จะชอบมาอ่านกัน เพราะ เหมือนฟังเราเล่าเรื่อง สนุกดี	19 เม.ย. 51
ไก่ (นามแฝง)	หญิง	27	ธุรกิจส่วนตัว	http://aitai.bloggang.com	ใช้ภาษาพูด ศัพท์วัยรุ่นและพวกคำแสลงต่างๆ และใช้พวกอีโมติ คอนประกอบด้วย	20 เม.ย. 51

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อก
สัญลักษณ์ และรูปแบบภาษาที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างเพื่อนในเว็บ Blog เป็นอย่างไร (ต่อ)

ชื่อ	เพศ	อายุ	อาชีพ	ชื่อบล็อก	คำตอบ	วันที่ สัมภาษณ์
กิตติญาณี หิรัศศักดิ์สกุล	หญิง	48	รับราชการครู	http://www.oknation.net/blog/roungkaw	ธรรมดา ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย	20 เม.ย. 51
อัจฉริย์ เจตินัย	หญิง	26	พนักงานบริษัท	http://aob-ab.bloggang.com	มีภาษาพูด ภาษาแสดงบ้าง แต่ไม่มาก จะใช้เพื่อเน้นอารมณ์ในตอน นั้นๆมากกว่า	26 เม.ย. 51
พนัสชัย คงศิริจันทร์	ชาย	22	ผู้สื่อข่าว	http://www.oknation.net/blog/phanasgook	ภาษาแบบทางการ และไม่เป็นทางการ	27 เม.ย. 51
Nity (นามแฝง)	ชาย	26	ผู้สื่อข่าว	http://www.oknation.net/blog/nity	ภาษาพูด เข้าใจง่าย สัญลักษณ์ก็มีบ้าง แต่น้อย	27 เม.ย. 51
ปลิวลม (นามแฝง)	หญิง	43	รับจ้าง	http://www.oknation.net/blog/pliewlom	ส่วนใหญ่เป็นคำกลอน	29 เม.ย. 51
นิสากร แก่นมีผล	หญิง	27	บก.บริหาร เว็บไซต์	http://www.oknation.net/blog/lukekaew	ภาษาต่างๆเป็นกันเอง	29 เม.ย. 51

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อก

ท่านมีการใช้รูปภาพประกอบในการเขียนเว็บ Blog หรือไม่ เพื่ออะไร มากน้อยเพียงใด

ชื่อ	เพศ	อายุ	อาชีพ	ชื่อบล็อก	คำตอบ	วันที่ สัมภาษณ์
มินนารี	หญิง	29	นักศึกษา ปริญญาโท	http://numor.bloggang.com	ใช้รูปที่ตัวเองถ่ายเอง หรือรูปทางอินเทอร์เน็ต โดยให้ที่มาเสมอ มี ไม่เยอะ	3 เม.ย. 51
รพี ชูสุวรรณ	ชาย	32	ทำงานอิสระ	http://alwaysfluke.bloggang.com	ใช้เสมอครับ เพราะการแต่งหน้าต้องมีภาพประกอบ	5 เม.ย. 51
บุษบา	หญิง	28	ทำงานอิสระ	http://mithuna.bloggang.com	ใช้รูปในการเขียนบล็อกสวยงามและบล็อกท่องเที่ยวมาก ส่วน บล็อกนิยายก็มีรูปบ้าง ไม่มีรูปบ้าง	5 เม.ย. 51
Book (นามแฝง)	หญิง	19	นักศึกษา ปริญญาตรี	http://kingyo.bloggang.com	ใช้ค่ะ ใช้ตกแต่งให้ดูสวยงาม และเข้ากับเนื้อหาที่เราเขียน	19 เม.ย. 51
ลูกบัว (นามแฝง)	หญิง	29	แอร์โฮสเตส	http://www.oknation.net/blog/happytofly	ถ้าเป็นเรื่องอาหาร เรื่องท่องเที่ยว นี้จะมีรูปประกอบเรื่องๆ ค่ะ	19 เม.ย. 51
ไก่อ (นามแฝง)	หญิง	27	ธุรกิจส่วนตัว	http://aitai.bloggang.com	มีแทบทุกบล็อกที่เขียนเลยคะ ส่วนมากเป็นรูปวิธีการทำอาหาร	20 เม.ย. 51

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อก

ท่านมีการใช้รูปภาพประกอบในการเขียนเว็บ Blog หรือไม่ เพื่ออะไร มากน้อยเพียงใด (ต่อ)

ชื่อ	เพศ	อายุ	อาชีพ	ชื่อบล็อก	คำตอบ	วันที่ สัมภาษณ์
กิตติญาณี หิรัศศักดิ์สกุล	หญิง	48	รับราชการครู	http://www.oknation.net/blog/roungkaw	มาก เพื่อให้บล็อกดูน่าสนใจ	20 เม.ย. 51
อঞ্জรีย์ เจตน์ย	หญิง	26	พนักงานบริษัท	http://aob-ab.bloggang.com	ส่วนใหญ่จะมีรูปภาพประกอบ เพื่อให้คนอ่านพักสายตาเวลาเขียน เนื้อหายาวๆ	26 เม.ย. 51
พนัสชัย คงศิริจันทร์	ชาย	22	ผู้สื่อข่าว	http://www.oknation.net/blog/phanasgook	มีตลอดที่อัปบล็อก เพราะจะทำให้เว็บบล็อกมีความน่าสนใจ ดึงดูด ผู้เข้าชม หากมีแต่ตัวหนังสืออย่างเดียวจะทำให้รูปแบบของบล็อกดู น่าเบื่อได้ มันก็เหมือนกับการทำหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร ซึ่งมีใช้ มีเพียงตัวอักษรอย่างเดียว	27 เม.ย. 51
Nity (นามแฝง)	ชาย	26	ผู้สื่อข่าว	http://www.oknation.net/blog/nity	มี เพื่อสื่อให้ชัดเจน	27 เม.ย. 51
ปลิวลม (นามแฝง)	หญิง	43	รับจ้าง	http://www.oknation.net/blog/pliewlom	มาก เพื่อดึงดูดความสนใจ และอธิบายบทวี	29 เม.ย. 51
นิศากร แก่นมีผล	หญิง	27	บก.บริหาร เว็บไซต์	http://www.oknation.net/blog/lukeaw	แล้วแต่เรื่อง บางเรื่องมีแต่ข้อความ บางเรื่องเล่าเรื่องโดยภาพ บาง เรื่องทั้งข้อความทั้งภาพ	29 เม.ย. 51

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อก
ท่านมีการใช้สื่อในรูปแบบอื่นๆในการเขียนเว็บ Blog หรือไม่ เพื่ออะไร มากน้อยเพียงใด

ชื่อ	เพศ	อายุ	อาชีพ	ชื่อบล็อก	คำตอบ	วันที่ สัมภาษณ์
มินนารี	หญิง	29	นักศึกษา ปริญญาโท	http://numor.bloggang.com	มีเพียงคลิปวิดีโอจากยูทูป มีน้อยมาก ส่วนมากชอบเขียนเอง	3 เม.ย. 51
รพี สุสุวรรณ	ชาย	32	ทำงานอิสระ	http://alwaysfluke.bloggang.com	มีคลิปวิดีโอบ้างเพื่อช่วยให้การอ่านเข้าใจง่ายขึ้น	5 เม.ย. 51
บุษบา	หญิง	28	ทำงานอิสระ	http://mithuna.bloggang.com	ไม่มี ยกเว้นรูป เพราะมันทำให้บล็อกโหลดช้า	5 เม.ย. 51
Book (นามแฝง)	หญิง	19	นักศึกษา ปริญญาตรี	http://kingyo.bloggang.com	มีพวกคลิปวิดีโอหรือเพลงบ้าง	19 เม.ย. 51
ลูกบัว (นามแฝง)	หญิง	29	แอร์โฮสเตส	http://www.oknation.net/blog/happytofly	มีคลิปวิดีโอบ้างค่ะ แต่ว่าเพลงประกอบจะไม่มีเลย เพราะเป็นคนไม่ ชอบเวลาไปอ่าน blog คนอื่นแล้วเปิดไปเจอเพลง มันหนวกหูค่ะ เลยไม่อยากให้ใครหนวกหู	19 เม.ย. 51
ไก่ (นามแฝง)	หญิง	27	ธุรกิจส่วนตัว	http://aitai.bloggang.com	มีเพลงในหน้าบล็อกค่ะ	20 เม.ย. 51

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อก

ท่านมีการใช้สื่อในรูปแบบอื่นๆในการเขียนเว็บ Blog หรือไม่ เพื่ออะไร มากน้อยเพียงใด (ต่อ)

ชื่อ	เพศ	อายุ	อาชีพ	ชื่อบล็อก	คำตอบ	วันที่ สัมภาษณ์
กิตติญาณี หิรัศศีสกุล	หญิง	48	รับราชการครู	http://www.oknation.net/blog/roungkaw	มีมาก เพื่อให้น่าอ่าน น่าสนใจ	20 เม.ย. 51
อัจฉริย์ เจตินัย	หญิง	26	พนักงานบริษัท	http://aob-ab.bloggang.com	ใช้เพื่อสื่ออารมณ์ในบล็อกนั้นๆ แต่ไม่บ่อยมาก เพราะทำให้คนอื่น โหลดซ้ำ	26 เม.ย. 51
พนัสชัย คงศิริขันธ์	ชาย	22	ผู้สื่อข่าว	http://www.oknation.net/blog/phanasgook	ส่วนใหญ่จะเป็นภาพข่าว กับการรายงานมากกว่า คลิปเสียงมีบ้างแต่น้อยมาก เพื่อเทียบกับการรายงานเป็นตัวอักษร	27 เม.ย. 51
Nity (นามแฝง)	ชาย	26	ผู้สื่อข่าว	http://www.oknation.net/blog/nity	มีเพื่อความหลากหลาย ตรงใจ	27 เม.ย. 51
ปลิวลม (นามแฝง)	หญิง	43	รับจ้าง	http://www.oknation.net/blog/pliewlom	มีแต่น้อย	29 เม.ย. 51
นิสากร แก่นมีผล	หญิง	27	บก.บริหาร เว็บไซต์	http://www.oknation.net/blog/lukekaew	ใช้เกือบทุกอย่างทั้งคลิปวีดีโอ ภาพ สไลด์เพื่อความหลากหลาย	29 เม.ย. 51

DRU

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บบล็อก” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิจัย 3 วิธีด้วยกัน คือ การสังเกตการณ์ (Observation) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มาใช้พิจารณาในการวิเคราะห์จากเว็บ Blog ที่ทำการศึกษา ได้แก่ www.bloggang.com และ www.oknation.net จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เรียบเรียง โดยสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลตามประเด็นปัญหานำวิจัย ดังนี้

รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog

รูปแบบในการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog

รูปแบบของภาษาที่ใช้ในเว็บ Blog

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog

1.1 รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาในเว็บบล็อก

การจัดวางรูปแบบ (Layout) ในหน้าใช้งานเว็บบล็อกของสมาชิก www.bloggang.com นั้น จะมีรูปแบบของ Theme สำเร็จรูปที่ทางผู้ให้บริการได้จัดทำเพื่อให้สมาชิกสามารถเลือกใช้ได้อย่างสะดวกสบาย แต่หากสมาชิกท่านใดที่มีความประสงค์ที่จะตกแต่งบล็อกของตัวเองให้แปลกตาและดูสวยงามมากยิ่งขึ้น ก็สามารถทำได้ โดยจะมีวิธีการบอกอยู่ในหน้าที่ใช้สำหรับจัดการ-แก้ไขเว็บบล็อก ซึ่งสมาชิกสามารถเปลี่ยนรูปพื้นหลัง (Background) ให้เป็นไปอย่างที่ต้องการ รวมถึงสามารถใส่ script และ StyleSheet ในเว็บบล็อก เพื่อเพิ่มลูกเล่นให้กับเว็บบล็อกดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ส่วนในการจัดวางรูปแบบ (Layout) ของ www.oknation.net นั้น จะมี Template สำเร็จรูปทั้งหมด 9 แบบ ให้สมาชิกเลือกใช้ได้ตามต้องการ ซึ่งสมาชิกจะต้องเลือกรูปแบบของหน้า Blog ตามที่ถูกกำหนดไว้เท่านั้น และไม่สามารถตกแต่งเพิ่มเติมภาพพื้นหลัง (Background) ได้

เหตุผลส่วนใหญ่ของผู้ใช้งานเว็บบล็อกคือ การเข้าไปหาข้อมูลความรู้ในเรื่องที่ตัวเองสนใจ โดยจะเป็นผู้อ่านมากกว่าผู้ที่แสดงความคิดเห็น สังเกตได้จากจำนวนของ “Pageviews” ในเว็บบล็อกของ www.bloggang.com และ จำนวนของ “ผู้อ่าน” ในเว็บบล็อกของ www.oknation.net ซึ่งจะมีสัดส่วนของผู้อ่านกับสัดส่วนของผู้แสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันเยอะมาก จากการวิจัยครั้งนี้ยังพบอีกว่า พฤติกรรมของผู้ใช้งานบล็อกจะนิยมเขียนบล็อกในช่วงเวลาหลังเลิกงานหรือช่วงเวลาหลัง 17.00 น. เป็นต้นไป จากสถิติที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในช่วงเวลาดังกล่าว คือตั้งแต่เวลา 17.00 น. ถึง 23.00 น. ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์เป็นระยะเวลา 1 เดือนพบว่า ทุกๆ 1 ชั่วโมงจะมีบล็อกที่ถูกสร้างขึ้นใหม่โดยเฉลี่ยจำนวน 37 บล็อก ของ www.bloggang.com และ จำนวน 32 บล็อก ของ www.oknation.net หรือสรุปง่ายก็คือในทุกๆ 2 นาที จะมีบล็อกถูกสร้างขึ้น 1 บล็อก

การใช้ชื่อในการสมัครสมาชิกและใช้ในการแทนตัวตนของแต่ละคนเพื่อเขียนบล็อกนั้น เกือบทั้งหมดของผู้ใช้งานเว็บบล็อกนิยมใช้นามแฝงหรือชื่อเล่นในการแสดงตัวตนในเว็บบล็อก และจะพบเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่จะใช้ชื่อจริงในการแสดงตัวตนในเว็บบล็อก สำหรับบุคลิกของผู้ใช้งานเว็บบล็อกนั้นพบว่าโดยส่วนใหญ่มีความเป็นกันเอง ร่าเริง สนุกสนาน แต่จะแสดงความเป็นตัวตน (identity) ค่อนข้างสูง ซึ่งสามารถสังเกตได้จากการเข้าไปแสดงความคิดเห็นโต้ตอบซึ่งกันและกันในบล็อกนั้นๆ และหากว่าเรื่องราวในบล็อกนั้นเป็นเรื่องที่น่าสนใจ หรือผู้ที่เขียนบล็อกนั้นเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง มีความรู้ และเขียนบล็อกได้น่าสนใจ ก็จะทำให้จำนวนของผู้ที่เข้าไปแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ หรือเข้าไปทักทายชื่นชมในผลงานมีเป็นจำนวนมาก และผู้ที่แสดงความคิดเห็นบางคนก็อาจมีการติดตามผลงานอย่างต่อเนื่อง มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันบ่อยขึ้น บางส่วนพบว่าการพัฒนาความสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆตามลำดับ จะสังเกตได้จากการแลกเปลี่ยนที่อยู่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Address) เพื่อใช้ในการติดต่อกันในรูปแบบของการสนทนา (Chat) หรือมีการขอเบอร์โทรศัพท์เพื่อทำการพูดคุย จนถึงขั้นมีการนัดหมายกันออกมาพบกันเพื่อไปทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน

1.2 ประเด็นหัวข้อที่เขียนในเว็บบล็อก

ประเด็นหรือหัวข้อที่ถูกเขียนขึ้นในเว็บบล็อกนั้นมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งในเว็บบล็อกของ www.bloggang.com จะเป็นการเขียนเล่าเรื่องราวส่วนตัวและเรื่องทั่วไปเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตประจำวันของ Blogger ท่านนั้นๆ เรื่องความสวยความงาม เรื่องเกี่ยวกับดารานักร้องนักแสดง เรื่องท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเรื่องราวใน www.bloggang.com จะแตกต่างจากของ www.oknation.net นั้นจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับข่าวสาร และการเมืองเป็นส่วนใหญ่

และเนื้อหาด้านข่าวสารและการเมืองที่ถูกนำมาเผยแพร่ นั้น มีความน่าเชื่อถือค่อนข้างสูง เพราะจะสังเกตเห็นได้จาก Blogger โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักข่าว อาจารย์ และนักวิชาการ ซึ่งมีความรู้และเชี่ยวชาญในเรื่องรานั้นๆ เป็นอย่างดี และก่อนที่เนื้อหา นั้นจะถูกนำมาเผยแพร่ จะต้องถูกตรวจสอบ และกลั่นกรองจาก Blogger ท่านนั้นๆ อย่างละเอียด เพราะถือได้ว่าจะเป็นหน้าเป็นตาของ Blogger ท่านนั้นด้วย และเนื้อหาในนั้น ยังจะต้องถูกตรวจสอบจาก Blogger รายอื่นๆ ที่เข้าไปอ่าน และทำการวิเคราะห์ วิพากษ์กัน ซึ่งหากข้อมูลที่ถูกนำเสนอออกมา เกิดการผิดเพี้ยนไป ก็จะทำให้ความน่าเชื่อถือของ Blogger ท่านนั้นถูกลดทอนลงไปด้วย

2. รูปแบบในการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บ Blog

ผู้วิจัยได้แบ่งระดับความสัมพันธ์ไว้ 2 กลุ่มด้วยกัน คือ

2.1 กลุ่มความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น

2.2 กลุ่มความสัมพันธ์ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม

2.1 กลุ่มความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น

ระดับความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้นนั้น พบว่า จะมีการพูดคุยหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ภายบล็อกในเรื่องต่างๆ ไปเกี่ยวกับเนื้อหาที่ถูกเขียนถึงในบล็อกนั้นๆ และส่วนใหญ่จะเข้ามาทักทายกันมากกว่า ในรูปแบบการส่งข้อความทักทาย หรือบางรายอาจจะส่งแค่สัญลักษณ์ตัวอักษร หรือไอคอนแสดงอารมณ์เพียงอย่างเดียว โดยไม่มีข้อความใดๆ เพียงแค่มาลงชื่อไว้เพื่อบอกให้เจ้าของบล็อกนั้นรู้ว่า ได้เข้ามาอ่านเนื้อหาภายในบล็อกแล้ว แต่ก็ไม่ได้แสดงความคิดเห็นใดๆออกมา แต่ก็ยังคงมีการติดตามผลงานของบล็อกรายนั้นอยู่ตลอด ซึ่งในอนาคตอาจเกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และพัฒนาไปสู่ความสัมพันธ์ในระดับอื่นๆต่อไป ข้อมูลที่ได้รับรู้จากกลุ่มระดับความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้นอีกอย่างก็คือ แทบทุกรายจะไม่นิยมเปิดเผยตัวเองในบล็อกมากเท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นการหลีกเลี่ยงที่จะโพสต์รูปตัวเอง หลีกเลี่ยงการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เช่น ชื่อจริง ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อาชีพการงาน เป็นต้น

2.2 กลุ่มความสัมพันธ์ขั้นใกล้ชิดสนิทสนม

กลุ่มความสัมพันธ์ขั้นใกล้ชิดสนิทสนมกันนั้น สาเหตุมาจาก การที่มีความชื่นชอบในเรื่องเดียวกันมากๆ มีทัศนคติ มุมมองไปในทิศทางเดียวกัน มีการพูดคุยในเรื่องเดียวกันอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จากจุดแรกที่ได้พบกันมาเป็นระยะเวลาในในระดับหนึ่ง ทำให้เกิดความประทับใจกันและเชื่อใจกัน ทำให้มีการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกันมากขึ้น เช่น แลกเปลี่ยนที่อยู่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Address) หรือมีการส่งเบอร์โทรศัพท์ให้แก่กันและ

จะมีการพัฒนาความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง ส่วนจะใช้เวลาจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลเป็นรายๆไป แต่จะมีความใกล้ชิดสนิทสนมกันมากที่สุด มีการเปิดเผยข้อมูลความเป็นจริงทุกอย่างระหว่างกัน คุยกันได้อย่างเปิดเผยแทบทุกเรื่องไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนตัว หรือความรู้สึกของแต่ละฝ่าย มีความสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้ง จนถึงขั้นมีการนัดหมายออกมาเจอกัน ไปเที่ยว ไปทานอาหาร หรือไปทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน

3. รูปแบบภาษาที่ใช้ในเว็บบล็อก

การเขียนบล็อกนั้นจะนิยมนำเสนอบล็อกในรูปแบบของการใช้ภาษาและข้อความเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งภาษาหรือถ้อยคำที่ใช้้นั้นมีมากมายหลากหลาย รวมถึงมีการใช้รูปภาพประกอบ การใช้สัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรเพื่อแสดงอารมณ์หรือเป็นการสื่อถึงความรู้สึกของผู้เขียนในขณะนั้น

3.1 การใช้ภาษาและข้อความในเว็บบล็อก

การนำเสนอเนื้อหาบนเว็บบล็อกนั้นเกิดจากการเขียนข้อความเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นที่รู้กันอยู่แล้วว่า เว็บบล็อกก็เปรียบเสมือนกับการเขียนบันทึกออนไลน์ เพื่อเล่าเรื่องราวต่างๆให้กับคนทั่วไปในหมู่่มากได้รับรู้ ดังนั้นการเขียนข้อความและการใช้นำนั้นจึงมีบทบาทที่สำคัญในการใช้งานในเว็บบล็อก อีกทั้งยังนำมาใช้ในการสื่อสาร และยังเป็นการแสดงออกถึงอารมณ์ความรู้สึกต่างๆของผู้ใช้งานในขณะนั้น ซึ่งเมื่อผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตการณ์และทำการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่คัดเลือกมา ทำให้เห็นว่าการใช้ภาษาและข้อความที่หลากหลาย ซึ่งได้รวบรวมแยกตามหัวข้อได้ดังนี้

1. การใช้ภาษาแชต การเขียนเรื่องราวในเว็บบล็อกนั้น สิ่งที่พบมากในอันดับต้นๆ นอกจากการใช้ภาษาที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์แล้ว ยังพบอีกว่า บล็อกเกอร์ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นจะนิยมใช้ภาษาแชต ในการบอกเล่าเรื่องราวรวมถึงการแสดงความคิดเห็นและการติดต่อสื่อสารกัน ซึ่งภาษาแชตก็คือ ภาษาที่ถูกแปลงมาจากคำในภาษาเดิม ให้สามารถเขียนได้ในรูปลักษณะใหม่ โดยส่วนใหญ่ภาษาแชตนี้มักจะผิดหลักในการเขียนอยู่เสมอ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 การใช้คำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียง

การใช้ข้อความในการสื่อสารและสนทนาบนเว็บบล็อกนั้น จะพบภาษาแชตในรูปแบบของการใช้คำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียงมากที่สุด เนื่องจากจะเป็นการพิมพ์ข้อความเลียนแบบคำพูดจริงๆโดยไม่สนใจว่าตัวเองจะสะกดถูกต้องตามไวยากรณ์หรือไม่ เน้นเพื่อความสะดวกสบายและรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร และแสดงอารมณ์ความรู้สึกเหมือนกับว่ากำลังคุยโต้ตอบอยู่กับคู่สนทนาจริงๆ อีกทั้งยังเป็นการแสดงออกให้เห็นถึงอารมณ์ที่น่ารักน่าเอ็นดูของผู้แสดงความคิดเห็น

โต้ตอบในบล็อกนั้นๆ ตัวอย่างของคำพ้องเสียงหรือคำเลียนเสียงเช่น เทอ(เธอ), จัย(ใจ), จัย(ใจ), ญู (หนู), ฐู(หมู), ปันยา(ปัญญา), กำ(กรรม), เหน(เห็น), เปน(เป็น)

1.2 การใช้คำแบบลากเสียง

การใช้คำแบบลากเสียงจะเป็นการพิมพ์ตัวอักษรหรือสระตัวสุดท้าย ซ้ำๆ กันยาวๆ เพื่อเป็นการแสดงอารมณ์ความรู้สึกขนาดนั้นอย่างมาก เช่น มากกกกๆๆๆ จ้าาาาาาาา คิดถึงงงงง หรืออาจมีการใช้ตัวอักษรหรือตัวเลขที่มีการออกเสียงคล้ายๆ กับภาษาพูดเช่นการใช้เลขห้า (5) แทนเสียงการหัวเราะ ซึ่งอาจจะใช้สื่อสารได้กับคนไทย หรือคนที่รู้ภาษาไทยเท่านั้น ถ้าใช้สื่อสารกับชาวต่างชาติ ความหมายอาจจะผิดเพี้ยนไปในทิศทางอื่นได้

1.3 การใช้คำเลียนเสียงพูดไม่ชัด

การใช้คำเลียนเสียงพูดไม่ชัดนั้น จะพบว่าการพิมพ์ข้อความเลียนเสียงพูดไม่ชัดของเด็ก หรือเป็นกระแสดจากการเริ่มนำมาพูดของศิลปิน-ดาราในโทรทัศน์ ซึ่งเป็นที่นิยมของบล็อกเกอร์วัยรุ่นจำนวนมาก คำเลียนเสียงพูดไม่ชัดเช่น มาแ้ว(มาแล้ว), อ้ายอ่า(อะไรอะ), เหงๆกัลอยู่(เห็นๆกันอยู่), เป่งยางายบ้าง(เป็นยังงัยบ้าง)

1.4 การใช้คำแบบเติมท้าย

การใช้คำแบบเติมท้ายนั้น ส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นคำที่ไม่มีความหมายในพจนานุกรม เพราะจะเป็นคำที่ใช้แสดงอารมณ์หรือใช้แสดงความสนุกสนานของผู้เขียน เช่น งูจิ, ง่า, เงอะ, แง้ว, จ้ม, คริคริ, แหม่มๆ, หุหุ เป็นต้น

2. การใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่ม

การใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่มในการสนทนาในเว็บบล็อกนั้น ส่วนมากจะพบว่าเป็นการใช้คำศัพท์แทนสิ่งที่ต้องการกล่าวถึง ไม่ว่าจะเป็น คน สัตว์ หรือสิ่งของ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจในกลุ่มคนที่สนทนาในเรื่องเดียวกัน เช่น ในกลุ่มการเมืองจะเรียก “เจ้เพ็ญ” ซึ่งหมายถึง คุณจักรภพ เพ็ญแข, “หล่อใหญ่” หมายถึง คุณอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ หรือในกลุ่มแกลเลอรีภาพถ่ายจะเรียก “หนอน” หมายถึง กล้องยี่ห้อแคนอน, “นิกร” หมายถึง กล้องยี่ห้อนิคอน เป็นต้น

3. การใช้สัญลักษณ์ต่างๆ

การใช้สัญลักษณ์จากการใช้ตัวอักษรต่างๆบนแป้นพิมพ์ (Keyboard) เข้ามาผสมกันเป็นคำพูด หรือเป็นรูปภาพที่สื่อถึงอารมณ์ต่างๆ หรือไม่ว่าจะเป็นการใช้รูปภาพไอคอน (emoticon) ที่ทางผู้ให้บริการเว็บบล็อกได้จัดเตรียมไว้ให้นั้น พบว่าได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการสื่อสารกันภายในเว็บบล็อก เพราะจากการสื่อสารด้วยข้อความภายในเว็บบล็อกเพียงอย่างเดียว นั้น ไม่

อาจจะสื่อถึงความรู้สึกต่างๆ ได้ทั้งหมด ดังนั้นการที่ได้นำเอาสัญลักษณ์เข้ามาประกอบกับเนื้อหา หรือการแสดงความคิดเห็นในเว็บบล็อก จะเป็นการช่วยเติมเต็มส่วนที่ขาดหายไป และเพิ่ม ประสิทธิภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยสามารถรวบรวมและแบ่งย่อยกลุ่มและรูปแบบของการ ใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ได้ดังนี้

3.1 การใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแทนตัวอักษรภาษาไทย

การใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแทนตัวอักษรไทยนั้น เพิ่งจะได้รับความนิยมเมื่อไม่นานมานี้ ซึ่งจะเป็นการนำตัวอักษรในภาษาอังกฤษ ที่มีลักษณะรูปร่างคล้ายๆ ตัวอักษรในภาษาไทย มาผสมเป็นคำในภาษาไทย ซึ่งในหมู่วัยรุ่นมักจะเรียกว่าซัน Inw (เทพ) ตัวอย่างของภาษาในรูปแบบนี้ เช่น Inw = เทพ, uou = นอน, IIOU = แอบ, IISJ = แร้ง, IlnJ = แทะง, JoIIJ= งอแง เป็นต้น

3.2 การใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ (emoticon)

การใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ emoticon เป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่ผู้ใช้กระดานสนทนา (webboard) การเล่นเกมสนทนา (Chat) รวมกระทั่งในเว็บบล็อก เพื่อเป็นการแสดงถึงอารมณ์ หรือสีหน้า ท่าทางของผู้เขียนในขณะนั้นให้อีกฝ่ายได้รับรู้ คำว่า emoticon ในภาษาอังกฤษ มาจากการผสมคำว่า emotion (อารมณ์) และ icon (สัญลักษณ์) เข้าด้วยกัน ตัวอย่างของ emoticon ที่พบในเว็บบล็อกเช่น :) :-)) ^^ ^^ ^^ ^^ ^^ * (^ ^) @^ ^@ :(:- (T_T Y_Y :-O O_O @_@

3.3 การใช้รูปภาพไอคอนที่มีอยู่ในเว็บบล็อก

การเขียนบล็อกหรือการเข้าไปแสดงความคิดเห็นในบล็อกนั้น จะมีไอคอนรูปภาพแสดงอารมณ์ที่ทางเว็บบล็อกได้จัดเตรียมไว้ให้ เพื่อความสะดวกในการใช้งาน ซึ่งผู้วิจัยพบว่า การใช้รูปภาพไอคอนที่กล่าวมานี้ ได้รับความนิยมมากที่สุด ทั้งใน www.bloggang.com และ www.oknation.net ซึ่งรูปภาพไอคอนนั้นเช่น 

5.2 อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัย รูปแบบของการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ที่เป็นการสื่อสารผ่านสื่อกลางด้วยคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication) นั้นพบว่า มีวิวัฒนาการของการให้บริการบนเว็บ ที่ปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมและวัฒนธรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จากเดิมในยุค web 1.0 ที่มีเว็บต่างๆ มากมาย ต่างคนต่างสร้าง ต่างคนต่างเขียน พัฒนามาสู่การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมากขึ้น ทำให้สังคมออนไลน์ได้ขยายตัวอย่างมาก

Weblog (เว็บบล็อก) หรือ Blog (บล็อก) ก็เป็นรูปแบบของการสื่อสารในอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบันบล็อกก็คือการบันทึกบทความของตนเอง (Personal

Journal) ลงบนเว็บไซต์ โดยเนื้อหาของบล็อกนั้นจะครอบคลุมได้ทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวส่วนตัว หรือเป็นบทความเฉพาะด้านต่าง ๆ โดยจุดเด่นที่ทำให้บล็อกเป็นที่นิยมก็คือ ผู้เขียนบล็อกจะมีการแสดงความคิดเห็นของตนเองใส่ลงไป ในบทความนั้น ๆ โดยบล็อกบางแห่ง จะมีอิทธิพลในการโน้มน้าวจิตใจผู้อ่านสูงมาก จุดเด่นที่สุดของบล็อกก็คือสามารถเป็นเครื่องมือสื่อสารชนิดหนึ่ง ที่สามารถสื่อถึงความเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนบล็อก และผู้อ่านบล็อกที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนของบล็อกนั้น ๆ ผ่านทางระบบ comment ของบล็อกนั่นเอง ผู้คนหลายล้านคนจากทั่วทุกมุมโลก หันมาเขียน บล็อกกันอย่างแพร่หลาย ตั้งแต่ นักเรียน อาจารย์ นักเขียน ตลอดจนถึงระดับบริษัท หรือองค์กรยักษ์ใหญ่ระดับโลก ทำให้เกิดรูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในรูปแบบใหม่ขึ้นมา

ด้วยรูปแบบของการสื่อสารในเว็บบล็อก ภายใต้อินเทอร์เน็ต โดยมีผู้ให้บริการที่มากมายและหลากหลาย อีกทั้งยังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงนั้น ทำให้เกิดรูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในรูปแบบใหม่ขึ้นมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Computer-Mediated Communication (CMC) ของ Hoffman และ Novak (อ้างถึงในเพ็ญทิพย์, 2539 : 17) กล่าวว่า ความสำเร็จจากการสื่อสารในเบื้องต้นไม่ได้เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร แต่เกิดจากสภาพบรรยากาศการสื่อสารผ่านตัวกลาง (Computer – Mediated Environment) ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กัน นอกจากนั้น ผู้รับสารอาจกลายเป็นผู้ส่งสารได้อันเนื่องมาจากปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ในมุมมองนี้ข่าวสารไม่ได้เป็นการส่งผ่านจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเท่านั้น แต่เป็นการส่งผ่านตัวกลางในการสื่อสารซึ่งเป็นตัวทำให้เกิดกระบวนการในการสื่อสารที่แท้จริง เมื่อเกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้นในการสื่อสารผ่านตัวกลาง ผู้สื่อสารจะรับรู้บรรยากาศการสื่อสารสองแบบ คือ บรรยากาศทางกายภาพที่ผู้สื่อสารนำเสนอออกไป และบรรยากาศในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ และยังสอดคล้องกับแนวคิด CMC กับสังคมไซเบอร์ที่ กิตติกันภัย (2543) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้สื่อสารใน CMC ได้พัฒนารูปแบบในการแสดงออกซึ่งทำให้กลุ่มคนเหล่านี้สามารถสื่อสารในระบบสังคมสารสนเทศ รวมทั้งสามารถสร้างความหมายและผลิตรหัส (codify) เพื่อเข้าใจความหมายเฉพาะกลุ่มได้ รูปแบบการแสดงออกที่ถูกพัฒนาขึ้นนี้ยังก่อให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ที่มีลักษณะปรับเปลี่ยนได้ไม่ตายตัว ขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมของกลุ่ม ดังจะเห็นได้จากเรื่องราวหรือหัวข้อที่ถูกเขียนขึ้นในเว็บบล็อกนั้นมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งเรื่องราวเหล่านั้นเป็นเหมือนเรื่องที่ใช้พูดคุยทั่วไปในชีวิตความเป็นจริง เพียงแต่ถูกนำมาถ่ายทอดลงบนพื้นที่สาธารณะในชุมชนออนไลน์ (Virtual Community) เพื่อให้บุคคลท่านอื่นๆ ได้รับรู้เรื่องราวเหล่านั้น แล้วหากแบ่งแยกกลุ่มตามสไตล์การโพสต์ที่ชัดเจนแล้ว ก็จะพบว่ายังมีความเป็นตัวตนเฉพาะ หรือ กลุ่มอัตลักษณ์ ของคนเล่นบล็อก กระจายออกไปมากน้อยอยู่เป็นกลุ่มๆ อีก เช่น กลุ่มบล็อกไดอารี่, กลุ่มการเมือง, กลุ่มความสวยความงาม เป็นต้น ความเป็นตัวตนและกลุ่มก้อนของ

ชาวบล็อก หรือคนเล่นบล็อก ที่ได้จากปรากฏการณ์ดังกล่าวแล้วก็คือ คนเล่นบล็อกมักจะมีการไปมาหาสู่กันอยู่ในแวดวง กลุ่ม หรือ ชุมชน หมู่พวกของตนเอง ตั้งแต่ระดับญาติสนิท คนในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ทำกิจกรรมกลุ่มเล็กๆ กลุ่มสนใจคล้ายกันหรือเหมือนกัน ทำให้เกิดการพัฒนาความสัมพันธ์ในระดับต่างๆ ขึ้นมา

ตามแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ (Human Behavioral Communication) ซึ่ง Freudian (1974) ได้กล่าวว่า การแสดงออกทางสังคมของมนุษย์ ส่วนใหญ่จะอยู่บนพื้นฐานของความต้องการของมนุษย์ที่ต้องการความรักจากผู้อื่น และบนพื้นฐานการแสดงออกเกี่ยวกับความรักความต้องการทางเพศ ซึ่งการตอบสนองของมนุษย์ส่วนใหญ่ นั้น จะตอบสนองต่อสภาพทางสังคม (Social Context) และผู้วิจัยยังได้นำทฤษฎี Social Penetration เขียนโดยลิตเติ้ลจอห์น (Littlejohn, 1995, pp. 264-266) ผู้ค้นพบคือ ไอรวิน อัลท์แมน และ ดาร์มาส เทย์เลอร์ (Irwin Alman & Dalmas Taylor) ได้อธิบายว่า ความสัมพันธ์จะมีความสนิทสนม (Intimates) กันมากขึ้นเมื่อคู่สื่อสารมีการเปิดเผย (Disclosure) ต่อกันมากและมีข้อมูลของกันและกัน (Information Themselves) โดยรูปแบบของการสื่อสารจะเริ่มจากเรื่องผิวเผิน ไม่เป็นส่วนตัว ในช่วงแรกของความสัมพันธ์ไปสู่ความลึกซึ้งและคุ้นเคยกันมากขึ้น เมื่อมีความสนิทสนมกัน ซึ่งมีขั้นตอนของการสื่อสารที่เริ่มต้นจากเรื่องที่กว้างๆ หรือเรื่องราวทั่วไป ไปสู่เรื่องราวที่ลึกซึ้งมากขึ้น หรือเป็นเรื่องราวที่มีข้อมูลความเป็นส่วนตัวรายละเอียดเกี่ยวกับชีวิต ความรู้สึก และความคิด ของผู้ร่วมสื่อสาร จากกรอบแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว ได้สรุปรูปแบบของการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้เว็บบล็อกออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับความสัมพันธ์ขั้นเริ่มต้น และ ระดับความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดสนิทสนม ซึ่งระดับของความสัมพันธ์และพัฒนาการดังกล่าว ยังนำไปสู่การเคลื่อนย้ายของชุมชนในลักษณะของการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสมือนจริงไปสู่ชุมชนจริง กล่าวคือ ด้วยความสนใจต่อบริบทรอบตัวที่คล้ายกัน มีทัศนคติ และแนวคิดไปในทิศทางเดียวกัน แต่ถูกจำกัดด้วยช่องทางการสื่อสาร ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เล่นบล็อกได้ทั้งหมด จึงเกิดการนัดหมายและรวมตัวกันขึ้น เพื่อพบปะและติดต่อสื่อสารกัน โดยช่องทางอื่นที่นอกเหนือจากการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์

ข้อความที่ถูกนำมาใช้ในเว็บบล็อกนั้น มีการผสมผสานตัวอักษร หรือสัญลักษณ์ต่างๆ การใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่ม รวมถึงคำที่ผิดเพี้ยนไปตามหลักไวยากรณ์ เป็นการแสดงออกของชาวบล็อกหรือผู้เล่นบล็อก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ (Human Behavioral Communication) เนื่องจากการสื่อสารกันภายในเว็บบล็อกนั้น เป็นการสื่อสารด้วยข้อความเป็นส่วนใหญ่ ภาษาที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารจึงใช้แต่จะมีเพียงภาษาที่เป็นทางการหรือถูกต้องตามแบบแผน ถูกหลักไวยากรณ์ทั้งหมด แต่การนำภาษาแชตในรูปแบบต่างๆ มาใช้เป็น

ส่วนหนึ่งในการสื่อสารนั้น ยังมีให้ได้พบเห็น และได้รับความนิยมาจากชาวบล็อกเป็นส่วนมาก และจากข้อจำกัดที่ต้องสื่อสารด้วยตัวอักษรเพียงอย่างเดียว นั้น ทำให้ไม่สามารถสื่อถึงอารมณ์ ความรู้สึก กิริยา ท่าทาง อาการต่างๆของผู้ใช้งานได้ทั้งหมด การนำเอาสัญลักษณ์ต่างๆมาใช้ หรือการนำเอาตัวอักษรต่างๆบนแป้นพิมพ์ (Keyboard) มาผสมรวมกันเป็นคำๆใหม่ หรือเป็นสัญลักษณ์รูปร่างหน้าตาที่แสดงถึงอารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ ได้ถูกคิดค้นและประดิษฐ์กันขึ้นมา เพื่อเพิ่มอรรถรสในการใช้งานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้เล่นบล็อกหลายรายมีการนำเอารูปภาพ คลิปวีดีโอ คลิปเพลง มาเป็นอีกส่วนหนึ่งในการโพสต์ข้อความ การเขียนบล็อก เพื่อให้เนื้อหาต่างๆที่ถูกเขียนขึ้นภายในเว็บบล็อก มีความน่าเชื่อถือ และไม่ขาดตกบกพร่องต่อการนำเสนอชิ้นงานนั้นๆ เพื่อการสื่อสารที่สมบูรณ์ เกิดความชัดเจนถูกต้อง และไม่เกิดความคลาดเคลื่อนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 จากการวิจัย เรื่อง รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บบล็อก ของผู้วิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกศึกษาจากผู้ให้บริการของเว็บบล็อก www.bloggang.com และ www.oknation.net ซึ่งได้นำเอาเว็บบล็อกทั้ง 2 รายนี้ มาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบกัน เนื่องจากสังเกตพบว่าเว็บบล็อกทั้ง 2 ราย มีแนวทางและรูปแบบในการนำเสนอที่แตกต่างกันไป ซึ่งเราสามารถนำจุดต่างที่เกิดขึ้นจากเป้าหมายหลักของเว็บบล็อกนั้น มาทำการศึกษาถึงชุมชน และรูปแบบของการสื่อสารออนไลน์ ได้เห็นภาพเด่นชัดยิ่งขึ้น รูปแบบในการสื่อสารของ www.bloggang.com จะเป็นการเขียนบล็อกในรูปแบบของไดอารี่ หรือการเขียนบันทึกประจำวัน มากกว่าจะเป็นการเขียนบล็อกในเรื่องราวของข่าวสาร และการเมือง แต่ก็จะพบว่ามีการเขียนถึงเรื่องราวที่เป็นการให้ความรู้ในด้านต่างๆ เช่น ด้านความงาม ด้านครอบครัว ซึ่งข้อมูลที่บล็อกเกอร์ได้นำมาถ่ายทอด เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับผู้ที่มีความสนใจ หรือกำลังหาความรู้ในเรื่องราวดังกล่าวที่สนใจ ข้อมูลเหล่านั้น บางส่วนยังได้รับการนำไปตีพิมพ์ในบทความหรือวารสารต่างๆ ซึ่งสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับบล็อกเกอร์ท่านนั้นๆด้วย ในส่วนรูปแบบของ www.oknation.net จะมีการเขียนถึงเรื่องราวเกี่ยวกับข่าวสาร และการเมืองเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นเว็บบล็อกของสำนักข่าวเนชั่น ทำให้ผู้ที่เข้ามาเขียนบล็อกส่วนใหญ่ จะเน้นหนักไปที่การให้ข้อมูลข่าวสารเป็นหลัก และข้อมูลที่ได้รับส่วนใหญ่นั้น จะมีความน่าเชื่อถือสูง เพราะจะถูกคัดกรองจากบล็อกเกอร์เอง และการตรวจสอบจากนักข่าวตัวจริง ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเขียนบล็อกด้วย อีกประการหนึ่งที่ทำให้เว็บบล็อกของ www.oknation.net ได้รับความนิยมและมีความเชื่อถือสูง นั่นก็คือ การที่มีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ

ในด้านต่างๆ เช่น ด้านข่าวสาร ด้านเศรษฐกิจ การเมือง กีฬา ได้เข้ามาสร้างบล็อกในเว็บของ oknation และมีการวิเคราะห์ การให้คำแนะนำ หรือให้คำปรึกษาในด้านต่างๆดังกล่าว กับผู้ที่สนใจ ได้เข้าไปอ่านและแลกเปลี่ยนทัศนคติมุมมองกัน ซึ่งถือได้ว่า เป็นสังคมออนไลน์ ที่มีเนื้อหาของ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

5.3.2 การพัฒนาความสัมพันธ์นั้น เว็บบล็อกทั้ง 2 รายนี้ ได้มีการสร้างความสัมพันธ์ จากผู้ใช้เว็บบล็อกด้วยกัน ซึ่งในปัจจุบันมีผู้คนมากมายในเว็บบล็อกที่รู้จักกัน และกลายมาเป็น เพื่อนสนิทกันจากการเข้าไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และทัศนคติต่อกัน ผู้ที่มีมุมมองไปในทิศทาง เดียวกัน ก็จะเริ่มคุยหรือติดต่อกันมากยิ่งขึ้น โดยจะมีการใช้ช่องทางอื่นๆในการติดต่อสื่อสารด้วย ซึ่งหลายรายมีการนัดหมายกันออกมาพบเจอกันในโลกของความจริง และไปทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ดังนั้นผู้ที่ชอบเล่นสนทนาทางอินเทอร์เน็ต หรือแชต แล้วต้องการที่จะหาเพื่อนที่มีความ จริงใจต่อกัน ไม่ปิดบังไม่เสแสร้ง เว็บบล็อกก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการที่จะได้รับความจริงใจ หรือการแลกเปลี่ยนสิ่งดีๆให้แกกัน จากผู้ที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน

5.3.3 การใช้ข้อความหรือภาษาที่ปรากฏอยู่บนเว็บบล็อก โดยส่วนใหญ่จะนิยมใช้ภาษา เขียนที่มีลักษณะคล้ายกับภาษาพูดทั่วไป หรือภาษาแชต ซึ่งในข้อความดังกล่าวอาจจะเขียนผิด หลักรไวยากรณ์ และอาจจะพบเห็นถึงการแสดงความคิดเห็นด้วยถ้อยคำที่ดูเด็ดและรุนแรง หาก เป็นประเด็นเกี่ยวกับเรื่องของการเมือง ที่ผู้ใช้แต่ละรายอาจจะมีความคิดเห็นไม่ตรงกัน ดังนั้นผู้ที่ จะเข้าไปใช้เว็บบล็อก ควรมีวิจารณญาณในการเข้าไปอ่านหรือแสดงความคิดเห็นต่างๆ เพื่อหลีกเลี่ยง การกระทบกระทั่งกันทางวาจาขึ้นได้

5.4 ข้อจำกัดในงานวิจัย

เว็บบล็อกถูกจัดได้ว่าเป็นการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่าง รวดเร็ว และมีการเปิดให้ใช้และสมัครใช้บริการฟรีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นสิ่งที่พบอีกอย่างหนึ่งก็คือ การที่บุคคลๆหนึ่ง จะมีการสมัครสมาชิกไว้หลายที่ จะสังเกตได้จากบางคนจะไม่มีอาการอึดอัด บล็อกตัวเองเลย หรือบางคนก็สมัครไว้หลายๆ เพื่อที่จะเข้าไปอ่านข้อมูลนั้นๆเพียงอย่างเดียว ดังนั้นก็ จะเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูล

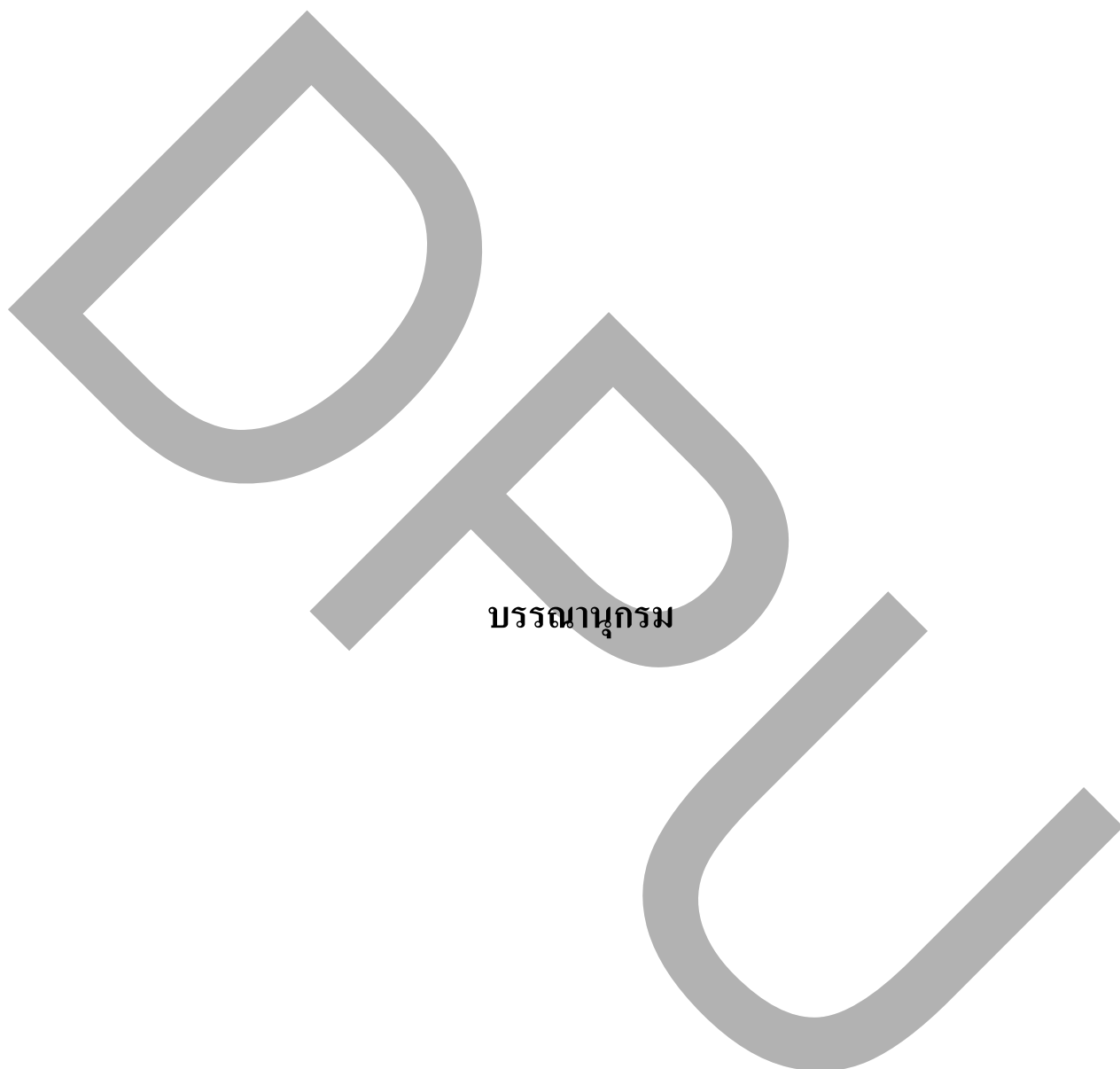
อุปสรรคสำคัญอีกประการที่จะต้องคำนึงถึงอย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยในเว็บบล็อกก็คือ การมีข้อดกของการใช้งานจากผู้ให้บริการ ในการที่จะต้องทำการสมัครสมาชิกของเว็บบล็อกนั้น ก่อน ถึงจะเข้าทำการใช้งานได้ และการไหลผ่านของข้อมูลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว นั่นก็คือการ เกิดขึ้นของบล็อกใหม่ๆ หรือบล็อกเกอร์รายใหม่ๆ จะมีขึ้นทุกๆนาที่ ทุกชั่วโมง การศึกษาวิจัยด้วย

การสังเกตการณ์ จึงควรมีการเฝ้าติดตามและสังเกตการณ์อย่างต่อเนื่อง และควรมีการบันทึกเก็บไว้เป็นระยะๆ หากข้อมูลเหล่านั้นที่สำคัญและเป็นประโยชน์ผ่านเลยไป จะยากต่อการค้นหา หรือบล็อกเกอร์บางรายอาจจะลบข้อมูลที่สำคัญเหล่านั้นไป ซึ่งเป็นที่น่าเสียดายเป็นอย่างยิ่ง

การนัดหมายกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำการสัมภาษณ์ ก็เป็นอีกหนึ่งอุปสรรคที่พบในการทำวิจัย เนื่องจากบล็อกเกอร์บางรายไม่สะดวกที่จะให้ข้อมูลจริง หรือไม่สะดวกที่จะออกมาพบในโลกแห่งความเป็นจริง ทำให้เสียโอกาสและเสียเวลาในการเฝ้าสังเกตการณ์บล็อกเกอร์รายนั้นๆ ดังนั้นขอเสนอแนะว่า ควรมีการติดต่อกันแต่เนิ่นๆ เพื่อที่เราจะได้รู้ว่าบล็อกเกอร์รายนั้นสะดวกที่จะให้ข้อมูลเราหรือไม่ จะได้ไม่เสียโอกาสหรือเสียเวลาไปกับการสังเกตการณ์แล้วไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้

5.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเว็บบล็อกเพิ่มเติมในส่วนของ Blog Marketing หรือ Blog Advertising เข้าไปด้วย เนื่องจากมีผู้ให้บริการเว็บบล็อกหลายรายที่มีรูปแบบของการเขียนบล็อกที่แตกต่างกันไปเช่น multiply, exteen, storythai เป็นต้น ซึ่งสามารถนำมาศึกษาเพิ่มเติมได้
2. ควรมีการทำวิจัยเชิงปริมาณหรือแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ และข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้งานเว็บบล็อกในรูปแบบต่างๆ เพื่อสะดวกในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่น่าสนใจให้ได้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการศึกษามากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. **สื่อมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541

กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**.

กรุงเทพฯ : บริษัท เอคิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด, 2543

นพดล อินนา. **ไอทีกับงานสื่อสารมวลชน**. จามจุรีโปรดักท์, 2548

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. **ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545

มัลลิกา คณานุรักษ์. **จิตวิทยาการสื่อสารของมนุษย์**. โอเดียนสโตร์, 2547

สุกัญญา สดบรรทัด. **เอกสารการสอน วิชา Information Technology and Society**. มหาวิทยาลัย

ธุรกิจบัณฑิตย์, 2547

วิทยานิพนธ์

กุศลทิพย์ ไชยสีวามงคล. **การศึกษารูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาภาษาไทยผ่าน**

โปรแกรม Pirch98 บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2549

จิรัฐ ศุภการ. **การอธิบายตัวตนในชุมชนเสมือนจริง**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545

มริสสา ถ้ามกิจา. **องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน**

และทักษะของเว็บมาสเตอร์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจ

บัณฑิตย์, 2550

วรรณิ ศิริรัตนรุ่งเรือง. **ตัวตนและการนำเสนอตัวตนของผู้หญิงในเว็บไซต์ท่าคู่**. วิทยานิพนธ์นิเทศ

ศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2548

วิรัช รักเยี่ยมสะอาด. การสื่อสารระหว่างบุคคลในเว็บไซต์ไทยเมทกับการเคลื่อนย้ายจากชุมชนเสมือนสู่ความเป็นจริง (กรณีศึกษา เว็บไซต์ ไทยเมท). วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2547

อาทิตยา เมืองยม. การสร้างสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้การสนทนา (Chat). วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547

โอห์ม สุขศรี. การสื่อสารผ่านเว็บไซต์กับการสร้างอัตลักษณ์และสัญญาณของกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ กรณีศึกษา : เรดอาร์มีแฟนคลับ. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2550

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

- Crispin Thurlow, Laura Lengel and Alice Tomic. (2005). **Computer Mediated Communication social interaction and the internet**. London: Sage Publications Ltd.
- David Gauntlett. (2000). **Web Studies : rewiring media studies for the digital age**. London: Arnold.
- Gregory J. Shepherd, Jeffrey St. John and Ted Striphas. (2006). **Communication as... Perspectives on Theory**. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.
- James Slevin. (2000) **The Internet and Society**. Cambridge [UK]: Polity.
- Jenny Preece. (2000). **Online Communities: Designing Usability Supporting Sociability**. Chichester: John Wiley & Sons.
- John R. Baldeoin, Stephen D. Perry and Marey Anne Moffitt. (2004). **Communication Theories for Everyday life**. Boston [MA]: Pearson Education.
- Philip N. Howard and Steve Jones. (2004). **Society Online: The Internet in Context**. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.
- Stephen W. Littlejohn. (2002). **Theories of Human Communication**. : Wadsworth/Thomson Learning.
- Werner J. Severin and James W. Tankard. (2000) **Communication Theories: Origins Methods and Uses in the Mass Media**. New York [NY]: Longman.
- William H. Dutton. (2001). **Society on the Line: Information Politics in the Digital Age**. New York: Oxford University Press Inc.

ELECTRONIC SOURCES

- Fernanda B. Vi[un] s. "Bloggers' expectations of privacy and accountability: An initial survey."
Journal of Computer-Mediated Communication, 2005. from
<http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/viegas.html>

Jerz's Literacy Weblog. "Behaviors of the Blogosphere: Understanding the Scale. Composition and Activities of Weblog Audiences." from

<http://jerz.setonhill.edu/weblog/permalink.jsp?id=3621>

Justine Cassell and Dona Tversky. "The language of online intercultural community formation." Journal of Computer-Mediated Communication, 2005. from

<http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/cassell.html>

Kaye D. Trammell, Alek Tarkowski, Justyna Hofmokr and Amanda M. Sapp. "Rzeczpospolita blogów [Republic of Blog]: Examining Polish bloggers through content analysis." Journal of Computer-Mediated Communication, 2005. from

<http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue3/trammell.html>

Mike Thelwall and David Stuart. "RUOK? Blogging Communication Technologies During crises" Journal of Computer-Mediated Communication, 2007. from

<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue2/thelwall.html>

Nicole Ellison, Rebecca Heino and Jennifer Gibbs. "Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment." Journal of Computer-Mediated Communication, 2006. from

<http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/ellison.html>

Robert Brady. "Blogology 101" from

<http://www.kyotojournal.org/kjselections/blogology101.html>

<http://th.wikipedia.org>

<http://www.blogday.org>

<http://www.bloggang.com>

<http://www.blogossary.org>

<http://www.digitalmediaasia.com>

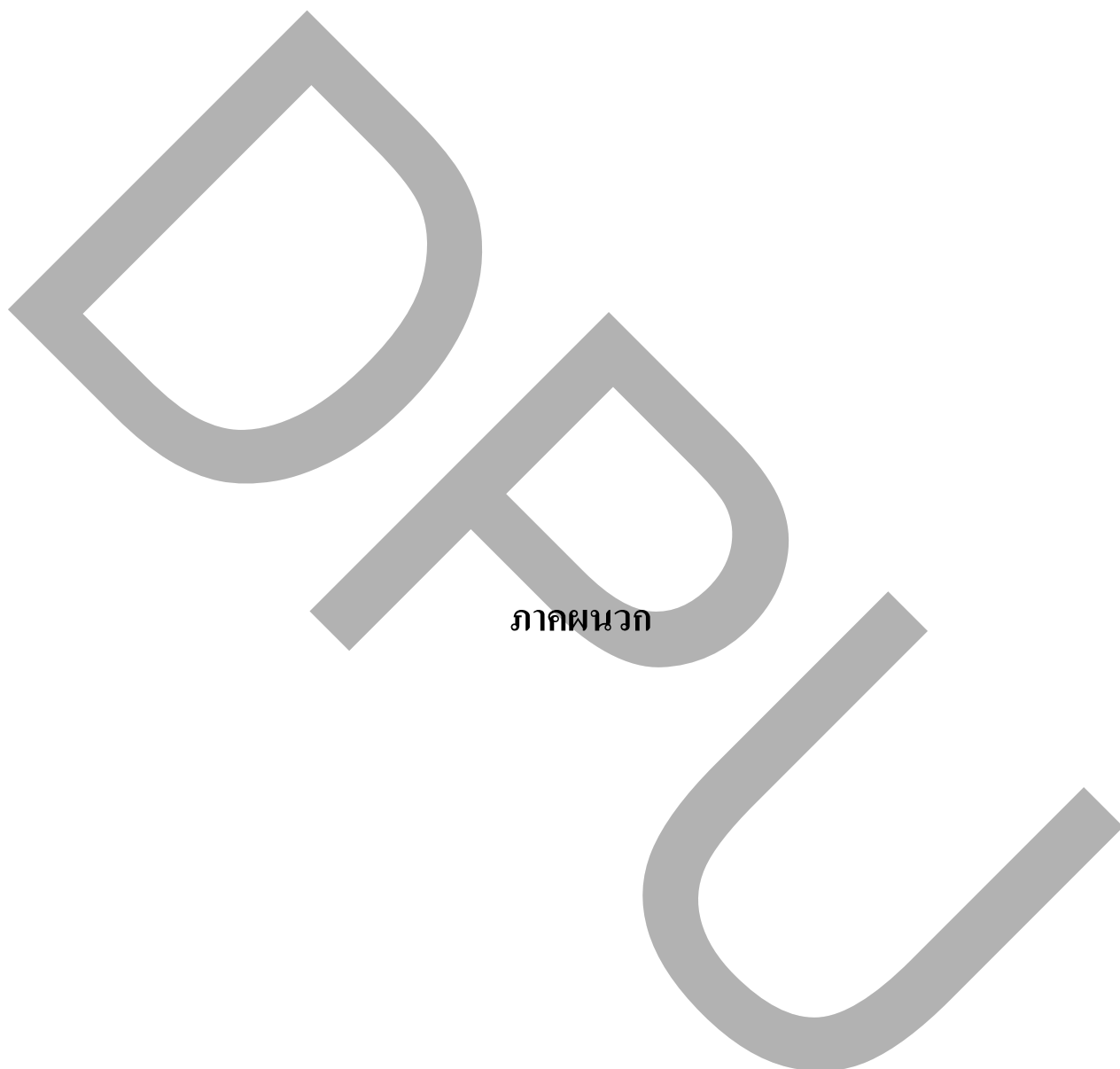
<http://www.keng.com>

<http://www.oknation.net>

<http://www.pantip.com>

<http://www.901am.com>

DRU



ภาคผนวก

www.bloggang.com

เว็บ www.bloggang.com ได้เริ่มให้บริการอย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2547 โดยจะมีการให้พื้นที่บนอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าไปสมัครเพื่อรับพื้นที่ส่วนตัวได้ฟรีจากเว็บไซต์ ในการที่จะนำพื้นที่ตรงนี้ไปสร้างสรรค์ผลงานเขียนต่างๆ ของตนเองอย่างอิสระ ทั้งบอกเล่าเรื่องส่วนตัว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นประจำวัน แบ่งปันข้อมูล บทความ รูปภาพ หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข่าวสารต่างๆ ตามแต่ที่ผู้ใช้บริการแต่ละท่านต้องการ

การสมัครสมาชิก หรือลงทะเบียนเพื่อขอเปิดเว็บ Blog ของ www.bloggang.com มีรายละเอียดดังนี้ คือ ผู้ที่จะสร้าง Blog เป็นของตนเองได้ จะต้องเป็นสมาชิกเว็บไซต์ Pantip.com โดยในการสมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ Pantip.com นั้นทำได้ 2 วิธี คือ วิธีที่ 1.ระบุข้อมูลเลขประชาชน พร้อมแนบรูปหลักฐานยืนยันตน โดยหลักฐานที่จะได้รับการพิจารณา จะต้องต้องมีข้อมูลเลขประชาชน เช่น บัตรประชาชนหรือบัตรข้าราชการ ต้องสามารถเห็นรายละเอียดชัดเจน และเหมือนจริงไม่ใช่สำเนา โดยถ่ายรูปบัตร หรือ scan สืบจากหลักฐานจริงเท่านั้น วิธีที่ 2. Mobile Register ใช้มือถือ Activate เป็นสมาชิก สามารถใช้สิทธิต่างๆ เหมือนสมาชิก ยกเว้นไม่สามารถมีส่วนร่วมในการ โหวตกระทู้แนะนำ, โหวตลบกระทู้ (ไฟเขียว-ไฟแดง), หรืออาจจะถูกจำกัดสิทธิพิเศษบางอย่าง ที่จะมีในอนาคต (เช่น การโหวต blog)

ข้อตกลงในการเปิดให้บริการเว็บ Blog ของ BlogGang.com ไปตามข้อตกลงดังนี้คือ (<http://www.bloggang.com/register.html>)

1. ขณะนี้ทาง [BlogGang](http://BlogGang.com) ให้บริการแก่ท่าน โดยไม่คิดค่าบริการใดๆ
2. เจ้าของ Blog มีสิทธิ์วางโฆษณาในเว็บ Blog ตนเอง และสามารถขายเพื่อการค้าได้ โดยไม่ต้องมีส่วนแบ่งให้ [BlogGang](http://BlogGang.com) ทั้งนี้สงวนสิทธิ์ห้ามโฆษณาเกี่ยวกับ สินค้าผิดกฎหมาย หรือ ผิดศีลธรรมอันดีของสังคม, สินค้า MLM, ธุรกิจออนไลน์
3. [BlogGang](http://BlogGang.com) มีสิทธิ์ในตำแหน่งโฆษณาในเว็บของท่าน และสามารถขายเพื่อการค้าได้เช่นกัน
4. เจ้าของ Blog จะดูแลรับผิดชอบไม่ได้ blog ของตน ที่เกี่ยวข้องกับการเสนอซื้อ-ขาย ครอบงวนพื้นที่ส่วนรวม

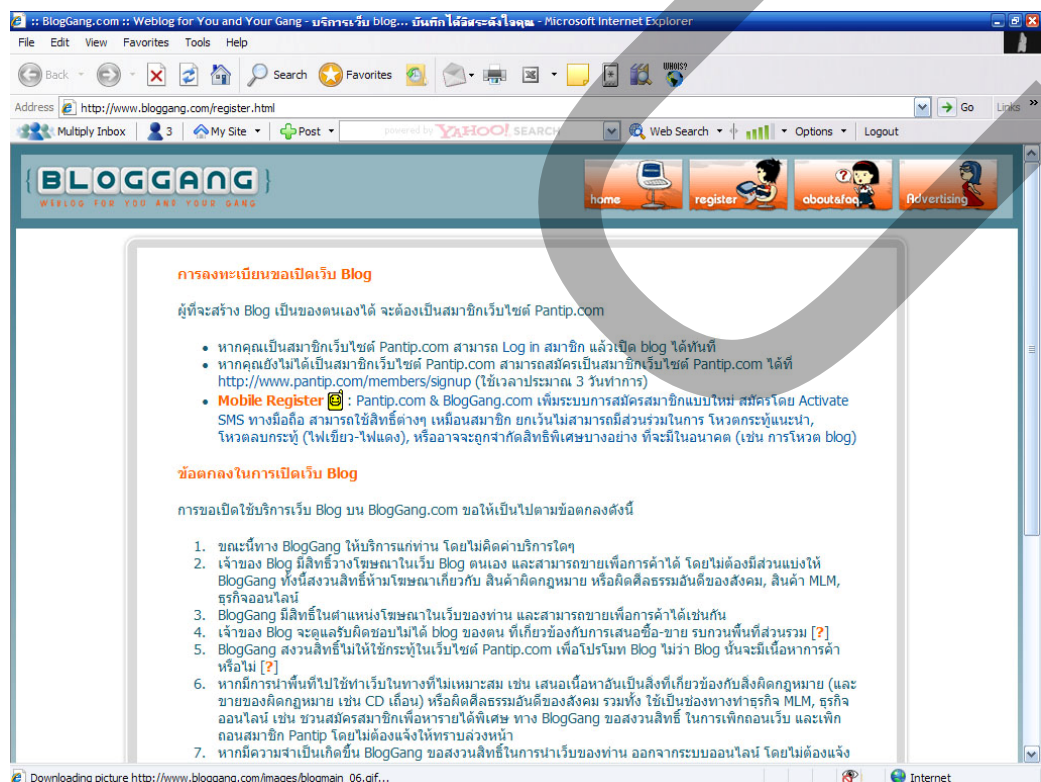
5. BlogGang สงวนสิทธิ์ไม่ให้ใช้กระทุ้งในเว็บไซต์ Pantip.com เพื่อโปรโมท Blog ไม่ว่า Blog นั้นจะมีเนื้อหาการค้าหรือไม่

6. หากมีการนำพื้นที่ไปใช้ทำเว็บในทางที่ไม่เหมาะสม เช่น เสนอเนื้อหาอันเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งผิดกฎหมาย (และขายของผิดกฎหมาย เช่น CD เก๊อน) หรือผิดศีลธรรมอันดีของสังคม รวมทั้งใช้เป็นช่องทางทำธุรกิจ MLM, ธุรกิจออนไลน์ เช่น ขวนสมัครสมาชิกเพื่อหารายได้พิเศษ ทาง BlogGang ขอสงวนสิทธิ์ในการเพิกถอนเว็บ และเพิกถอนสมาชิก Pantip โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

7. หากมีความจำเป็นเกิดขึ้น BlogGang ขอสงวนสิทธิ์ในการนำเว็บของท่าน ออกจากระบบออนไลน์ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

8. ทีมงานจะดูแลข้อมูลของท่านบน BlogGang ให้ดีที่สุด แต่ขอให้ท่านตระหนักว่า เราไม่มีความสามารถรับประกันการสูญหายของข้อมูลได้ ดังนั้นท่านควรทำการสำรองข้อมูล ที่ท่านคิดว่าสำคัญไว้เสมอ

9. ท่านมีหน้าที่ดูแลให้เว็บของท่าน อยู่ภายใต้กฎหมายแห่งราชอาณาจักรไทย ความรับผิดชอบใดๆ ต่อเนื้อหาในเว็บที่ท่านขอเปิด ทั้งทางแพ่งและทางอาญา BlogGang ไม่มีส่วนรับผิดชอบใดๆ ทั้งสิ้น (กรุณาเลี่ยงการเผยแพร่เนื้อหาที่ละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น เพลง, การ์ตูน หรือผลงานอันมีลิขสิทธิ์อื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบหรือวิธีการใดก็ตาม)



Bloggang.com ประกอบด้วยเว็บเพจ (Webpages) หลักทั้งหมด 4 หน้า ดังนี้

1. Home เป็นหน้าเว็บเพจแรกและหน้าหลักของ bloggang.com ซึ่งแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดต่างๆ ที่สำคัญในการใช้งานเว็บ Blog รวมถึงได้มีการจัดแบ่งกลุ่มย่อยของ Blog เพื่อให้เข้าถึงประเภทของ Blog ที่เราสนใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยการจัดวางรูปแบบและหัวข้อสำคัญในหน้าหลักของ bloggang.com มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนบนในหน้าหลักจะประกอบด้วย ระบบการค้นหาเว็บ Blog สมาชิก, ข่าวสารและกิจกรรม, แวดวงสมาชิก และสมาชิกใหม่

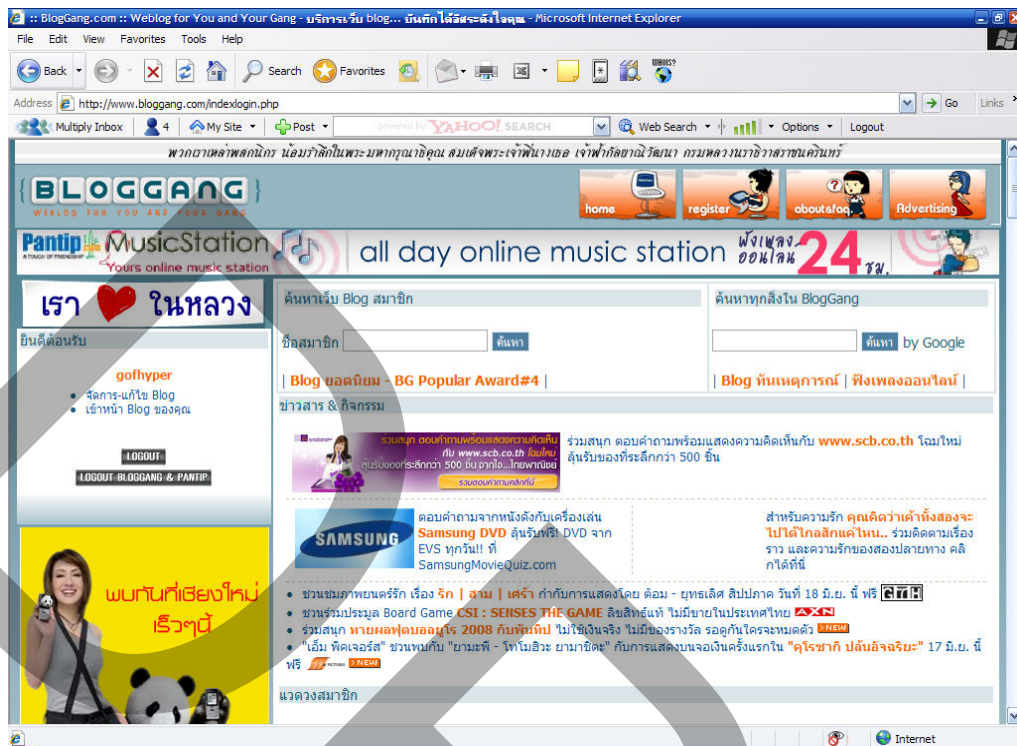
ส่วนกลางในหน้าหลักจะเป็น Blog ที่สร้างใหม่ล่าสุด ของสมาชิกแต่ละคน ซึ่งจะมีการอัปเดตทุกๆ 15 นาที

ส่วนซ้ายในหน้าหลักจะประกอบด้วย LOG-IN ผู้ใช้งาน การจัดการ-แก้ไข Blog, อันดับเว็บ Blog ในแต่ละวัน, Guru in blog, Blogger ไทยในต่างแดน และกลุ่มย่อย Blog โดยในกลุ่มย่อย Blog จะแยกกลุ่มย่อยไว้ 76 กลุ่มดังนี้

1. ข่าวเด่น-ประเด็นดัง
2. กระหู่พันทิป
3. แวดวงสมาชิก
4. กิจกรรมน่าสนใจ
5. เทศกาล-วันสำคัญ
6. ดารา-นักร้อง-คนดัง
7. ร้องเพลง
8. ดนตรี
9. เพลงออนไลน์
10. เนื้อเพลง (Lyric)
11. ภาพยนตร์
12. รายการโทรทัศน์
13. ละครไทย
14. ซีรีส์ต่างประเทศ
15. Reality show
16. ศิลปะ

17. การ์ตูน
18. เกม
19. อุปกรณ์สื่อสาร-Gadget
20. คอมพิวเตอร์-เทคโนโลยี
21. แดววงอินเทอร์เน็ต
22. เว็บไซต์ที่น่าสนใจ
23. การตกแต่ง Blog
24. ความรู้ทั่วไป
25. วิทยาศาสตร์
26. ภาษาต่างประเทศ
27. ประวัติศาสตร์
28. การเมือง-สังคม
29. หุ่น-เศรษฐกิจ
30. การบริหารและการจัดการ (How-to)
31. กฎหมาย
32. ยานยนต์
33. ท่องเที่ยวไทย
34. ท่องเที่ยวต่างประเทศ
35. แกลเลอรีภาพถ่าย
36. กล้องและการถ่ายภาพ
37. ข่าวสารกีฬา
38. เทคนิคการเล่นกีฬา
39. งานอดิเรก-ของสะสม
40. สัตว์เลี้ยง
41. สัตว์เลี้ยง : สุนัข
42. สัตว์เลี้ยง : แมว
43. สัตว์-คุณก
44. ดอกไม้-ต้นไม้-ธรรมชาติ
45. การจัดดอกไม้
46. การตกแต่งบ้าน

47. DIY-สิ่งประดิษฐ์
48. อาหารการกิน
49. สูตรทำอาหาร
50. ร้านอาหาร
51. สุขภาพ
52. ความงาม
53. แฟชั่น
54. แนววรรณกรรม
55. หนังสือ
56. งานเขียน-บทประพันธ์
57. งานเขียน : เรื่องสั้น
58. งานเขียน : นิยาย
59. งานเขียน : เรื่องแปล
60. โคลง-ฉันท์-กาพย์-กลอน
61. ไดอารี่-ประสบการณ์ชีวิต
62. การดำเนินธุรกิจ-ลงทุน
63. ชีวิตการทำงาน
64. การเรียน
65. ชีวิตในต่างแดน
66. หลักพัฒนาตนเอง
67. ข้อคิด-ธรรมะ
68. เรื่องขำขัน
69. เรื่องเล่าบอกต่อ
70. คู่มือ-ทำนาย
71. เรื่องลึกลับ
72. ความรัก
73. ครอบครัว
74. เพื่อน
75. guestbook
76. จิปาถะ



2. Register เป็นเว็บเพจที่ใช้ในการเข้าไปสมัครสมาชิก ซึ่งเป็นส่วนที่แสดงรายละเอียดของขั้นตอนการลงทะเบียน และข้อตกลงในการเปิดใช้เว็บ Blog

3. About & faq. เป็นเว็บเพจที่ใช้ตอบคำถามเกี่ยวกับเรื่อง Blog และ bloggang รวมถึงคำแนะนำต่างๆ ในกรณีที่พบปัญหาในการใช้งาน

4. Advertising เป็นเว็บเพจที่แสดงให้เห็นถึงพื้นที่ส่วนต่างๆ ในหน้าหลัก ที่กำหนดให้เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เว็บ Blog

www.oknation.net

เว็บ OK Nation Blog ได้เริ่มให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อเดือน มกราคม พ.ศ. 2550 ซึ่งเกิดขึ้นจากความต้องการสร้างสถานที่สำหรับอิสระทางปัญญา ที่ทุกคนมีสิทธิเขียน เผยแพร่ความคิดผ่านอินเทอร์เน็ต ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เน้นกลุ่ม ในฐานะสื่อที่ทำหน้าที่ ตรงไปตรงมา ด้วยความน่าเชื่อถือ ทันเหตุการณ์ อย่างสร้างสรรค์ ได้เปิดบล็อกสำหรับผู้ใช้บริการทุกคน เพื่อบอกเล่าเรื่องราว สิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ประสบการณ์ ความรู้ถ่ายทอดสู่ผู้อื่นร่วมแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี (<http://www.oknation.net/blog/manual/2007/01/19/entry-1>)

การสมัครสมาชิก หรือลงทะเบียนเพื่อขอเปิดเว็บ Blog ของ www.oknation.net มีรายละเอียดดังนี้คือ ผู้สมัครต้องมีข้อมูลสำคัญ ซึ่งได้แก่ รหัสบัตรประชาชน ที่อยู่จดหมาย

อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Address) ที่อยู่ตามทะเบียนบ้าน เป็นข้อมูลเบื้องต้น นอกจากข้อมูลสำคัญดังกล่าวแล้ว ผู้สมัครต้องกำหนดชื่อที่ใช้ในการแสดงบนเว็บ Blog และ รหัสผ่าน (Password) สำหรับทำการ Login เข้าเว็บ Blog

The screenshot shows the registration page of OK Nation Blog. The form includes the following fields and options:

- ประเภทการสมัครสมาชิก**: ☐ สมัครเพื่อเขียน บล็อก ☐ สมัครเพื่อแสดงความคิดเห็น
- คำปณิธานชื่อ**: ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว
- ชื่อ**: [Text Field]
- นามสกุล**: [Text Field]
- สัญชาติ**: ☒ ไทย ☐ ต่างชาติ
- รหัสบัตรประชาชน**: [Text Field]
- วัน เดือน ปีเกิด**: [Dropdowns for Day, Month, Year]
- ที่อยู่**: [Text Field]
- อำเภอ / เขต**: [Dropdown Menu]
- จังหวัด**: [Dropdown Menu]
- รหัสไปรษณีย์**: [Text Field]
- อาชีพ**: [Dropdown Menu]
- โทรศัพท์มือถือ/บ้าน**: [Text Field] (Example: 0890010901)
- อีเมล**: [Text Field]
- Username**: [Text Field] (Requirement: อย่างน้อย 4 ตัวอักษร a-z 0-9 - _)
- Password**: [Text Field] (Requirement: อย่างน้อย 4 ตัวอักษร)
- Retype Password**: [Text Field]

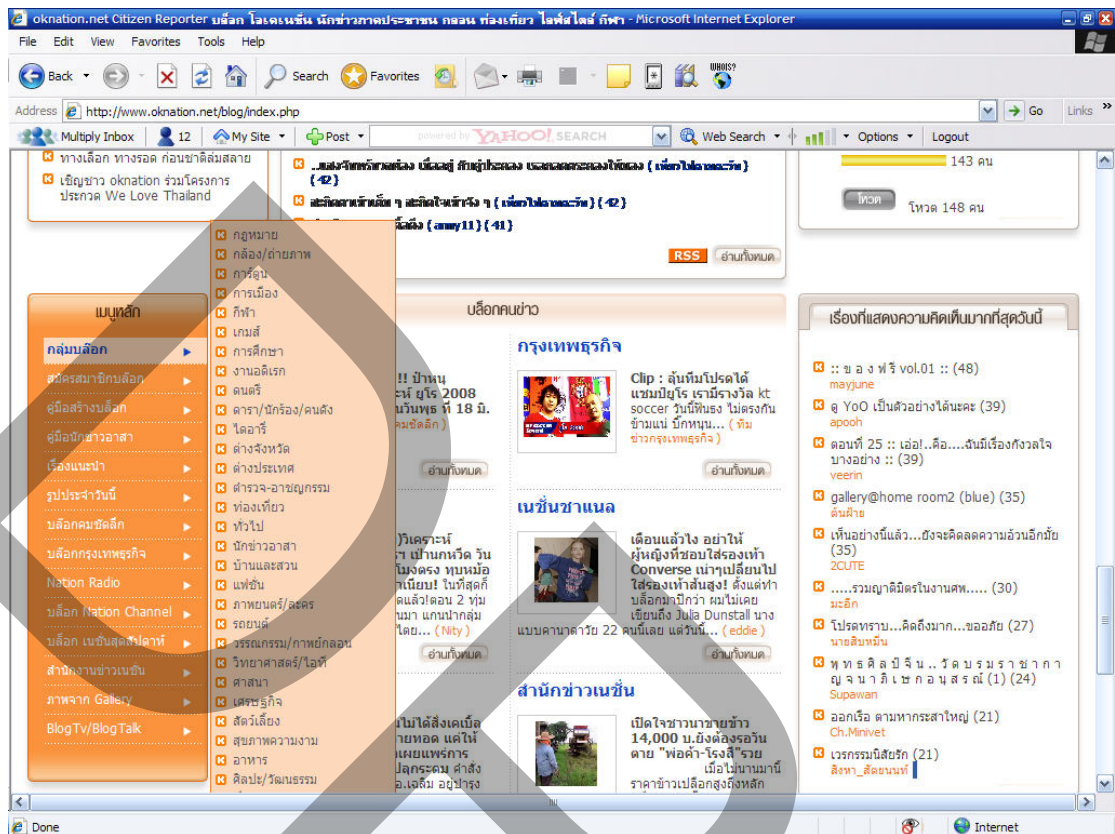
Buttons: **ตรวจสอบ** (Check), **สมัคร** (Register)

Footer text:
เงื่อนไข การสมัครบล็อก เขียนบล็อก และแสดงความคิดเห็นใน OKnation.
1. กรุณาอย่าใส่ข้อมูลส่วนตัวที่ละเอียดอ่อน และตรงตามความจริง
2. การเขียน หรือแสดงความคิดเห็นใด ๆ ต้องไม่หมิ่นเหม่ หรือกระทบต่อสถาบันชาติ ศาสนา และ
พระมหากษัตริย์ หรือกระทบต่อความสงบของชาติ

ภายในหน้าหลักของ www.oknation.net ได้มีการวางรูปแบบและหัวข้อสำคัญต่างๆ เพื่อให้สะดวกต่อการเข้าไปใช้งานในเว็บ Blog ซึ่งจะมีหัวข้อสำคัญๆ เช่น Login สมาชิกเพื่อเข้าใช้งาน, เรื่องแนะนำจากกองบก.OK Nation, Blog TV/Blog Talk, เรื่องล่าสุด, เรื่องที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด, ข่าวด่วน, อันดับบล็อกยอดนิยม และ กลุ่มบล็อกต่างๆ โดยในกลุ่มบล็อกต่างๆทาง www.oknation.net ได้แบ่งย่อยไว้ทั้งหมด 33 กลุ่มย่อย ดังนี้

1. กฎหมาย
2. กล้อง/ถ่ายภาพ
3. การ์ตูน
4. การเมือง
5. กีฬา
6. เกมส์
7. การศึกษา

8. งานอดิเรก
9. ดนตรี
10. ดารา/นักร้อง/คนดัง
11. ไคอารี่
12. ต่างจังหวัด
13. ต่างประเทศ
14. ตำรวจ-อาชญากรรม
15. ท่องเที่ยว
16. ทัวไป
17. นักข่าวอาสา
18. บ้านและสวน
19. แฟชั่น
20. ภาพยนตร์/ละคร
21. รถยนต์
22. วรรณกรรม/ภาพยนตร์
23. วิทยาศาสตร์/ไอที
24. ศาสนา
25. เศรษฐกิจ
26. สัตว์เลี้ยง
27. สุขภาพความงาม
28. อาหาร
29. ศิลปะ/วัฒนธรรม
30. เรื่องขำขัน
31. ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
32. Blog Kids
33. นักเรียน/นักศึกษา



ผลสรุปการสัมภาษณ์ผู้ใช้เว็บบล็อกต่อข้อคำถามเกี่ยวกับด้วยรูปแบบการสื่อสารออนไลน์ ในเว็บ Blog

- เหตุจูงใจในการใช้เว็บ Blog ของท่านคืออะไร

มีนนารี เพศหญิง อายุ 29 ปี กำลังศึกษาในระดับปริญญาโท ชื่อบล็อกคือ <http://numor.bloggang.com> “เหตุที่มาใช้เว็บบล็อกก็เพื่อต้องการแลกเปลี่ยนความสนใจส่วนตัว เรื่องความงาม สุขภาพ และสร้างข้อมูลของผลิตภัณฑ์ความงามในแง่ของผู้ใช้ให้กับคนอื่น ๆ ได้รับรู้” (มีนนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

รพี ชูสุวรรณ เพศชาย อายุ 32 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโท ปัจจุบันทำงานอิสระ ชื่อบล็อกคือ <http://alwaysfluke.bloggang.com> “สิ่งจูงใจคือได้มีพื้นที่ที่ใช้แสดงความคิดเห็น ในมุมมองของตัวเอง” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

บุษบา เพศหญิง อายุ 28 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโท ปัจจุบันทำงานอิสระ ชื่อบล็อกคือ <http://mithuna.bloggang.com> “เหตุจูงใจที่ใช้เว็บ Blog ก็คือจะใช้ไว้เป็นที่รวบรวมนิยายที่ตัวเองแต่งขึ้น ให้คนอื่นได้อ่าน เวลาเค้าอยากจะอ่านนิยายของเรา จะได้หาอ่านได้สะดวก” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

Book (นามแฝง) เพศหญิง อายุ 19 ปี กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ชื่อบล็อกคือ <http://kingyo.bloggang.com> “เหตุจูงใจในการใช้เว็บ Blog ก็ใช้เป็นที่เขียนไดอารี่ เพื่อบันทึกเรื่องราวสำคัญๆที่เกิดขึ้นค่ะ” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

ลูกบัว (นามแฝง) เพศหญิง อายุ 29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโท ปัจจุบันทำงานเป็นแอร์โฮสเตส ชื่อบล็อกคือ <http://www.oknation.net/blog/happytofly> “เหตุจูงใจที่มาใช้เว็บ Blog ก็เพื่อต้องการบันทึกแล้วก็เผยแพร่เรื่องราว ประสบการณ์ที่ได้ไปเจอมาทั้งดีแล้วก็ไม่ดีค่ะ” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

ไก่อ่ (นามแฝง) เพศหญิง อายุ 27 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจุบันมีกิจการธุรกิจเป็นของตัวเอง ชื่อบล็อกคือ <http://aitai.bloggang.com> “เหตุจูงใจในการสร้างบล็อกก็เพื่อใช้บอกเล่าเรื่องราวของตนเองให้ผู้อื่นได้รับรู้บ้าง” (ไก่อ่ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล เพศหญิง อายุ 48 ปี อาชีพ รับราชการครู ชื่อบล็อกคือ <http://www.oknation.net/blog/roungkaw> “สาเหตุจูงใจที่ต้องมาเขียน Blog เพราะต้องการเขียนข้อมูลที่สร้างสรรค์สังคม” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

อัจฉริย์ เจตินัย เพศหญิง อายุ 26 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจุบันทำงานเป็นพนักงานบริษัท ชื่อบล็อกคือ <http://aob-ab.bloggang.com> “เหตุจูงใจของการใช้เว็บ Blog ก็เพื่อบันทึกเรื่องราวส่วนตัว และสิ่งที่น่าสนใจค่ะ” (อัจฉริย์ เจตินัย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

พนัสชัย คงศิริจันทร์ เพศชาย อายุ 22 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจุบันทำงานเป็นผู้สื่อข่าว ชื่อบล็อกคือ <http://www.oknation.net/blog/phanasgook> “เหตุจูงใจที่มาใช้เว็บ Blog คือเนื่องจากการไปรโมตของเครื่องบิน และมีความสนใจกับปรากฏการณ์บล็อกเกอร์ที่กำลังเป็นกระแสเกิดขึ้น” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

Nity (นามแฝง) เพศชาย อายุ 26 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจุบันทำงานเป็นผู้สื่อข่าว ชื่อบล็อกคือ <http://www.oknation.net/blog/nity> “เหตุจูงใจที่มาใช้เว็บ Blog คือ ใช้เป็นพื้นที่เผยแพร่ข้อมูลและความคิดเห็นส่วนตัว” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

ปลิวลม (นามแฝง) เพศหญิง อายุ 43 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาเอก ปัจจุบันทำอาชีพรับจ้าง ชื่อบล็อกคือ <http://www.oknation.net/blog/pliewlom> “เหตุจูงใจในการใช้เว็บ Blog คือ เพื่อแสดงผลงาน” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

นิศากร แก่นมีผล เพศหญิง อายุ 27 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจุบันทำงานเป็นบรรณาธิการบริหารเว็บไซต์ ชื่อบล็อกคือ <http://www.oknation.net/blog/lukekaew> “เหตุจูงใจที่ใช้เว็บบล็อกคือ ชอบการเขียนและชอบการเล่าเรื่อง” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

- Blog ที่ท่านสร้างมีเป้าหมายอย่างไร

“เล่าประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ทางความงาม แลกเปลี่ยนความรู้ด้านสุขภาพ และเล่าเรื่องประสบการณ์ชีวิตตัวเองบ้าง” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“เป้าหมายที่สร้าง Blog ก็คือให้ความรู้ และความเห็นเกี่ยวกับเครื่องสำอาง และการแต่งหน้า” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“รวบรวมนิยายที่แต่ง นักอ่านจะได้ให้อ่านได้สะดวก” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“เอาไว้เขียนไดอารี่ค่ะ” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“อยากให้คนรู้จัก แล้วเข้ามาอ่านกันเยอะๆ สักวันอยากทำ pocket book ส่วนตัวค่ะ” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“เป้าหมายจริงๆเลยก็คือ อยากใช้เป็นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็น” (ไก่อ๊ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“เน้นแลกเปลี่ยนหลักธรรมและงานศิลป์” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“แชร์ความคิดเห็นและอภิเสกชีวิตของเพื่อนๆ” (อัจฉริย์ เจริญ, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“ต้องการเน้นข้อมูลการทำข่าวแบบฉบับข่าวอาสา โดยเป็นผลงานจากตัวเองโดยเฉพาะ และมีบ้างที่ลงบทความเกี่ยวกับสถานการณ์ในช่วงนั้นๆ” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“เพื่อเผยแพร่ข้อมูลความคิดเห็นส่วนตัว” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“เสนอข้อมูลเรื่องการเมือง” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“เป็นเหมือนไดอารี่ที่เก็บความทรงจำเอาไว้ สามารถเปิดดูที่ไหนก็ได้” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

- ความถี่ในการเข้าไปใช้ Blog ของท่าน

“แล้วแต่เวลาว่าง ราวๆ อาทิตย์ละครั้ง” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“ทุกวันครับ” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“เกือบทุกวัน” (นุชบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“อย่างต่ำๆ เดือนละ 2 ครั้งค่ะ” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“เกือบทุกวันค่ะ” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“อาทิตย์ละ 2 ครั้งเป็นอย่างต่ำ” (ไก่ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“ทุกวัน” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“เกือบทุกวัน อาทิตย์ละไม่ต่ำกว่า 5 ครั้ง” (อัจฉรีย์ เจริญชัย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“เข้าใช้ทุกวัน เพียงแต่การอัปเดตก็ไม่นั้น จะเฉลี่ยแล้วเดือน 5 ครั้ง” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“ทุกวัน วันละหลายชั่วโมง” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“ทุกวันค่ะ” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“เมื่อก่อนทุกวัน เดี่ยวนี้อาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

- Blog ของท่านมีการแสดงความเป็นตัวตน (identity) อย่างไร

“จะเขียนบล็อกทุกเรื่องด้วยตัวเอง อาจจะมีการอ้างอิงแหล่งที่มาบ้าง ใช้ภาษาของตัวเอง” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“ในบางส่วนที่เขียนหลายๆ คนไม่รู้ที่เราทำได้ หรือรู้ blog เป็นสิ่งที่ทำให้เราแสดงความเป็นเราให้ผู้อื่นเห็นได้” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“ก็จะเขียนเรื่องที่ชอบ เช่น นวนิยาย และจะใส่ความรู้สึกรวมลงไปนวนิยายเรื่องนั้นๆ” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“ใช้สีชมพูเป็นฉากหลังค่ะ” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“แสดงไม่หมดค่ะ แรกๆ จะไม่เปิดเผยเลยว่าตัวเองเป็นใคร ใครเป็นคนเขียน blog นี้ แต่หลังๆ มานี้เริ่มเอารูปตัวเองลง แต่ก็ไม่ได้บอกตรงๆ ว่าเป็นตัวเอง (แต่คนอ่านก็จะรู้ค่ะ)” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“จะมีรูป Profile ที่ใช้เป็นรูปของเรา แต่การตกแต่งบล็อกก็จะแสดงความเป็นตัวเราด้วยค่ะ ว่าเราชอบความสวยงาม และอ่อนหวาน เหมือนพวกรูปหรือตัวการ์ตูนที่เอามาแต่งในบล็อก” (ไก่ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“มีค่ะ มีหมวดหมู่แนะนำเจ้าของบล็อก” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“เป็นตัวของตัวเอง ชีวิตจริงเป็นอย่างไร ในบล็อกก็เป็นอย่างนั้น” (อัจฉริย์ เติมนัย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“แสดงตัวแบบเปิดเผยตัวเองจริงๆ ส่วนนามปากกาก็มาจากชื่อจริงซึ่งประสมกัน” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“แสดงความคิดเห็นส่วนตัวลงไปตรงๆ” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“เขียนเรื่องกาพย์ กลอน การเมือง และเทิดทูน ชาติ ศาสน์ กษัตริย์” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“มีการลงรูปจริงและเล่าเรื่องส่วนตัว” (นิสากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

- กลยุทธ์ในการนำเสนอ Blog ของท่าน เป็นอย่างไร

“ไม่มีกลยุทธ์ เขียนให้ง่ายๆ เพื่อให้คนอ่านเข้ามาหาเรื่องราวที่อยากรู้โดยไม่ลำบาก” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“ไม่มีอะไรมาจกัรบ เขียนสิ่งที่อยากเขียน และสิ่งที่อยากบอกผู้อ่าน” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“เสนอเรื่องที่ตัวเองชอบเป็นหลักค่ะ” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“ทำการตกแต่งให้สวยงาม” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“ก็เน้นเรื่องราวประสบการณ์จากการทำงาน เพราะอาชีพที่ทำอยู่มีคนสนใจเยอะอยู่แล้ว ค่ะ แต่ก็ไม่นั่งเขียนแต่เรื่องการทำงาน หรือเรื่องส่วนตัวมากเกินไป เน้นเรื่องที่แบบว่าคนทั่วไป อ่านได้มากกว่าค่ะ เช่นเรื่องกิน เรื่องท่องเที่ยว (ชอบอยู่แล้วด้วย)” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“พยายามเขียนเรื่องให้น่าสนใจและตั้งหัวข้อให้ดึงดูดคนเข้ามาอ่านค่ะ และก็พยายามแต่งบล็อกให้มีสีสันสวยงาม” (ไก่อ่ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“ชิมซัปดาห์ เขียนทุกวัน” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“เน้นเฮฮา อ่านง่าย ไม่เครียด” (อัจฉริย์ เจตนิย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“เน้นข่าวอาสา ประเด็นที่น่าสนใจด้วยการไปทำข่าวแล้วนำมาเรียบเรียงเป็นภาษาข่าว ประกอบการภาพข่าวที่ถ่ายเองในเหตุการณ์ต่างๆ ตั้งหัวข้อที่คิดว่าเรียกความน่าสนใจจากผู้เข้าชม” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“เน้นหลากหลาย ข้อเขียน ข่าว และใส่คลิปวิดีโอ” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“เน้นเขียนเรื่องร้อนประเด็นเด่นรายวันทางการเมือง” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“ตั้งหัวข้อให้ดูน่าสนใจ เขียนเรื่องที่ตัวเองสนใจเป็นหลัก และเรื่องที่อยากเล่า” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

- วัตถุประสงค์ในการมีเพื่อนทางเว็บ Blog เพื่ออะไร

“แลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางความงาม แฟชั่น สุขภาพ” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“การมีเพื่อนที่หลากหลายก็ช่วยเพิ่มมุมมองของเราให้กว้างขึ้น” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“เพื่อทำความรู้จักกับคนอื่นๆ” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“ไว้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“อยากรู้จักคนเยอะขึ้น” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“ไว้พูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ที่บางคนอาจจะเคยไปเจอเจอ เหตุการณ์เหมือนเรา ก็เอามาแชร์กัน” (ไก่อ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน” (กิตติญาณี หิรัศศีสกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“จะแชร์ความคิดเห็นในสิ่งที่สนใจเหมือนกัน ทำให้เราได้มีมุมมองที่หลากหลาย” (อัจฉริย์ เจตินัย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์และแสดงความคิดเห็นต่อกัน หากมีแนวคิดเดียวกันก็จะติดต่อกันและพูดคุยกัน” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“ไว้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในแง่มุมต่างๆ” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“มีคนอ่านคอมเมนต์ผลงาน” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“หาคนที่มีความสนใจเหมือนๆ กัน” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

- ลักษณะของเพื่อนในเว็บ Blog ที่ร่วมสนทนา เป็นอย่างไร

“สนใจเรื่องเดียวกัน คือ ความงาม แฟชั่น สุขภาพ ส่วนมากอายุก็จะรุ่นราวคราวเดียวกันด้วย” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“สนทนาในเรื่องที่ชอบเหมือนๆ กัน ก็พวกเรื่องเกี่ยวกับการแต่งหน้า” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“ส่วนใหญ่ถ้อยที่ถ้อยอาศัย” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“คุยสนุก อธิบายดี” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“คุยกันได้ทุกเรื่องค่ะ” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“น่ารัก นิสัยดี เป็นกันเอง” (ไก่ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“เพื่อนวัยทำงานเสียส่วนมาก” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“เป็นมิตร และค่อนข้างคุ้นชื่อบล็อกอินกันอยู่แล้ว” (อัจฉริย์ เจตน์ชัย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“มีความสุขภาพเป็นส่วนใหญ่ แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี จะมีบ้างที่บางรายแสดงความ
คิดเห็นด้วยความก้าวร้าว แต่ก็ถูกตัดเตือนจากเว็บมาสเตอร์ด้วยกฎระเบียบที่บล็อกได้กำหนดไว้”
(พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“ส่วนใหญ่เป็นคนทำงานมีความสนใจในเรื่องต่างๆเหมือนกัน” (Nity (นามแฝง),
สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“แนวคิดเดียวกัน หลากหลายทางอารมณ์และการนำเสนอ” (ปลิวลม (นามแฝง),
สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“เป็นทั้งเพื่อนร่วมงานและคนที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์, 29
เมษายน 2551)

- ความเชื่อถือต่อเพื่อนทางเว็บ Blog และการเปิดเผยระหว่างกัน มีไม่น้อยเพียงใด

“แล้วแต่บุคคลนะ มีทั้งน่าเชื่อถือและก็เฉยๆ ไม่ถึงกับไม่น่าเชื่อถือ แต่ก็จะมีอยู่สัก
ประมาณ 60 เปอร์เซ็นต์ ที่มีการเปิดเผยตัวจริง และน่าเชื่อถือ” (มินนารี, สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2551)

“น่าจะถือว่าเป็นคนที่รู้จักกัน แต่ก็อาจพัฒนาเป็นเพื่อนสนิทได้ เหมือนกับเพื่อนที่พบด้วยวิธีอื่นๆ” (รพี ชูสุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“มากหรือน้อย แล้วแต่คน เป็นคนๆ ไป” (บุษบา, สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2551)

“มีความน่าเชื่อถือพอสมควร แต่ไม่ค่อยเปิดเผยตัวจริงกันสักเท่าไร” (Book (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“น่าจะเชื่อถือว่า 80% ค่ะ อีก 20% ก็กลัว พวกเรื่องส่วนตัวจริงๆ ก็จะไม่เปิดเผยค่ะ” (ลูกบัว (นามแฝง), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2551)

“ส่วนใหญ่จะน่าเชื่อถือนะ เพราะคุยกันมาสักพักแล้ว และก็ไม่ต้องมีเรื่องที่จะต้องมาหลอกกัน บางคนก็จะเปิดเผยตัวเองจริงๆออกมาเหมือนกัน” (ไก่ (นามแฝง), สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“มีมาก” (กิตติญาณี หิริศักดิ์สกุล, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551)

“สนิทในระดับหนึ่ง คุยกันเฉพาะเรื่องที่มีความสนใจเหมือนกันเป็นส่วนใหญ่” (อัจฉริย์ เจ-ตินัย, สัมภาษณ์, 26 เมษายน 2551)

“มีความน่าเชื่อถือมากครับ และมีการติดต่อกันแบบอื่นด้วย มีการนัดกันไปทำกิจกรรมร่วมกัน” (พนัสชัย คงศิริจันทร์, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“คุยในเรื่องที่สนใจ แต่เปิดเผยความเป็นส่วนตัวน้อย” (Nity (นามแฝง), สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551)

“น้อยมากเพราะไม่ค่อยสะดวกในการเปิดเผยตัวกันสักเท่าไร” (ปลิวลม (นามแฝง), สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551)

“แล้วแต่คน บางคนรู้จักกันแบบเจอตัวเลย บางคนไม่” (นิศากร แก่นมีผล, สัมภาษณ์,
29 เมษายน 2551)



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล

นาย จักรกฤษณ์ มะสะพันธุ์

วันเดือนปีเกิด

6 เมษายน 2522

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้า
(โทรมណคม) มหาวิทยาลัยรังสิต ปีการศึกษา 2545