

กลยุทธ์การสร้างที่น่าเชื่อถือของเว็บไซต์พนันออนไลน์*

TRUST-BUILDING COMMUNICATION STRATEGIES OF ONLINE GAMBLING WEBSITES

วิชชญา ศิลาน้อย*, รวิธร ฐานัสสกุล

Wischaya Silanoi*, Ravithon Thanussakul

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปทุมธานี ประเทศไทย

Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathum Thani, Thailand

*Corresponding author E-mail: wischaya@vru.ac.th

*Tel: 087-639-3212

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสาร และเพื่อสังเคราะห์แนวทางการรู้เท่าทันกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการสร้างที่น่าเชื่อถือของเว็บไซต์พนันออนไลน์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพและการตีความเชิงวาทศิลป์ของภาพและการสื่อสารเชิงโน้มน้าว กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เว็บไซต์พนันออนไลน์จำนวน 10 เว็บไซต์ ซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจงจากเว็บไซต์ที่ยังเปิดใช้งาน และมีองค์ประกอบการสื่อสารครบถ้วนตามกรอบการวิเคราะห์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบบันทึกข้อมูลเว็บไซต์ และแบบวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสาร ข้อมูลได้รับการวิเคราะห์ตามแนวคิดด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การสื่อสารเชิงโน้มน้าว วาทศิลป์ของภาพ และการสื่อสารความไว้วางใจ ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์พนันออนไลน์ใช้การสื่อสารผ่านองค์ประกอบด้านภาพ ภาษา ประสบการณ์การใช้งาน และภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์มเพื่อสร้างการรับรู้ความน่าเชื่อถือ เว็บไซต์ส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์การสื่อสารผ่านภาพลักษณ์ของความทันสมัย ระบบฝากถอนอัตโนมัติ ข้อความสร้างความมั่นใจ โปรโมชัน การออกแบบที่ใช้งานง่าย และภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์มกีฬาออนไลน์ เพื่อสื่อสารความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารที่ลดการรับรู้ความเสี่ยงผ่านการออกแบบแพลตฟอร์ม การนำเสนอข้อมูล และการสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ต่อเนื่อง จนเกิดการรับรู้ความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์ม อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสนับสนุนเว็บไซต์พนันออนไลน์ แต่ต้องการสะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์การสื่อสารที่ถูกใช้ในฟิชั่นที่ออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาแนวทางการสื่อสารและนโยบายในการป้องกันผลกระทบจากการพนันออนไลน์

คำสำคัญ: การพนันออนไลน์, ธุรกิจดิจิทัล, กลยุทธ์การสร้างที่น่าเชื่อถือ, การสื่อสารเชิงโน้มน้าว, เว็บไซต์พนันออนไลน์

Abstract

This research article aims to examine the communication strategies employed to establish the credibility of online gambling websites and to synthesize guidelines for media literacy regarding the communication strategies used to construct such credibility. The study employed a qualitative research methodology, incorporating qualitative content analysis together with rhetorical interpretation



of visual rhetoric and persuasive communication. The sample consisted of ten online gambling websites purposively selected from websites that remained active and contained complete communication elements in accordance with the analytical framework. The research instruments included a website recording form and a communication component analysis form. The data were analyzed based on the concepts of source credibility, persuasive communication, visual rhetoric, and trust communication. The findings revealed that online gambling websites employ communication through visual elements, language, user experience, and platform image to create perceptions of credibility. Most websites adopt communication strategies that emphasize images of modernity, automated deposit and withdrawal systems, confidence-building messages, promotional offers, user-friendly interface design, and the image of online sports platforms to communicate website credibility. Furthermore, the study synthesized knowledge regarding communication processes that reduce users' risk perception through platform design, information presentation, and the creation of a continuous user experience, ultimately leading to the perception of platform credibility. However, this study is not intended to support online gambling websites. Rather, it seeks to reveal the communication strategies employed within online environments in order to promote digital media literacy and to provide evidence for the development of communication approaches and public policies aimed at preventing the adverse impacts of online gambling.

Keywords: Online Gambling, Digital Business, Credibility-Building Strategies, Persuasive Communication, Online Gambling Websites

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้ส่งผลให้รูปแบบการสื่อสาร การดำเนินธุรกิจ และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้คนเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน การสื่อสารออนไลน์กลายเป็นกลไกสำคัญของการสร้างอิทธิพลต่อการรับรู้และการตัดสินใจของผู้บริโภคในสังคมร่วมสมัย (Castells, M., 2010); (Jenkins, H., 2006); (Van Dijk, J., 2020) เว็บไซต์พนันออนไลน์จำนวนมากยังสามารถเข้าถึงผู้ใช้งานผ่านระบบออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้ผู้คนใช้เวลาอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น และส่งผลให้การพนันออนไลน์ขยายตัวในหลายกลุ่มประชากร โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่เข้าถึงสื่อดิจิทัลได้อย่างใกล้ชิด (ภัทรพร รักเปี่ยม, 2564)

ปัจจุบันเว็บไซต์พนันออนไลน์มีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่ซับซ้อนมากขึ้น เว็บไซต์บางแห่งมีการออกแบบหน้าเว็บไซต์ให้ใกล้เคียงกับแพลตฟอร์มธุรกิจดิจิทัลทั่วไป โดยเฉพาะธุรกิจด้านการเงินหรืออีคอมเมิร์ซ เพื่อให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการพนันออนไลน์มีความน่าเชื่อถือและมีความปลอดภัยในการใช้งาน องค์ประกอบด้านการออกแบบเว็บไซต์ยังมีอิทธิพลต่อการรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ใช้งาน ทั้งในด้านองค์ประกอบภาพ การจัดระเบียบข้อมูล และลักษณะของการนำเสนอข้อมูล (Fogg, B. J. et al., 2003) ขณะที่การสื่อสารเชิงโน้มน้าวในสื่อดิจิทัลยังมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างแรงจูงใจและการตัดสินใจของผู้รับสารในพื้นที่ออนไลน์ (Perloff, R. M., 2017) ขณะเดียวกัน ปัญหาการติดพนันออนไลน์ยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การตัดสินใจ และการดำเนินชีวิตของผู้เล่นในหลายด้าน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่สามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างสะดวกและต่อเนื่อง (วิไลลักษณ์ ลังกา และคณะ, 2564)

เมื่อพิจารณาในบริบทของเว็บไซต์พจนานออนไลน์ที่ปรากฏในประเทศไทย องค์ประกอบทางภาพทำหน้าที่สร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์และอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้รับสารในระดับอารมณ์และความรู้สึก (Barthes, R., 1977) การพินัยยังเป็นปรากฏการณ์ที่ปรากฏอยู่ในสังคมไทยมายาวนาน และถูกเชื่อมโยงกับความหวัง ความสำเร็จ และการแสวงหาโอกาสทางเศรษฐกิจในหลายมิติของสังคมไทย (สังคิต พิริยะรังสรรค์ และคณะ, 2546) ขณะเดียวกัน ภาพสะท้อนของการพินัยยังปรากฏผ่านวรรณกรรมและวัฒนธรรมสื่อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพินัยถูกทำให้เป็นทั้งกิจกรรมด้านความบันเทิงและพื้นที่ของความคาดหวังเกี่ยวกับความมั่งคั่งและโชคลาภ (สุภาพร พลาลัยเล็ก, 2547) อย่างไรก็ตาม แม้งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพินัยออนไลน์ในประเทศไทยจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น แต่ส่วนใหญ่มีมุ่งศึกษาในประเด็นด้านพฤติกรรมการณ์การพินัย การเสพติด หรือผลกระทบทางสังคม ขณะที่การศึกษาที่มุ่งวิเคราะห์กลไกของการสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พจนานออนไลน์ในมิติด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารดิจิทัลยังมีย่อยอย่างจำกัด โดยเฉพาะการศึกษาที่มุ่งทำความเข้าใจองค์ประกอบด้านการสื่อสารที่ถูกใช้เพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ผู้รับสารในพื้นที่ออนไลน์ อีกทั้งการออกแบบเว็บไซต์ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้ใช้งาน ผ่านการออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ที่มีลักษณะชักจูงหรือโน้มน้าวในเชิงจิตวิทยา แนวคิดดังกล่าวได้รับการอธิบายภายใต้แนวคิด Dark Patterns ซึ่งหมายถึง การออกแบบที่มุ่งผลักดันให้ผู้ใช้งานตัดสินใจหรือกระทำบางอย่างโดยอาศัยการจัดวางองค์ประกอบของเว็บไซต์ การนำเสนอข้อมูล และประสบการณ์การใช้งานในลักษณะที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ให้บริการมากกว่าผู้ใช้งาน ส่งผลให้การรับรู้และการตัดสินใจของผู้ใช้อาจได้รับอิทธิพลจากการออกแบบการสื่อสารของเว็บไซต์โดยตรง (Gray, C. M. et al., 2018)

จากบริบทดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษากลยุทธ์การสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พจนานออนไลน์มีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจบทบาทของการสื่อสารในสื่อดิจิทัล องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษายังสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการศึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อ การสื่อสารดิจิทัล ซึ่งมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจพลวัตของการสื่อสารในสังคมดิจิทัลปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พจนานออนไลน์
2. เพื่อสังเคราะห์แนวทางการรู้เท่าทันกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พจนานออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ ร่วมกับการตีความเชิงวาทศิลป์ของภาพและการสื่อสารเชิงโน้มน้าว โดยศึกษาจากเว็บไซต์พจนานออนไลน์ที่เปิดให้เข้าถึงได้ผ่านระบบสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยเลือกใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อให้ได้เว็บไซต์ที่สามารถสะท้อนรูปแบบการสื่อสารและกลยุทธ์การสร้างความน่าเชื่อถือได้อย่างชัดเจน

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 เว็บไซต์ เนื่องจากเป็นจำนวนที่เหมาะสมต่อการวิเคราะห์เชิงลึกในงานวิจัยเชิงคุณภาพ และสามารถสะท้อนรูปแบบร่วมของกลยุทธ์การสื่อสารที่ปรากฏบนเว็บไซต์พจนานออนไลน์ได้อย่างเพียงพอ ทั้งนี้ ผู้วิจัยพิจารณาความหลากหลายของรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ควบคู่กับความสมบูรณ์ขององค์ประกอบด้านการสื่อสาร เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับความครอบคลุมต่อวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกเว็บไซต์ไว้ 4 ประการ ได้แก่ 1) เป็นเว็บไซต์พจนานออนไลน์ที่ใช้ภาษาไทยเป็นหลักในการสื่อสาร 2) สามารถเข้าถึงหน้าเว็บไซต์ได้ในเวลาที่เก็บข้อมูล 3) มีองค์ประกอบด้านการสื่อสารครบถ้วน เช่น ข้อความโฆษณา โปรโมชัน ภาพประกอบ หรือระบบการให้บริการบนหน้าเว็บไซต์ และ 4) มีการใช้ข้อความหรือองค์ประกอบด้านภาพที่มุ่งสร้างความรู้สึกน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย หรือความเป็นมืออาชีพแก่ผู้ใช้งาน



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบบันทึกข้อมูลเว็บไซต์ (Website Recording Form) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิดด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร แนวคิดการสื่อสารเชิงโน้มน้าว แนวคิดวาทศิลป์ของภาพ และแนวคิดการสื่อสารความไว้วางใจ ร่วมกับการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้บันทึกข้อมูลพื้นฐานและองค์ประกอบด้านการสื่อสารที่ปรากฏบนเว็บไซต์พจนานออนไลน์ และ 2) แบบวิเคราะห์องค์ประกอบ การสื่อสาร (Communication Analysis Form) เพื่อใช้จำแนกและวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารที่เว็บไซต์ใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือ โดยกำหนดประเด็นการวิเคราะห์ให้ครอบคลุมองค์ประกอบด้านภาพ ข้อความและภาษา โพรโมชัน สิทธิประโยชน์ ตลอดจนการออกแบบเว็บไซต์และระบบบริการ เครื่องมือทั้งสองฉบับได้รับการพัฒนา เพื่อให้ครอบคลุมประเด็นการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นผู้วิจัยได้ทดลองใช้กับเว็บไซต์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทบทวนความชัดเจนของรายการบันทึกข้อมูลและประเด็นการวิเคราะห์ ก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการเข้าศึกษาหน้าเว็บไซต์พจนานออนไลน์ที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง และจัดเก็บข้อมูลจากองค์ประกอบที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์ เช่น หน้าแรกของเว็บไซต์ แบนเนอร์โฆษณา ข้อความประชาสัมพันธ์ โพรโมชัน ภาพประกอบ และองค์ประกอบด้านการออกแบบเว็บไซต์ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดหน่วยวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อความและภาษาที่ใช้บนเว็บไซต์ 2) องค์ประกอบด้านภาพและสี 3) โพรโมชันและสิทธิประโยชน์ที่ใช้ในการสื่อสาร และ 4) การออกแบบเว็บไซต์และระบบบริการที่ใช้สร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เช่น ระบบฝากถอนอัตโนมัติ การให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง หรือการใช้สัญลักษณ์ที่สื่อถึงความปลอดภัยและความมั่นคง ทั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งวิเคราะห์เฉพาะองค์ประกอบด้านการสื่อสารที่ปรากฏบนเว็บไซต์ โดยไม่ได้ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลหรือปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งานบนเว็บไซต์แต่อย่างใด

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพร่วมกับการวิเคราะห์เชิงตีความ โดยผู้วิจัยเริ่มจากการอ่านและพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์อย่างละเอียด จากนั้นจึงจัดกลุ่มข้อมูลตามลักษณะของกลยุทธ์การสื่อสารที่พบ ก่อนนำข้อมูลมาวิเคราะห์และตีความผ่านกรอบแนวคิดด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร แนวคิดการสื่อสารเชิงโน้มน้าว แนวคิดวาทศิลป์ของภาพ และแนวคิดการสื่อสารความไว้วางใจ

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยจำแนกประเด็นการศึกษาออกเป็น 4 มิติหลัก ได้แก่ 1) การสร้างความน่าเชื่อถือผ่านองค์ประกอบด้านภาพ 2) การสร้างความน่าเชื่อถือผ่านข้อความและภาษา 3) การใช้โปรโมชันและสิทธิประโยชน์เพื่อสร้างแรงจูงใจ และ 4) การออกแบบเว็บไซต์และระบบบริการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นมืออาชีพ การวิเคราะห์ในลักษณะดังกล่าวช่วยให้ผู้วิจัยสามารถมองเห็นรูปแบบร่วมของกลยุทธ์การสร้างความน่าเชื่อถือที่ปรากฏบนเว็บไซต์พจนานออนไลน์ และช่วยอธิบายบทบาทขององค์ประกอบด้านการสื่อสารต่อการสร้างความไว้วางใจในพื้นที่ดิจิทัลได้อย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

การสำรวจเว็บไซต์ ยูอีเอ8 (UEA8) วีอี88 (WE88) 12เพลย์ (12Play) ยูวิน33 (Uwin33) วันเอ็กซ์ไลท์ (1xLite) เมก้าไดซ์ (MegaDice) 777เบต (777BET) เบต365 (bet365) โบนัสเอสเอสเอสเอสเอส คลับ (BONUSSSSSS.CLUB) และเบทฟลิค (Betflik) พบว่า เว็บไซต์ส่วนใหญ่นิยมใช้การออกแบบหน้าเว็บไซต์ในลักษณะที่คล้ายกับแพลตฟอร์มธุรกิจออนไลน์หรือแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ โดยให้ความสำคัญกับความเป็นระเบียบของหน้าเว็บไซต์ การแบ่งหมวดหมู่บริการอย่างชัดเจน และการจัดวางระบบสมาชิกในตำแหน่งที่มองเห็นได้ง่าย เว็บไซต์หลายแห่งมีการออกแบบหน้าแรกให้ผู้ใช้งานสามารถมองเห็นเมนูเกม โพรโมชัน ระบบฝากถอน และช่องทางติดต่อได้ทันทีเมื่อเข้าสู่เว็บไซต์ ลักษณะดังกล่าวช่วยทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการเว็บไซต์มีมาตรฐานในการให้บริการและมีระบบการจัดการที่ชัดเจน

1. ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารที่ใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พนันออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์พนันออนไลน์ที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์การสื่อสารหลายรูปแบบเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจแก่ผู้ใช้งาน โดยไม่ได้นำเสนอการพนันในฐานะกิจกรรมเสี่ยงหรือผิดกฎหมายโดยตรง แต่พยายามออกแบบเว็บไซต์ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับแพลตฟอร์มธุรกิจดิจิทัลทั่วไป ทั้งด้านการออกแบบหน้าเว็บไซต์ การจัดวางข้อมูล และการสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ทันสมัยและเป็นระบบ จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารสามารถจำแนกออกเป็น 4 มิติ ดังนี้

1.1 การสร้างความน่าเชื่อถือผ่านองค์ประกอบด้านภาพและการออกแบบเว็บไซต์ ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบทางภาพถูกใช้เป็นกลไกสำคัญในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับความมั่นคง ความเป็นมืออาชีพ และความน่าเชื่อถือแก่ผู้ใช้งาน เว็บไซต์ส่วนใหญ่นิยมใช้สีดำ สีทอง สีแดง และสีเขียวเป็นองค์ประกอบหลักของหน้าเว็บไซต์ โดยเฉพาะเว็บไซต์ในกลุ่มคาสิโนออนไลน์และสล็อต เช่น โบนัสเอสเอสเอสเอสเอสเอส คลับ (BONUSSSSSS.CLUB) เบทฟลิค (Betflik) และยูอีเอ8 (UEA8) เป็นต้น ซึ่งมีการใช้สีทองร่วมกับพื้นหลังสีดำเพื่อสร้างความรู้สึเกี่ยวกับความหรูหรา ความมั่งคั่ง และสถานะทางเศรษฐกิจ ขณะที่เว็บไซต์ในกลุ่มการเดิมพันกีฬา เช่น เบต365 (bet365) และวันเอ็กซ์ไลท์ (1xLite) เป็นต้น นิยมใช้สีเขียว สีดำ และสีขาวเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นสากลและความเชื่อมโยงกับการแข่งขันกีฬา

เว็บไซต์จำนวนมากเลือกใช้โทนสีดำและสีทองเป็นองค์ประกอบหลักของการออกแบบหน้าเว็บไซต์ ซึ่งในเชิงวาทศิลป์ของภาพ สีดำทำหน้าที่สื่อถึงความมั่นคง ความลึกซึ้ง และอำนาจ ขณะที่สีทองถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ของความสำเร็จ ความมั่งคั่ง และสถานะ การจัดวางสีทั้งสองร่วมกันจึงทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ที่ช่วยลดการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้งาน และสื่อสารภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์มว่ามีความมั่นคง น่าเชื่อถือ และมีศักยภาพในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นเว็บไซต์ที่ดำเนินการอยู่นอกระบบกฎหมายก็ตาม

เว็บไซต์ในกลุ่มการเดิมพันกีฬาหลายแห่งยังนิยมใช้ภาพนักกีฬา สนามแข่งขัน หรือภาพการแข่งขันจริงเพื่อสร้างความรู้สึเกี่ยวกับมาตรฐานระดับสากลและความเป็นมืออาชีพ เช่น เบต365 (bet365) และ วันเอ็กซ์ไลท์ (1xLite) เป็นต้น ซึ่งใช้ภาพการแข่งขันฟุตบอลและการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติบนหน้าเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง องค์ประกอบดังกล่าวช่วยทำให้เว็บไซต์มีลักษณะใกล้เคียงกับแพลตฟอร์มข่าวกีฬาและแพลตฟอร์มสถิติการแข่งขันมากกว่าการเป็นเว็บไซต์การพนันโดยตรง ส่งผลให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการเว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือและมีความเป็นมืออาชีพในระดับสากล

นอกจากนี้ ยังพบว่า เว็บไซต์หลายแห่งมีการใช้การเคลื่อนไหวของภาพ เอฟเฟกต์แสง และแอนิเมชันเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเว็บไซต์ในกลุ่มสล็อตและคาสิโนออนไลน์ที่มีการใช้ภาพเคลื่อนไหวของโบนัส รางวัล หรือเอฟเฟกต์แสงสีบนหน้าแรกของเว็บไซต์ตลอดเวลา ลักษณะดังกล่าวช่วยสร้างความรู้สึตื่นเต้นและทำให้เว็บไซต์มีบรรยากาศคล้ายเกมออนไลน์ ซึ่งกลายเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้ใช้งาน

1.2 การสร้างความน่าเชื่อถือผ่านข้อความ ภาษา และรูปแบบการสื่อสารของเว็บไซต์ ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์ ยูวิน33 (Uwin33) วีอี88 (WE88) 12เพลย์ (12Play) และ ยูอีเอ8 (UEA8) นิยมใช้ข้อความเกี่ยวกับระบบฝากถอนอัตโนมัติ การทำธุรกรรมรวดเร็ว และการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยข้อความที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์มักอยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ง่าย เช่น บริเวณแบนเนอร์หลัก หน้าเข้าสู่ระบบ หรือบริเวณเมนูสมัครสมาชิก เว็บไซต์หลายแห่งใช้ข้อความในลักษณะ ฝากถอนอัตโนมัติ ไม่มีขั้นต่ำ ระบบเสถียร บริการรวดเร็ว หรือสมัครง่าย ภายในไม่กี่ขั้นตอน เป็นต้น ช่วยสร้างความรู้สึว่าการเว็บไซต์มีระบบบริการที่ทันสมัยและมีความพร้อมในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ภาษาและข้อความบนเว็บไซต์พนันออนไลน์ทำหน้าที่เป็นสำคัญในการสร้างความรู้สึไว้วางใจ การใช้ข้อความเกี่ยวกับความรวดเร็ว ความปลอดภัย ความเป็นมืออาชีพ และ



สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ กลายเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารที่เว็บไซต์พนันออนไลน์ใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้ใช้งานผ่านพื้นที่ออนไลน์

1.3 การสร้างความน่าเชื่อถือผ่านโปรโมชั่น และระบบสมาชิก ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์พนันออนไลน์ส่วนใหญ่มีการใช้โปรโมชั่นและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและดึงดูดผู้ใช้งาน จากการสำรวจเว็บไซต์ โบนัสเอสเอสเอสเอสเอส คลับ (BONUSSSSSS.CLUB) เบตฟลิค (Betflik) 777เบต (777BET) และยูอีเอ8 (UEA8) พบว่าเว็บไซต์นิยมใช้โบนัสต้อนรับสมาชิกใหม่เป็นองค์ประกอบสำคัญของหน้าเว็บไซต์ โดยมีการแสดงข้อความเกี่ยวกับเครดิตฟรี โบนัสสมัครสมาชิก หรือโบนัสฝากครั้งแรกในตำแหน่งที่มองเห็นได้ง่าย อีกทั้งจะเห็นได้ว่าโปรโมชั่น และระบบสมาชิก มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พนันออนไลน์ เว็บไซต์จำนวนมากพยายามทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้เว็บไซต์มีมาตรฐานในการให้บริการ มีความคุ้มค่า และสามารถใช้งานได้อย่างสะดวกและปลอดภัย การใช้โปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง การสร้างระบบสมาชิกที่มีลำดับขั้น

เว็บไซต์ใช้ข้อความประเภทฝากถอนอัตโนมัติ ระบบมีเสถียรภาพ และปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งข้อความเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นกลยุทธ์การสื่อสารเชิงโน้มน้าวที่มุ่งลดความไม่แน่นอนของผู้ใช้งาน โดยเปลี่ยนการรับรู้จากความเสี่ยงของพื้นที่ผิดกฎหมายไปสู่การรับรู้ว่าการแพลตฟอร์มมีมาตรฐานการดำเนินงานใกล้เคียงกับธุรกิจดิจิทัลทั่วไป จึงเกิดการสร้างความไว้วางใจผ่านภาษา (Trust Communication)

1.4 การสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นแพลตฟอร์มระดับสากลและความทันสมัยของเว็บไซต์ ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์พนันออนไลน์ส่วนใหญ่มีการใช้รูปแบบการสื่อสารที่พยายามสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นแพลตฟอร์มระดับสากลและความทันสมัยทางเทคโนโลยีอย่างชัดเจน จากการสำรวจเว็บไซต์ เบต365 (bet365) วันเอ็กซ์ไลท์ (1xLite) และเมกก้าไดซ์ (MegaDice) พบว่า เว็บไซต์หลายแห่งนิยมใช้การออกแบบหน้าเว็บไซต์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับแพลตฟอร์มข่าวกีฬา ระบบวิเคราะห์ข้อมูล หรือแพลตฟอร์มการเงินออนไลน์ มากกว่าการเป็นเว็บไซต์การพนันในรูปแบบดั้งเดิม เว็บไซต์ในกลุ่มการเดิมพันกีฬามีการจัดวางข้อมูลการแข่งขัน ตารางอัตราต่อรอง และข้อมูลสถิติในลักษณะที่คล้ายกับระบบข้อมูลกีฬาแบบเรียลไทม์ ส่งผลให้เว็บไซต์มีภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์มข้อมูลและเทคโนโลยี มากกว่าพื้นที่สำหรับการพนันเพียงอย่างเดียว

ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์จำนวนมากพยายามสร้างภาพลักษณ์ของความทันสมัยผ่านการนำเสนอระบบเทคโนโลยีและระบบบริการอัตโนมัติ เว็บไซต์อย่าง ยูวิน33 (Uwin33) วีอี88 (WE88) และ 12เพลย์ (12Play) มีการใช้ข้อความเกี่ยวกับระบบอัตโนมัติ ระบบฝากถอนรวดเร็ว และการประมวลผลแบบทันที ในหลายตำแหน่งของเว็บไซต์ ข้อความลักษณะดังกล่าวช่วยสร้างความรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และสามารถรองรับการใช้งานของผู้ใช้จำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. สังเคราะห์แนวทางการรู้เท่าทันกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พนันออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า จากการวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารของเว็บไซต์พนันออนไลน์ทั้ง 10 เว็บไซต์ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวทางการรู้เท่าทันกลยุทธ์การสื่อสารที่เว็บไซต์ใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือ โดยพบว่า การสร้างความน่าเชื่อถือเป็นผลจากการผสมผสานองค์ประกอบด้านภาพ ภาษา การออกแบบประสบการณ์การใช้งาน และภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์มเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ จนทำให้ผู้ใช้งานเกิดการรับรู้ว่าการใช้เว็บไซต์มีมาตรฐาน มีความปลอดภัย และสามารถไว้วางใจได้ โดยแนวทางการรู้เท่าทันสามารถอธิบายได้ 4 ประการ ดังนี้

2.1 การรู้เท่าทันการสื่อสารผ่านองค์ประกอบด้านภาพ (Visual Communication Literacy) ผู้ใช้งานควรตระหนักว่า สี โลโก้ ภาพประกอบ และการออกแบบหน้าเว็บไซต์ทำหน้าที่เป็นสัญญาณในการสื่อสารความหมายเกี่ยวกับความมั่นคง ความเป็นมืออาชีพ และความสำเร็จ เว็บไซต์จำนวนมากใช้สีดำและสีทองเพื่อเชื่อมโยงกับความหรูหราและความมั่งคั่ง ขณะที่เว็บไซต์ประเภทพนันกีฬาเลือกใช้สีเขียว สีขาว และภาพ

การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์มกีฬาระดับสากลมากกว่าการเป็นเว็บไซต์ การพนันโดยตรง การรู้เท่าทันจึงหมายถึงการแยกให้ออกว่าองค์ประกอบทางภาพดังกล่าวเป็นกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อสร้างการรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือ ไม่ใช่หลักฐานที่ยืนยันถึงความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์

2.2 การรู้เท่าทันการใช้ภาษาเพื่อสร้างความไว้วางใจ (Language and Trust Communication Literacy) ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์นิยมใช้ข้อความที่เน้นความปลอดภัย ความรวดเร็ว และความสะดวก เช่น “ฝากถอนอัตโนมัติ” “ระบบเสถียร” “บริการตลอด 24 ชั่วโมง” และ “ไม่มีขั้นต่ำ” ซึ่งทำหน้าที่ลดความไม่แน่นอน ในการรับรู้ของผู้ใช้งานมากกว่าการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการโดยตรง ดังนั้น การรู้เท่าทันจึงควรพิจารณาว่าข้อความ เหล่านี้เป็นกลยุทธ์การสื่อสารเชิงโน้มน้าวที่มุ่งสร้างความเชื่อมั่นทางจิตวิทยา ไม่ใช่ข้อยืนยันถึงคุณภาพหรือ ความปลอดภัยของระบบ

2.3 การรู้เท่าทันการสร้างประสบการณ์การใช้งาน (User Experience Literacy) ผลการศึกษา พบว่า เว็บไซต์จำนวนมากออกแบบโครงสร้างการใช้งานให้คล้ายกับแพลตฟอร์มธุรกิจดิจิทัลทั่วไป โดยจัดวางเมนู ระบบสมาชิก ระบบฝากถอน และข้อมูลบริการอย่างเป็นระเบียบ เพื่อสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ราบรื่นและ ลดความรู้สึกก้าวลึงใช้งานเว็บไซต์ที่มีความเสี่ยง การรู้เท่าทันจึงควรพิจารณาว่า ความสะดวกในการใช้งานหรือ การออกแบบที่ทันสมัย ไม่ใช่ตัวบ่งชี้ถึงความถูกต้องตามกฎหมายหรือความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ แต่เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การสร้างควมไว้วางใจผ่านประสบการณ์

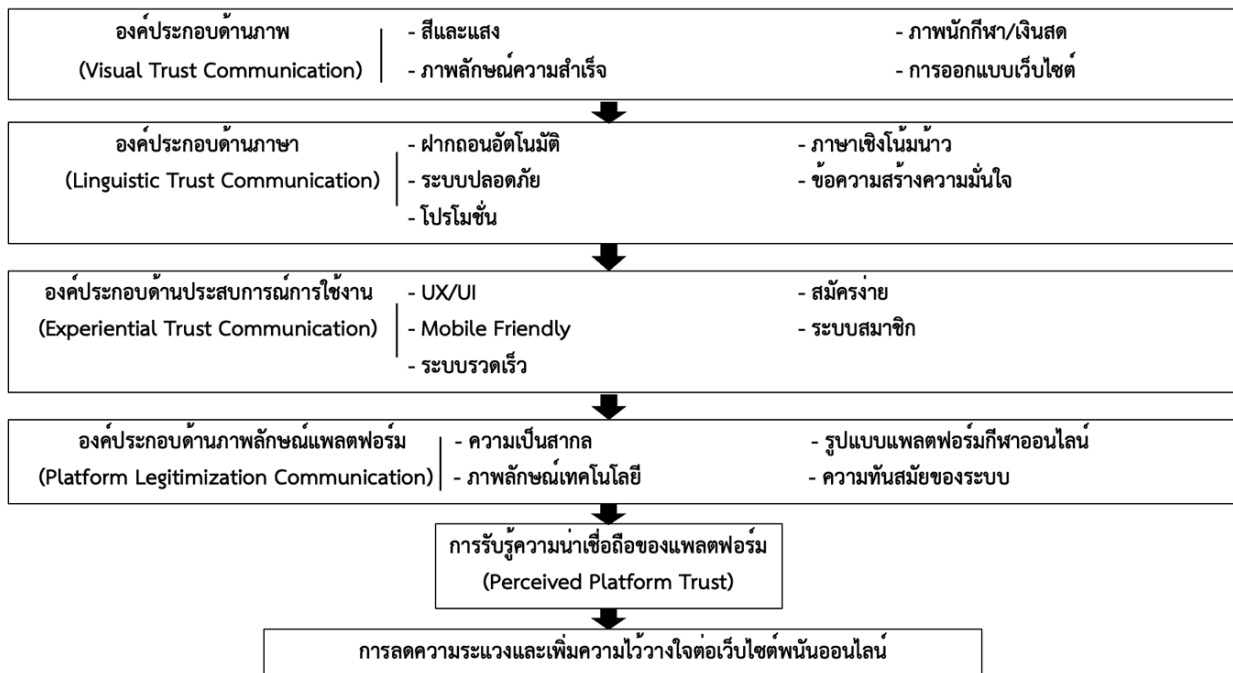
2.4 การรู้เท่าทันการสร้างภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์ม (Platform Image Literacy) ผลการศึกษา พบว่า เว็บไซต์พนันออนไลน์จำนวนมากพยายามสร้างภาพลักษณ์ให้ใกล้เคียงกับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เว็บไซต์ ข่าวกีฬา หรือแพลตฟอร์มการเงินออนไลน์ ผ่านการออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้งาน การแสดงข้อมูลการแข่งขัน การใช้ระบบอัตโนมัติ และการนำเสนอเทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่งผลให้กิจกรรมการพนันถูกนำเสนอในฐานะบริการทั่วไป มากกว่าจะเป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยง การรู้เท่าทันจึงหมายถึงความสามารถในการแยกแยะระหว่าง ภาพลักษณ์ ของแพลตฟอร์มกับสถานะที่แท้จริงของบริการและไม่ใช่รูปลักษณ์ของเว็บไซต์เป็นเกณฑ์ตัดสินความน่าเชื่อถือ

จากการสังเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่า กลยุทธ์การสร้างควมน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พนันออนไลน์ ดำเนินไปผ่านกระบวนการสื่อสารแบบบูรณาการ โดยใช้องค์ประกอบด้านภาพ ภาษา ประสบการณ์การใช้งาน และภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์มสนับสนุนซึ่งกันและกัน จนเกิดการรับรู้ความน่าเชื่อถือในสายตาผู้ใช้งาน ดังนั้น การส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ควรมุ่งพัฒนาความสามารถของผู้รับสารในการวิเคราะห์องค์ประกอบการ สื่อสารเหล่านี้อย่างรอบด้าน เพื่อให้สามารถแยกแยะกลยุทธ์การสร้างควมน่าเชื่อถือออกจากความน่าเชื่อถือ ที่แท้จริงของแพลตฟอร์มได้อย่างมีวิจรรย์ญาณ

การวิจัยครั้งนี้ทำให้รู้เกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พนันออนไลน์ โดยจากผลการศึกษาทั้งหมด พบว่า เว็บไซต์พนันออนไลน์ใช้การสื่อสารแบบบูรณาการผ่านองค์ประกอบด้านภาพ ภาษา ประสบการณ์การใช้งาน และการสร้างภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างการรับรู้ความน่าเชื่อถือ ของแพลตฟอร์มในสายตาของผู้ใช้งาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พนันออนไลน์เกิดจาก การผสมผสานระหว่างการออกแบบแพลตฟอร์ม การสื่อสารเชิงโน้มน้าว และประสบการณ์ของผู้ใช้งานในระบบ ออนไลน์อย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญ ได้ดังภาพที่ 1



รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พินออนไลน์



ภาพที่ 1 สรุปผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พินออนไลน์

อภิปรายผล

1. ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พินออนไลน์ จากวิเคราะห์เว็บไซต์พินออนไลน์ใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่หลากหลายเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้ใช้งาน ทั้งการออกแบบภาพการใช้ภาษา การนำเสนอโปรโมชัน ระบบบริการ และการออกแบบประสบการณ์การใช้งาน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าในบริบทของธุรกิจที่ดำเนินงานอยู่นอกระบบกฎหมาย ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ถูกสร้างผ่านภาพลักษณ์และการออกแบบการสื่อสารเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้ใช้งานรับรู้ถึงความเป็นมืออาชีพ ความปลอดภัย และมาตรฐานของการให้บริการ ข้อค้นพบนี้สะท้อนบทบาทของการสื่อสารเชิงโน้มน้าวในการกำหนดการรับรู้และการตัดสินใจของผู้รับสาร ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดของ Perloff, R. M. ที่ให้ความสำคัญกับบทบาทของการสื่อสารในการโน้มน้าวทัศนคติและการตัดสินใจของผู้รับสาร (Perloff, R. M., 2017)

องค์ประกอบด้านภาพมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการรับรู้ความน่าเชื่อถือ โดยเว็บไซต์ใช้สี แบ่นเนอร์ ภาพเงินสด ภาพนักกีฬา และภาพที่สื่อถึงความสำเร็จทางเศรษฐกิจ เพื่อเชื่อมโยงเว็บไซต์เข้ากับความมั่นคง ความสำเร็จ และความเป็นมืออาชีพ เมื่อพิจารณาในเชิงวาทศิลป์ทางภาพ องค์ประกอบเหล่านี้มีบทบาทในการสร้างความหมายและกำหนดกรอบการรับรู้ของผู้ใช้งาน ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดวาทศิลป์ทางภาพของ ทิมองว่า ภาพและสัญลักษณ์สามารถทำหน้าที่ทางวาทศิลป์ในการกำหนดการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ขณะเดียวกัน แนวคิดของ Barthes, R. ช่วยอธิบายว่า ภาพและสัญลักษณ์สามารถสร้างความหมายที่เชื่อมโยงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมได้ ดังนั้น การใช้สีและภาพบนเว็บไซต์พินออนไลน์จึงสามารถทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงแพลตฟอร์มเข้ากับ ความมั่นคง ความสำเร็จ และความเป็นมืออาชีพได้ (Barthes, R., 1977)

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า เว็บไซต์พินออนไลน์จำนวนมากออกแบบหน้าเว็บไซต์ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับแพลตฟอร์มธุรกิจดิจิทัลทั่วไป ทั้งการจัดวางเมนู ระบบสมาชิก ระบบฝากถอนอัตโนมัติ และการนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ การออกแบบดังกล่าวจึงมีบทบาทมากกว่าการอำนวยความสะดวกในการใช้งาน โดยยังช่วยสร้างการรับรู้ว่าเว็บไซต์มีระบบการจัดการ มีมาตรฐาน และมีความเป็นมืออาชีพ

ผลการศึกษาครั้งนี้ยังได้สะท้อนถึงความย้อนแย้งของการสร้างความไว้วางใจในพื้นที่ดิจิทัล กล่าวคือ เมื่อเว็บไซต์พบนอนไลน์ไม่สามารถอาศัยการรับรองตามกฎหมายเป็นพื้นฐานในการสร้างความน่าเชื่อถือ เว็บไซต์จึงให้ความสำคัญกับการใช้วาทศิลป์ทางภาพ ภาษา เทคโนโลยีอัตโนมติ และการออกแบบประสบการณ์การใช้งาน เพื่อสร้างการรับรู้ถึงความปลอดภัยและความเป็นมืออาชีพ การใช้ภาษาลักษณะดังกล่าวจึงสะท้อนการทำงานของ การสื่อสารเชิงโน้มน้าวที่ใช้ข้อความเป็นกลไกในการกำหนดทัศนคติและการตอบสนองของผู้รับสาร ซึ่งสามารถ อธิบายได้ด้วยแนวคิดของ O'Keefe, D. J. ขณะเดียวกัน เว็บไซต์พบนอนไลน์ยังออกแบบประสบการณ์การใช้งาน ให้ใกล้เคียงกับแพลตฟอร์มความบันเทิง เกมออนไลน์ และบริการดิจิทัลทั่วไป การจัดวางเนื้อหาและระบบบริการ ในลักษณะดังกล่าวทำให้รูปแบบการนำเสนอการพบนมีความใกล้เคียงกับบริการดิจิทัลประเภทอื่น และเชื่อมโยง การพบนเข้ากับความบันเทิง เกมออนไลน์ และเทคโนโลยีมากขึ้น (O'Keefe, D. J., 2016) ข้อค้นพบนี้สามารถ พิจารณาร่วมกับแนวคิดของ Jenkins, H. เกี่ยวกับการหลอมรวมของสื่อที่ทำให้รูปแบบและเนื้อหาของสื่อต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น และทำให้การพบนถูกนำเสนอในฐานะกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับความบันเทิงและ เทคโนโลยีมากขึ้น (Jenkins, H., 2006)

ผลการศึกษาพบว่า โปรโมชัน ระบบสมาชิก VIP และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง การสื่อสารดังกล่าวเน้นการนำเสนอความคุ้มค่าและสิทธิประโยชน์เฉพาะ สำหรับสมาชิก ซึ่งสามารถอธิบายผ่านแนวคิดการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าของ ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างและ รักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านคุณค่าและประสบการณ์ที่ได้รับ ในบริบทของเว็บไซต์พบนอนไลน์ ผลการศึกษา ชี้ให้เห็นว่าโปรโมชันและระบบสมาชิกจึงทำหน้าที่ทั้งในด้านการสร้างแรงจูงใจและเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ สร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้งาน เมื่อพิจารณาผลการศึกษาาร่วมกัน พบว่า เว็บไซต์พบนอนไลน์ใช้การสื่อสาร เชิงโน้มน้าวในลักษณะบูรณาการ โดยผสมผสานภาพ ภาษา โปรโมชัน เทคโนโลยี และประสบการณ์การใช้งาน เข้าด้วยกันเพื่อสร้างการรับรู้ความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะการออกแบบเว็บไซต์ให้มีลักษณะคล้ายแพลตฟอร์ม อีคอมเมิร์ซหรือแพลตฟอร์มการเงินดิจิทัล ซึ่งทำหน้าที่ในเชิงสัญลักษณ์ด้วยการเชื่อมโยงเว็บไซต์พบนเข้ากับ รูปแบบของบริการดิจิทัลที่ผู้ใช้งานคุ้นเคย ที่ส่งผลให้เว็บไซต์สามารถถูกตีความว่าเป็นแพลตฟอร์มที่มีระบบ มีความทันสมัย และมีความเป็นมืออาชีพ กระบวนการดังกล่าวยังมีส่วนทำให้การพบนถูกนำเสนอในฐานะบริการ ดิจิทัลรูปแบบหนึ่งมากกว่าการเน้นภาพของกิจกรรมที่มีความเสี่ยง ซึ่งสามารถอธิบายผ่านแนวคิดของ Barthes, R. เกี่ยวกับการสร้างความหมายผ่านภาพและสัญลักษณ์ในสื่อ (Barthes, R., 1977)

2. สังเคราะห์แนวทางการรู้เท่าทันกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พบนออนไลน์ ผลการสังเคราะห์พบว่า การรู้เท่าทันกลยุทธ์การสื่อสารของเว็บไซต์พบนออนไลน์ควรครอบคลุมการวิเคราะห์ องค์ประกอบด้านภาพ ภาษา ประสบการณ์การใช้งาน และภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์ม เนื่องจากองค์ประกอบเหล่านี้ ถูกนำมาใช้ร่วมกันเพื่อสร้างการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย และความเป็นมืออาชีพของเว็บไซต์ ดังนั้น การรู้เท่าทันจึงควรที่จะเริ่มจากการแยกแยะระหว่าง องค์ประกอบที่เว็บไซต์ใช้เพื่อสร้างการรับรู้ความน่าเชื่อถือ กับความน่าเชื่อถือที่สามารถตรวจสอบได้จริง โดยไม่ใช่เพียงรูปลักษณ์ ความทันสมัย หรือความสะดวกของเว็บไซต์ เป็นเกณฑ์ในการประเมิน

ในด้านองค์ประกอบทางภาพ ผลการสังเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ผู้ใช้งานควรสามารถวิเคราะห์ความหมาย ที่ถูกสร้างผ่านสี ภาพ สัญลักษณ์ และการจัดวางองค์ประกอบของเว็บไซต์ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้สามารถทำหน้าที่ สร้างความหมายเกี่ยวกับความมั่นคง ความสำเร็จ และความเป็นมืออาชีพได้ แนวทางดังกล่าวสามารถอธิบายผ่าน แนวคิดวาทศิลป์ทางภาพของ ที่อธิบายการศึกษาภาพในฐานะวัตถุทางการสื่อสารเชิงวาทศิลป์ ซึ่งสามารถถูก วิเคราะห์ผ่านลักษณะ หน้าที่ และการประเมินองค์ประกอบทางภาพ ขณะเดียวกันแนวทางการรู้เท่าทันองค์ประกอบ ทางภาพจึงควรมุ่งให้ผู้ใช้งานตระหนักว่า ความสวยงามหรือความเป็นมืออาชีพของเว็บไซต์เป็นสิ่งที่ถูกออกแบบขึ้น



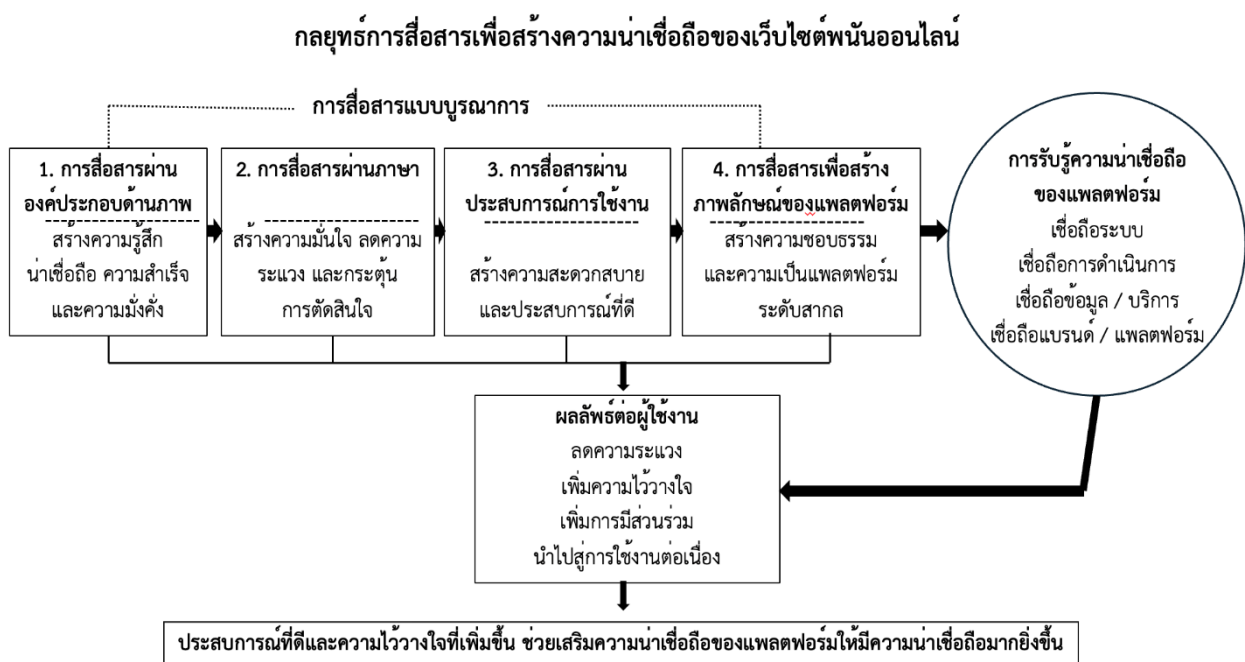
และไม่ควรถูกใช้เป็นหลักฐานยืนยันความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์เพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับ Fogg, B. J. et al. ที่พบว่า รูปลักษณะด้านการออกแบบเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้ใช้งานนำมาใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ (Fogg, B. J. et al., 2003)

ในด้านภาษาและประสบการณ์การใช้งาน ผลการสังเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้งานควรพิจารณาข้อความที่เกี่ยวกับความปลอดภัย ความรวดเร็ว ระบบอัตโนมัติ และการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงในฐานะส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารเชิงโน้มน้าว ไม่ควรตีความข้อความเหล่านี้เป็นหลักฐานยืนยันความปลอดภัยหรือมาตรฐานของเว็บไซต์โดยทันที เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์ใช้ข้อความดังกล่าวควบคู่กับการออกแบบระบบบริการที่ใช้งานง่ายและเป็นระเบียบ เพื่อสร้างความมั่นใจและลดความไม่แน่นอนของผู้ใช้งาน ประเด็นนี้สะท้อนแนวคิดของ Perloff, R. M. และ O'Keefe, D. J. เกี่ยวกับบทบาทของการสื่อสารเชิงโน้มน้าวที่มีต่อทัศนคติและการตัดสินใจของผู้รับสาร (Perloff, R. M., 2017); (O'Keefe, D. J., 2016)

นอกจากนี้ การออกแบบเว็บไซต์ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับแพลตฟอร์มธุรกิจดิจิทัล แพลตฟอร์มการเงินหรือแพลตฟอร์มกีฬา ยังเป็นประเด็นสำคัญของการรู้เท่าทัน เพราะรูปแบบดังกล่าวสามารถทำให้ผู้ใช้งานเชื่อมโยงเว็บไซต์กับภาพลักษณ์ของบริการดิจิทัลที่มีระบบและมีความเป็นมืออาชีพ การรู้เท่าทันจึงควรช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถแยกภาพลักษณ์ที่เกิดจากการออกแบบแพลตฟอร์ม ออกจากสถานะและความน่าเชื่อถือที่ตรวจสอบได้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Fogg, B. J. et al. ที่แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของเว็บไซต์มีบทบาทต่อการประเมินความน่าเชื่อถือของผู้ใช้งาน (Fogg, B. J. et al., 2003)

องค์ความรู้ใหม่

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้ นำเสนอรูปแบบองค์ความรู้เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พินออนไลน์ จากการวิเคราะห์โฆษณาเว็บไซต์การพนันเพื่อให้ผู้เล่นการพนันรู้เท่าทันเว็บไซต์เหล่านั้น ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พินออนไลน์

จากภาพที่ 2 พบว่า เว็บไซต์พินออนไลน์ใช้การสื่อสารแบบบูรณาการผ่านองค์ประกอบด้านภาพ ภาษา ประสพการณ์การใช้งาน และภาพลักษณ์ของแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างการรับรู้ความน่าเชื่อถือแก่ผู้ใช้งานในระบบออนไลน์ องค์ประกอบเหล่านี้ส่งผลต่อการลดความระแวงและเพิ่มความไว้วางใจต่อแพลตฟอร์ม ซึ่งกิจกรรมการพินออนไลน์เป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงและส่งผลกระทบต่อสังคมในหลายมิติ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสนับสนุนหรือส่งเสริมเว็บไซต์พินออนไลน์ แต่ต้องการสะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์การสื่อสารที่เว็บไซต์เหล่านี้ใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล และทำให้ผู้ใช้งานสามารถตระหนักรู้ถึงกระบวนการสื่อสารเชิงโน้มน้าวที่แฝงอยู่ในแพลตฟอร์มออนไลน์มากยิ่งขึ้น

สรุปและข้อเสนอแนะ

เว็บไซต์พินออนไลน์ใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือผ่าน 4 มิติหลัก ได้แก่ 1) ด้านภาพ โดยใช้สี ภาพ และการจัดวางองค์ประกอบเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของความมั่นคง ความสำเร็จ และความเป็นมืออาชีพ 2) ด้านภาษา โดยใช้ข้อความที่เน้นความรวดเร็ว ความสะดวก ความปลอดภัย และความพร้อมของระบบบริการ 3) ด้านโปรโมชั่นและสิทธิประโยชน์ โดยนำเสนอโบนัสต้อนรับ ระบบสมาชิก และสิทธิประโยชน์เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ใช้งาน และ 4) ด้านการออกแบบเว็บไซต์และระบบบริการ โดยจัดวางเมนู ระบบสมาชิก ระบบฝากถอน และข้อมูลบริการให้เป็นระเบียบและมีลักษณะใกล้เคียงกับแพลตฟอร์มธุรกิจดิจิทัลทั่วไป ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า องค์ประกอบทั้ง 4 มิติ ถูกนำมาใช้ร่วมกันเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ให้มีความทันสมัย เป็นระบบ และมีความเป็นมืออาชีพ ตลอดจนเป็นพื้นฐานในการสังเคราะห์แนวทางการรู้เท่าทันกลยุทธ์การสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์พินออนไลน์ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ผู้วิจัยไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสนับสนุนเว็บไซต์พินออนไลน์ แต่ต้องการสะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์การสื่อสารที่ถูกใช้ในพินออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อ หน่วยงานด้านการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาสื่อหรือคู่มือส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อ โดยอธิบายกลยุทธ์การสื่อสารที่เว็บไซต์พินออนไลน์ใช้สร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อช่วยให้เยาวชนและประชาชนสามารถแยกแยะเว็บไซต์พินออนไลน์ออกจากแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ถูกกฎหมายได้ดียิ่งขึ้น ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป งานวิจัยในอนาคตควรขยายการศึกษาไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์ประเภทอื่น รวมทั้งศึกษาการรับรู้ของผู้ใช้งานต่อกลยุทธ์การสื่อสารของแพลตฟอร์มดิจิทัลในมิติต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการสร้างความน่าเชื่อถือระหว่างธุรกิจที่ถูกกฎหมายกับธุรกิจที่ดำเนินงานในพื้นที่สีเทา

เอกสารอ้างอิง

- ภัทรพร รักเปี่ยม. (2564). นักวิจัยจุฬาฯ ชี้พินออนไลน์ ภัยใกล้ตัวในช่วงโควิด 19. เรียกใช้เมื่อ 6 มกราคม 2569 จาก <https://www.chula.ac.th/highlight/48165>
- วิไลลักษณ์ ลังกา และคณะ. (2564). พฤติกรรมการติดพินออนไลน์: ปัจจัยเชิงสาเหตุกระบวนการ ผลกระทบทางพฤติกรรมศาสตร์ และแนวทางการช่วยเหลือผู้เรียนที่ติดพินออนไลน์ สำหรับครูแนะแนวในสถานศึกษา. ใน รายงานการวิจัย. ศูนย์ศึกษาปัญหายาเสพติด (ศศก.).
- สังคีต พิริยะรังสรรค์ และคณะ. (2546). เศรษฐกิจการพนันทางเลือกเชิงนโยบาย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แสงอาทิตย์.
- สุภาพร พลายเล็ก. (2547). การพนันในสังคมไทย: ภาพสะท้อนจากวรรณกรรม. วารสารวรรณวิทัศน์, 4(2547), 20-48.
- Barthes, R. (1977). Image-Music-Text. New York: Hill and Wang.
- Castells, M. (2010). The rise of the network society. (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.



- Fogg, B. J. et al. (2003). How do users evaluate the credibility of web sites? A study with over 2,500 participants. In Proceedings of the 2003 conference on Designing for user experiences (pp. 1-15). New York: ACM Press.
- Gray, C. M. et al. (2018). The Dark (Patterns) Side of UX Design. Proceedings of the 2018. In CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Montreal, 21-26 April 2018.
- Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. New York: New York University Press.
- O'Keefe, D. J. (2016). Persuasion: Theory and research. (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Perloff, R. M. (2017). The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the twenty-first century. (6th ed.). New York: Routledge.
- Van Dijk, J. (2020). The network society. (4th ed.). London: Sage Publications.