

ออกแบบเว็บอย่างไร จึงจะเรียกว่า “เว็บดี มีคุณภาพ”

โดย ผศ. นวลนดา สงวนวงศ์ทอง
อาจารย์ประจำ สำนักการศึกษาระบบสารสนเทศ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ในมุมมองของคนทำเว็บคนหนึ่ง ผู้เขียนมีความคิดว่า ผู้พัฒนาเว็บส่วนใหญ่ คาดหวังให้ผู้เยี่ยมชมเว็บตน มีความรู้สึกดีกล่าวข้างต้น แต่ด้วยเหตุผลหลายประการ เมื่อไม่อาจมุ่งหวังผลเลิศดังกล่าวได้ หากเพียงแต่สามารถทำให้เว็บของตนสามารถสื่อสารข้อมูลบางสิ่งบางอย่างสู่ใครบางคนได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ก็ถือเป็นเรื่องที่น่ายินดีเป็นอย่างยิ่ง

ในการสื่อสารบนเว็บให้ได้ผลตรงตามความต้องการนั้น ต้องการความรู้ความชำนาญหลายประการ นับแต่ขั้นเตรียมการเก็บรวบรวมข้อมูล ออกแบบ ดำเนินการแก้ไข ทดสอบใช้จริง ประเมินผลแล้วเวียนกลับมาแก้ไขเพื่อทดสอบอีกเป็นวงจรเช่นนี้ ในขั้นเตรียมการ จึงจำเป็นต้องมีการวางแผน ศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย วางแผน ตั้งวัตถุประสงค์ จากนั้นวางกลวิธีในการออกแบบที่กำหนด ทั้งขนาด ประเภท รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ และกราฟิกเพื่อเพิ่มจุดสนใจ โครงสร้างของข่าวสาร จุดเชื่อมต่อทั้งภายในเอกสาร และจุดเชื่อมต่อไปยังที่อื่น ๆ นอกเอกสารของตน โปรแกรมที่จะใช้พัฒนาและการจัดการบริหารฐานข้อมูล ตามปกติบริษัทที่ดำเนินวิชาชีพด้านการออกแบบทำเว็บ มีผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ดังกล่าวแล้วจำนวนมาก และมีวัตถุประสงค์หลักคือทำเว็บให้มีคุณภาพ โดยมีผู้เชี่ยวชาญที่หมายถึงผู้ที่มีความรู้เกี่ยวข้อง และที่ไม่เกี่ยวข้องกับด้านคอมพิวเตอร์โดยตรง เราเองซึ่งเป็นผู้สนใจทั่วไปก็สามารถทำเว็บได้เช่นกัน หากดำเนินการตามห้าหัวข้อต่อไปนี้

1. งานนี้เพื่อใคร ตามให้ให้แจ้ง
2. เนื้อหาไม่ขัดแย้ง ทุกถ้อยแถลงทันเหตุการณ์
3. อักษรวางให้ชัด ทุกจุดจัดเข้าใจง่าย
4. มีความหลากหลาย กระจายให้ตามคิด
5. การผูกโยงความคิด ล้วนสนิทชิดมาตรฐาน

โดยรายละเอียดแต่ละหัวข้อ มีดังนี้

1. งานนี้เพื่อใคร ตามได้ให้แจ้ง

นี่เป็นคำถามแรกสำหรับนักออกแบบในทุกงาน ว่าลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายของเราคือใคร เพราะคำตอบจะเป็นตัวกำหนดทิศทางในการทำงานได้อย่างถูกต้อง ในความเห็นของผู้เขียนหากดำเนินการได้ตรงและถูกทาง การออกแบบย่อมประสบความสำเร็จด้วยดี เพราะสามารถช่วยให้การทำงานด้านอื่น ๆ เสร็จทันเวลาและสะดวกสบาย เป็นต้น เหล่านี้ล้วนเป็นผลประโยชน์ทางอ้อมจากการเดินถูกทิศของเราทั้งสิ้น

เนื่องจากการรู้ความคิดของผู้เกี่ยวข้องในงานของตน และการรู้ความต้องการที่ชัดเจนของลูกค้า จะทำให้ผู้ออกแบบสามารถทำงานสนองตอบตรงต่อความต้องการของลูกค้า เพราะคนทั่ว ๆ ไปมักยอมรับสิ่งที่มีประโยชน์ต่อตนเองอยู่แล้ว ดังนั้นการเดินสู่ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นเรื่องสำคัญเรื่องแรกที่เราจักวางเข็มทิศของความคิดลงไป

ตามปกติเว็บแต่ละหน้าไม่ใช่หน้ากระดาษของหนังสือ และไม่ใช้กระจกฉายภาพนิ่งอย่างภาพแจ้งความในโรงภาพยนตร์ นอกจากนี้เว็บแต่ละหน้าก็ไม่ใช่แผ่นปลิวโฆษณา ดังนั้นหากสิ่งที่ปรากฏไม่ใช่สิ่งที่ผู้อ่านต้องการค้นหา เขารู้สึกไม่ใช่หนทางสู่คำตอบที่ต้องการ การคลิกเพื่อออกไปจึงมักเกิดกับเว็บที่ไม่มีคำตอบตรงใจผู้ใช้ อนึ่งคนในไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) ส่วนใหญ่จะมีความอดทนในการคอยในช่วงเวลาจำกัด ดังนั้น การถูกหน่วงเวลาในการเรียกภาพเคลื่อนไหวมาบรรจุลง (Download) บนจอภาพ จึงเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้รีบออกจากเว็บอย่างง่ายดาย ด้วยภาพที่ไม่ใช่ข้อสนเทศหลักที่ผู้ใช้ต้องการ

ดังนั้น เนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บ จึงต้องการวิธีการที่กำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจน ผู้เขียนเชื่อว่าคนทำเว็บที่ดีทุกคน มิได้ทำเว็บขึ้นเพราะเห็นผู้อื่นทำกัน ผู้สร้างเว็บต่างคนก็มีจุดหมายเฉพาะในการทำเว็บหนึ่ง ๆ และคำตอบในการทำเว็บขององค์กรหนึ่ง จะมีได้สิ้นสุดลงที่การเสนอแต่เฉพาะข่าวสารขององค์กรของตน ส่วนภาพผู้บริหารขององค์กรที่ผู้ทำขยายวางไว้กึ่งกลางหน้าแรกตั้งแต่วันเปิดตัวเว็บจนถึงปัจจุบัน ก็อาจเป็นภาพสุดท้ายที่คนเข้ามาชมเว็บต้องการดู ภาพเคลื่อนไหวที่ดึงดูดใจจะสามารถพิชิตใจคนให้รอคอยตั้งแต่ต้นจนจบ ไม่ใช่ได้ผลเฉพาะการเข้าชมแค่ครั้งแรกครั้งเดียว ดังนั้นผู้พัฒนาเว็บควรวางแผนให้ดีว่า การลงทุนในการใช้เวลาเพื่อพัฒนาภาพเคลื่อนไหวว่าเรื่องที่ต้องใช้เวลาวิงวอนเนืองนาน เพื่อการต้อนรับผู้เข้าชมด้วยเหตุผลเฉพาะตัวนั้น คุ่มค่าหรือไม่

เนื่องจากผู้เขียนไม่อาจเจาะลึกลงในความต้องการรายบุคคลได้ จึงขออนุญาตนำเสนอประสบการณ์บางด้านมาเล่าสู่กันฟัง ในฐานะผู้ใช้ข้อมูลจากเว็บ ผู้เขียนชื่นชมความเรียบง่ายของเว็บที่ออกแบบ โดยยึดถึงประโยชน์ผู้ใช้เป็นหลัก รู้ลึกประทับใจมากหากมีกล่องข้อความ (Text box) ให้ระบุคำสำคัญลงในกล่องข้อความนั้น เพื่อค้นหาข้อมูลภายในเว็บ โดยใช้โปรแกรมค้นหา (Search engine) เพราะช่วยให้ประหยัดเวลาในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการ มิฉะนั้นแล้วต้องเดาสุ่ม

ไปตามจุดเชื่อมต่อต่าง ๆ หรือคิดว่าคำใดสมควรเป็นคำสำคัญ (Keyword) ในการค้นหาข้อมูล หากเป็นเว็บขายสินค้า ก็ควรจัดจุดเชื่อมโยงด้วยหมวดหมู่ของสินค้า เพื่อประโยชน์ในการท่องเว็บของร้าน

ในกรณีเป็นเว็บขององค์กร วิธีการสร้างจุดเชื่อมที่ดีมาก ๆ วิธีหนึ่งคือการเลือกประเด็นทางธุรกิจที่น่าสนใจมาเป็นจุดเชื่อม และให้ประเด็นเหล่านั้นเชื่อมเข้าสู่หน่วยงานย่อยภายในองค์กรที่เกี่ยวข้อง การทำเช่นนั้นนอกจากจะเพิ่มความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลแล้ว ผลทางอ้อมที่เกิดขึ้นคือลูกค้าจะสัมผัสกับข้อมูลของหน่วยงานย่อย ๆ อื่น ๆ ที่ตามปกติลูกค้าอาจไม่เคยติดต่อเลย นับเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ให้บริการประโยชน์พร้อมกันทีเดียวทั้งฝ่ายค้นหาและฝ่ายจัดทำ

การจับประเด็นความต้องการของผู้ใช้ก็เป็นเรื่องที่ยากมากพอสมควร โดยเฉพาะผู้พัฒนาที่ไม่ได้มีส่วนรับรู้ความเป็นไปขององค์กร ดังนั้นหากผู้ทำเว็บเห็นว่าเรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องยุ่งยาก เขาอาจเลี่ยงไปสู่การกำหนดขอบเขตของข้อมูลที่ใช้ต้องรู้ โดยการกำหนดขอบเขตข้อมูลให้เป็นที่ยอมรับของเจ้าของงานด้วย วินี้อาจเป็นทางเลือกสถานการณ์ของการกำหนดความต้องการเบื้องต้นได้อีกระดับหนึ่งเช่นกัน อย่างไรก็ตามก็ไม่ควรลืมวางสารบัญหลักไว้ในทุกหน้าเพื่อป้องกันการคลิกออกไปจากเว็บ เวลาเขาไม่สามารถหาสิ่งที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว

2. เนื้อหาไม่ขัดแย้ง ทุกถ้อยแถลงทันเหตุการณ์

เมื่อรู้ชัดว่าเราออกแบบงานนี้เพื่อใคร สิ่งหนึ่งที่พึงระวังคือ เนื้อหาข้อมูลที่น่าสนใจต้องอยู่ในกาลอันควร โดยเฉพาะเหตุการณ์ที่อ้างถึงวันที่ เช่น กำหนดสิ้นสุดของการรับสมัครหากพ้นวาระดังกล่าว ข้อเสนอสมควรเก็บเข้าสู่แฟ้มข้อมูลอ้างอิงดีกว่าวางทิ้งไว้ ณ ตำแหน่งประกาศรับสมัคร ทั้งที่หมดกำหนดไปแล้ว งานนี้ผู้ดูแลเว็บคงต้องทำงานหนัก เพื่อปรับปรุงให้ข้อมูลที่ปรากฏทันสมัยอยู่เสมอ แต่สิ่งเหล่านี้จะสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้

หากมีการถามว่าการปรับปรุงเว็บควรกระทำให้อัปเดตเพียงไหน คำตอบคือเราไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นรายปักษ์ รายวัน รายสัปดาห์ แต่อาจพูดกว้าง ๆ ได้ว่าควรขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่น่าสนใจและการระบุนวันสุดท้ายที่ทำการปรับปรุงข้อมูลไว้ในที่สามารถเห็นได้ชัดเจนเสมอ เพื่อให้ผู้อ่านได้รู้ว่าสิ่งที่ปรากฏนั้นเริ่มเผยแพร่ตั้งแต่เมื่อไร ในกรณีที่มิผู้จัดทำเว็บหลายคน ควรมีการแบ่งความรับผิดชอบด้านการปรับปรุงเนื้อหาให้ถูกต้องสอดคล้องกันด้วย

3. อักษรวางให้ชัด ทุกจุดจัดเข้าใจง่าย

แม้การสื่อข้อเสนอเทศบนเว็บจะแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด แต่การทำงานของสมองและสายตาของผู้อ่านยังคงทำงานแบบเดิม ดังนั้นวิธีออกแบบการจัดข้อความจึงมิได้แตกต่างจากการแสดงบนสื่ออื่น ๆ เช่น การวางข้อความให้ชัดเจน ชัดเจนในตำแหน่งอันควร ใช้ตัวอักษร ตัวพิมพ์เล็ก-ใหญ่ สำหรับข้อความภาษาอังกฤษ การย่อหน้า การตัดข้อความท้ายประโยค

หากเกรงว่าในการพิมพ์ต่อเนื่อง ข้อความที่ล้นเลยบรรทัด จะสร้างความสับสนให้แก่ผู้อ่าน (ปัญหานี้เกิดบ่อยมากในการนำเสนอข้อความบนเว็บ) ควรคงการใช้ภาพพื้นหลังสีสันสดใส หรือสีทึบ เพราะจะบดบังข้อความจนหมดความสำคัญ ทุกอย่างที่กล่าวแล้วนี้เป็นสิ่งที่ผู้ทำเว็บควรตระหนักเป็นอย่างยิ่ง

หากลักษณะที่กล่าวข้างต้นเป็นลักษณะการวางอักขระที่ดีที่ทำให้เข้าใจง่าย ลักษณะตรงข้ามอันได้แก่ การจัดวางข้อความไว้กึ่งกลางหน้าหรือขีดขาดตลอดบทความ ข้อความอยู่บรรทัดที่ยาวต่อเนื่อง จนต้องใช้แถบเลื่อนแนวนอน(Horizontal scrolling) ในการอ่าน ตัวอักขระขัดแย้งกับภาพพื้นหลังอย่างชัดเจน เช่น บทความที่มีความยาวมาก แต่บรรจุอักขระขนาดเล็กมาก และปรากฏบนพื้นหลังที่มีลวดลายสีเข้ม พื้นหลังที่มีสีใกล้เคียงกันล้วนทำให้ผู้อ่านมีความรู้สึกไม่ดีต่อการอ่านเอกสารทั้งสิ้น

แม้มีคำพังเพยว่า ภาพเพียงภาพเดียวสามารถสื่อสารได้แทนข้อความหลายประโยค แต่ในบางครั้งภาพอาจไม่สามารถอธิบายวิธีการ หรือการกระทำที่ซ่อนอยู่ได้ หรือภาพที่เหลือเพียงกรอบว่าง เพราะผู้อ่านใช้ซอฟต์แวร์แตกต่างจากที่เราคาดคิด การใช้ภาพแทนเรื่องราวจึงมีความเสี่ยงไม่น้อย การซ่อนจุดเชื่อมโยงไว้ได้ภาพที่ปราศจากคำอธิบายใด ๆ เพียงอย่างเดียว อาจทำให้ผู้ใช้ที่ไม่สามารถเรียกภาพดังกล่าวได้ รู้สึกสับสนจุดเชื่อมดังกล่าว(ภาพที่ไม่มีคำอธิบายอื่นใดเลย) จะไร้ประโยชน์ทันที

หากเราปล่อยให้วัตถุแต่ละตัวต่างทำหน้าที่ของตน เช่น ทิ้งภาพไว้เพื่อให้อธิบายตนเอง และให้ตัวอักษรบอกความ การให้ต่างคน(วัตถุ) ต่างทำหน้าที่ตน จะช่วยลดความขัดแย้งของผู้ใช้ที่ใช้เทคโนโลยีต่างกันได้อย่างแน่นอน หากคนทำเว็บต้องการยืนยันการใช้ภาพ ควรมีข้อความประกอบด้วย เพื่อเพิ่มความชัดเจน เช่น การเพิ่มคำขยาย ตามด้วยข้อความอธิบายภาพ

นอกจากนี้ แบบของตัวอักขระ(Font type) บางชนิดที่เหมาะสมจะเป็นหัวข้อความ (Header) แต่ไม่เหมาะที่จะใช้บรรยายข้อความทั้งย่อหน้า เพราะเราควรคำนึงถึงผู้อ่านที่เป็นคนทั่วไปเสมอ การใช้ชนิดของตัวอักขระที่แปลกเกินไป อาจทำให้ผู้ใช้บางคนรับไม่ได้ ตัวอย่างเช่น ตัวหนังสือที่ปรากฏในหนังสือการ์ตูน อาจไม่เหมาะหากปรากฏในบทความที่ยาวต่อเนื่อง

การระบุชนิดของอักขระอย่างชัดเจน และใช้ชนิดเดียวตลอดทั้งเอกสารสำหรับข้อความทั่วไป รวมทั้งการคำนึงถึงขนาดของความละเอียดของจอภาพที่จะดูงานของเราได้ นับว่าเป็นทางออกที่ดีสำหรับผู้ทำเว็บ ที่ต้องการให้ผู้อ่านเห็นงานที่ปรากฏในลักษณะเดียวกับที่เราเห็น

อย่างไรก็ตาม ควรทดสอบการแสดงผลเว็บบนโปรแกรมบราวเซอร์(Browser) หลาย ๆ รูปแบบเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่มีวิธีการและลูกเล่นที่แพรวพราว และเว็บคงดีมากขึ้นหากสามารถทดลองบนระบบปฏิบัติการที่ต่างจากระบบที่สร้าง สิ่งเหล่านี้จะช่วยบอกจุดอ่อนในงานของเราได้ดียิ่งขึ้น

4. มีความหลากหลาย กระจายให้ตามคิด

สิ่งหนึ่งที่เรามักพบเสมอคือเว็บที่มีภาพปรากฏอยู่ อาจเป็นสัญลักษณ์และภาพสินค้า ในบางครั้งอาจวางอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม ในการทำเว็บหากมีทุนรอนพอจะจ้างนักออกแบบอาชีพ (Professional designer) จะสามารถช่วยให้งานด้านการออกแบบมีความสวยงามอย่างที่ต้องการ จะเป็น เพราะแม้ในทางทฤษฎีเราผู้ไม่ได้เรียนรู้เรื่องการออกแบบเพื่อเป็นอาชีพ ก็อาจเรียนรู้ทฤษฎี สี สีสันอารมณ์ และการใช้ที่ว่างเพื่อแยกข้อความจากภาพ ตลอดจนการออกแบบให้ใกล้เคียงกับมืออาชีพได้ เช่น การใช้ความกลมกลืน ความขัดแย้ง การจัดหมวดหมู่ในการวางภาพ แต่ในบางครั้งเราก็ควรปล่อยให้ผู้อ่านการเฉพาะด้านรับการทำงานเฉพาะด้านไป เช่น การออกแบบกราฟิกในงานเว็บ เป็นต้น

ทางออกทั่วไปสำหรับการไม่มีที่ปรึกษาเรื่องนี้ ก็พึงใช้ความเรียบง่ายและควรคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของการทำเว็บ ที่จะสร้างความตื่นตาตื่นใจ ความแปลกใหม่ในบทความ ความหลากหลายในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้จะมีประโยชน์มากกว่าการสร้างความปลอดภัยใหม่ในลักษณะอื่น ๆ ที่เราไม่มีความชำนาญ

ณ จุดนี้ผู้พัฒนาเว็บคงต้องตัดสินใจว่า ต้องเลือกลักษณะหนึ่งและลดอีกสิ่งหนึ่ง (เนื้อหามากกว่าจำนวนภาพ หรือจำนวนภาพมากกว่าเนื้อหา) เพื่อทำให้เกิดความสมดุลระหว่างเนื้อหากับที่ว่าง ภาพจำนวนมากกับเวลาที่เรียกภาพมาบรรจุลงในเครื่อง(Download time) ตลอดจนถึงการใช้เทคนิควิธีแสดงผลแบบต่าง ๆ กับความสามารถของโปรแกรมเบราว์เซอร์ที่ต่างกัน (ซึ่งแน่นอนว่าอาจแสดงผลลัพธ์ที่แตกต่างกันออกไป) กับการจัดเนื้อหาที่สมบูรณ์ แบ่งหัวเรื่อง และระดับรายละเอียดด้วยความเข้มของตัวหนังสือ

5. การผูกโยงความคิด ล้วนสนิทจิตมาตรฐาน

การจัดกลุ่มข้อมูล การนำเสนอ การเชื่อมต่อระหว่างจอภาพ เหล่านี้ล้วนเป็นหัวใจหลักของการพัฒนาเว็บ ดังนั้นผู้พัฒนาอาจใช้หลักการต่อไปนี้โดย

- เสนอความชัดเจนในการนำเสนอภาพ
- แสดงการใช้สีพื้นหลังที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการแสดงข้อความ
- วางข้อความสำคัญให้เด่นสะดุดตา
- กำหนดเมนูเพื่อเป็นตัวบอกที่อยู่ของข้อมูล
- นำเสนอข้อความต่าง ๆ โดยใช้ชนิดตัวอักษรให้น้อยแบบที่สุด
- ใช้ตัวชี้นำ(Navigator) เช่น ไปข้างหน้า ย้อนกลับ รูปแบบเดียวกัน เพื่อสื่อสารในเรื่องเดียวกันตลอดเอกสาร
- ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

- เสนอความสม่ำเสมอคงที่ในการออกแบบ เช่น ชนิดตัวอักษร ขนาดของตัวอักษร สีของหัวเรื่อง
- การตรวจสอบตัวสะกดให้ถูกต้อง

และหลักอื่นๆ

- การให้ผู้ใช้ออกยการเรียกหาข้อมูลที่ต้องการ
- แสดงข้อความด้วยสีของลูกกวาดหลากสี
- การนี้กว่าผู้อื่นใช้บราวเซอร์รุ่นเดียวกับผู้พัฒนา
- การบรรเลงเพลงตลอดเวลาที่แสดงเอกสาร
- ให้ผู้ใช้คลิกปุ่มสนับสนุนผู้อุปถัมภ์เว็บ
- ให้เฟรมเพื่อแสดงผล เว้นแต่หลักอื่นๆไม่ได้

บรรณานุกรม

“Jewett, Tom” [Online] Available: <http://www.cecs.csulb.edu/~jewett> (Retrieved 20/01/2003)

“Jakob Nielsen’s Website” [Online] Available: <http://www.useit.com> (Retrieved 20/01/2003)

“Hays, Christopher” [Online] Available: http://www.artomicdesignscom/webdes_text.html

(Retrieved 20/01/2003)

หมายเหตุ :

บทความนี้คัดลอกจาก วารสารการศึกษาวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และเทคโนโลยี ปีที่ 31 ฉบับที่ 124 พฤษภาคม – มิถุนายน 2546 โดยได้รับอนุญาตจาก ผศ. นवलนดา สงวนวงศ์ทอง