

การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

นางสาววารุณี สิทธิรังสรรค์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการบูรณาการการสื่อสาร สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2562

Health Communication on the Drama-addict Facebook Fanpage



Miss Warunee Sitthirungsan

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Communication Arts in Integrated Communication

School of Communication Arts


Sukhothai Thammathirat Open University


2019


หัวข้อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict
ชื่อและนามสกุล นางสาววราณี สิทธิรังสรรค์
แขนงวิชา การบูรณาการการสื่อสาร
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี ชินนาทอง
2. รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร


วิทยานิพนธ์นี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2563

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี ชินนาทอง)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร)


..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร พุทธาพิทักษ์ผล)

ชื่อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

ผู้วิจัย นางสาววารุณี สิทธิรังสรรค์ รหัสนักศึกษา 2601500024

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การบูรณาการการสื่อสาร)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี ชินนาลอง (2) รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร

ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เกี่ยวกับ 1) เนื้อหา 2) รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันของเฟซบุ๊กแฟนเพจ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เป็นเวลา 3 เดือนตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-กันยายน พ.ศ.2562 โดยใช้แนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขเป็นกรอบในการศึกษา กรอบที่ใช้คือ 3อ. 2ส. 1ฟ. ทั้งนี้หมวด 3 อ. ได้แก่ ประเด็นเกี่ยวกับอาหาร ออกกำลังกาย และอารมณ์ ส่วนหมวด 2ส. ได้แก่ ประเด็นเกี่ยวกับสุรา และสูบบุหรี่ และหมวด 1ฟ. ได้แก่ ประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพฟัน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัย พบว่า 1) เนื้อหาของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict สอดคล้องตามแนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข โดยเนื้อหาเกี่ยวกับหมวด 3อ. มีการนำเสนอมากกว่าเนื้อหาในหมวดอื่น ๆ ทั้งนี้เมื่อแยกเป็นรายประเด็นในแต่ละหมวด พบว่า นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารมากที่สุด และเนื้อหาเกี่ยวกับสูบบุหรี่น้อยที่สุด โดยเนื้อหาในประเด็นอาหารที่นำเสนอเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้องมากที่สุด ประเด็นเกี่ยวกับการออกกำลังกายนำเสนอประโยชน์จากการออกกำลังกายมากที่สุด และประเด็นอารมณ์นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโรคซึมเศร้ามากที่สุด สำหรับประเด็นเกี่ยวกับสุรา นำเสนอเกี่ยวกับการดื่มสุราผิดวิธีมากที่สุด ส่วนประเด็นการสูบบุหรี่นำเสนออันตรายจากบุหรี่ไฟฟ้ามากที่สุด และประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพฟัน นำเสนออันตรายจากการจัดฟันเถื่อนมากที่สุด ทั้งนี้เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict นำเสนอเนื้อหาโดยระบุแหล่งอ้างอิงด้วย โดยแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่ใช้มากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ แฟนเพจ Sarikahappymen แฟนเพจห้องทำฟันหมายเลข 10 และแฟนเพจพะยูนบุตตะลุยกัน ตามลำดับ ทั้งนี้แหล่งอ้างอิงดังกล่าวเป็นแฟนเพจด้านสุขภาพที่มีแอดมินเป็นแพทย์ นอกจากนี้เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ยังนำเสนอเนื้อหาโดยอ้างอิงจากสำนักข่าวต่างๆ อีกด้วย และ 2) รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันของเฟซบุ๊ก พบว่า ใช้ 6 ฟังก์ชัน ได้แก่ การอัปเดตสถานะ การเขียนบันทึก การแบ่งปันลิงก์ ฟังก์ชันรูปภาพ ฟังก์ชันวิดีโอ และการสร้างโพลล์คำถาม ทั้งนี้ในแต่ละโพสต์ของเฟซบุ๊ก แฟนเพจ Drama-addict เลือกใช้ 2 ฟังก์ชันขึ้นไปในการนำเสนอเนื้อหา

คำสำคัญ การสื่อสารสุขภาพ เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict แนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค

Thesis title: Health Communication on the Drama-addict Facebook Fanpage
Researcher: Miss Warunee Sitthirungsan; **ID:** 2601500024;
Degree: Master of Communication Arts (Communication Integration);
Thesis advisors: (1) Dr. Saowanee Chinnalong, Assistant Professor;
(2) Dr. Bussaba Sutheetorn, Associate Professor; **Academic year:** 2019

Abstract

The objectives of this research were to study the Drama-addict Facebook fanpage regarding 1) the content and 2) the patterns of using Facebook functions.

This was a qualitative research, using content analysis as a research tool. Data was collected from the posts on the Drama-addict Facebook fanpage for 3 months from July to September 2019. The content was analyzed using the health promotions and disease prevention guideline issued by the Health Department, Ministry of Public Health. The guideline is called 3E2N1D which consists of 3E: Eats, Emotions, Exercise 2N: No alcohol, No smoking and 1D: Dental care for habitual changes.

The results showed that 1) The Drama-addict Facebook fanpage content were connected to the guideline. The content of the 3E category were presented the most. Within the 3E category, the Eat-related posts were represented the most while the No-alcohol-related posts in the 2N category were presented the least. For content in the 3E category, bad eating habits was the most prevalent subject matter. Most of the Exercise-related posts were about the benefits of exercise. For Emotional-related posts, depression was the most common subject. As for the 2N category, the No-alcohol-related content was about the misguided ways to consume alcohol and most No-smoking-related content was about the dangers of electronic cigarettes. For the dental-care-related category, most content was about the dangers of cosmetic orthodontics services from unlicensed practitioners. The Drama-addict Facebook fanpage often offered their audience the information sources and references; it referred to Sarikahappyman fanpage, Dentist No. 10th fanpage, and Payoonboodtaluekan fanpage respectively. Those are health-focus fanpage. Moreover, the Drama-addict referred to some news agencies as its reference. 2) The Drama-addict Facebook fanpage used all of the Facebook functions in their posts as following: status updating, commenting, link sharing, photo posting, video posting and poll making. The pattern is using at least two functions in each post.

Keywords: Health communication, Drama-addict Facebook fanpage, Health guidelines

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดีได้ด้วยความช่วยเหลือ และการให้คำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี ชินนาลอง รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร และคณะอาจารย์ที่เป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน คำแนะนำในทุกขั้นตอนที่ได้ทำการศึกษาวิทยานิพนธ์ กระบวนการเขียนรายงานและรูปเล่มวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณสาขาวิชานิติศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชอันเป็นสถานศึกษาที่ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้การสั่งสอนรายวิชาที่เป็นพื้นฐานในการศึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่และบุคลากรทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาสาขานิติศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการศึกษาตลอดมา

สุดท้ายผลอันจะเป็นประโยชน์ ความดีความงามทั้งปวง ที่เกิดขึ้นจากการศึกษาวิทยานิพนธ์นี้ ขอมอบแด่คุณพ่อและคุณแม่ที่เคารพยิ่ง และหากมีข้อบกพร่องด้วยประการใดๆ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ด้วยความขอบคุณยิ่ง

วารุณี สิทธิรังสรรค์

สิงหาคม 2563

สารบัญ

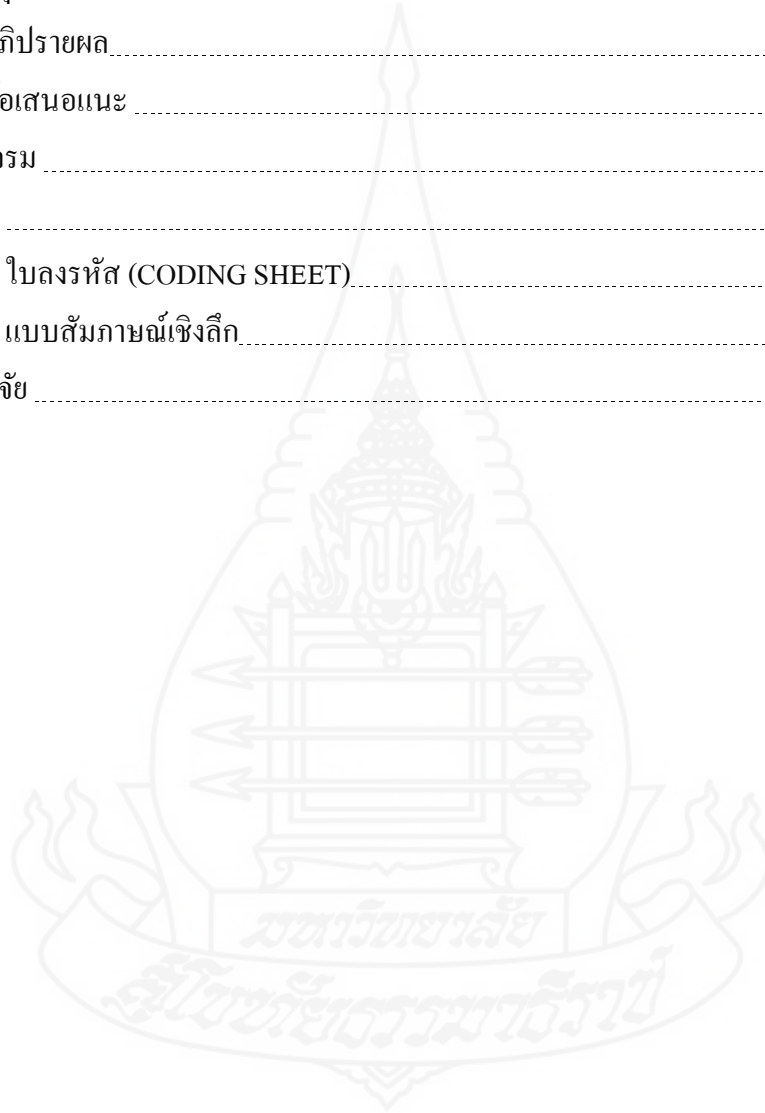
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ประเด็นปัญหาการวิจัย	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
กรอบความคิดทางทฤษฎี	6
ขอบเขตการวิจัย	8
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ	10
ความหมายของการสื่อสารสุขภาพ	10
องค์ประกอบการสื่อสาร	11
แนวคิดเรื่องโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง(NCDs)	12
ความหมายโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง	12
สถานการณ์โรคไม่ติดต่อเรื้อรังของไทย	12
แนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค 3อ.2ส.1ฟ.	13
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อใหม่(New Media)	14
ความหมายของสื่อใหม่	14
ลักษณะของสื่อใหม่	15
ประเภทและประโยชน์ของสื่อใหม่	15
การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) และเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook fanpage)	16
ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แนวคิดเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์.....	19
ความหมายของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์.....	19
ประเภทของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์.....	19
อิทธิพลของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์.....	20
งานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	22
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	26
แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง.....	26
ขั้นตอนและวิธีการวิจัย.....	27
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอการวิจัย.....	29
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
ความเป็นมาเฟชนักแฟนเพจ Drama-addict.....	31
ที่มาเฟชนักแฟนเพจ Drama-addict.....	31
วัตถุประสงค์การก่อตั้งเฟชนักแฟนเพจ Drama-addict.....	33
ที่มาของการเข้าร่วมโครงการเช็ก ชัวร์ แชร์.....	34
เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟชนักแฟนเพจ Drama -addict.....	34
จำนวนการโพสต์เนื้อหา “3อ.2ส.1ฟ”.....	34
ประเด็นเนื้อหา “3อ.2ส.1ฟ.”.....	37
แหล่งที่มาของเนื้อหาที่โพสต์.....	60
จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่โพสต์.....	63
รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟชนักแฟนเพจ Drama - addict.....	65
รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟชนัก.....	65
การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟชนัก.....	67

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	69
สรุปการวิจัย.....	69
อภิปรายผล.....	73
ข้อเสนอแนะ.....	80
บรรณานุกรม.....	82
ภาคผนวก.....	87
ก ไบลรหัส (CODING SHEET).....	88
ข แบบสัมภาษณ์เชิงลึก.....	93
ประวัติผู้วิจัย.....	96



สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1	จำนวนเนื้อหา“3อ.2ส.1ฟ.” ที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict.....	35
ตารางที่ 4.2	จำนวนประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร	37
ตารางที่ 4.3	เนื้อหาอาหารประเด็นให้ความรู้พฤติกรรมกรบริโภคที่ไม่ถูกต้อง.....	38
ตารางที่ 4.4	เนื้อหาอาหารประเด็นความรู้ทั่วไปด้านอาหาร.....	40
ตารางที่ 4.5	เนื้อหาอาหารประเด็นความปลอดภัยด้านอาหาร.....	43
ตารางที่ 4.6	เนื้อหาอาหารประเด็นแนะนำเมนูอาหาร.....	45
ตารางที่ 4.7	เนื้อหาอาหารประเด็นการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง.....	47
ตารางที่ 4.8	เนื้อหาอาหารประเด็นอื่นๆ	48
ตารางที่ 4.9	จำนวนประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับออกกำลังกาย.....	49
ตารางที่ 4.10	เนื้อหาออกกำลังกายประเด็นประโยชน์จากการออกกำลังกาย.....	49
ตารางที่ 4.11	เนื้อหาออกกำลังกายประเด็นความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย.....	50
ตารางที่ 4.12	จำนวนประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์.....	50
ตารางที่ 4.13	เนื้อหาอารมณ์ประเด็นให้ความรู้โรคซึมเศร้า.....	51
ตารางที่ 4.14	เนื้อหาอารมณ์ประเด็นเตือนพฤติกรรมส่งผลต่อสุขภาพจิต.....	52
ตารางที่ 4.15	เนื้อหาอารมณ์ประเด็นสารเสพติดที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต.....	52
ตารางที่ 4.16	เนื้อหาอารมณ์ประเด็นเนื้อหาอื่นๆ.....	53
ตารางที่ 4.17	จำนวนประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสุรา.....	54
ตารางที่ 4.18	เนื้อหาสุราประเด็นเตือนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดวิธี.....	55
ตารางที่ 4.19	เนื้อหาสุราประเด็นเนื้อหาอื่นๆ	56
ตารางที่ 4.20	เนื้อหาสุราประเด็นให้ความรู้วิธีเลือกเหล้าอย่างเหมาะสม.....	56
ตารางที่ 4.21	เนื้อหาสุราประเด็นให้ความรู้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบพอดี.....	56
ตารางที่ 4.22	จำนวนประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสูบบุหรี่.....	57
ตารางที่ 4.23	เนื้อหาสูบบุหรี่ประเด็นให้ความรู้อันตรายจากการสูบบุหรี่	57
ตารางที่ 4.24	เนื้อหาสูบบุหรี่ประเด็นอันตรายบุหรี่ไฟฟ้า.....	58
ตารางที่ 4.25	จำนวนประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน.....	59
ตารางที่ 4.26	เนื้อหาฟันประเด็นเตือนการจัดฟันเถื่อน.....	59
ตารางที่ 4.27	เนื้อหาฟันประเด็นจัดฟันที่ถูกต้อง.....	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.28 แหล่งที่มาของเนื้อหาที่มีการโพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict.....	61
ตารางที่ 4.29 จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่โพสต์	63
ตารางที่ 4.30 รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict.....	66
ตารางที่ 4.31 การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict.....	67
ตารางที่ 5.1 เปรียบเทียบเนื้อหาการสื่อสาร “3อ.2ส.1ฟ.” ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข และเนื้อหาผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict.....	74



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 2562.....	4
ภาพที่ 1.2 กรอบความคิดทางทฤษฎี.....	7
ภาพที่ 4.1 ภาพประจำตัวและภาพหน้าปกแฟนเพจ Drama-addict.....	32
ภาพที่ 4.2 นายแพทย์วิทวัส ศิริประชัย.....	33



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (2560) ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปีระหว่าง พ.ศ. 2560 – 2564 ระบุถึงสถานการณ์โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง หรือโรคเอ็นซีดี (non-communicable diseases : NCDs) เป็นปัญหาสุขภาพของคนทั่วโลก และประเทศไทย โดยกลุ่มโรคเอ็นซีดีหลักสำคัญ ประกอบด้วย โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคเบาหวาน โรคมะเร็ง และโรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง ปัจจัยที่ทำให้ก่อให้เกิดโรคเหล่านี้ มาจากพฤติกรรมกรรมการบริโภคและการใช้ชีวิต

อรรถเกียรติ กาญจนพิบูลวงศ์ และสุพัตรา ศรีวนิชชากร (2559) ให้ข้อมูลถึงสถานการณ์โรคไม่ติดต่อเรื้อรังของทั่วโลกว่า โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง หรือโรคเอ็นซีดี (NCDs) ประกอบไปด้วยโรคหลักคือ โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคมะเร็ง โรคทางเดินหายใจเรื้อรัง และโรคเบาหวาน ซึ่งเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตของคน 36 ล้านคนทั่วโลกในแต่ละปี หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63 ของสาเหตุการตายทั้งหมด และมากกว่า 14 ล้านคนเป็นผู้ที่เสียชีวิตในช่วงอายุระหว่าง 30 ถึง 70 ปี หรือเรียกว่าเป็นการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ต่ำ และปานกลาง มีภาระโรคจากการเสียชีวิตก่อนวัยอันควรนี้มากถึงร้อยละ 86 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเติบโตทางเศรษฐกิจ มีการประมาณความสูญเสียทางเศรษฐกิจในช่วง 15 ปีข้างหน้าที่ประมาณ 7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สำหรับสถานการณ์ประเทศไทย ข้อมูลจากแผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปีระหว่าง พ.ศ. 2560 – 2564 ระบุว่าประเทศไทยมีผู้เสียชีวิตจากโรคเอ็นซีดีจำนวน 320,000 คนต่อปี ในจำนวนนี้พบประมาณครึ่งหนึ่ง หรือร้อยละ 55 เสียชีวิตที่อายุต่ำกว่า 70 ปีซึ่งองค์การอนามัยโลกจัดว่าเป็นการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร เมื่อพิจารณาความรุนแรงของโรคไม่ติดต่อที่เป็นสาเหตุการเสียชีวิตก่อนวัยอันควรมี 4 โรคสำคัญ คือ โรคหลอดเลือดสมองโรคหัวใจขาดเลือดโรคเบาหวานและโรคทางเดินหายใจอุดกั้นเรื้อรังขณะที่ข้อมูลจากทะเบียนการเสียชีวิตสำนักบริหารทะเบียน กระทรวงมหาดไทย (พ.ศ.2555 -2558) ระบุถึงสาเหตุการเสียชีวิตตามมาตรฐานทางการแพทย์พบว่าอัตราเสียชีวิตในช่วงอายุ 30 - 69 ปีของโรคไม่ติดต่อเรื้อรังมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยโรคหลอดเลือดสมองมีการเพิ่มมากที่สุดจาก 33.4 ต่อแสนประชากร เพิ่มเป็น 40.9 ต่อแสน

ประชากร รองลงมาคือโรคหัวใจขาดเลือด จาก 22.4 ต่อแสนประชากรเพิ่มขึ้นเป็น 27.8 ต่อแสนประชากร โรคเบาหวาน จาก 13.2 ต่อแสนประชากรเพิ่มเป็น 17.8 ต่อแสนประชากร และโรคทางเดินหายใจอุดกั้นเรื้อรังจาก 3.8 ต่อแสนประชากร เพิ่มเป็น 4.5 ต่อแสนประชากร สาเหตุสอดคล้องกับข้อมูลขององค์การอนามัยโลก ที่ระบุถึงพฤติกรรมเสี่ยง ทั้งการรับประทานอาหาร การขาดการออกกำลังกาย การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการสูบบุหรี่

โดยหนึ่งในข้อเสนอการแก้ปัญหาโรคเอ็นซีดี ของแผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564) คือ การสื่อสารต่อสาธารณะเพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนักในการส่งเสริมสุขภาพ และลดปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข เป็นหน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่ในการเผยแพร่องค์ความรู้และเทคโนโลยีการส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งองค์ความรู้ในการจัดการปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพที่ก่อให้เกิดโรคต่างๆ โดยเฉพาะ โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ได้จัดทำแนวทางแก้ปัญหาโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่สอดคล้องกับข้อเสนอของแผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาโรคเอ็นซีดีด้วยการสื่อสารสาธารณะในรูปแบบต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ สำนักสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยง กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2557) จึงได้จัดทำกรอบแนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ที่เรียกว่า การสร้างสุขภาพที่ดี โดยใช้หลัก “3 อ. 2 ส. 1 ฟ.” ประกอบด้วย

หลัก 3 อ.

อ.ที่ 1 หมายถึง การรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ในปริมาณที่เหมาะสม รับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่ๆ ดื่มน้ำบริสุทธิ์ 1-2 ลิตรต่อวันหรือปริมาณ 6-8 แก้วต่อวัน หลีกเลี่ยงอาหารรสหวาน มัน เค็ม โดยเฉพาะลดแป้งและน้ำตาล ต้องรับประทานอาหารสะอาด ปราศจากสารปนเปื้อน เช่น อาหารหมักดอง อาหารที่ใส่สีสังเคราะห์หรืออาหารแปรรูป อาหารปิ้งย่างประเภทที่มีกรไหม้เกรียม หลีกเลี่ยงอาหารที่ใช้น้ำมันซ้ำหลายๆ ครั้ง ควรรับประทานผักหลากสีและผลไม้สดทุกวัน

อ.ที่ 2 หมายถึง ออกกำลังกายเป็นประจำ สัปดาห์ละ 5 วัน อย่างน้อยวันละ 30 นาที เพื่อให้ร่างกายแข็งแรง เพิ่มภูมิคุ้มกันโรค

อ.ที่ 3 หมายถึง อารมณ์ดี รู้จักสร้างความสุขให้ตนเอง เช่น ฟังเพลง ร้องเพลง ดูโทรทัศน์ เลี้ยงสัตว์ ปลูกต้นไม้ พุดคุยพบปะกับเพื่อน หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด

หลัก 2 ส.

ส.ที่ 1 หมายถึง สูบบุหรี่ ควรเลิก และไม่ทดลอง เพราะการสูบบุหรี่เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เป็นโรคมะเร็งปอด มะเร็งกล่องเสียง และมะเร็งอื่นๆ อีกมากมาย

ส.ที่ 2 หมายถึง สุรา เลิกการดื่ม เพราะการดื่มสุราทำให้เสี่ยงต่อ โรคมะเร็งตับ

หลัก 1 ฟ.

ฟ. ฟัน หมายถึง ดูแลสุขภาพช่องปากเป็นประจำ แปรงฟันอย่างน้อย 2 ครั้ง เช้าและก่อนนอน

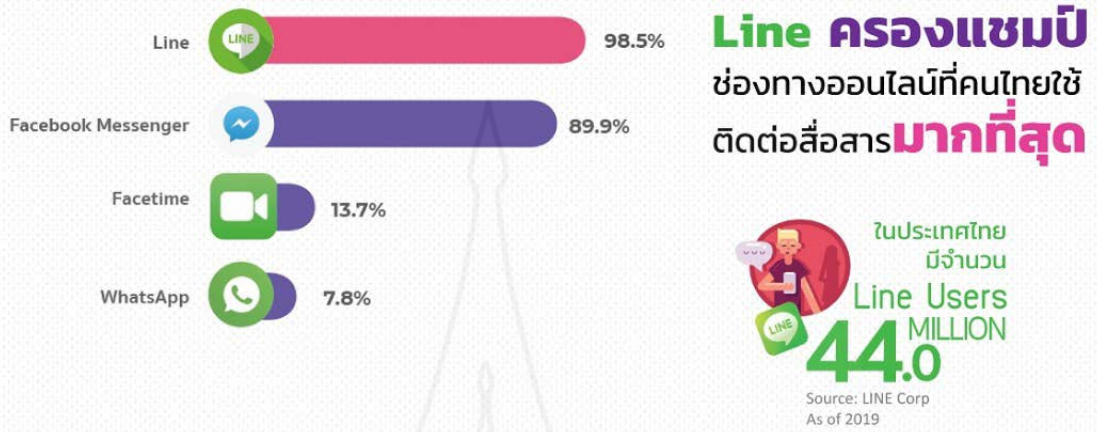
สำหรับแนวทางการสร้างสุขภาพที่ดี 3อ. 2ส. 1ฟ. ของกรมอนามัย เริ่มแรกกำหนด ยุทธศาสตร์สำหรับการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาโรคอ้วน ด้วยการแนะนำประชาชนปรับพฤติกรรมสุขภาพ โดยยึดหลักปฏิบัติตาม 3 อ. บอกลา 2 ส. แต่ต่อมาได้มีการเพิ่ม 1 ฟ. เนื่องจากข้อมูลพบว่าการดูแลสุขภาพช่องปากและฟันในผู้ป่วยโรคเอ็นซีดี นอกจากมีสุขภาพช่องปากที่ดีแล้ว ยังช่วยลดภาวะแทรกซ้อน ยกตัวอย่าง ในผู้ป่วยเบาหวานหากดูแลสุขภาพช่องปากไม่ดีเสี่ยงเป็นโรคปริทันต์รวมทั้งหากเกิดโรคปริทันต์อักเสบ ยังส่งผลต่อการควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดแย่ง เป็นต้น

ดังนั้น แนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค หรือการสร้างสุขภาพที่ดีตามหลัก 3 อ. 2 ส. 1 ฟ. จึงเป็นแนวทางที่กรมอนามัย ออกมาสื่อสารเป็นกรอบดำเนินงานโดยกว้าง เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ หรือประชาชนนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมสุขภาพ โดยอาจจัดเป็นกิจกรรมรณรงค์ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพให้ห่างไกลโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น การเชิญชวนออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การรับประทานอาหารลดหวาน มัน เค็ม เป็นต้น แต่การทำให้ผู้บริโภคหรือประชาชนเข้าถึงข้อมูลในการดูแลสุขภาพตัวเองมากยิ่งขึ้น จำเป็นต้องมีการสื่อสารที่เข้าถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการใช้ช่องทางการสื่อสารที่เรียกว่า สื่อใหม่ ได้กลายมาเป็นช่องทางการสื่อสารที่ขาดไม่ได้ในยุคปัจจุบัน

ที่ผ่านมารวมอนามัย มีการสื่อสารรณรงค์แนวทาง 3อ.2ส.1ฟ. ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน การร่วมกับภาคส่วนอื่นๆ ทั้งองค์กรไม่แสวงหากำไร ภาคประชาชน ในการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ แต่ด้วยปัจจุบันสื่อใหม่ (New Media) โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้เข้ามามีบทบาทต่อการสื่อสารของประชาชนจำนวนมาก เห็นได้จากผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ ETDA สำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พ.ศ. 2558 พบกิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้งานนิยมมากที่สุด คือเฟซบุ๊กโดยใช้บ่อยที่สุด ถึงร้อยละ 92.1 ครองแชมป์ปีที่ 3 ติดต่อกันตั้งแต่ พ.ศ. 2556-2558 (อริยาพร อุดทา,2560)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ผลการสำรวจล่าสุดปี 2562 ของ ETDA พบว่าช่องทางที่คนไทยใช้ในการติดต่อสื่อสารสูงสุดจะเป็น Line ร้อยละ 98.5 แต่อันดับ 2 ยังคงเป็นเฟซบุ๊กมีการใช้ถึงร้อยละ 89.9 แสดงให้เห็นว่า คนไทยยังนิยมการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ โดยเฟซบุ๊กยังคงอยู่ในอันดับต้น

ช่องทางที่ คนไทยใช้ติดต่อสื่อสาร



ภาพที่ 1.1 ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 2562

ที่มา: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2562). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้
อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2562 สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2563

จาก <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-behavior-2019-slides.html>

ดังนั้น ด้วยความนิยมในการใช้เฟซบุ๊กเพื่อการสื่อสาร ประกอบกับปัจจุบันหลาย
หน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน ต่างหันมาใช้ “เฟซบุ๊กแฟนเพจ” (Facebook Fanpage) ซึ่งเป็น
แพลตฟอร์มการทำงานหนึ่งของเฟซบุ๊กที่สร้างขึ้นให้สามารถสื่อสาร หรือถ่ายทอดเรื่องราวในกลุ่ม
ที่สนใจและเข้ามาติดตามเป็นการเฉพาะ ซึ่งการสื่อสารเฟซบุ๊กแฟนเพจเหมาะกับการนำมาใช้เชิงธุรกิจ
มากกว่าการใช้เฟซบุ๊ก ที่เป็นการสื่อสารส่วนตัวในระดับเพื่อน หรือคนรู้จัก แต่เฟซบุ๊กแฟนเพจ
สามารถสื่อสารเชิงธุรกิจ และมีผู้ติดตามได้อย่างไม่จำกัดจำนวน ประกอบกับมีการเก็บข้อมูลสถิติ
ของผู้เข้าชม และสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ในแฟนเพจได้ (ดวงพร ชีรกุลวานิช, 2559)

จากคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจ กรมอนามัย เป็นอีกหน่วยงานรัฐที่ให้ความสนใจ
และได้สร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจชื่อ “กรมอนามัย” เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชน แต่ด้วย
ข้อจำกัดทางราชการ การสื่อสารยังออกมาในรูปแบบทางการ ทำให้มีผู้ติดตามแฟนเพจอยู่ที่
142,768 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 25 กันยายน 2563) แต่หากมีการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารที่
สามารถดึงดูดผู้ติดตามเพิ่มขึ้น นอกจากจะช่วยให้แฟนเพจมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นแล้ว ยังทำให้
ประชาชนผู้รับสารได้รับข้อมูลสุขภาพอย่างทั่วถึงมากขึ้นด้วย

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาข้อมูลการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้ทรงอิทธิพล
บนโลกออนไลน์ เพื่อศึกษาเนื้อหาการสื่อสาร และรูปแบบการสื่อสารว่า มีกลยุทธ์หรือวิธีการ

สื่อสารอย่างไรให้ประชาชนสนใจและติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจจำนวนมาก โดยได้เลือกเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เนื่องจากเป็นแฟนเพจที่มีการสื่อสารประเด็นสุขภาพมาเป็นระยะเวลานาน ตั้งแต่ พ.ศ.2552 ประกอบกับเจ้าของแฟนเพจ Drama-addict เป็นบุคลากรทางการแพทย์ คือ นายแพทย์ วิทวัส ศิริประชัย อดีตแพทย์โรงพยาบาลเกะลังตา อ.เกะลังตา จ.กระบี่ ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญประเด็นสุขภาพ สามารถสื่อสารให้ข้อมูลข้อเท็จจริงด้านสุขภาพแก่ประชาชน และปัจจุบันมีผู้ติดตามจำนวน 2,578,347 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 22 ตุลาคม 2563) ที่สำคัญยังเป็นแฟนเพจที่ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานราชการต่างๆ ในการเข้าร่วมโครงการสื่อสารข้อมูลด้านสุขภาพไปยังประชาชน เช่น โครงการเช็ค ชัวร์ แชร์ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งเป็นโครงการที่รวบรวมผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลข้อเท็จจริงประเด็นสุขภาพต่างๆ เป็นต้น

ขณะเดียวกันจากการรวบรวมข้อมูลผลงานวิจัยที่ผ่านมายังไม่พบการศึกษาด้านการสื่อสารสุขภาพบน เฟซบุ๊กแฟนเพจประเด็นเกี่ยวกับ 3อ.2ส.1ฟ. อย่างครบถ้วน โดยส่วนใหญ่พบว่าเป็นการสื่อสารความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ที่ไม่ได้แยก 3อ.2ส.1ฟ. ยกตัวอย่าง อิริยาพร อุดทา (2560) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลพญาไท ซึ่งเป็นการศึกษาที่ไม่ได้มุ่งเน้นเรื่อง 3อ.2ส.1ฟ. แต่จะเป็นการให้ความรู้ทางการแพทย์ ส่วนที่มีการศึกษาประเด็นสุขภาพ 3อ.2ส.1ฟ. พบว่าไม่ได้ศึกษาทั้งกลุ่มแต่เป็นการศึกษาเฉพาะหลัก 3อ.2ส. กรณีผู้รับสาร ยกตัวอย่าง มนุเชษฐ์ มะโนธรรม (2563) ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจทางสุขภาพ และการจัดการเงื่อนไขของตนเองเพื่อเสริมสร้างสุขภาพตามหลัก 3 อ. 2ส. ของประชาชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาในหัวข้อเรื่อง “การสื่อสารสุขภาพ ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict” โดยมุ่งศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารสุขภาพตามแนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค หรือการสร้างสุขภาพที่ดีโดยใช้หลัก “3 อ. 2 ส. 1 ฟ.”

2. ประเด็นปัญหาการวิจัย

2.1 เนื้อหาเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama –addict ตามแนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข “3อ. 2ส. 1ฟ.” เป็นอย่างไร

2.2 รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict มีลักษณะอย่างไร

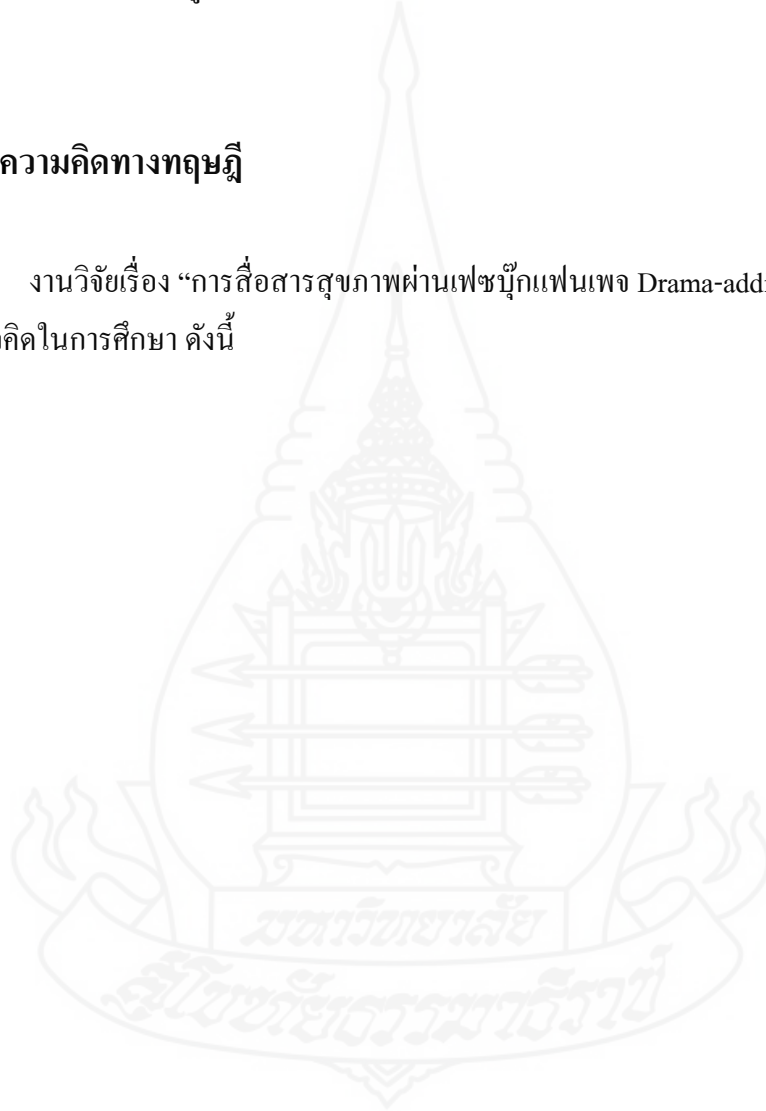
3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

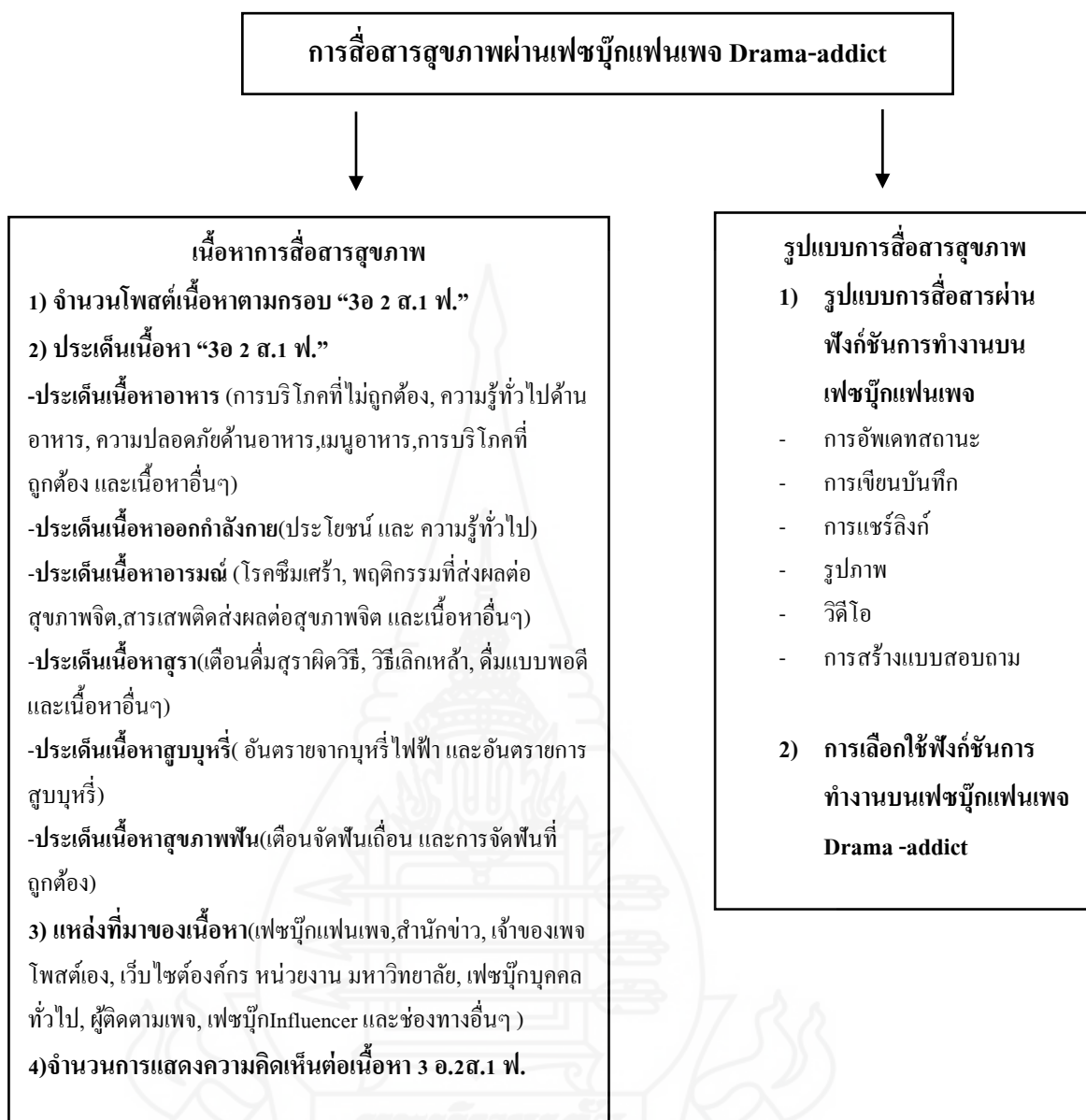
3.1 เพื่อศึกษาเนื้อหาเฟชบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ตามแนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข “3อ. 2ส. 1ฟ.”

3.2 เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟชบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

4. กรอบความคิดทางทฤษฎี

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟชบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict” ผู้วิจัยพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้





ภาพที่ 1.2 กรอบความคิดทางทฤษฎี

5. ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยเรื่องการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama - addict ดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

5.1.1 เป็นการศึกษาประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ทุกวัน โดยใช้กรอบแนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข คือ “3อ. 2ส. 1ฟ.” (3 อ. พฤติกรรมอาหาร อารมณ์ ออกกำลังกาย 2ส. พฤติกรรมการดื่มสุรา และการสูบบุหรี่ 1 ฟ. พฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปากและฟัน) แบ่งการศึกษาเป็น

1) จำนวนการโพสต์เนื้อหาตามกรอบ “3อ. 2ส. 1ฟ.”บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

2) ประเด็นเนื้อหาที่มีการนำเสนอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ตามกรอบ “3อ. 2ส. 1ฟ.”

3) แหล่งที่มาของเนื้อหา “3อ.2ส.1ฟ.”

4) จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหา “3อ.2ส.1ฟ.”

5.1.2 ศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama addict แบ่งเป็น

1) รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama - addict ได้แก่ การอัปเดตสถานะ, การเขียนบันทึก, กิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจ, วิดีโอ, รูปภาพ, ลิงก์และการสร้างโพลคำถามบนเฟซบุ๊ก

2) การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict

5.2 ขอบเขตด้านเวลา

การเก็บข้อมูลจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict โดยใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูล 3 เดือน นับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม สิงหาคม และกันยายน พ.ศ. 2562 โดยเก็บข้อมูลการโพสต์เนื้อหาทุกวัน

6. คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

6.1 การสื่อสารสุขภาพ หมายถึง การสื่อสารข้อมูลบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama- addict โดยมุ่งเน้นข้อมูลที่มีเนื้อหาเป็นไปตามกรอบแนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข

6.2 เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ หมายถึง เนื้อหาสารตามแนวทางการส่งเสริมสุขภาพ และป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข โดยให้ยึดหลักการสร้างสุขภาพที่ดีด้วย “3อ.2ส.1ฟ.” คือ พฤติกรรมการบริโภคอาหาร พฤติกรรมการออกกำลังกาย พฤติกรรมการจัดการอารมณ์ ความเครียด พฤติกรรมการสูบบุหรี่ พฤติกรรมการดื่มสุรา และการดูแลสุขภาพช่องปากและฟัน

6.3 ประเด็นเนื้อหา “3อ.2ส.1ฟ.” หมายถึง การจัดประเด็นเนื้อหาที่มีการโพสต์บนเฟซบุ๊ก แฟนเพจ Drama-addict ทั้งเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร เนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เนื้อหาเกี่ยวกับ อารมณ์ เนื้อหาเกี่ยวกับสุรา เนื้อหาเกี่ยวกับสูบบุหรี่ และเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน

6.4 แหล่งที่มาของเนื้อหา “3อ.2ส.1ฟ.” หมายถึง แหล่งที่มาของเนื้อหาที่นำมาโพสต์ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ซึ่งมาจากเฟซบุ๊กแฟนเพจอื่นๆ, เว็บไซต์สำนักข่าวต่างๆ, โพสต์ เตือนด้วยตัวเอง, เว็บไซต์องค์กร หน่วยงาน มหาวิทยาลัย, เฟซบุ๊กบุคคลทั่วไป, ข้อมูลจากผู้ติดตาม แฟนเพจ, เฟซบุ๊กของ Influencer และจากช่องทางอื่นๆ เช่น ยูทูป ฟันทิป เป็นต้น

6.5 รูปแบบการสื่อสารสุขภาพ หมายถึง รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงาน บนเฟซบุ๊กประกอบด้วย 6 ฟังก์ชัน ได้แก่ การอัปเดตสถานะ, การเขียนบันทึก, วิดีโอ, รูปภาพ, ลิงก์ และการสร้างโพลคำถามบนเฟซบุ๊ก

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษา การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict มีประโยชน์ดังนี้

7.1 เกิดองค์ความรู้ด้านการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อออนไลน์ และองค์ความรู้การสื่อสารสุขภาพผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ drama- addict รวมทั้งเกิดองค์ความรู้ด้านการใช้ ผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ในการสื่อสารทำให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

7.2 กรมอนามัย หรือหน่วยงานสุขภาพต่างๆ สามารถนำวิธีการสื่อสารสุขภาพผ่าน เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict ไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารสุขภาพผ่านช่องทางการสื่อสารเฟซบุ๊ก แฟนเพจของตนเอง

7.3 เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจหรือผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์อื่นๆ สามารถนำไป ปรับใช้ในการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของตนเอง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama –addict มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ และรูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict ทั้งนี้ ผู้วิจัย ได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ
2. แนวคิดเรื่องโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs)
3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อใหม่
4. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ

1.1 ความหมายของการสื่อสารสุขภาพ

วาสนา จันทรสว่าง (2548) ให้ความหมายของการสื่อสารสุขภาพ ว่าเป็นการศึกษาการใช้กลยุทธ์การสื่อสารในงานสุขภาพ ผ่านกลวิธีนำเสนอข้อมูลการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้รับรู้ สนใจ ตระหนักในเรื่องของสุขภาพ โดยเน้นกระบวนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ประกอบด้วย แจ้งให้ทราบ (to inform) สอนหรือให้การศึกษา (to educate) สร้างความพอใจหรือความบันเทิง (to entertain) และเสนอหรือโน้มน้าวชักจูงใจ (to persuade) ทั้งนี้ เพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพ (Communication for Health) เกิดการเรียนรู้และพัฒนาองค์ความรู้อย่างรู้เท่าทันในด้านสุขภาพ (Health Literacy)

ขณะที่คำว่า “สุขภาพ” พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.2550 ให้ความหมายว่าเป็นภาวะที่มีความพร้อมสมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต ทางสังคม และทางจิตวิญญาณ โดยการมีร่างกายที่แข็งแรง ไม่เป็นโรค ไม่พิการ มีความคล่องแคล่ว และมีกำลัง พร้อมทั้งมีสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมสุขภาพ

ศาสตราจารย์นายแพทย์ประเวศ วะสี (2542) ให้ความหมายคำว่า สุขภาพหรือสุขภาพ หมายถึงสุขภาวะทั้งทางกาย ทางจิต ทางสังคม และทางปัญญา หรือทางจิตวิญญาณ สุขภาพหรือสุขภาวะจึงเป็นเรื่องใหญ่ที่บูรณาการการพัฒนามนุษย์และสังคมทั้งหมด เป็นเรื่องที่อยู่เลยพรมแดนของกระทรวงสาธารณสุขออกไปมากและ สุขภาพไม่ได้หมายถึงแพทย์ ยา โรงพยาบาล และการรักษาโรคเท่านั้น แต่หมายถึง สุขภาวะที่ครอบคลุมทั้งสุขภาพกาย จิตใจ ครอบครัวยุค และสังคมทั้งหมด ดังนั้น หากฐานรากแข็งแรง ที่กล่าวมาทั้งหมดก็มั่นคง แต่การพัฒนาที่ผ่านมามักสร้างจากยอดลงมา ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมจึงไม่มั่นคง จึงต้องสร้างฐานรากทั้งการสร้างสุขภาพส่วนบุคคลครอบครัว และสังคม ด้วยการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาช่วยในการพัฒนาทุกด้าน

จากความหมายของศาสตราจารย์นายแพทย์ประเวศ แสดงให้เห็นว่า การส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค เป็นกระบวนการสำคัญก่อให้เกิดสุขภาพที่ดี ลดความเสี่ยงการเกิดโรคต่างๆ โดยเฉพาะโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ที่เป็นปัญหาสาธารณสุข ได้แก่ โรคหัวใจขาดเลือด โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง อัมพฤกษ์ อัมพาต ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ยังคงการอนามัยโลก (WHO) ว่าโรคเหล่านี้สามารถป้องกันได้ถึงร้อยละ 80 ด้วยการปรับพฤติกรรมดำเนินชีวิต ได้แก่ การรับประทานอาหาร การออกกำลังกายที่เพียงพอ การหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ การหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ฯลฯ

วิธีหนึ่งที่ทำให้ประชาชนหันมาใส่ใจสุขภาพตนเอง คือ การสื่อสารสุขภาพที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจำเป็นต้องมีองค์ประกอบการสื่อสารที่ครบถ้วน

1.2 องค์ประกอบการสื่อสาร

มูทิตา โปธิกะสังข์ (2551) กล่าวถึงองค์ประกอบของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ/ช่องทาง และผู้รับสาร รายละเอียด ดังนี้

1.2.1 ผู้ส่งสาร ประกอบด้วยมีความรู้ความสามารถ มีทักษะการสื่อสาร มีบุคลิกดี น่าเชื่อถือ ศรัทธา รับผิดชอบ มีจิตสาธารณะมาจากทุกกลุ่ม ไม่เฉพาะบุคลากรทางสุขภาพเท่านั้น สามารถเปลี่ยนแปลงความรู้ และถ่ายทอดให้ปฏิบัติได้ และสื่อสารเพื่อเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม

1.2.2 สาร ประกอบด้วย มีข้อมูลเพียงพอในการนำไปปฏิบัติได้ จัดเก็บเหมาะสม สามารถนำไปใช้งานได้ เนื้อหาเป็นรูปธรรม ทดสอบก่อนนำไปใช้ ปรับแต่งให้เหมาะสมกับผู้รับสารสร้างสรรค์ไม่น่าเบื่อ ข้อมูลท้องถิ่น ข้อมูลชุมชน สารชัดเจนเข้าใจง่าย สารสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กระตุ้นอารมณ์เข้ากับบริบทชุมชน และสังคม เนื้อหา และองค์รวมด้านสุขภาพครอบคลุมทุกมิติ

1.2.3 สื่อ/ช่องทาง ประกอบด้วย เข้าถึงผู้รับ มีการใช้สื่อมวลชน และสื่อชุมชนในสัดส่วนที่เหมาะสม มีการใช้สื่อผสม จัดกิจกรรมพิเศษพอเหมาะพอควร เพื่อสร้างกระแสสังคม มีความต่อเนื่องและครบวงจร และความนิยมและความน่าเชื่อถือของสื่อ

1.2.4 ผู้รับสาร ประกอบด้วย มีปฏิกริยาโต้ตอบ แบ่งเป็นกลุ่มย่อยๆ เพื่อส่งสารเฉพาะเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับ และเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักตัวจริง

2. แนวคิดเรื่องโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs)

2.1 ความหมายของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

นันทกร ทองแดง (2562) ให้ความหมายโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง หรือ NCDs (Non-Communicable diseases) ว่า เป็นกลุ่มโรคที่ไม่ได้มีสาเหตุจากการติดเชื้อ และไม่ได้ติดต่อจากคนสู่คน โดยการสัมผัสหรือการหายใจ แต่เป็นโรคที่เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวันที่ไม่เหมาะสมของเรา ซึ่งกลุ่มโรค NCDs นี้ ประกอบด้วย โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคไขมันในเลือดสูง โรคอ้วนลงพุง โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคถุงลมโป่งพอง และโรคมะเร็ง เป็นต้น

ปัจจัยของการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง มาจากการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งในปัจจุบันมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้น ทำให้การเคลื่อนไหวร่างกายน้อยลง รวมทั้งการรับประทานอาหารในปริมาณที่มากเกินไปเกินความต้องการของร่างกาย รับประทานอาหารรสหวานจัด เค็มจัด และอาหารที่มีไขมันสูง เหล่านี้จะทำให้เกิดภาวะอ้วน เกิดโรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคไขมันในเลือดสูง โรคหลอดเลือดหัวใจ และโรคหลอดเลือดสมองซึ่งอาจจะตีบหรือแตกได้ นอกจากนี้การสูบบุหรี่เป็นประจำ ก็จะทำให้เกิดโรคถุงลมโป่งพอง รวมทั้งโรคมะเร็งต่างๆ ได้ เมื่อประกอบกับความเครียดและการพักผ่อนไม่เพียงพอรวมกันและสะสมเรื้อรังไปนานๆ ก็นำไปสู่การเกิดกลุ่มโรค NCDs ขึ้น ซึ่งจะทำให้มีค่าใช้จ่ายในการรักษาโรคสูง รวมทั้งบางโรคยังรุนแรงถึงขั้นเสียชีวิต

2.2 สถานการณ์โรคไม่ติดต่อเรื้อรังของไทย

กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (2560) ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564) ระบุถึงสถานการณ์โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ว่า ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา กลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้คร่าชีวิตประชากรไทยถึงร้อยละ 75 ของการเสียชีวิตทั้งหมดหรือประมาณ 320,000 คนต่อปีในจำนวนนี้พบว่าประมาณครึ่งหนึ่ง หรือร้อยละ 55 เสียชีวิตที่อายุต่ำกว่า 70 ปีซึ่งองค์การอนามัยโลกจัดว่าเป็นการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร โดยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ที่ทำให้ประชาชนเสียชีวิตก่อนวัยอันควรมาจาก 4 โรคสำคัญ คือ โรคหลอดเลือดสมอง โรคหัวใจขาดเลือด โรคเบาหวาน และโรคทางเดินหายใจอุดกั้นเรื้อรัง

ทั้งนี้ ข้อมูลทะเบียนการเสียชีวิต ของสำนักบริหารทะเบียน กระทรวงมหาดไทย (พ.ศ.2555 -2558) ระบุถึงสาเหตุการเสียชีวิตตามมาตรฐานทางการแพทย์พบว่าอัตราเสียชีวิตในช่วง

อายุ 30 - 69 ปีของทั้ง 4 โรคไม่ติดต่อเรื้อรังมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยโรคหลอดเลือดสมองมีการเพิ่มมากที่สุดจาก 33.4 ต่อแสนประชากร เพิ่มเป็น 40.9 ต่อแสนประชากร รองลงมาคือโรค หัวใจขาดเลือด จาก 22.4 ต่อแสนประชากร เป็น 27.8 ต่อแสนประชากร โรคเบาหวาน จาก 13.2 ต่อแสนประชากร เพิ่มเป็น 17.8 ต่อแสนประชากร และ โรคทางเดินหายใจอุดกั้นเรื้อรังจาก 3.8 ต่อแสนประชากร เป็น 4.5 ต่อแสนประชากร โดยสาเหตุหลักจากพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิต ทั้งการรับประทานอาหาร การขาดการออกกำลังกาย หรือแม้กระทั่งการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ ล้วนก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพและเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้

2.3 แนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค “3อ.2ส.1ฟ.”

แผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้เสนอแนวทางแก้ปัญหาภาวะดังกล่าวว่า ควรมีมาตรการและการดำเนินงานที่เป็นระบบมากขึ้น คือ การสื่อสารสร้างความเข้าใจต่อสาธารณะ ให้ประชาชนเกิดความตระหนักต่อการระวังภาวะเสี่ยงของการเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรังอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับอาหารการออกกำลังกาย การป้องกันควบคุมโรค เป็นต้น

ที่ผ่านมาสำนักสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยงกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขตระหนักถึงปัญหาสุขภาพจากพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิต จึงได้จัดทำแนวทางสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักให้ประชาชนหันมาสนใจการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของแผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี (พ.ศ.2560-2564) ที่ระบุให้มีการสื่อสารสาธารณะสร้างความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง โดยแนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย เรียกว่า แนวทางสร้างสุขภาพที่ดีด้วยหลัก “3 อ. 2 ส. 1 ฟ.” ดังนี้

หลัก 3 อ.

อ. อาหาร : การรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ในปริมาณที่พอเหมาะ รับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่ ๆ ดื่มน้ำบริสุทธิ์ 1-2 ลิตรต่อวันหรือปริมาณ 6-8 แก้วต่อวัน หลีกเลี่ยงอาหารรสหวาน มัน เค็ม โดยเฉพาะลดแป้งและน้ำตาล ต้องรับประทานอาหารสะอาด ปราศจากสารปนเปื้อน เช่น อาหารหมักดอง อาหารที่ใส่สีชูฉูดฉาด หรืออาหารแปรรูป อาหารปิ้งย่างประเภทที่มีการไหม้เกรียม หลีกเลี่ยงอาหารที่ใช้น้ำมันซ้ำหลายๆ ครั้ง ควรรับประทานผักหลากสีและผลไม้สดทุกวัน

อ. ออกกำลังกาย: กินมาก เผลอลาญน้อย ไขมันจึงไปย้อยตามจุดต่างๆ ของร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นหน้าท้อง แขน ขา ลำตัว การออกกำลังกายจึงเป็นเผาผลาญพลังงานที่ดีแถมช่วยให้ปลดกล้ามเนื้อและหัวใจแข็งแรงจึงควรเลือกรูปแบบการออกกำลังกายให้เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็น เดินแอโรบิค เดินเร็ว วิ่ง ว่ายน้ำ อย่างน้อย 5 วัน วันละ 30 นาที ต่อสัปดาห์

อ. อารมณ์ : ทำจิตใจให้แจ่มใสอยู่เสมอ หาวิธีคลายเครียดหรือทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ เช่น ปลูกต้นไม้ เล่นดนตรี วาดภาพ เป็นต้น

หลัก 2 ส.

ส. สูบบุหรี่ : ไม่สูบบุหรี่ เพราะบุหรี่มีสารสำคัญที่ทำให้เกิดการเสพติด คือ นิโคติน

ส. สุรา : งดดื่มสุรา และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

หลัก 1 ฟ.

ฟ. ฟัน : ดูแลสุขภาพช่องปากและฟันเป็นประจำ โดยการแปรงฟันอย่างน้อย 2 ครั้ง เช้าและก่อนนอน

3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ (New Media)

3.1 ความหมายของสื่อใหม่

นิคม ชัยขุนพล (2555, อ้างใน ชุตินันท์ เกศวิบูลย์เวช และอัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2560) ให้ความหมายเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) ว่า เป็นการครอบคลุมถึงการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีเครือข่าย หรือเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20 โดยสื่อใหม่ เกิดจากการใช้ระบบดิจิทัลและมีคอมพิวเตอร์เป็นส่วนสำคัญในการทำงาน ทั้งอินเทอร์เน็ต สังคมจำลอง สังคมเครือข่ายออนไลน์ ซึ่งทั้งหมดมีลักษณะเด่นอยู่ที่เรื่องของปฏิสัมพันธ์ของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร การเชื่อมโยง โอนถ่ายสาร มีการบูรณาการและหลอมรวมรูปแบบของสื่อต่างๆ เข้าด้วยกัน ทำให้ผู้ใช้ยอมรับและนิยมใช้ เพื่อความสะดวกอย่างสมบูรณ์รอบด้าน

นอกจากสื่อใหม่จะรวมเอาคุณสมบัติของสื่อดั้งเดิมที่เคยมีไว้ เช่น มีภาพ เสียง ข้อความ ที่สำคัญยังมีความรวดเร็วทันเหตุการณ์ คงสภาพอยู่ได้นาน เหนือไปกว่านั้นยังเป็นการสื่อสารสองทาง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมทั้งยังหลุดพ้นจากข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ ทำให้ไม่เป็นอุปสรรคในการสื่อสาร และยังเห็นถึงการควบคุมของกลุ่มผู้ถืออำนาจ

พนา ทองมีอาคม และคณะ (2559) ให้ความหมายถึงสื่อใหม่ (New Media) คือ การสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ผู้ใช้สื่อรับ ส่ง และแบ่งปัน (Share) ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ที่ข้อมูลส่งผ่าน โครงข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก โดยอุปกรณ์ปลายทางของผู้ใช้ คือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีจอแสดงผลและมีลำโพงให้เสียง ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก หรือคอมพิวเตอร์ก็ได้ ในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือมีบทบาทสูงมาก เพราะคนจำนวนมากมีติดตัวและใช้ได้ตลอดเวลา

3.2 ลักษณะของสื่อใหม่

McQuail (1994, อ้างใน ชุตินันท์ เกิดวิบูลย์เวช และอศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2560) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ว่ามีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคล และช่วยให้การสื่อสารระหว่างบุคคล สะดวกรวดเร็ว
2. มีลักษณะเป็นสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์เพื่อความเพลิดเพลิน โดยช่วยสร้างความบันเทิง และความสนุกสนานผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์มือถือ ทีวีโอเกม
3. มีลักษณะในการใช้สื่อเป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลข่าวสารตามความต้องการของผู้บริโภค ช่วยให้ความสะดวกในการแสวงหาข่าวสารที่ต้องการ

3.3 ประเภทและประโยชน์ของสื่อใหม่

จิตินัน บัญญาภาพ คอมมอน (2556) ระบุถึงสื่อใหม่ ว่า ไม่ใช่เป็นเพียงผลผลิตของนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังเป็นพัฒนาการด้านนวัตกรรมการสื่อสาร โดย Lev Manovich (2001) กล่าวว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ ถือเป็นผลของการหลอมรวมระหว่างพัฒนาการด้านคอมพิวเตอร์ และนวัตกรรมการสื่อสาร โดยรูปแบบของสื่อใหม่มีอยู่ 3 ประเภท คือ

3.3.1 รูปแบบของตัวอุปกรณ์ (Hardware) เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน เครื่องเล่นดีวีดี มัลติมีเดีย คอมพิวเตอร์เกม

3.3.2 รูปแบบของโปรแกรมซอฟต์แวร์ (Software) เช่น โซเชียลมีเดีย เกมออนไลน์ รวมทั้งแอปพลิเคชัน (Application) ต่างๆ ที่ใช้งานในอุปกรณ์สมาร์ทโฟน และคอมพิวเตอร์แท็บเล็ต

3.3.3 รูปแบบของเครือข่ายการสื่อสาร (Communication Network) เช่น ระบบสื่อสารดาวเทียม เคเบิลใยแก้ว เครือข่ายอินเทอร์เน็ต โทรคมนาคม

สื่อใหม่ จึงเป็นสื่อที่เป็นทั้งอุปกรณ์การสื่อสาร โปรแกรมซอฟต์แวร์และเครือข่ายการสื่อสารที่มีรูปแบบการจัดเก็บ การจัดการและส่งข้อมูลเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัล

Ken Wertime และ Ian Fenwick (2551, อ้างใน ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และประภัสสร วรรณสถิต, 2551) ระบุว่า สื่อใหม่เป็นเนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยแต่ละประเภทมีความโดดเด่น และแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์การใช้งาน ได้แก่

- 1) เว็บ (The Web) ในปี ค.ศ. 2004 ได้มีการพัฒนาเว็บเป็น 2.0 ซึ่งมีลักษณะของการกระจายข้อมูลมากขึ้น และเปิดโอกาสให้ผู้ใช้มีส่วนช่วยเจ้าของเว็บในการปรับเปลี่ยนหรือสร้างเนื้อหาได้ตามต้องการ ทำให้เว็บ 2.0 มีลักษณะพิเศษ คือ ความเป็นชุมชนออนไลน์ และเนื้อหาที่สร้างสรรค์โดยผู้ใช้บริการ ด้วยลักษณะพิเศษดังกล่าวทำให้เกิดเว็บไซต์ประเภทชุมชนออนไลน์ และเว็บบล็อกจำนวนมาก เช่น Hi5 Facebook Blogspot เป็นต้น ซึ่งสมาชิกที่มีความสนใจคล้ายกัน

จะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน และร่วมกันสร้างเนื้อหาเฉพาะเรื่องที่น่าสนใจเท่านั้น ดังนั้น เว็บไซต์ชุมชนออนไลน์จะพัฒนาเป็นเว็บไซต์ที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการขนาดใหญ่และธุรกิจท้องถิ่นสามารถสร้างยอดขายและกำไรจากการตลาดขนาดเล็กได้

2) สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet Media) การโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบ ไม่เพียงเฉพาะดิสเพลย์ แอด (Display Ads) แบนเนอร์ (Banner) อย่างที่เห็นทั่วไปในยุคแรกๆ เท่านั้น แต่ได้พัฒนาไปสู่การใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล (Search) ให้เกิดประโยชน์เต็มที่ และใช้เป็นที่โฆษณาด้วย ในปัจจุบันโปรแกรมสืบค้นข้อมูลเป็นแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดประมาณกันว่าร้อยละ 90 ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูลเพื่อหารายละเอียดสินค้า หรือบริการที่ตนต้องการ คำสำคัญ (Keyword) ที่เฉพาะเจาะจงที่ผู้ใช้บริการพิมพ์ลงไปโปรแกรมสืบค้นข้อมูล คือ คลังข้อมูลที่แสดงเจตนาและความตั้งใจของผู้ใช้งาน

3) อีเมล (E-mail) อีเมลเป็นพัฒนาการของการตลาดทางตรง ที่มีลักษณะเป็นการตลาดเชิงรุก และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง มีความคล่องตัวและคุ้มค่ากว่าการตลาดทางตรงรูปแบบอื่น จากการศึกษาพบว่า ผลตอบแทนจากการลงทุนด้วยการตลาดแบบใช้อีเมลอยู่ระหว่างร้อยละ 900 ถึงร้อยละ 5,700 อีเมลจึงเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพและเป็นสื่อที่นักการตลาดเลือกใช้มากที่สุดในกระบวนการหาลูกค้า การขาย การรักษาลูกค้า หรือการตอบแทนการอุปการคุณของลูกค้า

4) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพา หรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform) เทคโนโลยี

สำหรับอุปกรณ์พกพาส่วนใหญ่เกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ ซึ่งในปัจจุบันนับเป็นช่องทางสื่อสารดิจิทัลที่มีคนใช้มากที่สุดในโลก นอกจากการใช้โทรออกและรับสายแล้ว โทรศัพท์มือถือในปัจจุบันยังทำงานได้อีกหลายอย่าง เช่น รับ-ส่งข้อความสั้น รับส่งมัลติมีเดีย เป็นต้น วิธีการทำการตลาดผ่านฟังก์ชันต่างๆ เหล่านี้อาจทำได้หลายวิธี เช่น การส่งข้อความซิงโคร การโหวตและตอบคำถามผ่านข้อความสั้น เป็นต้น

3.4 การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) และเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage)

จิตติกานต์ นิธิอุทัย (2554, อ้างใน ดวงพร ชีรกุลวาณิช, 2559) ให้ความหมาย เฟซบุ๊ก (Facebook) ว่า เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์และเว็บไซต์หนึ่งที่เปิดใช้งานขึ้นเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ ค.ศ.2004 โดยมาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก ซึ่งเดิมทีสมาชิกของเว็บไซต์จะถูกจำกัดเฉพาะกลุ่มผู้ก่อตั้งและภายในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเท่านั้น แต่ต่อมาได้ขยายตัวมากและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายมากขึ้นไปจนทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา และทั่วโลกในปัจจุบัน โดยเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์รูปแบบหนึ่งที่ผู้ใช้บริการสามารถสร้างข้อมูลส่วนตัว เพิ่มรายชื่อผู้ใช้นั้นๆ ในฐานะเพื่อนและสามารถแลกเปลี่ยนข้อความกัน

รวมทั้งได้รับการแจ้งเตือนในทันทีที่พวกเขาได้ปรับปรุงแก้ไขข้อมูลส่วนตัว สามารถจัดหมวดหมู่รวมกลุ่มบุคคลที่อยู่ชุมชน สังคม หรือกลุ่มบุคคลที่ชอบและสนใจในสิ่งเดียวกัน หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน เช่น สถานที่ทำงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัย เป็นต้น

เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) เป็นหนึ่งในรูปแบบการทำงานของเฟซบุ๊ก โดยใช้งานในเชิงธุรกิจ องค์กร หรือสถาบันต่างๆ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การใช้งานของแต่ละองค์กรนั้น ซึ่งจะมุ่งเน้นให้ผู้ใช้งานในรูปแบบที่เป็นบุคคลกดติดตาม และมีส่วนร่วมเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นๆ

สำหรับการสื่อสารเฟซบุ๊กแฟนเพจเหมาะกับการนำมาใช้เชิงธุรกิจมากกว่าการใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นการสื่อสารส่วนตัวในระดับเพื่อน หรือคนรู้จัก แต่เฟซบุ๊กแฟนเพจ สามารถสื่อสารเชิงธุรกิจ และมีผู้ติดตามได้อย่างไม่จำกัดจำนวน ประกอบกับมีการเก็บข้อมูลสถิติของผู้เข้าชม และสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ในแฟนเพจได้

3.5 ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ

ธนวัฒน์ ชิตโสภณดิลก (2558) ระบุถึงฟังก์ชันการทำงานของเฟซบุ๊กแฟนเพจในการศึกษาวิจัย “กลยุทธ์การสื่อสารบน Facebook Fanpage Goal Thailand ที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์ Goal.com/th/ ว่ามีทั้งหมด 8 ฟังก์ชัน ประกอบด้วย การโพสต์หน้า Wall, ข้อมูลรายละเอียดเบื้องต้นของเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Info), การโพสต์รูปภาพต่างๆ (Photo), กิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจ (Event), การโพสต์ภาพเคลื่อนไหวหรือภาพวิดีโอ (Video), การแจ้งข้อมูลสั้น (Notes), ลักษณะคล้ายกระดานที่สมาชิกใช้สนทนา สอบถามข้อมูลต่างๆ (Discussion Board) และการแสดงความคิดเห็นของสมาชิก (Reviews) รายละเอียด ดังนี้

- **Wall** หน้าหลักที่ใช้ในการแจ้งข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น สำหรับสมาชิกหรือ Fan ด้วยวิธีการโพสต์ หรือ กดปุ่มถูกใจ (Like) อีกทั้ง สามารถแบ่งปันข้อมูลข่าวสารได้เพียงกดปุ่มแบ่งปัน (Share)

- **Info** ข้อมูลเบื้องต้น เราคือใคร อยู่ที่ไหน ทำอะไร เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลอื่นๆ เพื่อให้ผู้ใช้ Facebook คนอื่นๆ ทราบก่อนการร่วมในเฟซบุ๊กแฟนเพจ

- **Photos** รูปภาพต่างๆ เช่น ภาพกิจกรรม ภาพสินค้าหรือบริการ ภาพพนักงาน ภาพต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้น เป็นการสื่อสารผ่านรูปภาพ

- **Event** กิจกรรมที่น่าสนใจ ที่เฟซบุ๊กแฟนเพจจัดขึ้นเช่น การลดราคา เปิดตัวสินค้า เพื่อให้สมาชิกเพจทราบ โดยจะมีวันเวลาสถานที่ระบุอย่างชัดเจน

- **Video** ภาพเคลื่อนไหวหรือภาพยนตร์โฆษณา ที่นำเสนอในเฟซบุ๊กแฟนเพจ

- **Notes** การแจ้งข้อมูลสั้นๆ เช่น สินค้าขายดี สินค้าใหม่ ข้อมูลที่น่าสนใจ

- **Discussion Board** ลักษณะคล้ายกระทู้ที่สมาชิกใช้สนทนา สอบถามข้อมูลสินค้าหรือบริการ และแสดงความคิดเห็นแก้ปัญหาลูกค้า

- **Reviews** การแสดงความคิดเห็นของสมาชิกที่ใช้สินค้าหรือบริการ เช่น บริการของพนักงาน คุณภาพสินค้าหรือบริการ

วรมน เนาวรัต โนภาส (2561) กล่าวในการค้นคว้าอิสระ เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ JBofficial.th ของรองเท้ายี่ห้อ JELLY BEANS โดยระบุถึงประเภทของการโพสต์เนื้อหาบนเฟซบุ๊ก ประกอบไปด้วย

1. เนื้อหา (Text) เป็นการโพสต์ด้วยเนื้อหา เน้นการอธิบายหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
2. รูปภาพ (Photo) เป็นการโพสต์ด้วยรูปภาพ สามารถสร้างแคแรกเตอร์ให้กับสินค้าหรือบริการ
3. วิดีโอ (Video) เป็นการโพสต์ด้วยวิดีโอ
4. ลิงก์ (Link) เป็นการโพสต์ด้วยลิงก์ ข้อความ หรือข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ โดยที่ไม่ต้องเป็นเขียนเอง ซึ่งการแชร์ลิงก์จากแหล่งที่มาบางแห่ง
5. เฟซบุ๊กไลฟ์ (Live) เป็นการถ่ายทอดเนื้อหาสด โดยขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมระหว่างเฟซบุ๊กแฟนเพจกับฐานลูกค้าแฟนเพจ
6. เรื่องราวในเฟซบุ๊ก (Story) เป็นการถ่ายทอดคลิปวิดีโอเนื้อหาปัจจุบัน ซึ่งการถ่ายทอดจะอยู่ 24 ชั่วโมง

นอกจากนี้ เกศริน รัตนพรรณทอง (2555) กล่าวในงานวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดของสินค้าอุปโภคบริโภคบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ถึง รูปแบบเฟซบุ๊ก 8 ประเภท ดังนี้

1. กิจกรรมการนัดหมาย (Event) หมายถึง การเชิญให้เข้าร่วมงานหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ได้จัดขึ้น โดยมีการระบุละเอียด เป็นคำเชิญที่ผู้รับคำเชิญสามารถตอบรับหรือปฏิเสธคำขอได้
2. ลิงก์ (Links) หมายถึง การเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์อื่น
3. การเขียนบันทึก (Notes) หมายถึง การเขียนบันทึกเพื่อแชร์ หรือเล่าเรื่องราวแก่คนอื่นๆ
4. รูปภาพ (Photos) หมายถึง รูปภาพต่างๆ อาจมีข้อความกำกับร่วมด้วย
5. เหตุการณ์สำคัญ (Milestones) หมายถึง โพสต์ (Post) รูปแบบหนึ่งที่แสดงเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่สำคัญๆ โดยมีการระบุวันเวลาไว้ ซึ่งสามารถย้อนไปโพสต์แก้ไข หรือเพิ่มได้ เช่น วันครบรอบการก่อตั้งองค์กร

6. การถามคำถาม (Questions) หมายถึง การสร้างแบบสอบถามเพื่อขอความคิดเห็นของผู้ใช้งานหรือสมาชิก โดยมีตัวเลือกให้โหวตและแสดงผลลัพธ์ที่มีผู้ใช้งานเลือกมากที่สุดเป็นผลลัพธ์ของแบบสำรวจ

7. การอัปเดตสถานะ (Status Updates) หมายถึง การโพสต์ (Post) ข้อความต่างๆ ผ่านหน้าวอลล์ (Wall)

8. วิดีโอ (Videos) หมายถึง การอัปโหลด (Upload) หรือแชร์ (Share) ไฟล์วิดีโอ และอาจมีข้อความประกอบร่วมด้วย

4. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์

4.1 ความหมายของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์

รติมา ศรีสมวงศ์, พิมพันธ์ โคมลจรูจิ, ทิวาพร รุ่งนาวา, บัณฑิตา สุกมี และพัลลภา ปีติสันต (2012) อธิบาย คำว่า ผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ หรือ Influencer หรือเรียกอีกอย่างว่า “Geek” มีได้หลายรูปแบบทั้งดารา บรรดาผู้มีชื่อเสียง และผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ แต่ในปัจจุบันไม่ใช่ดาราหรือผู้มีชื่อเสียงจะเรียกได้ว่าเป็นผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์เสมอ เพราะสิ่งสำคัญ คือ บุคคลนั้นๆ ต้องสามารถพูดและทำให้ผู้ติดตามเชื่อถือและทำตามได้ (trust) จากการวิจัยโดยทีมวิจัยของ นักศึกษาปริญญาโทสาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ผู้ทรงอิทธิพล คือ กลุ่มบุคคลที่ชื่นชอบการเขียนเล่าเนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ที่ตนเองสนใจและมีความเชี่ยวชาญได้อย่างน่าสนใจ คนเหล่านี้มักจะสามารถในการชักจูงหรือชี้้นำให้คนอื่นเกิดความเชื่อมั่นและคล้อยตามความคิดจนผู้ที่ติดตามอ่านเกิดความสนใจในสินค้าและบริการ และอาจนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

4.2 ประเภทของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2561) อธิบายว่า ผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ หรือ Online Influencer หลักๆ มีดังนี้

1. Celebrity / Mass Publisher กลุ่มนี้มักจะเป็นกลุ่มคนดังที่มีฐานคนตามมากๆ บ้างก็อาจจะนับกันที่ว่ามีคนติดตามอยู่ในหลักหลายแสนจนไปถึงหลักล้านเลย ซึ่งจะเห็นว่า “ความดัง” เป็นปัจจัยสำคัญของกลุ่มนี้ ซึ่งก็มักจะมากับเหตุผลที่คนติดตามเช่น คนติดตามดาราชื่อดัง ชื่นชม หรือ ไม่ก็บรรดา Facebook Page / Channel ที่มีคนดูคอนเทนต์จำนวนมาก เนื่องจากมีเนื้อหาน่าสนใจ หลากหลาย ตอบโจทย์คนหมู่มาก

2. Key Opinion Leaders / Professional Publishers / Specialist กลุ่มนี้อาจจะมีฐานคนติดตามน้อยกว่าในกลุ่มแรก บางครั้งก็จะใช้เกณฑ์ว่ามีคนติดตามอยู่ในระดับหลายแสน ซึ่งก็จะเป็นการพิสูจน์ว่ามีคนติดตามมากในระดับหนึ่งโดยมาจากความสนใจบางอย่าง เช่นเนื้อหาที่มีความเฉพาะทาง เป็นผู้เชี่ยวชาญหรือให้ความเห็นในเรื่องบางเรื่องที่สร้างฐานคนตามมากในระดับหนึ่ง จะเห็นว่าคนกลุ่มนี้มักจะเหมาะกับการสร้างความรู้ ความตระหนัก หรือ Awareness ในกลุ่มเฉพาะ เนื่องจากคนกลุ่มนี้ก็จะมีความสนใจเฉพาะเรื่อง และมักจะมีใจหรือความสนใจร่วมกับตัว Influencer ในระดับหนึ่ง และ 3. Micro Influencer กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ถูกพูดถึงเยอะในทุกวันนี้ คือกลุ่มคนที่เริ่มก้าวขึ้นมาเป็นคนที่มีความสนใจหรือคนรู้จัก อาจจะไม่ได้อิทธิพลมาก เช่นคนตามหลักหมื่นคน

นอกจากนี้ ยังให้ความเห็นว่า Influencer มีกุญแจสำคัญคือเรื่องของ “ความน่าเชื่อถือ” ซึ่งไม่ใช่ว่าคนที่มีเครือข่ายจำนวนมาก แล้วพูดอะไรคนก็เชื่อ ในทางกลับกัน หากพวกเขาพูดในสิ่งที่พวกเขาไม่รู้เรื่อง ไม่ได้มีความชำนาญ ก็จะกลายเป็นการแฉเพื่อใช้กระบอกเสียงของพวกเขา ซึ่งบรรดาคนตามก็จะไม่หลงเชื่ออีก

4.3 อิทธิพลของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2561) อธิบายถึงผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ ว่า หากแบ่งอิทธิพลของ Influencer ที่นอกจากจะทำให้คนสนใจ จนเข้ามาติดตามจำนวนมาก ยังประกอบด้วย

1. Relevance การมีความเชื่อมโยงกับประเด็นนั้นๆ การที่คนใดคนหนึ่งจะพูดแล้วมีความน่าเชื่อถือได้นั้น สำคัญคือคนๆ นั้นต้องมีความเกี่ยวข้องหรือเชื่อมโยงกับประเด็นที่จะพูด ยิ่งถ้าตัวคนพูดเกี่ยวข้องกับเรื่องที่เขาพูดก็ย่อมสร้างความน่าเชื่อถือให้มากขึ้น

2. Authority ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ นอกเหนือว่าตัวคนพูดจะมีความเชื่อมโยงกับประเด็นที่พูดแล้ว สิ่งก็ตามมาคือคนพูดเรื่องนั้นๆ มีความเชี่ยวชาญหรือเข้าใจในเรื่องนั้นๆ แค่ไหน มีประวัติในการพูดหรือแสดงออกที่สะท้อนความเชี่ยวชาญมากน้อยเพียงใด

3. Affinity ความสัมพันธ์กับผู้อื่นสิ่งที่มีผลกับการตัดสินใจของคนอย่างมาก คือรูปแบบความสัมพันธ์กับอีกฝ่าย ถ้าอีกฝ่ายเป็นเพื่อนสนิท เป็นคนรู้จัก เป็นคนคุ้นเคย เราก็จะมีความรู้สึกร่วมกับอีกฝ่ายได้ง่าย เกิดความเห็นอกเห็นใจ เกิดความคล้อยตาม ฯลฯ ผิดกับคนที่เราไม่เคยรู้จัก ไม่ได้สนิทด้วย การตัดสินใจก็จะใช้เรื่องของเหตุผลหรือข้อมูลต่างๆ มากกว่าเป็นธรรมดา

4. Proximity ความใกล้ชิดกับสถานการณ์ในหลายๆ ประเด็นอย่างเช่นการรายงานสถานการณ์ต่างๆ นั้น คนที่อยู่ในพื้นที่ หรืออยู่ใกล้เคียงสถานที่นั้นๆ ก็ย่อมมีส่วนทำให้คนอื่นพิจารณาข้อมูลแตกต่างไปจากเดิม

5. Trust ความน่าเชื่อถือ / เชื่อใจ ข้อนี้ น่าจะเป็นข้อที่สำคัญที่สุด และมีอิทธิพลที่สุด เพราะความน่าเชื่อถือนั้นเป็นหัวใจที่ทำให้อีกฝ่ายยอมคิดตาม หรือเปิดรับข้อมูลจากอีกฝ่าย เพราะถ้าใครที่มีความน่าเชื่อถือมากนั้น ก็สามารถทำให้คนอื่นเชื่อหรือรับฟังได้ง่าย ผิดกับบางคนที่มีแม้จะมีความรู้หรือข้อเท็จจริงมากแต่กลับขาดความน่าเชื่อถือ หรือทำลายความน่าเชื่อถือของตัวเองไป พูดย่อไรต่อไปก็ยากที่คนจะฟัง

6. Popularity ความโด่งดัง / เป็นที่รู้จักในมุมมองของจำนวนคนตาม จำนวนคนที่กดไลค์ น่าจะตกในข้อนี้เป็นสำคัญ เพราะการเป็นที่รู้จักของคนอื่นๆ นั้นย่อมมีส่วนทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในอีกมุมหนึ่งเช่นกัน

7. Goodwill ความปรารถนาดีสำหรับเรื่องหลายๆ เรื่องนั้น สิ่งที่เกี่ยวข้องกับศีลธรรม หรือทำให้คนรู้สึก “ดี” ก็ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับฟังหรือเชื่อใจสำหรับคนฟังอยู่พอสมควร ตัวอย่างเช่นถ้าใครที่เราารู้สึกว่าเขาปรารถนาดีจริงๆ หรือไม่ได้มีผลประโยชน์แอบแฝง เราก็จะเปิดใจรับฟัง

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ แนวคิดเรื่องโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCD) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ และ แนวคิดเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ ช่วยให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงแนวคิด ความหมาย ประเภท และการนำมาปรับใช้ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ทั้งการศึกษาเนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ สามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ และแนวคิดเรื่องโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง มาช่วยในการอภิปรายผลการศึกษาด้านเนื้อหาการสื่อสาร ส่วนการศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict สามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ มาช่วยในการอภิปรายถึงรูปแบบการทำงานผ่านฟังก์ชันที่ใช้ในแฟนเพจ และแนวคิดเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ นำมาช่วยในการอภิปรายผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ คือ นายแพทย์วิฑูรย์ ศิริประชัย เพื่อให้ข้อมูลเสริมจากการวิเคราะห์เนื้อหาสาระและรูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

6. งานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ เรื่อง การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama –addict ผู้วิจัยพบตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นดังกล่าว โดยสรุปได้ดังนี้

1. ภัตสร ปราชญ์กุล (2560) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การกำหนดเอกลักษณ์และการสื่อสารตราสินค้าบุคคลของผู้มีอิทธิพลออนไลน์ไทยผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษากลยุทธ์การกำหนดเอกลักษณ์ และวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าบุคคลของผู้มีอิทธิพลออนไลน์ไทยผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ รวมทั้งเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการสร้างตราสินค้าบุคคลของผู้มีอิทธิพลออนไลน์ไทยผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยผู้วิจัยทำการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากการคัดเลือกเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด ซึ่งไม่ใช่เฟซบุ๊กที่มีองค์กรหรือตราสินค้าเป็นเจ้าของ หรือเฟซบุ๊กดารา นักแสดง และมีผู้ติดตามมากกว่า 1 ล้านคน ซึ่งได้คัดเลือกมา 5 เพจ ได้แก่ เพจ Lowcostcosplay , บ้านทักของตุ๊ด, นัดเปิด, คาราโอเกะชั้นใต้ดิน, Drama-addict และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจากองค์กรเกี่ยวกับการสื่อสารตราสินค้าและสื่อดิจิทัลจำนวน 10 ท่าน รวมทั้งทำการวิเคราะห์เนื้อหา โดยศึกษาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจทั้ง 5 เพจย้อนหลังเป็นเวลา 2 เดือน ได้แก่ เดือนมีนาคมและเมษายน 2561

โดยผลการศึกษาของทั้ง 5 ตราสินค้าบุคคล พบว่า กลยุทธ์การกำหนดเอกลักษณ์ตราสินค้าบุคคลของผู้มีอิทธิพลออนไลน์ ประกอบด้วย 8 มิติ คือ การกำหนดคุณสมบัติ ขอบเขตคุณภาพ คุณประโยชน์ด้านอารมณ์ บุคลิกภาพตราสินค้า สัญลักษณ์ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและการกำหนดการวางจุดยืนตราสินค้า ในส่วนของกลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าบุคคลผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ จะประกอบไปด้วย 5 ประการหลัก ได้แก่ รูปแบบในการโพสต์ กำหนดเวลาและจำนวนในการโพสต์ แกนเนื้อหาในการโพสต์ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ติดตามเพจ การใช้งบประมาณในการสื่อสาร ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการสร้างตราสินค้าบุคคลของผู้มีอิทธิพลออนไลน์ไทยผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้น ประกอบไปด้วย 3 ประการ ได้แก่ การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า การผลิตและพัฒนาคุณภาพของเนื้อหา และความเชี่ยวชาญบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กแฟนเพจ

2. มณูเชษฐ์ มะโนธรรม (2563) ศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจทางสุขภาพ และการจัดการเงื่อนไขของตนเองเพื่อเสริมสร้างสุขภาพตามหลัก 3 อ. 2ส. ในประชาชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย เป็นงานวิจัยภาคตัดขวาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจทางสุขภาพ กับการจัดการเงื่อนไขของตนเองเพื่อเสริมสร้างสุขภาพตามหลัก 3อ.2ส. ของประชาชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย โดยศึกษากลุ่ม

ตัวอย่างอายุระหว่าง 15-90 ปี จำนวน 600 คน ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มชาวไทยพื้นราบ 400 คน กลุ่มชาติพันธุ์ลาหู่ 100 คน และกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า 100 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มชาวไทยพื้นราบ ร้อยละ 65.50 มีระดับความรู้ความเข้าใจทางสุขภาพเกี่ยวกับการปฏิบัติตนตามหลัก 3อ. 2ส. ในระดับดีมาก กลุ่มชาติพันธุ์ลาหู่ ร้อยละ 48.00 และกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า ร้อยละ 53.00 มีระดับความรู้ความเข้าใจทางสุขภาพเกี่ยวกับการปฏิบัติตนตามหลัก 3อ. 2ส. อยู่ในระดับไม่ดี ในขณะที่ระดับการจัดการเงื่อนไขของตนเองเพื่อเสริมสร้างสุขภาพตามหลัก 3อ. 2ส. ของชาวไทยพื้นราบร้อยละ 61.00 กลุ่มชาติพันธุ์ลาหู่ ร้อยละ 51.00 และกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า ร้อยละ 52.00 อยู่ในระดับไม่ดี และเมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจทางสุขภาพกับการจัดการเงื่อนไขของตนเองเพื่อเสริมสร้างสุขภาพตามหลัก 3อ. 2ส. ในกลุ่มชาวไทยพื้นราบพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ แต่พบว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในกลุ่มชาติพันธุ์ลาหู่ และกลุ่มชาติพันธุ์อาข่า ทั้งนี้ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการเสริมสร้างสุขภาพตามหลัก 3อ. 2ส. ในกลุ่มชาติพันธุ์ที่เป็นคนกลุ่มน้อยในพื้นที่ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีข้อจำกัดเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพ

3. อิริยาพร อุดทา (2560) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลพญาไท ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหา รูปแบบการสื่อสารสุขภาพ และศึกษากลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลพญาไท โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาสาร รูปแบบการนำเสนอ ผ่านเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลพญาไท เริ่มศึกษาตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม - 30 กันยายน 2559

ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก มีเนื้อหาให้ความรู้ทางการแพทย์ และมีรูปแบบการนำเสนอที่เป็นบทความมากที่สุด และเข้าถึงได้ทุกช่วงวัยทั้งชายและหญิง โดยผ่านการนำเสนอ เนื้อหาสุขภาพที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน จนเกิดเป็นกลุ่มคนออนไลน์ที่คอยแบ่งปันสาระความรู้ให้แก่กันและกัน แลกเปลี่ยนข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้จริง และสามารถนำไปสู่การพัฒนาาระบบสุขภาพของสังคม ทำให้รู้ถึงวิธีป้องกันโรคและเรียนรู้ที่จะพึ่งพาตนเอง และเป็นที่พึ่งให้กับผู้อื่นได้

โดยยังพบว่า การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กดังกล่าว ยังพบประเด็นตามวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1. ด้านเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก มีประเด็นความรู้ ประเด็นสร้างความสัมพันธ์ ประเด็นพัฒนาระบบสุขภาพของสังคม ประเด็นป้องกันโรค และประเด็นพึ่งพาตนเอง และ 2. ด้านรูปแบบการสื่อสารเกี่ยวกับสื่อสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก มีรูปแบบบทความ รูปแบบถ่ายทอดสด รูปแบบสื่อประสม และรูปแบบข่าวสาร

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาการใช้กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารเนื้อหา และกลยุทธ์รูปแบบการสื่อสาร พบว่า ทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีปฏิสัมพันธ์และมีผู้เข้ารับบริการหน้าใหม่เพิ่มขึ้นจริง ด้วยการใช้กลยุทธ์รูปแบบการนำเสนอด้วยการใช้ภาษาที่สื่อสารได้อย่างชัดเจนตรงไปตรงมา และไม่ใช้คำยากให้กลุ่มเป้าหมายตีความผิดๆ ไม่ใช่ศัพท์ทางการแพทย์ให้สับสน ผู้รับสารอ่านเข้าใจได้ทันทีด้วยการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพ รูปภาพประกอบที่ถูกลิขสิทธิ์มานำเสนอผ่านสื่อเฟซบุ๊ก สร้างความน่าเชื่อถือให้กับโรงพยาบาล มีแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องด้วยการซื้อลิขสิทธิ์อย่างถูกกฎหมายและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดทัศนคติเชิงบวก จนนำไปสู่การพัฒนาระบบสุขภาพของสังคมและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเรื่องสุขภาพต่อไปได้

4. ชนพัฒน ชิตโสภณดิถ (2558) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารบน Facebook Fanpage Goal Thailand ที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์ Goal.com/th/ โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหา และกลยุทธ์การสื่อสารบน Facebook Fanpage Goal Thailand ที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์ Goal.com/th/ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาสารบนหน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจ ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการบริหาร คอลัมน์นิสต์ และกราฟิกดีไซน์ Facebook Fanpage Goal Thailand

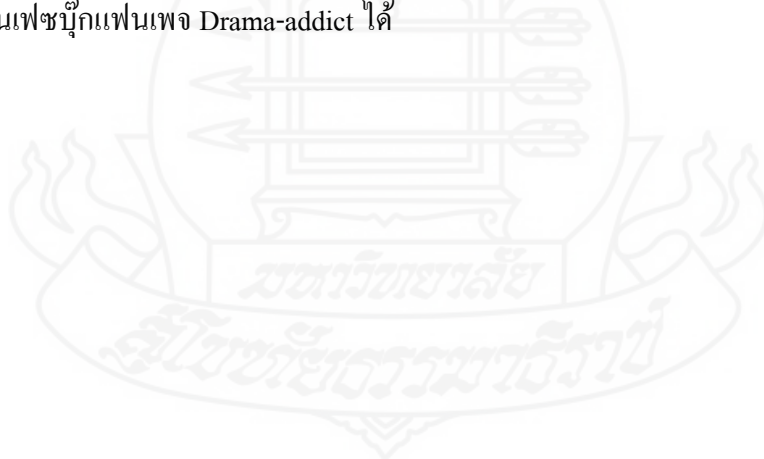
ผลการศึกษาพบว่า Goal Thailand ใช้สื่อ Facebook Fanpage มาก่อนที่จะมีเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ โดยเกิดความเป็นชุมชน (Community) มีการโต้ตอบ แสดงความคิดเห็นระหว่างผู้ติดตาม Facebook Fanpage ด้วยกันเองตลอดเวลา จากการที่ใช้ Facebook Fanpage Goal Thailand ส่งผลให้มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ในจำนวนที่น่าพึงพอใจ เนื่องจากความหลากหลายของรูปแบบเนื้อหาสารที่นำเสนอ ประกอบกับการใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารบน Facebook Fanpage Goal Thailand ได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ความคิดสร้างสรรค์ ในการนำเสนอเนื้อหาสาร ทั้งในรูปแบบเนื้อหาข่าว และรูปภาพ Goal Thailand มีการนำเสนอในมุมที่แตกต่างจากสื่อกีฬาอื่นๆ

ด้วยความต่างนี้ ทำให้เนื้อหาข่าว และภาพกราฟิก Goal Thailand เป็นที่สนใจทั้งกลุ่มในกลุ่มคนที่ติดตาม กีฬาฟุตบอล และผู้ที่ไม่ได้ติดตาม ซึ่งวัดได้จากจำนวนผู้ที่มาคลิกดูใจ แสดงความคิดเห็น และมีการแบ่งปันกันต่อ จากความได้เปรียบของ Goal Thailand ที่เป็นสำนักข่าวในรูปแบบเว็บไซต์ข่าวออนไลน์ และเลือกใช้ Facebook Fanpage เป็นช่องทางการสื่อสาร ทำให้สามารถเลือกใช้คำ และภาษาเพื่อมา นำเสนอได้หลากหลายกว่าสื่ออื่นๆ

จากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวข้องส่วนใหญ่มุ่งเน้นการอธิบายถึงกลยุทธ์การสื่อสารของเจ้าของแฟนเพจ และการศึกษาเนื้อหาสารที่มุ่งเน้นให้ความรู้ด้านสุขภาพทั่วไปแก่ประชาชน (ตัวอย่าง เช่น งานวิจัยของภัสสร ปราชญ์กุล, 2560 และอริยาพร อุดทา, 2560 เป็นต้น) โดยส่วนใหญ่

เป็นการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ และเนื้อหาที่มีการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งไม่ได้เจาะจงเนื้อหาด้านการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคตามแนวทางของกรมอนามัย คือ 3 อ.2ส.1ฟ. แต่เป็นเนื้อหาลักษณะบทความทางการแพทย์ เนื้อหาการให้ความรู้ด้านสุขภาพทั่วไป ส่วนการศึกษาเนื้อหาสารงานวิจัยของ มนุษยศาสตร์ มะ โนธรรม (2563) อธิบายเนื้อหา 3อ.2ส. ที่เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจทางสุขภาพของประชาชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงราย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นชาวไทยพื้นราบ และกลุ่มชาติพันธุ์ลาหู่ ชาติพันธุ์อาข่า ขณะที่เนื้อหาจำกัดเพียง 3อ.2ส. แต่ไม่มีเนื้อหา 1ฟ. ส่วนงานวิจัยของ ธนพัฒน์ ชิตโสภณดิลก (2558) เป็นการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Goal Thailand ที่มุ่งเน้นศึกษารูปแบบการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าชม ซึ่งพบปัจจัยมาจากทั้งเนื้อหา รูปแบบ ความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ เป็นต้น แต่ไม่ได้มุ่งเน้นศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ

งานวิจัยเหล่านี้ จึงเป็นตัวอย่าง และแนวทางที่ดีสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ในส่วนของการศึกษาเนื้อหาด้านสุขภาพตามแนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย คือ 3 อ.2ส.1ฟ. และศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เนื่องจากยังไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรง งานวิจัยดังกล่าวจึงน่าจะช่วยต่อเติมองค์ความรู้ในการศึกษาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ได้



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการวิเคราะห์เนื้อหาบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict และการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหาตามแนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข “3อ. 2ส. 1ฟ.” บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict และเพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 แหล่งข้อมูลจากเฟซบุ๊ก (Facebook)

ผู้วิจัยคัดเลือกเฟซบุ๊กเกี่ยวกับสุขภาพเป็นแหล่งข้อมูลหลัก ทั้งนี้กำหนดเงื่อนไขในการคัดเลือกแหล่งข้อมูลเป็นลำดับดังนี้ ขั้นแรกคัดเลือกเฟซบุ๊กที่มีการสื่อสารประเด็นสุขภาพ โดยเฉพาะการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ซึ่งปัจจุบันมีหลายเฟซบุ๊ก ที่มีการสื่อสารประเด็นสุขภาพ แต่พบว่า อาจไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญอย่างแท้จริง ขั้นที่สองจึงได้ทำการคัดเลือกเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ได้รับการยอมรับจากภาครัฐ คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งได้จัดทำโครงการ “เช็ค ชัวร์ แชร์” (2562. สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2562 จาก sure.oryor.com) เป็นโครงการที่เชิญผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์เข้ามาช่วยสื่อสารประเด็นสุขภาพต่างๆ โดย อย. ได้รวบรวมผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ หรือเจ้าของเพจรวม 10 เพจ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มีแฟนเพจมากเป็นอันดับที่ 1 คือ เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict มีผู้ติดตามจำนวน 2,080,965 คน (เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict . (2562). สืบค้นข้อมูลวันที่ 11 กรกฎาคม 2562 จาก <https://web.facebook.com/DramaAdd>)

1.2 แหล่งข้อมูลจากบุคคล

เนื่องจากแหล่งข้อมูลหลักของการวิจัยคือ เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama –addict ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องการทราบข้อมูลเชิงลึก และรายละเอียดเพิ่มเติมมากกว่าการวิเคราะห์เพียงเนื้อหาของแฟนเพจดังกล่าว ดังนั้นจึงสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าของเพจดังกล่าวในประเด็นที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม

2. ขั้นตอนและวิธีการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหาสุขภาพโดยใช้กรอบเนื้อหาตามแนวทางรณรงค์ส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ที่เรียกว่า 3อ.2ส.1พ. ประกอบด้วย พฤติกรรมการรับประทานอาหาร พฤติกรรมการออกกำลังกาย พฤติกรรมด้านอารมณ์ พฤติกรรมการสูบบุหรี่ พฤติกรรมการดื่มสุรา และการดูแลสุขภาพฟัน โดยแบ่งรายละเอียด ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยการบันทึกข้อมูลที่นำเสนอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict เป็นเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม - กันยายน 2562 โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

- ส่วนที่ 1 วิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ โดยใช้แนวทางการรณรงค์ส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข หรือ หลักสร้างสุขภาพที่ดี “3อ.2ส.1พ.” โดยการวิเคราะห์เนื้อหานั้น ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ด้วยการจับภาพหน้าจอด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ร่วมกับการเก็บบันทึกข้อมูลผ่านตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) ซึ่งแนบไว้ในภาคผนวก

- ส่วนที่ 2 วิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารสุขภาพ เพื่อศึกษาว่าแฟนเพจ Drama-addict ใช้ฟังก์ชันของเฟซบุ๊กฟังก์ชันใดบ้างเพื่อนำเสนอเนื้อหา ทั้งนี้ฟังก์ชันดังกล่าวมีทั้งหมด 7 ฟังก์ชัน คือ การอัปเดตสถานะ (Status Updates), การเขียนบันทึก (Notes) บอกล่าเรื่องราวแก่คนอื่น ๆ, การแจ้งกิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจ (Event), วิดีโอ (Videos), รูปภาพ (Photos), การแชร์ลิงก์ (Link) และการสร้างโพลล์คำถามบนเฟซบุ๊ก (Polls on Facebook) โดยทั้งหมดรวบรวมมาจากแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงการศึกษาวิจัยที่ผ่านมา (ชนพัฒน์ ชิตโสภณดิลก (2558), วรมน เนาวรรตโนภาส (2561) และเกศริน รัตนพรธมทอง (2555) โดยการเก็บข้อมูล เป็นการบันทึกลงในตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแหล่งข้อมูลบุคคล คือ นายแพทย์ วิทวัส ศิริประชัยอดีตแพทย์ประจำโรงพยาบาลเกาะลันตา อ.เกาะลันตา จ.กระบี่ โดยได้ทำหนังสือขอความร่วมมือไปยังนายแพทย์วิทวัส ซึ่งเป็นเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict เพื่อขออนุญาต

สัมภาษณ์เชิงลึกตามแนวคำถามที่จะแสดงให้เห็นในภาคผนวก โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยการโทรศัพท์สัมภาษณ์ เนื่องจากแหล่งข้อมูลไม่สะดวกให้สัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า จึงทำการโทรศัพท์สัมภาษณ์ และจดบันทึก พร้อมด้วยการบันทึกเสียงผ่านเทปบันทึกเสียง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย สามารถจำแนกได้ดังนี้

3.1 เครื่องมือวิจัย จำแนกประเภทของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1.1 ตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) โดยเก็บข้อมูลจากเนื้อหาที่มีการโพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับจับภาพหน้าจอเพื่อบันทึกหน้าจอคอมพิวเตอร์ จากนั้นนำมาบันทึก

3.1.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นแนวคำถามแบบปลายเปิด (Opened Question) ที่ไม่ชี้นำคำตอบ และใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการถาม ซึ่งการตั้งคำถามเป็นการตั้งคำถามแบบล่วงหน้า และประเด็นคำถามจะเน้นเป็นการสนทนาระหว่างบุคคลกับบุคคล

3.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิภายในจำนวน 2 ท่าน จากนั้นได้ส่งคำถามให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ก่อนจะถูกสัมภาษณ์จริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) และการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยเก็บข้อมูลจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict และนำมาลงในตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) เพื่อศึกษาเนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama - addict และเพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama - addict โดยรวบรวมข้อมูลระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม สิงหาคม และกันยายน พ.ศ.2562 แบ่งรายละเอียดออกเป็น

- เนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama - addict ประกอบด้วย จำนวนการโพสต์เนื้อหาด้านสุขภาพที่เป็นไปตามแนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของ

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข “3 อ.2ส.1ฟ.”, ประเด็นเนื้อหา “3อ.2ส.1ฟ.”, การศึกษาแหล่งที่มาของเนื้อหาที่โพสต์ และศึกษาจำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่โพสต์

- รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict ประกอบด้วย 7 ฟังก์ชัน คือ การอัปเดตสถานะ (Status Updates), การเขียนบันทึก (Notes) บอกเล่าเรื่องราวแก่คนอื่น ๆ, การแจ้งกิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจ (Event), วิดีโอ (Videos), รูปภาพ (Photos), การแชร์ลิงก์ (Link) และการสร้างโพลล์คำถามบนเฟซบุ๊ก (Polls on Facebook) (ธนพัฒน์ ชิตโสภณดิลก (2558), วรมนเนาวรัตน์ (2561) และเกรียง รัตนพรหมทอง (2555))

ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ หรือเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict คือ นายแพทย์ วิววัส ศิริประชัย อดีตแพทย์ประจำโรงพยาบาลเกาะลันตา อ.เกาะลันตา จ.กระบี่มาประกอบการศึกษาเนื้อหาการสื่อสาร ด้วยการสัมภาษณ์จากการบันทึกเทปและจดบันทึกในการเก็บข้อมูล โดยประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ อาศัยการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ร่วมกับการศึกษาข้อมูลทั่วไปของเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

คำถามส่วนที่ 1 : ความเป็นมาของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict

คำถามส่วนที่ 2 : เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict อย่างไร

คำถามส่วนที่ 3: รูปแบบการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict มีลักษณะอย่างไร

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัย

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ลงในตารางบันทึกข้อมูล ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าของแฟนเพจ Drama-addict โดยผู้วิจัยจะแปลภาษาเป็นข้อมูล แบ่งแยกออกเป็นเนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ และรูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาคัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป และจัดระเบียบข้อมูล เพื่อช่วยสร้างข้อสรุปได้ง่าย จากนั้นสร้างข้อสรุปโดยใช้กรอบความคิดเชิงทฤษฎีเป็นฐานหลักในการวิเคราะห์ เพื่อนำข้อค้นพบเบื้องต้นมาพิจารณาว่า สอดคล้องกับทฤษฎีหรือแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งในกรอบความคิดที่ตั้งกรอบไว้ตั้งแต่ต้นหรือไม่อย่างไร แล้วจึงอภิปรายตามข้อค้นพบที่ได้และยืนยันข้อสรุป

5.2 การนำเสนอผลการวิจัย

การนำเสนอข้อมูลครั้งนี้ เป็นการนำเสนอในรูปแบบการวิเคราะห์เพื่อสร้างข้อสรุปโดยแบ่งเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1) เนื้อหาการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama – addict ประกอบด้วย จำนวนการโพสต์เนื้อหาตามแนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย “3 อ.2ส.1ฟ.”, ประเด็นเนื้อหา, การศึกษาแหล่งที่มาของเนื้อหาที่โพสต์ และศึกษาจำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่โพสต์ และ 2) รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict ประกอบด้วย 6 ฟังก์ชัน คือ การอัปเดตสถานะ, การเขียนบันทึก, วิดีโอ, รูปภาพ, การแชร์ลิงก์ (Link) และการสร้างโพลคำถามบนเฟซบุ๊ก ซึ่งใช้วิธีอธิบายข้อมูล และนำความคิดเห็นจากคำสัมภาษณ์เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจมาสนับสนุนพร้อมยกตัวอย่างภาพ เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama –addict เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research method) ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม สิงหาคม และกันยายน 2562 โดยแบ่งผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict
 - 1.1 ที่มาเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict
 - 1.2 วัตถุประสงค์การก่อตั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict
 - 1.3 ที่มาของการเข้าร่วมโครงการเช็ค ชัวร์ แชร์
2. เนื้อหาเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ตามแนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข “3อ. 2ส. 1ฟ.”
 - 2.1 จำนวนการโพสต์เนื้อหาตามกรอบ “3อ. 2ส. 1ฟ.” บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict
 - 2.2 ประเด็นเนื้อหาที่มีการนำเสนอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ตามกรอบ “3อ. 2ส. 1ฟ.”
 - 2.3 แหล่งที่มาของเนื้อหา “3อ.2ส.1ฟ.”
 - 2.4 จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหา “3อ. 2ส. 1ฟ.”
3. รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama - addict
 - 3.1 รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict
 - 3.2 การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict

1. ความเป็นมาเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

1.1 ที่มาเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict

เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict หรือ ดรามา แอดดิค ถูกก่อตั้งโดย นายแพทย์วิฑูรย์ศิริประชัย อดีตแพทย์ประจำโรงพยาบาลเกาะลันตา อ.เกาะลันตา จ.กระบี่ หรือที่รู้จักกันในชื่อว่า

“จำพิชิต ขจัดพาลชน” โดยเพจดังกล่าวเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและสาธารณสุข ทั้งในและต่างประเทศ รวมไปถึงประเด็นความขัดแย้งในสังคม โดยเป็นการแชร์ข้อมูลจากสำนักข่าวต่างๆ รวมถึงเพจ หรือจากผู้ใช้เฟซบุ๊ก พร้อมทั้งสอดแทรกความคิดเห็นของตนเอง โดยการนำเสนอมีลีลาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเข้าใจง่าย จนมีผู้ติดตามเพจกว่า 2 ล้านคน



ภาพที่ 4.1 ภาพประจำตัว (Profile Photo) และภาพหน้าปก (Cover Photo) เพจDrama-addict
ที่มา : เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict (2563) สืบค้นเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2563 จาก
<https://www.facebook.com/DramaAdd/>

“สมัยก่อนผมเป็นแพทย์ประจำรพ.เกาะลันตา ระหว่างนั้นช่วงไหนว่างๆ ก็ลองเขียน บล็อก อย่างในเว็บ ไซด์พันทิป (www.pantip.com) ผมจะชอบเข้าไปติดตามข้อมูล กระแสดราม่า ผ่านกระทู้จำนวนมาก มานั่งคิดว่าน่าจะมีเว็บไซต์รวบรวมเรื่องราวพวกนี้ จนตั้งเว็บไซต์ดราม่าขึ้น ช่วงแรกคิดว่าแค่เอาลิงค์กระทู้มาแปะ เพราะตอนนั้นกระทู้ที่น่าสนใจเยอะมาก แต่ระยะหลังก็ แสดงความคิดเห็น เขียนประเด็นดราม่าไปเรื่อย จนสร้างเป็นเพจในปัจจุบัน ส่วนที่นำเสนอข้อมูล สุขภาพก็เพราะช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ก่อนหน้านี้ไม่ค่อยมีคนนำเสนอเรื่องพวกนี้ แต่ก่อนมีแต่พวก ไบป्लीว แผ่นภาพ เสียงตามสาย ซึ่งพอยุคสมัยเปลี่ยนคิดว่า คงไม่ได้แล้ว และตอนนั้นผมอยู่ ต่างจังหวัด มีประเด็นข้อมูลเท็จในอินเทอร์เน็ต ซึ่งเริ่มเข้ามามากขึ้น คนใช้ที่มารักขากับเราก็ หลงเชื่อข้อมูลเท็จพวกนี้ ยังมีเฟซบุ๊ก ในไลน์ ยิ่งกระจายเยอะ อย่างไม่ซื่อฉลาดความอ้วนแฉวง ฆนบุรี และมารักขาที่ รพ. ด้วยอาการใจสั่น ผมคิดว่า ถ้ามีการนำเสนอข้อมูลให้ความรู้ด้านสุขภาพก็ เป็นเรื่องดี และเป็นเรื่องที่คนให้ความสนใจตลอด” (วิทวัส ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

ส่วนชื่อ “จำพิชิต ขจัดพาลชน” นั้น มาจากก่อนหน้านี้ นายแพทย์วิฑูรย์ เคยใช้ชื่อนี้ล้อก๊อกลงในการเขียนบล็อกลงในเว็บบอร์ดหลุดโลก (ปัจจุบันไม่มีแล้ว) ส่วนปัจจุบันที่ยังเห็นในเฟซบุ๊ก “จำพิชิต ขจัดพาลชน” เป็นเฟซบุ๊กส่วนตัว ซึ่งแตกต่างจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ที่เป็นเพจสาธารณะ

1.2 วัตถุประสงค์การก่อตั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

จากการสัมภาษณ์นายแพทย์วิฑูรย์ ถึงวัตถุประสงค์การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เป็นการสื่อสารที่มุ่งเน้นให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชน โดยเฉพาะข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่หลงเชื่อข้อมูลเท็จที่มีการแชร์กันในสังคมออนไลน์ และมีกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน ไปจนถึงวัยกลางคนที่สนใจข้อมูลสุขภาพที่มีการสื่อสารเข้าใจง่าย



ภาพที่ 4.2 นายแพทย์วิฑูรย์ ศิริประชัย

ที่มา: ฉลาดซื้อ นิตยสารออนไลน์ (2563) สืบค้นเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2563 จาก

<https://chaladsue.com/article/2538>

“ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ชัดเจน แต่โดยหลักต้องการติดอาวุธทางปัญญาผมต้องการให้ความรู้ ให้ข้อมูลข้อเท็จจริงประชาชน อย่างเรื่องยามาเชื้อ เรียกผิดเป็นยาแก้แอสเพน ซึ่งตรงนี้พบบ่อยมาก หรือแม้แต่การหลงเชื่อข้อมูลแปลกๆ ว่า เจาะปลายนิ้วรักษาโรคเส้นเลือดในสมอง อย่างหลังๆ หากมีใครโพสต์ข้อมูลเท็จแบบนี้ ก็จะมีคนเอาข้อมูลเก่าๆที่เราเคยโพสต์มาแชร์เพื่อมาเตือน

ว่าเป็นเรื่องเท็จ ซึ่งจริงๆ ก็ถือว่าได้ในระดับหนึ่ง แต่หากจะให้ดี ต้องให้ประชาชนมีติดอาวุธทางปัญญา มีแหล่งอ้างอิงได้ ซึ่งในอนาคตควรมีเว็บรวมฐานข้อมูลว่า อันไหนจริง อันไหนเท็จ เพื่อให้ประชาชนเข้าไปตรวจสอบได้” (วิทวัส ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

1.3 ที่มาของการเข้าร่วมโครงการเช็ค ชัวร์ แชร์

เนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ ออย. ร่วมมือกับ influencers ทั่วประเทศเพื่อรณรงค์สร้างการรับรู้กับประชาชน ให้ตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ได้รับก่อนจะแชร์ ข้อมูลนั้นให้กับสังคมรอบข้าง ซึ่งในส่วนของเพจ Drama-addict จัดเป็นเพจที่มีการสื่อสารสุขภาพ ประกอบกับเจ้าของเพจเป็นบุคลากรทางการแพทย์ และมีผู้ติดตามจำนวนมากในลำดับต้นๆ จึงได้ถูกคัดเลือกเข้ามาอยู่ในโครงการดังกล่าว

“ผมมองว่าปัญหาข้อมูลสุขภาพหลอกลวงมีมากขึ้น โดยเฉพาะในสังคมออนไลน์ จำเป็นต้องมีข้อมูลข้อเท็จจริงมาต่อสู้กับเฟคนิวส์เหล่านี้ อย่างกรณีมีคนไปซื้อพวกยาลดความอ้วน ยาผิวขาว ซึ่งกินเข้าไปแล้วเขาเกิดผลเสีย แต่ช่วงหลายปีก่อน การจะดำเนินการสร้างความตระหนักรู้ก่อนข้างยาก ในการป้องกัน หรือตรวจจับต่างๆ แม้แต่คนพบเบาะแสจะไปประสานหน่วยงานรัฐ อาจไม่สะดวก ส่วนใหญ่ก็มาฝากเราเผยแพร่ผ่านเพจ ซึ่งเมื่อเราได้ข้อมูลเบาะแสมาก็กรองและส่งให้ออย. รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ และเมื่อมีโครงการนี้มาก็เป็นการทำต่อเนื่องเชื่อมโยงกัน” (วิทวัส ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

2. เนื้อหาเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama- addict ตามแนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข “3อ. 2ส. 1ฟ.”

การศึกษาเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict แบ่งการศึกษาได้ดังนี้

2.1 จำนวนการโพสต์เนื้อหาตามกรอบ “3อ. 2ส. 1ฟ.” บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

จากการศึกษาเนื้อหา “3 อ.2ส.1ฟ.” ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ที่มีการโพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนเนื้อหา“3อ.2ส.1ฟ.” ที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

เนื้อหาสาร	จำนวนการ	จำนวนการ	จำนวนการโพสต์	รวม
	โพสต์	โพสต์	ก.ย.	
	ก.ค.	ส.ค.		
อาหาร	58	92	89	239
ออกกำลังกาย	6	6	3	15
อารมณ์	5	7	18	30
สุรา	5	2	7	14
สูบบุหรี่	1	0	2	3
สุขภาพฟัน	5	2	3	10
รวม	80	109	122	311

จากตารางที่ 4.1 เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict มีการโพสต์เนื้อหา “3อ. 2ส. 1ฟ.” รวมทั้งหมด 311 โพสต์ แบ่งเป็น เนื้อหาเกี่ยวกับ “อาหาร” จำนวน 239 โพสต์ เนื้อหาเกี่ยวกับ “อารมณ์” จำนวน 30 โพสต์ เนื้อหาเกี่ยวกับ “ออกกำลังกาย” จำนวน 15 โพสต์ เนื้อหาเกี่ยวกับ “สุรา” จำนวน 14 โพสต์ เนื้อหาเกี่ยวกับ “สูบบุหรี่” จำนวน 3 โพสต์ และเนื้อหาเกี่ยวกับ “ฟัน” หรือสุขภาพฟันจำนวน 10 โพสต์

เมื่อจัดลำดับจำนวนเนื้อหาที่มีการโพสต์มากที่สุด พบว่า อันดับ 1 เป็นเนื้อหาสารเกี่ยวกับ “อาหาร” เป็นเนื้อหาที่มีจำนวนการโพสต์มากที่สุด โดยพบว่า ตลอด 3 เดือนมีการโพสต์รวมกันทั้งหมด 239 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 58 โพสต์ เดือนสิงหาคมจำนวน 92 โพสต์ และเดือนกันยายนจำนวน 89 โพสต์

อันดับ 2 เนื้อหาสารเกี่ยวกับ “อารมณ์” พบว่า ตลอด 3 เดือนมีการโพสต์รวมกันทั้งหมด 30 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 5 โพสต์ เดือนสิงหาคมจำนวน 7 โพสต์ และเดือนกันยายนจำนวน 18 โพสต์

อันดับ 3 มีการโพสต์เนื้อหาสารเกี่ยวกับ “ออกกำลังกาย” พบว่า ตลอด 3 เดือนมีการโพสต์รวมกันทั้งหมด 15 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 6 โพสต์ เดือนสิงหาคมจำนวน 6 โพสต์ และเดือนกันยายนจำนวน 3 โพสต์

อันดับ 4 มีการโพสต์เนื้อหาสาระเกี่ยวกับ “สุรา” รวมกันทั้งหมดจำนวน 14 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 5 โพสต์ เดือนสิงหาคมจำนวน 2 โพสต์ และเดือนกันยายนจำนวน 7 โพสต์

อันดับ 5 เนื้อหาเกี่ยวกับ “สุขภาพฟัน” พบว่า มีการโพสต์รวมกันทั้งหมดจำนวน 10 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 5 โพสต์ เดือนสิงหาคมจำนวน 2 โพสต์ และเดือนกันยายนจำนวน 3 โพสต์

อันดับ 6 เนื้อหาเกี่ยวกับ “สูบบุหรี่” มีการโพสต์รวมกันทั้งหมดจำนวน 3 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 1 โพสต์ เดือนสิงหาคมไม่มีการโพสต์ และเดือนกันยายนจำนวน 2 โพสต์

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ นายแพทย์วิฑูรย์ ไม่ได้มีการกำหนดจำนวนเนื้อหาที่นำมาโพสต์บนเฟซบุ๊ก ว่า ในแต่ละวันต้องโพสต์จำนวนเท่าไร เช่นเดียวกับการเลือกเนื้อหาสาระเพื่อนำมาโพสต์ไม่ได้เจาะจงว่า ต้องเป็นไปตามแนวทางการส่งเสริมสุขภาพของภาครัฐ หรือตาม “3อ.2ส.1ฟ.” ของกรมอนามัย แต่มุ่งเน้นเนื้อหาที่น่าสนใจ และเข้าถึงผู้รับสาร โดยเนื้อหาสาระเกี่ยวกับอาหาร จะได้รับความสนใจมาก เพราะเป็นเรื่องใกล้ตัว ส่วนเนื้อหาสาระเกี่ยวกับอารมณ์ ได้รับความสนใจเช่นกัน โดยเฉพาะประเด็น โรคซึมเศร้า หรือปัจจัยที่ทำให้เสี่ยงฆ่าตัวตาย การโพสต์เนื้อหาจึงมุ่งเน้นเรื่องใกล้ตัวประชาชนเป็นสำคัญ

“สนใจอันไหนก็โพสต์อันนั้น รวมทั้งหากเป็นกระแสก็จะนำมาโพสต์ให้ข้อมูลถูกเพจ แต่อย่างแนวทางส่งเสริมสุขภาพป้องกันโรคอย่าง “ 3อ.2ส.1ฟ.” ไม่เคยได้ยิน แต่เมื่อทราบว่า มีแนวทางนี้ และไปพิจารณาดูก็พบว่าเนื้อหาที่โพสต์ไม่แตกต่างกัน อย่างเรื่อง อาหาร ออกกำลังกาย การปรับอารมณ์ ลดความเครียด สุรา สูบบุหรี่ หรือปัญหาช่องปาก เรามีการเลือกเนื้อหาโพสต์หมด แต่กระจายกันไป เพียงแต่การโพสต์แต่ละเนื้อหา ก็ไม่ใช่ว่าต้องสุดโต่ง เช่น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่จะโพสต์เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีเลิกเหล้าที่ถูกต้องสำหรับคนอยากเลิก แต่บางคนไม่รู้ไปเลิกดื่มแบบหักดิบ อันนี้อันตรายเพราะอาจเสี่ยงเป็นลมชัก เป็น โรคชักหลังถอนสุรา ซึ่งจริงๆก็มีกลุ่มเพื่อนที่เป็นจิตแพทย์ มาเล่าให้ฟัง และฝากเตือน แต่ส่วนตัวผมไม่ได้แนะนำว่าต้องเลิกดื่ม เพราะจริงๆ เรื่องการดื่มเหล้าก็เหมือนเป็นวัฒนธรรมของมนุษย์ที่มีการดื่มปกติ ขอแค่อย่าดื่มกันจนขนาดเป็นพิษสุราเรื้อรัง ดับแข็งก็พอ ” (วิฑูรย์ ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

2.2 ประเด็นเนื้อหาที่มีการนำเสนอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ตามกรอบ “3อ. 2ส. 1ฟ.”

จากการจำแนกเนื้อหาสร้างสุขภาพที่ดี “ 3 อ.2ส.1ฟ.” สามารถแยกรายละเอียด ดังนี้ เนื้อหาเกี่ยวกับอาหารที่นำมาโพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict แบ่งออกได้ 6 ประเด็น ประกอบด้วย 1. ให้ความรู้พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง 2. ให้ความรู้ทั่วไปด้านอาหาร 3. ความปลอดภัยด้านอาหาร 4. แนะนำเมนูอาหาร 5. ให้ข้อมูลการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง และ 6.กลุ่มเนื้อหาอื่นๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้ภาครัฐ ปัญหาการบริโภคต่างๆ เป็นต้น

ตารางที่ 4.2 จำนวนประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร ดังนี้

กลุ่มเนื้อหาด้านอาหาร	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	รวม 3 เดือน/โพสต์
1. ให้ความรู้พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง	18	38	6	62
2. ความรู้ทั่วไปด้านอาหาร	4	20	28	52
3. ความปลอดภัยด้านอาหาร	18	16	10	44
4. แนะนำเมนูอาหาร	2	9	33	44
5. ข้อมูลการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง	16	5	4	25
6. อื่นๆ (ประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้ภาครัฐ, ปัญหาการบริโภค)	1	3	8	12

ตามตารางที่ 4.2 จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict พบว่า ประเด็นเนื้อหาด้านอาหารมีการโพสต์รวม 239 โพสต์ แบ่งการโพสต์ออกเป็น 6 ประเด็นเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้

อันดับ 1 ได้แก่ เนื้อหาให้ความรู้พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้องมีการโพสต์ตลอด 3 เดือนรวมกันจำนวน 62 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 18 โพสต์ เดือนสิงหาคม 38 โพสต์ และเดือนกันยายน 6 โพสต์ รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงภาพรวมเนื้อหาอาหารประเด็นให้ความรู้พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 62 โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นให้ความรู้พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง
1	กิจกรรมรณรงค์ให้ออมเมล็ดพันธุ์ดี
2	อย่ากินมันฝรั่งมากๆ เพราะนอกจากมีโซเดียม ยังเสี่ยงเป็นนิ่ว
3	อย่ากินมะนาวโซดา รวมน้ำมันกัญชาเด็ดขาด เพราะไม่ได้ก่อประโยชน์ เสี่ยงอันตราย
4	ข้าเดือนกิจกรรมรณรงค์กินอาหารร่วมกัน แลกเปลี่ยนน้ำลายทำดีเชื่อ
5	รวมจรรยา.ดังอุบลฯ จัดรณรงค์ “รด” ให้แลกอมลูกอมเม็ดเดียวกัน
6	ทบ.ยังไม่เกี่ยวรณรงค์ให้แลกอมลูกอมเม็ดเดียวกัน
7	ผอ.รร. ไร่ขอโทษพี่กรด.แลกอมลูกอมเม็ดเดียวกัน
8	อย่ากิน! อันตรายอาหารเสริมลดอ้วน
9	ดร.จับขาดอ้วนเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อ “สิน”
10	ประณามเลียฝ่าไอดิมแล้วปิดฝาเก็บเข้าชั้นขายในห้างสรรพสินค้า เสี่ยงติดเชื้อโรค
11	เสี่ยงติดเชื้อ! หลังพบทำแผลเปิดฝาน้ำยาบ้วนปาก อมแล้วบ้วนเข้าที่เดิม
12	อย่ากินขนมไข่มุกมากเกินไป เสี่ยงอ้วนและเบาหวาน
13	อย.ร่วมดร.บุกจับเครือข่ายขาดอ้วนและอาหารเสริมผิวขาว
14	มีข้อมูลพบคัมภ์น้ำหวานหลายๆบ่อๆ เพิ่มความเสี่ยงมะเร็ง
15	หยุดค่าพะยูน เพราะความเชื่อกินเนื้อแล้วร่างกายแข็งแรง
16	อันตรายขาดอ้วน ผสมยาระบาย ยาถ่าย...อย่ากิน!
17	บุกจับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอ้างลดอ้วน
18	กินหมูดิบ เสี่ยงโรคหูดับ
19	อย่าให้เด็กทารกคัมภ์น้ำผสมน้ำผึ้ง เพราะน้ำผึ้งอาจปนเปื้อนเชื้อมีผลต่อลำไส้
20	เตือนยูทูบเปอร์กินดับหมูดิบ เสี่ยงหูดับ
21	กินชาไข่มุก100 แก้วเสี่ยงเบาหวานขึ้นตา
22	ทารกเพิ่งคลอด อย่าป้อนน้ำ อันตรายถึงชีวิต!
23	สร้างโพลคำถามกินน้ำรักษาโรค หากกินอาจจะเชื่อหรือไม่
24	ให้ข้อมูลไม่ควรกินถี่ เพราะเชื่อว่ารักษาโรคได้
25	แสดงความเห็นไม่น่าเชื่อกินน้ำรักษาโรค ลามไปถึงสัตว์เลี้ยง
26	สร้างโพลคำถามหมอเล็บแพนด้าต้องลองกินถี่ก่อนออกมาเตือนดีหรือไม่

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 62 โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นให้ความรู้พฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง
27	แสดงความเห็นจากคลิปหอมเล็บแพนด้า ทดลองกินจีจริงหรือ
28	แสดงความเห็นกรณีหอมเล็บแพนด้าบอกว่าไม่ต้องทดลองกินก็รู้ว่ามิอะไรในนั้น
29	อย่าทำ! หลังข่าวแม่เอาฉี่ให้ลูกกินรักษาโรคมือเท้าปาก
30	อย่ากินฉี่! ไม่รักษาโรค แต่พบมีแบคทีเรียและเชื้อโรค
31	อย่าเชื่อกินฉี่! หลังพบบุคลากรสาธารณสุขบางคนโพสต์กินได้
32	นายกสมาคมโรคไตออกมาเตือนเรื่องดื่มน้ำปัสสาวะ
33	กลุ่มยับยั้งครูปฐมเอาน้ำฉี่ให้นร.ดื่ม หลอกเด็กเป็นน้ำนม
34	อย่าเชื่อ! กลุ่มมหัศจรรย์น้ำปัสสาวะ เหย่น้ำฉี่เป็นยาดี
35	ยังไม่จบ! กลุ่มมหัศจรรย์น้ำปัสสาวะ อ้างต่างชาติเห็นด้วยดื่มน้ำฉี่เป็นยาดี
36	ย้ำอีกรอบ! น้ำปัสสาวะดื่มไม่ได้
37	ย้ำอีก! น้ำปัสสาวะไม่มีงานวิจัยรองรับว่ากินแล้วก่อประโยชน์
38	สนับสนุนนักวิชาการออกรายการทีวีให้ข้อเท็จจริงกินฉี่ไม่มีประโยชน์
39	เห็นบอภาคหมอก่อนรักษาต้องถามว่ากินฉี่มาหรือไม่
40	เตือนกินฉี่ไม่ก่อประโยชน์ด้วยภาพการ์ตูน
41	แสดงความเห็นหลังมีคนอ้างกินฉี่สมัยพุทธกาล
42	แสดงความเห็นหลังครูประถมยังไม่ได้ให้นร.ดื่มฉี่ แต่เป็นน้ำสมุนไพร
43	แสดงความเห็นภวานาขอให้งานนี้อย่ามีใครแอบใส่ฉี่ให้กิน
44	แสดงความเห็นภาพการ์ตูนจากฉี่ ย้ำกินไปไม่ช่วยรักษาโรค
45	มีหลากหลายอย่างหลงเชื่อ ทั้งน้ำมะนาวโซดา น้ำมันกัญชา กินฉี่
46	ให้กำลังใจนักวิชาการเห็นต่างกินฉี่รักษาโรค
47	ไม่จบ! สงครามกินฉี่ ทั้งที่ไม่ก่อประโยชน์
48	แสดงความเห็นคลิปรายการรวมคนกินฉี่ทำสุขภาพดีหรืออุปาทาน
49	สมัยเด็กมีมุขขำๆ พักดื่มน้ำปัสสาวะ ไม่น่าเชื่อดันกินจริง
50	แสดงความเห็นโทษแอบใส่ฉี่ในอาหาร
51	แสดงความเห็นหลังโซเชี่ยลฯเข้าใจผิดว่าแม่ให้ลูกกินฉี่
52	แสดงความเห็นภาพการ์ตูนกินฉี่กับกินมะนาวโซดา
53	ขอบคุณหน่วยงานเกี่ยวข้องตรวจสอบครูให้นร.กินฉี่หรือน้ำสมุนไพร
54	เตือนผู้สูงวัย! ระวังอาหารมอหหารอ้างกินแล้วเจริญอาหาร

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 62 โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นให้ความรู้พฤติกรรมกรบริโภคที่ไม่ถูกต้อง
55	แสดงความเห็นภาพการ์ตูนกินถี่ ไม่รักษาโรค
56	ปรมาจารย์โรคไตเตือนกินถี่ไม่ช่วยอะไร
57	เตือนอย่าเลียนแบบญี่ปุ่น กินชาซิมิกับไก่ดิบ
58	อย่าทำ! หลังข่าวคนไทยในต่างแดนล่าเนื้อกวางทำลาบดิบกิน
59	เตือนอย่าให้เด็กเล็กกินนมหรือน้ำผสมผงน้ำตาลกลูโคส เสี่ยงโรคอ้วนตอนโต
62	เตือนอีก ! อย่าดื่มน้ำปัสสาวะ ไม่ก่อประโยชน์
61	กินหมูย่างสุกๆดิบๆ ก็เสี่ยงโรคหูดับเช่นกัน
62	เตือนพ่อแม่อย่าไปซื้อลูกอมกัญชาให้ลูกกิน

เนื้อหาอาหารที่มีการโพสต์มากเป็นอันดับ 2 ได้แก่ประเด็นเนื้อหาความรู้ทั่วไปด้านอาหาร พบว่า มีการโพสต์ทั้งหมด 52 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 4 โพสต์ เดือนสิงหาคมจำนวน 20 โพสต์ และเดือนกันยายนจำนวน 28 โพสต์ รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงภาพรวมเนื้อหาอาหารประเด็นความรู้ทั่วไปด้านอาหาร

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 52 โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นความรู้ทั่วไปด้านอาหาร
1	ชาวบ้านจับต๊กแตนที่ระบาดไปขายเป็นอาหาร มีโปรตีนสูง
2	หลักการหมักเนื้อแดงด้วยไวน์แดงเพื่อเพิ่มความนุ่มของเนื้อ
3	ต๊กแตนทะเลทรายกินได้ มีคุณค่าทางอาหาร
4	กินผักอย่างไรให้ปลอดภัย
5	ต่างชาติหันเมื่อดขุนไม่เป็น เสียขายของ
6	ช่วยอุดหนุนมังคุดแปรรูป อร่อย ไม่มีน้ำตาล หลังราคาตก
7	ให้ความรู้เด็กไปซื้อยาลดอ้วน ไม่ช่วยจริงๆ แต่ควรไปออกกำลังกายดีกว่า
8	ข้อเสียของการดื่มน้ำอัลคาล

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 52 โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นความรู้ทั่วไปด้านอาหาร
9	แนะนำเมื่ออยากใจป้ำน้ำนมให้ลูกแล้วเป็นเลือด อาจมาจากการบวมของหลอดเลือด
10	ชวนประชาชนอุดหนุนมังคุดจากเกษตรกรโดยตรง
11	แสดงความเห็นแม่ค้าส้มตำ โต๋ขายแพง เพราะวัดฤทธิ
12	กินชานมไข่มุกวันละแก้ว ทำคนอายุ 46 ปีน้ำตาลพุ่งจริงหรือไม่
13	แสดงความเห็นหลังมีคนโพสต์ตรวจเจอค่าน้ำตาลสูงหลังกินชาไข่มุก 70 นาที
14	มีกลุ่มไม่พอใจเรื่องผลกระทบต่อกินชานมไข่มุกมากกว่าของหวานอื่นๆ
15	ขาดคนนำมูตริ่น่า สรรพคุณอยู่ที่ลูกสมอ
16	คนเป็นโรคเกาต์ ห้ามกินไก่จริงหรือ
17	ขอบคุณหลวงพี่ไพรวัลย์ข้อมูลน้ำมูตริ่น่าหมักดอง
18	แสดงความเห็นป่วยเพราะลดน้ำหนักจากการกินแบบคีโตเจนิคไดเอต
19	กินสปาเก็ตตี้ไก่ ระวังไก่ดิบผสม ของดิบก่อโรคได้
20	ให้ข้อมูลน้ำมูตริ่น่าคืออะไร
21	คนกินวีแกน แวะคนกินเนื้อ
22	คุณค่าทางอาหารของผักโขม
23	ปลาสายพันธุ์ต่างถิ่นกินได้หรือไม่
24	แสดงความเห็นเห็นรสชาติกินปลาซึกเกอร์
25	แสดงความเห็นกรณี อ.เจษฎา เด่นดวงบริพันธ์ เตือนคนแอนตี้ดื่มมว๊ว
26	การดื่มนมหลังออกกำลังกาย
27	อาหารช่วงน้ำท่วม ควรเป็นอาหารแห้ง
28	น้ำนมวัว ไม่ใช่ น้ำละลายกระดูกวัว
29	ปลาที่อาจทำลายระบบนิเวศน้ำมากินได้
30	แสดงความเห็นร้านส้มตำใส่ผงชูรสเยอะ
31	แสดงความเห็นคุณค่าอาหารกลางวันเด็ก
32	แสดงความเห็นอ.เจษฎา เด่นดวงบริพันธ์ พุดสูตรมังคุดรักษามะเร็งไม่มีจริง
33	เตือนซ้ำ! น้ำนมวัว คือ น้ำละลายกระดูกวัว เป็นเรื่องไม่จริง
34	คุณค่าทางอาหารของแตงกวา
35	ถามผู้เชี่ยวชาญปลาหมึกหน้าตาแปลกๆ กินได้หรือไม่
36	แสดงความเห็นไมโครพลาสติกในสัตว์ทะเลที่นำมาทำเป็นอาหาร

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 52 โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นความรู้ทั่วไปด้านอาหาร
37	แสดงความเห็นกินปลากับคนเป็นโรคมะเร็ง
38	แสดงความเห็นกรณีพวกอุปโลกน์ตัวเองเป็นผู้รู้ว่าเป็นมะเร็งห้ามกินปลา
39	แสดงความเห็นจากข่าวนวัตกรรมข้าวเหนียวหมูป่าอย่างสเตอริไลซ์ช่วยชาวอุบลฯ
40	พี่น้องประสบภัยน้ำท่วมจะได้กินปลาร้าของสเตอริไลซ์
41	เปิดนวัตกรรมต้มยำไก่แพคเกจกินได้ 6 เดือนให้พี่น้องประสบภัยน้ำท่วม
42	อาหารสูตรแปลกๆ ไม่ควรกิน พร้อมถามพุทธรักษา บัณฑิต มีช่องทางกม.จัดการ เภคนิวส์สุขภาพหรือไม่
43	น้ำมะนาวกระเทียมโทน จริงๆมีประโยชน์หรือไม่ อย่างไร
44	ไม่เคยแย่งข้อมูลแพทย์พื้นบ้าน แต่กินถักรักษาโรค เป็นเรื่องไม่จริง
45	แสดงความเห็นลุงชามีพลาสติกขนาดเล็กเกือบปน
46	อย่ากังวลกรณี อย.เรียกคืนยากระเพาะอาหาร ไม่ได้ก่อมะเร็งชัดเจน
47	คนไทยกินแซลมอนนอร์เวย์เกือบ 1 ใน 3 ที่ส่งมาจากเวียดนาม
48	กินไข่มีโภชนาการสูง ไม่ทำให้ผลเป็นนูนขึ้น
49	อาหารกลางวันเด็กควรมีอะไรบ้าง
50	เตือนอีก! น้ำมันวัวกินได้ ไม่ใช่ไขมันละลายกระดูกวัว
51	อันตรายกินเค็มมากเกินไป
52	ตึกแดนป่าทั้งห้าทอดมีพลังงานสูง

ส่วนเนื้อหาอาหารที่มีการโพสต์อันดับ 3 พบว่า มีประเด็นเนื้อหาที่มีการโพสต์
เท่ากัน 2 ประเด็น คือ ประเด็นความปลอดภัยด้านอาหารและประเด็นแนะนำเมนูอาหาร โดยมี
จำนวนการโพสต์เท่ากัน 44 โพสต์ แบ่งออกเป็น ประเด็นเนื้อหาความปลอดภัยด้านอาหารมีจำนวน
44 โพสต์แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 18 โพสต์ เดือนสิงหาคม 16 โพสต์ และเดือนกันยายน 10
โพสต์ รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงภาพรวมเนื้อหาอาหารประเด็นความปลอดภัยด้านอาหาร

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 44 โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นความปลอดภัยด้านอาหาร
1	ผิวเมื่อยออสซี่อ้างป่วยเพราะผัดไทย
2	พยาธิในอาหารเจความร้อน 60 องศาตายหมด ดังนั้นต้องปรุงอาหารสุก
3	ล้างผักให้สะอาดก่อนกิน เพื่อความปลอดภัย
4	สูตรน้ำยาล้างผักสด
5	ขาดอ้วนในอาหารเสริมอันตรายไม่แพ้ยาเสพติด ไม่จัดเป็นอาหารที่ควรกิน
6	ตรวจพบพยาธิสาหร่ายในเนื้อหมูดิบ
7	ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมไม่ปลอดภัย อ้างลดน้ำหนักลดไขมัน
8	อันตรายขาดน้ำหนัก พบผสมยาขับฉี่
9	อันตรายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผสม ไซบูทรามิน สารต้องห้าม
10	ตำรวจหลาย โรงงานเถื่อนผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผสม ไซบูทรามิน
11	เปิดข้อมูลสารในขาดความอ้วน อันตรายถึงชีวิต
12	เตือนอย่าบริจาคมแม่กันเอง โดยไม่ผ่านธนาคารนมแม่ เหตุมีเชื้อไวรัสถ่ายทอดผ่านนมแม่ได้
13	ใครมีเบาะแสโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเถื่อน แจ้งบก.ปคบ.1135
14	อันตราย! กาแฟอ้างสรรพคุณดีสำหรับผู้ป่วยเบาหวาน
15	ผู้ป่วยไตอย่าดื่มน้ำดื่มไบชอและมะตูม เพราะมีโพแทสเซียม
16	ขาดอ้วนอันตรายหนัก เหตุมีแพทย์เกี่ยวข้องอ้างสรรพคุณทำคนหลงเชื่อ
17	ศิริราชทำหนังสือเรื่องแพ้อาหารแจกฟรี
18	อย่าตื่นข่าวเด็กกินชาวมุข ไข่มุกนาน 6 ปีจนเป็นมะเร็ง เหตุชาวมุขมีความหวานแต่ยังไม่มีข้อมูลยืนยันว่าไม่ปลอดภัย
19	อันตราย! ซึ้อยากินเองซ้ำซ้อนหลายตัว อาจมีผลข้างเคียง
20	เตือนกินขนมเทียน หลังข่าวชายวัย 52 ปีกินแล้วติดคอเสียชีวิต
21	แนะวิธีปฐมพยาบาลคนกินขนมเทียนแล้วติดคอ
22	เตือนอย่าเลียนแบบยูทูปเปอร์สั่งชาวมุข ไข่มุก 100 แก้วมาเทวดเดียวแล้วดูตลก
23	เตือนคนเป็นนี้ระวังกินอาหารมันๆ
24	แสดงความเห็นหากร้านก๋วยเตี๋ยวแอบเติมฉี่ในหม้อซุป
25	ย้ำอีกครั้ง! อย่าเชื่อกินฉี่รักษาโรค แล้วไปผสมในอาหารถือว่าเสี่ยงรับเชื้อโรค
26	กินฉี่รักษาโรค ไม่ใช่อาหาร เป็นเรื่องไม่ปลอดภัย

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 44 โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นความปลอดภัยด้านอาหาร
27	แสดงความเห็นหลังนักวิจัยตปท.เตือนอย่ากินไลเคน (เห็ดและสาหร่าย)
28	เตือนหลังมีข่าวประชาชนกินน้ำในบ่อน้ำสีฟ้า อาจมีสารอันตรายเจือปน
29	การกินอาหารหรือเครื่องดื่มปนน้ำปัสสาวะ เสี่ยงรับเชื้อโรค ไม่ได้ช่วยบำรุงร่างกาย
30	แสดงความเห็นกรณีนักเรียนกินส้มตำปลาร้าจนท้องเสีย
31	แสดงความเห็นกรณีพนักงานร้านกาแฟเอาแก้วเก่ามาใช้ซ้ำ
32	แสดงความเห็นกรณีเด็กเสียชีวิตจากการกินส้มตำปลาร้า
33	ข่าวกินเห็ดเสียชีวิต
34	เด็กม.4 กินผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผสมชาลดอ้วนจนเสียชีวิต
35	เครื่องดื่มผสมสีระวังทำไตพัง ของเสียบีบ!
36	รพ.แถบอีสานเตือนกินเห็ดพิษอันตราย
37	เตือนสาว ๆ เทียวผับ ระวังอาหารเครื่องดื่มผสมยาลม
38	ระวังสารเร่งเนื้อวัวตกค้างในเนื้อสัตว์ที่บริโภคร
39	แสดงความเห็นให้เด็กเล็ก 4 เดือนกินกล้วยจนลำไส้อักเสบ
40	เตือนอย่าเอาน้ำหรือกาแฟรอกคนแอลกอฮอล์เป็นพิษ อาจสำลักอันตราย
41	แสดงความเห็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผสมชาลดอ้วนจากไทยไปขายญี่ปุ่น
42	โพสต์ให้หน่วยงานเกี่ยวข้องจับคนเอาอาหารผสมสี หรือฉีให้เด็กกินแก้หวัด
43	อาหารล้างนิ้วไม่มีจริง หน้าซ้าอาจได้รับอันตราย
44	เชื้ออะมิบาปนเปื้อนอาหารและน้ำ

ส่วนประเด็นเนื้อหาแนะนำเมนูอาหาร มีการโพสต์ทั้งหมด 44 โพสต์แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 2 โพสต์ เดือนสิงหาคม 9 โพสต์ และเดือนกันยายน 33 โพสต์ รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงภาพรวมเนื้อหาอาหารประเด็นแนะนำเมนูอาหาร

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 44 โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นแนะนำเมนูอาหาร
1	เป็นกำลังใจให้ทุกท่านที่หัวโหยขมรดคิด (โพสต์ภาพอาหารแกงหอยโข่ง)
2	ราเมนในร้านขนมหวาน รสชาติดี
3	โพสต์คลิปข้าฝักกระเจดกึ่ง
4	โพสต์ภาพอาหารกลางวันเด็กในรร.ที่อุทัยธานี น่ากินมาก
5	โพสต์ภาพอาหารกลางวันเด็กที่ญี่ปุ่น
6	โพสต์ภาพอาหารกลางวันเด็กที่น่ากิน
7	ชื่นชมอาหารกลางวัน รร.สังกัดเทศบาลนครเชียงใหม่ อย่างน่ากิน
8	ชื่นชมอาหารกลางวัน รร. แถวภาคใต้ น่าอร่อย
9	ชื่นชมอาหารกลางวัน รร.เพชรน้ำผึ้ง น่ากิน
10	ชวนลูกเพจ โพสต์เมนูอาหารกลางวันน่ากินๆ
11	เมนูอาหารกลางวันเด็กๆควรเป็นแบบไหน
12	โพสต์ภาพอาหารเย็นของเจ้าของเพจเอง
13	โพสต์ภาพซาลาเปาไส้กระเพรา
14	แสดงความเห็นส่วนลดหมูกระทะด้วยการเก็บขยะ
15	อาหารกลางวันอร่อยๆ
16	โพสต์ภาพข้าววากิวออสเบียร์
17	แสดงความเห็นแกงกะหรี่สไตล์वानูอาตู
18	สอบถามคนเคยเรียนมหาวิทยาลัยที่ประเทศวานูอาตูอธิบายรสชาติอาหาร
19	โพสต์ภาพกระเพราแห้ง
20	คลิปอาหารสตรีทฟู้ด
21	โพสต์คลิปทำอาหารได้
22	แสดงความเห็นอาหารหลังหม้อออกเวร
23	โพสต์ภาพอาหารตอนกลางคืน
24	โพสต์ภาพอาหารที่จำ (เจ้าของเพจ) กิน
25	โพสต์ภาพอาหารที่จำ (เจ้าของเพจ) กิน
26	บอกวิธีทำกระเพราแห้ง

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 44 โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นแนะนำเมนูอาหาร
27	โพสต์ภาพอาหารที่จำ (เจ้าของเพจ) กิน
28	โพสต์คลิปทำผัดไทยสูตรโบราณ
29	โพสต์ภาพชาตรามือไม้ใส่น้ำตาล แคลอรีต่ำ
30	เมนูอาหารกลางวัน
31	โพสต์ภาพเครื่องดื่มจำ (เจ้าของเพจ) กินเอง
32	เครื่องดื่มเจน้ำตาลต่ำ
33	โพสต์ภาพมาม่าน้ำยาปู
34	KFC จีนออกเมนูทุเรียน
35	โพสต์ร้านอาหารของฝรั่งเศสไทย มาเปิดร้านข้าวกระเพราแห่ง
36	โพสต์ถ้ามรสชาติขอสรดไอติม
37	แซร์คลิปกระเพราไข่ดาวเจ
38	โพสต์ภาพอาหารที่จำ (เจ้าของเพจ) กิน
39	โพสต์ภาพขนมปัง
40	แซร์ภาพอาหารตอนกลางคืน
41	โพสต์เครื่องดื่มตอนกลางคืน
42	โพสต์ภาพอาหารที่จำ (เจ้าของเพจ) กิน
43	ภาพอาหารกลางวันอร่อยๆ
44	โพสต์ภาพอาหารที่จำ (เจ้าของเพจ) กิน

สำหรับเนื้อหาอาหารที่มีการโพสต์อันดับ 4 ได้แก่ ประเด็นเนื้อหาข้อมูลการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง มีจำนวนการโพสต์ 25 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 16 โพสต์ เดือนสิงหาคม จำนวน 5 โพสต์ และเดือนกันยายนจำนวน 4 โพสต์ รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงภาพรวมเนื้อหาอาหารประเด็นการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 25 โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง
1	จบความเชื่อ ก้างปลาติดคอกินข้าวตาม ซ้อมที่จริงต้องพบแพทย์
2	เปิดข้อมูลควบคุมความดันโลหิตสูงโดยใช้อุปกรณ์วัดเกลือในอาหาร
3	ไขข้อสงสัยเป็นหวัดค้ำน้ำเย็นได้
4	มันกุ้งกินได้ไม่ใช่แหล่งรวมสารพิษ แต่ระวังคอเลสเตอรอล
5	เจ็บคอค้ำน้ำเย็นได้
6	รับประทานมือเทียงอย่างไรไม่ให้อ้วน
7	แนะนำกินขานมไข่มุกพอประมาณ และควรออกกำลังกาย
8	น้ำร้อนมะนาวไม่ช่วยฆ่าเซลล์มะเร็ง
9	กินมะม่วงหาวมะนาวโห่ ทำให้จับเลือดจริงหรือไม่
10	กินอย่างไรลดน้ำหนักอย่างถูกต้อง
11	กินผักดิบเสี่ยงรับพยาธิ หลังข่าวพบพยาธิในลิ้น
12	กินมะนาวโซดารักษามะเร็ง ทำเสียโอกาสการรักษาที่ถูกต้อง
13	อย่ากังวลกินผักเสี่ยงพยาธิไส้เดือน มีวิธีกินอย่างถูกต้อง
14	นมแม่ดีที่สุด ส่วนนมผงใช้กรณีแม่ป่วยผลิตนมน้อย
15	อย่าเชื่อ! น้ำอัดลมอุดตันขั้วถ่ายไม่ออก
16	ค้ำน้ำมะเขือเทศไม่ผสมน้ำผลไม้อื่นๆ ทำได้ แต่เข้มนกิน ส่วนตัว (เจ้าของเพจ) ไม่ชอบ
17	อย่าป้อนน้ำเปล่าทารกอายุน้อยกว่า 6 เดือน ค้ำนมอย่างเดียวยังเพียงพอ
18	อย่าแชร์ข้อมูลผู้ป่วยมะเร็งห้ามกินนมเปรี้ยว ผลไม้ ขนมอบัง
19	ปลาทุมิปรลิต กินได้ แต่ต้องสุก
20	สนับสนุนกินขานมไข่มุกได้ แต่กินอย่างพอดี
21	กินอาหารปรุงด้วยผงชูรสทำได้ แต่ควรกินอย่างพอดี
22	กินขานมไข่มุกพระจันทร์ ไม่ได้สัมพันธ์ให้เลือดขาวขุ่น
23	กินน้ำเย็นไม่ได้ทำให้เป็นมะเร็ง
24	อย่าเชื่อกินแซลมอนมีสารก่อมะเร็ง
25	เด็กทารกให้ค้ำนมแม่ดีที่สุด

อันดับ 5 ได้แก่ประเด็นเนื้อหาอื่นๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้ภาครัฐ หรือ เอกชน ปัญหาการบริโภคต่างๆ เป็นต้น พบว่า มีการโพสต์ทั้งหมดรวม 12 โพสต์ แบ่งเป็นเดือน กรกฎาคมจำนวน 1 โพสต์ เดือนสิงหาคม 3 โพสต์ และเดือนกันยายน 8 โพสต์รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงภาพรวมเนื้อหาอาหารประเด็นอื่นๆ

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 12โพสต์	เนื้อหาอาหาร ประเด็นอื่นๆ เช่น ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร ปัญหาการบริโภคต่างๆ
1	รพ.สุรินทร์ประสบวิกฤตน้ำอุปโภคบริโภค
2	ชาวเหนือประสบปัญหาข้าวเหนียวราคาพุ่งต้องกินอย่างอื่น
3	โพสต์เหน็บซ้ำๆ เกี่ยวกับแก๊บน้ำด้วยชามไม้หมัก
4	แสดงความเห็นกรณีรัฐแนะกินข้าวเจ้าก่อน หลังข้าวเหนียวราคาแพง
5	แสดงความเห็นกรณีการฟ้องร้องเมนูอาหารซ้ำกันของ 2 เบอร์ดอร์ยักษ์ใหญ่
6	โรงครัวไหนขาดเครื่องปรุงคิดต่อได้ที่ ต้าเก๋
7	โพสต์ถล่มลายแทงร้านอาหารอร่อยๆ
8	ประชาสัมพันธ์การเรียกเก็บยากระเพาะอาหาร แจงรายละเอียดซื้อขายให้กับทางอย.
9	ให้ความรู้เกี่ยวกับยากระเพาะอาหารที่ถูกเรียกเก็บ
10	แสดงความเห็นข่าวโครอขายบริจาคลือค จะได้ชามไม้หมักฟรี
11	ให้ความรู้ยากระเพาะอาหารที่ถูกเรียกเก็บชื่อ Ranitidine
12	แนะประชาชนหากกังวลยากระเพาะอาหารที่ถูกเรียกเก็บ ให้ปรึกษาแพทย์ที่รพ.ตามสิทธิที่ตนรับยา

ส่วนการโพสต์เนื้อหา “3 อ.” ในส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย พบว่ามีการโพสต์บนเพจทั้งหมด 15 โพสต์ แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ประเด็น ประกอบด้วย

1. เนื้อหาให้ความรู้ประโยชน์จากการออกกำลังกาย เช่น ทำให้ร่างกายแข็งแรง ทำให้รูปร่างดีช่วยลดน้ำหนัก ไม่ให้น้ำหนักเกินจนเกินไป เป็นต้น
2. เนื้อหาให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เช่น วิธีการออกกำลังกายที่ถูกต้อง กลุ่มที่ต้องระวังในการออกกำลังกาย

ตารางที่ 4.9 จำนวนประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับออกกำลังกาย

กลุ่มเนื้อหาออกกำลังกาย	ก.ค.	ศ.ค.	ก.ย.	รวม 3 เดือน/ โพสต์
1.ประโยชน์จากการออกกำลังกาย	4	5	1	10
2.ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย	2	1	2	5

จากตารางที่ 4.9 ประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่มีการโพสต์อันดับ 1 ได้แก่ ประเด็นเนื้อหาประโยชน์จากการออกกำลังกาย มีการโพสต์ตลอด 3 เดือนรวมกันจำนวน 10 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 4 โพสต์ เดือนสิงหาคมจำนวน 5 โพสต์ และเดือนกันยายนจำนวน 1 โพสต์ รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงภาพรวมเนื้อหาออกกำลังกายประเด็นประโยชน์จากการออกกำลังกาย

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 10 โพสต์	เนื้อหาออกกำลังกาย ประเด็นประโยชน์จากการออกกำลังกาย
1	ออกกำลังกายช่วยควบคุมน้ำหนักได้
2	“ซัชชาติ” ซึ่งต้องมีสถานที่ออกกำลังกายกระจายทุกพื้นที่ เพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพประชาชน
3	หนุ่มรอมว.สธ.นำผู้บริหารออกกำลังกาย แต่อาจน้อยไป ต้องออกแบบ Tabata เข้มข้นกว่าเยอะ
4	การวิ่ง เป็นการออกกำลังกายที่ลดน้ำหนักได้
5	ชวนร่วมกิจกรรมวิ่ง หาเงินช่วยเหลือเด็กป่วยโรคหัวใจ ได้บุญแล้วยังได้สุขภาพดี
6	แสดงความเห็น “ตึก บงกช” หุ่นดีเพราะออกกำลังกาย ไม่ใช่พวกรักษาเสริม
7	การออกกำลังกายยังช่วยส่งผลดีต่อสุขภาพจิต เป็นตัวเสริมการรักษาโรคซึมเศร้า
8	แชร์ภาพนางแบบ “เนท เกศริน” หุ่นดีจากการออกกำลังกาย
9	ทางเลือกลดน้ำหนักที่ดี คือ การออกกำลังกาย ดีกว่ากินยาลดอ้วนเสี่ยงเสียชีวิต
10	แชร์อีก ! ภาพนางแบบ “เนท เกศริน” หุ่นดีจากการออกกำลังกาย

ส่วนอันดับ 2 ได้แก่ ประเด็นเนื้อหาให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย พบว่า ตลอด 3 เดือนโพสต์รวมกันจำนวน 5 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 2 โพสต์ เดือนสิงหาคมจำนวน 1 โพสต์ และเดือนกันยายนจำนวน 2 โพสต์ รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงภาพรวมเนื้อหาออกกำลังกายประเด็นความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 5 โพสต์	เนื้อหาออกกำลังกาย ประเด็นความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย
1	วิธีดื่มน้ำหนักสำหรับคุณแม่หลังคลอด
2	เตือนผู้ป่วยเช็กสุขภาพก่อนลงกิจกรรมงานวิ่งต่างๆ
3	แสดงความเห็นท่าออกกำลังกายที่ถูกต้อง
4	การแกว่งแขนที่ถูกต้องและปลอดภัย
5	ข้อควรระวังการออกกำลังกายผู้สูงอายุ

สำหรับการจำแนกเนื้อหาในส่วนของ “3 อ.” เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์มีการโพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict รวม 30 โพสต์ แบ่งเนื้อหาได้เป็น 4 ประเด็นประกอบด้วย 1. กลุ่มเนื้อหาให้ความรู้โรคซึมเศร้า 2. กลุ่มเนื้อหาเตือนพฤติกรรมที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต 3. กลุ่มเนื้อหาสารเสพติดที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต และ 4. กลุ่มอื่นๆ อาทิ ความรู้โรคเครียด, ให้ข้อมูลช่องทางปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต

ตารางที่ 4.12 จำนวนประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์

กลุ่มเนื้อหาด้านอารมณ์	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	รวม 3 เดือน/ โพสต์
1. ให้ความรู้โรคซึมเศร้า	1	3	17	21
2. เตือนพฤติกรรมที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต	4	1	0	5
3. สารเสพติดที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต	0	2	0	2
4. กลุ่มอื่นๆ อาทิ ความรู้โรคเครียด , ให้ข้อมูลช่องทางปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต	0	1	1	2

ตามตาราง 4.12 จำนวนเนื้อหาสารที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ในส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์พบว่า ประเด็นเนื้อหาให้ความรู้โรควิคซึมเศร้า มีการโพสต์สูงเป็นอันดับ 1 โดยตลอด 3 เดือนมีการโพสต์รวมกัน จำนวน 21 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 1 โพสต์ เดือนสิงหาคม จำนวน 3 โพสต์ และเดือนกันยายน จำนวน 17 โพสต์ รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.13 แสดงภาพรวมเนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ประเด็นให้ความรู้โรควิคซึมเศร้า

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 21 โพสต์	เนื้อหาอารมณ์ประเด็นความรู้โรควิคซึมเศร้า
1	โพสต์ภาพการ์ตูนถ่ายทอดประสบการณ์คนเป็นโรควิคซึมเศร้า
2	แสดงความเสียใจกรณีแอดมินเพจหนึ่งป่วยซึมเศร้าและเสียชีวิต
3	โพสต์แบบทดสอบภาวะโรควิคซึมเศร้า
4	แนะนำผู้ป่วยซึมเศร้าเล่นเกม
5	สัญญาณเตือนคนเสี่ยงฆ่าตัวตาย
6	แนะนำแบบทดสอบโรควิคซึมเศร้า
7	อันตรายโรควิคซึมเศร้าเกิดได้กับทุกเพศทุกวัย
8	แสดงความเสียใจกับครอบครัว “เหม ภูมิภาจิต” นักแสดงป่วยซึมเศร้าเสียชีวิต
9	ประโยชน์ที่ควรพูด และไม่ควรพูด กับผู้ป่วยโรควิคซึมเศร้า
10	แนะนำช่องทางสำรวจอาการโรควิคซึมเศร้า
11	คนบันเทิงทั่วโลกป่วยโรควิคซึมเศร้า เรื่องใกล้ตัวที่ไม่ควรมองข้าม
12	แนะนำช่องทางการปรึกษาสถานพยาบาลหากพบผู้ป่วยซึมเศร้า
13	โพสต์ข้อมูลจิตแพทย์ให้ความรู้โรควิคซึมเศร้า
14	โพสต์กรณีจิตแพทย์อธิบายโรควิคซึมเศร้าและการรักษา
15	แสดงความเห็นเราสามารถป้องกันการฆ่าตัวตายในผู้ป่วยโรควิคซึมเศร้า
16	แนะนำคลิปวิดีโออธิบายข้อมูลผู้ป่วยโรควิคซึมเศร้า
17	เตือนผู้ป่วยซึมเศร้า เลี่ยงเล่นเกมภาพสวยแต่ทำจิตตก
18	ดารานักแสดง รวมทั้งทุกอาชีพที่มีแรงกดดัน ควรสำรวจภาวะเสี่ยงซึมเศร้า
19	หากพบว่าตัวเองเสี่ยงซึมเศร้า ต้องพบจิตแพทย์ อย่าคิดว่าหาเองได้
20	เปิดช่องทางสำรวจภาวะความเสี่ยงป่วยโรควิคซึมเศร้า
21	เตือนการพูดคุยกับผู้ป่วยโรควิคซึมเศร้า มีข้อควรระวังในการพูด

เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ที่มีการโพสต์มากอันดับ 2 ได้แก่ ประเด็นการเตือนพฤติกรรมที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต พบว่า ตลอด 3 เดือนมีการโพสต์จำนวน 5 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 4 โพสต์ เดือนสิงหาคม จำนวน 1 โพสต์ และเดือนกันยายน จำนวน 0 โพสต์รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงภาพรวมเนื้อหาอารมณ์ประเด็นเตือนพฤติกรรมส่งผลต่อสุขภาพจิต

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 5 โพสต์	เนื้อหาอารมณ์ประเด็นเตือนพฤติกรรมส่งผลต่อสุขภาพจิต
1	ผู้ปกครองวัยโรงเรียนส่งลูกหลานร่วมกิจกรรมคาบรองเท้า ส่งผลสุขภาพจิต
2	จิตแพทย์เตือนห้ามลอกเลียนแบบทนายแซโดวีได้ศาลูก ขู่เล่นมือถือมากทำคนนอน
3	กิจกรรมวันพ่อวันแม่อาจกระทบจิตใจเด็ก
4	แสดงความเห็นภาพการออกกำลังกายเซ็กซี่ของนางแบบ ส่งผลต่อสภาพจิตใจคนดู
5	เตือนพ่อแม่อย่าขู่ลูกด้วยความกลัว จะส่งผลต่อสุขภาพจิตตอนโต

อันดับ 3 ได้แก่ ประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสารเสพติดที่ส่งผลต่อสุขภาพจิตพบว่ามีมีการโพสต์ตลอด 3 เดือนรวมกันจำนวน 2 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 0 โพสต์ เดือนสิงหาคม จำนวน 2 โพสต์ และเดือนกันยายน จำนวน 0 โพสต์ยกตัวอย่าง

ตารางที่ 4.15 แสดงภาพรวมเนื้อหาอารมณ์ประเด็นสารเสพติดที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 2 โพสต์	เนื้อหาอารมณ์ประเด็นสารเสพติดที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต
1	ลูกเมากัญชา หลอกพ่อ ไปปล่อยป่า ยังหาไม่เจอ
2	ราชวิทยาลัยจิตแพทย์ฯ เตือนผู้ป่วยจิตเวชอย่าใช้น้ำมันกัญชา ทำอาการหนักขึ้น

อันดับ 4 ได้แก่ประเด็นเนื้อหาอื่นๆ อาทิ ความรู้โรคเครียด , ให้ข้อมูลช่องทางปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต พบว่า มีการโพสต์ตลอด 3 เดือนรวมกันจำนวน 2 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 0 โพสต์ เดือนสิงหาคม จำนวน 1 โพสต์ และเดือนกันยายน จำนวน 1 โพสต์รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงภาพรวมเนื้อหาอารมณ์ประเด็นเนื้อหาอื่นๆ

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 2 โพสต์	เนื้อหาอารมณ์ประเด็นเนื้อหาอื่นๆ เช่น ความรู้โรคเครียด ช่องทางปรึกษาสุขภาพจิต
1	แสดงความคิดเห็นกรณีลูกเริ่มทนมไม่ไหวดูแลพ่อเป็นอัลไซเมอร์ จนตัวเองเครียดหนัก
2	ให้ข้อมูลช่องทางปรึกษาสุขภาพจิต

จากการสัมภาษณ์นายแพทย์วิวัฒน์ เกี่ยวกับการเลือกประเภทเนื้อหาในกลุ่ม “3 อ.” พบว่า เป็นกลุ่มที่มีการโพสต์เป็นอันดับต้นๆ โดยเฉพาะเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารมีการโพสต์มากที่สุด ซึ่งหากแยกเป็นประเด็น เพจ Drama-addict มีการโพสต์เนื้อหาประเด็นให้ความรู้พฤติกรรมกรบรีโภชนาที่ไม่ถูกต้องมากเป็นอันดับ 1 เนื่องจากนายแพทย์วิวัฒน์ ให้ข้อมูลว่า เป็นเรื่องใกล้ตัว และอยู่ในชีวิตประจำวันของคน ไม่ว่าจะรับประทานอาหาร การรับประทานยา สิ่งเหล่านี้มีทั้งข้อมูลที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะในสังคมออนไลน์มีการแชร์ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการกิน อย่างการกินยาลดน้ำหนัก จึงจำเป็นต้องมีการโพสต์เตือน ส่วนเนื้อหาการออกกำลังกาย พบว่าเนื้อหาประเด็นประโยชน์จากการออกกำลังกายมีการโพสต์มากที่สุด และเนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ พบว่า เนื้อหาให้ความรู้โรคซึมเศร้าโพสต์มากที่สุด

“ที่เลือกโพสต์เรื่องอาหารมากที่สุด เพราะชอบเป็นการส่วนตัว แต่ก็โพสต์กระจายๆ กันไป ขึ้นอยู่กับกระแสความสนใจของสังคมออนไลน์ และความสนใจของตัวเอง เพราะไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการกิน การออกกำลังกาย การนอน เป็นเรื่องใกล้ตัว และเป็นเรื่องราวในชีวิตประจำวันของเรา ซึ่งหากเราเอาข้อมูลเหล่านี้มาลงรายละเอียด และสามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ก็จะช่วยให้คนสุขภาพดีได้ เพราะบางทีคนไทยก็ค่อนข้างชอบทางลัด ไม่อยากออกกำลังกาย ไม่มีเวลา แทนที่จะมาศึกษาวิธีการออกกำลังกายที่ใช้เวลาน้อย ก็ไปหาสูตรอะไรแปลกๆ มากิน เพราะเชื่อว่าจะทำให้สุขภาพดี อย่างมะนาว โขด กระทบกับมะนาว ซึ่งข้อมูลไม่จริง เป็นเรื่องมโนเราก็ต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับสังคม” (วิวัฒน์ ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

นายแพทย์วิวัฒน์ ยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกเนื้อหาการออกกำลังกาย ว่า อย่างเพจจะเลือกเนื้อหาประโยชน์จากการออกกำลังกาย ซึ่งช่วยลดน้ำหนัก ทำให้ร่างกายแข็งแรง ประกอบกับการควบคุมอาหารการกินอย่างเหมาะสม ดีกว่าไปทานยาลดความอ้วน ซึ่งอันตรายต่อชีวิตมาก ขณะเดียวกันยังเลือกเนื้อหาที่ให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เพราะที่ผ่านมาหน่วยงานภาครัฐบอกแล้วว่า การแกว่งแขนเป็นการออกกำลังกายอย่างหนึ่ง แต่ไม่ได้บอกรายละเอียดว่า ในแต่

ละวันต้องแกลงแขนมากน้อยอย่างไร ต้องจัดโปรแกรมการออกกำลังกายอย่างไร รวมไปถึงมีกลุ่มเสี่ยงกลุ่มไหนบ้างที่ต้องระวังเป็นพิเศษ

“บางครั้งหน่วยงานภาครัฐ รมรงค์ให้ออกกำลังกาย แต่ไม่ค่อยอธิบายรายละเอียดอย่างคนทำงานในเมือง โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เวลาค่อนข้างน้อยจะทำอย่างไร อย่างการแกลงแขน ออกกำลังกายที่มาสอนกัน จริงๆก็ไม่ได้ถูกต้องทีเดียว เพราะเมื่อพิจารณาต้นแบบจริงๆ มาจากจีน และมาเลเซีย เขาไม่ได้เหวี่ยงแขนแบบแรงๆ แต่เขามีการโยกตัว คล้ายๆทำสควอชผสม แบบนี้คือการออกกำลังกาย แต่มาบ้านเราบอกแค่แกลงแขน บางคนไม่เข้าใจไปแกลงแขนแรงๆจนบาดเจ็บ หรือมีอาการไหล่ล็อกก็มี ยิ่งคนสูงอายุไม่ได้ออกกำลังกายมานาน กล้ามเนื้อตรงหัวไหล่มันฝ่อ มีหินปูน หากไปเหวี่ยงแขนแรงๆไม่ถูกวิธีก็เสี่ยงได้รับบาดเจ็บได้” (วิทวัส ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

สำหรับกลุ่มเนื้อหาที่มีการโพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ในส่วนของ “2 ส.” เนื้อหาเกี่ยวกับสุรา พบว่า เนื้อหาเกี่ยวกับสุรา หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่นำมาโพสต์ตลอด 3 เดือนมีจำนวน 14 โพสต์ แบ่งเนื้อหาเป็น 4 ประเด็น ประกอบด้วย 1. เนื้อหาเตือนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดวิธี 2. กลุ่มเนื้อหาการให้ความรู้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบพอดี 3. กลุ่มเนื้อหาให้ความรู้วิธีเลิกเหล้า / เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเหมาะสมและ 4. กลุ่มเนื้อหาอื่นๆ เช่น ข้อควรระวังในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความเข้าใจผิดในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น

ตารางที่ 4.17 จำนวนประเด็นเนื้อหาสารเกี่ยวกับสุรา

ประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสุรา	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	รวม 3 เดือน/ โพสต์
1.เตือนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดวิธี	1	0	7	8
2.กลุ่มเนื้อหาอื่นๆ เช่น ข้อควรระวังในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความเข้าใจผิดในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น	2	0	0	2
3. ให้ความรู้วิธีเลิกเหล้าอย่างเหมาะสม	2	0	0	2
4. ให้ความรู้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบพอดี	0	2	0	2

ตามตารางที่ 4.17 จำนวนเนื้อหาสารที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict กลุ่มเนื้อหาเกี่ยวกับสุรา ที่มีการโพสต์บนเพจมากเป็นอันดับ 1 คือ ประเด็นเนื้อหาเตือนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดวิธี พบว่า มีการโพสต์ตลอด 3 เดือนรวมกันจำนวน 8 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคม จำนวน 1 โพสต์ เดือนสิงหาคม จำนวน 0 โพสต์ และเดือนกันยายน จำนวน 7 โพสต์ รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.18 แสดงภาพรวมเนื้อหาสุราประเด็นเตือนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดวิธี

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 8 โพสต์	เนื้อหาเกี่ยวกับสุรา ประเด็นเตือนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดวิธี
1	อันตรายแข่งกินเหล้า
2	ปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่า 400 mg% เทียบกับการดื่มเหล้า 40-50 เป๊ก
3	เตือนการดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณ 200 mg% ก็ทำให้สับสน ไม่รู้ตัวแล้ว
4	แสดงความเห็นพบปริมาณแอลกอฮอล์ 418 mg% ในพริตตี้เสียชีวิต
5	แสดงความเห็นแข่งกินเหล้า ทั้งปริมาณและความเร็ว เสี่ยงแอลกอฮอล์เป็นพิษ
6	ให้ความรู้อันตรายกินเหล้าปริมาณมากๆ เสี่ยงเสียชีวิต
7	เตือนจัดปาร์ตี้ชดเหล้า กินมากกินเร็ว เสี่ยงเสียชีวิตเหมือนพริตตี้สาว
8	อันตราย! โปร โมชั่นบุฟเฟต์เหล้าเบียร์ กินมากเสี่ยงตาย

ส่วนประเด็นเนื้อหาสุราที่มีการโพสต์เป็นอันดับ 2 พบว่า มีเนื้อหา 3 ประเด็นที่โพสต์จำนวนเท่ากัน ได้แก่ ประเด็นเนื้อหาอื่นๆ เช่น กลุ่มคนที่ไม่ควรดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ข้อควรระวังในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความเข้าใจผิดในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น ประเด็นวิถีเด็กเหล้าอย่างเหมาะสมและประเด็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบพอดี

สำหรับประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสุราเรื่องต่างๆ พบว่า ตลอด 3 เดือนมีการโพสต์รวมกัน จำนวน 2 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคม จำนวน 2 โพสต์ เดือนสิงหาคม จำนวน 0 โพสต์ และเดือนกันยายน จำนวน 0 โพสต์ รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.19 แสดงภาพรวมเนื้อหาสุรารประเด็นเนื้อหาอื่นๆ เช่น กลุ่มคนที่ไม่ควรดื่ม
เข้าใจผิดเกี่ยวกับการดื่มเหล้า ฯลฯ

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 2 โพสต์	เนื้อหาเกี่ยวกับสุรา ประเด็นเนื้อหาอื่นๆ เช่น กลุ่มคนที่ไม่ควรดื่ม ฯลฯ
1	คนท้องและเด็กไม่ควรดื่มเหล้าเบียร์
2	ดื่มเหล้า ทำให้แข็งแต่ไม่นาน ไม่มีคุณภาพ

ส่วนเนื้อหาประเด็นวิธีเลิกเหล้าอย่างเหมาะสมพบว่า ตลอด 3 เดือนมีการโพสต์รวม
กัน 2 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 2 โพสต์ เดือนสิงหาคมจำนวน 0 โพสต์ และเดือน
กันยายนจำนวน 0 โพสต์ รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.20 แสดงภาพรวมเนื้อหาสุรารประเด็นให้ความรู้วิธีเลิกเหล้าอย่างเหมาะสม

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 2 โพสต์	เนื้อหาเกี่ยวกับสุรา ประเด็นให้ความรู้วิธีเลิกเหล้าอย่างเหมาะสม
1	งดเหล้าเข้าพรรษา แต่อย่าหักดิบ เสี่ยงอันตรายได้
2	หักดิบเหล้าเข้าพรรษา สุดท้ายดับสลด

ประเด็นเนื้อหาให้ความรู้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบพอดีพบว่า มีการโพสต์
ตลอด 3 เดือนรวมกัน จำนวน 2 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคม จำนวน 0 โพสต์ เดือนสิงหาคม
จำนวน 2 โพสต์ และเดือนกันยายน จำนวน 0 โพสต์รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.21 แสดงภาพรวมเนื้อหาสุรารประเด็นให้ความรู้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบพอดี

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 2 โพสต์	เนื้อหาเกี่ยวกับสุรา ประเด็นให้ความรู้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบพอดี
1	แสดงความคิดเห็นสุราไทยสุราพื้นบ้าน ดื่มแต่พอดี อย่าติดจนก่อโรค
2	แสดงความคิดเห็นจากข่าวเตือนใจนักดื่ม ดื่มจัดก่อแผลในกระเพาะเลือดไหลไม่หยุด

ส่วนกลุ่มเนื้อหาที่มีการโพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ในส่วนของ “2 ส.” เนื้อหาเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ พบว่า ตลอด 3 เดือนมีการโพสต์ทั้งหมด 3 โพสต์ แบ่งกลุ่มออกได้ 2 ประเด็น ประกอบด้วย

1. ประเด็นอันตรายจากการสูบบุหรี่
2. ประเด็นอันตรายจากบุหรี่ไฟฟ้า

ตารางที่ 4.22 จำนวนประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสูบบุหรี่

กลุ่มเนื้อหาเกี่ยวกับสูบบุหรี่	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	รวม 3 เดือน/ โพสต์
1.อันตรายจากการสูบบุหรี่	1	0	0	1
2.อันตรายจากบุหรี่ไฟฟ้า	0	0	2	2

ตามตารางที่ 4.22 จำนวนเนื้อหาสาระที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เนื้อหาเกี่ยวกับ สูบบุหรี่ที่มีการโพสต์มากเป็นอันดับ 1 ได้แก่ประเด็นให้ความรู้อันตรายจากการสูบบุหรี่ พบว่าตลอด 3 เดือนมีการโพสต์รวมกันจำนวน 1 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคม 1 โพสต์ เดือนสิงหาคม และเดือนกันยายนไม่มีการโพสต์ รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.23 แสดงภาพรวมเนื้อหาสูบบุหรี่ประเด็นให้ความรู้อันตรายจากการสูบบุหรี่

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 1 โพสต์	เนื้อหาเกี่ยวกับสูบบุหรี่ ประเด็นให้ความรู้อันตรายจากการสูบบุหรี่
1	ชายไทยป่วยโรคไข้วัดใหญ่พบว่า มีภาวะติดเชื้อราในอากาศและเสียชีวิต ตรวจสอบพบมีการสูบบุหรี่จัดวันละครึ่งซอง

อันดับ 2 ได้แก่ประเด็นเนื้อหาอันตรายบุหรี่ไฟฟ้า พบว่าตลอด 3 เดือนมีการโพสต์รวมทั้งหมด 2 โพสต์ โดยเดือนกรกฎาคม และสิงหาคมไม่มีการโพสต์ มีการโพสต์เดือนกันยายนจำนวน 2 โพสต์

ตารางที่ 4.24 แสดงภาพรวมเนื้อหาสูบบุหรี่ประเด็นอันตรายบุหรี่ไฟฟ้า

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 2 โพสต์	เนื้อหาเกี่ยวกับสูบบุหรี่ ประเด็นอันตรายบุหรี่ไฟฟ้า
1	สหรัฐเตือนคนป่วยมีอาการทางปอดจนเสียชีวิต พบมีหลายรายใช้บุหรี่ไฟฟ้าร่วมด้วย
2	สหรัฐเตือนเลี่ยงสูบบุหรี่ไฟฟ้าผสมสาร THC อาจก่ออันตราย

นายแพทย์วิทวัส ให้ข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงการเลือกเนื้อหาในกลุ่ม “2ส.” อย่างเนื้อหาด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสุรา ส่วนใหญ่โพสต์ประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับการเตือนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดวิธี อย่งให้เด็กดื่ม ซึ่งไม่ถูกต้อง รวมไปถึงเนื้อหาเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ จะโพสต์เตือนประเด็นเนื้อหาอันตรายจากบุหรี่ไฟฟ้ามากที่สุด โดยจะเป็นการนำข้อมูลการวิจัยของต่างประเทศมาให้ความรู้ ซึ่งเจ้าตัวรับว่า อย่างเรื่องการดื่มสุรา จะให้ความรู้วิธีดื่มที่เหมาะสม ดื่มได้แต่ต้องไม่ติดจนเป็นสุราเรื้อรัง

“อย่างเรื่องการดื่มสุรา ก็ไม่ได้บอกว่า ต้องงดดื่มเหล้าเด็ดขาดทีเดียว เพราะจริงๆ เรื่องการดื่มเหล้าก็เหมือนเป็นวัฒนธรรมของมนุษย์ที่มีการดื่มปกติ ขอแค่อย่าดื่มกันจนขนาดเป็นพิษสุราเรื้อรัง ดับแข็งก็ยังไม่ไหว แต่ก็ต้องแนะนำว่า ให้กินแบบมีความรับผิดชอบในตัวเอง และหากจะเลิกเหล้าก็ไม่ใช่ว่า ต้องเลิกทันที เพราะอาจเสี่ยงเป็นลมชัก เป็น โรคชกหลังถอนสุรา ซึ่งจริงๆ ก็มีกลุ่มเพื่อนที่เป็นจิตแพทย์ มาเล่าให้ฟัง และฝากเตือนว่า ใกล้เคียงพรรษาแล้ว อย่าเลิกเหล้าแบบดันทันที เพราะจะเกิดอาการชักเข้าโรงพยาบาลกัน ส่วนเรื่องบุหรี่ก็จะโพสต์ตามที่มีงานวิจัยออกมาจริงๆ ก็หลายๆอย่าง การเลือกเนื้อหาโพสต์ขึ้นอยู่กับหลายๆอย่าง ปัจจัย ณ ขณะนั้น อย่างกำลังสนใจเรื่องนี้และเจอข้อมูลพอดิก็นำมาโพสต์ให้ความรู้ หรือสังคมกำลังสนใจ กำลังเป็นกระแสก็นำมาโพสต์ให้ความรู้ได้เช่นกัน” (วิทวัส ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

สำหรับเนื้อหาที่มีการโพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ในส่วนของ “1ฟ.” คือ เนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพฟัน พบว่าตลอด 3 เดือนมีการโพสต์รวมทั้งหมด 10 โพสต์ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ประเด็นประกอบด้วย 1. เตือนจัดฟันเถื่อน เช่น การจัดฟันแฟชั่น การจัดโดยบุคคลที่ไม่ใช่ทันตแพทย์ เป็นต้นและ 2. ให้ข้อมูลการจัดฟันที่ถูกต้อง เช่น การจัดฟันโดยทันตแพทย์ หรือคลินิกทันตกรรมที่ผ่านมาตรฐานทางการแพทย์ รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.25 จำนวนประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน

กลุ่มเนื้อหาเกี่ยวกับฟัน	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	รวม 3 เดือน/ โพสต์
1.เดือนจัดฟันเดือน	5	0	3	8
2.ให้ข้อมูลการจัดฟันที่ถูกต้อง	0	2	0	2

ตามตารางที่ 4.25 จำนวนเนื้อหาสาระที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict พบประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับ “ฟัน” ที่มีการโพสต์มากเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ประเด็นเดือนการจัดฟันเดือน พบว่าตลอด 3 เดือนมีการโพสต์รวมกันจำนวน 8 โพสต์ แบ่งเป็นเดือนกรกฎาคมจำนวน 5 โพสต์ เดือนสิงหาคมไม่มีการโพสต์ และเดือนกันยายนจำนวน 3 โพสต์รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.26 แสดงภาพรวมเนื้อหาฟันประเด็นเดือนการจัดฟันเดือน

จำนวนเนื้อหาที่ โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) 8 โพสต์	เนื้อหาเกี่ยวกับฟัน ประเด็นเดือนจัดฟันเดือน
1	อุทาหรณ์ฟันหน้าหาย เดือนจัดฟันเดือน จัดฟันแฟชั่น
2	อันตรายจัดฟันเดือน จับปรับไม่หมดสิ้น
3	ระวังหมอฟันปลอม อุดฟันด้วยกาว
4	เดือนอีก! จัดฟันเดือนอันตรายช่องปาก
5	จัดฟันกับทันตแพทย์ไม่แพงขนาดต้องขายตัว หลังมีคน โพสต์เห็นว่าจัดฟันกับหมอต้องขายตัว
6	ถึงกับงง! หลังคนจัดฟันแฟชั่นจะเอาไปให้คลินิกทำฟันทำให้ได้หรือไม่
7	ระวังหมอฟันเดือน หมอกระเป๋การจัดฟันทำช่องปากเสียหายหนัก
8	แสดงความเห็นจับอดีตผู้ช่วยทันตแพทย์จัดฟันเดือน

อันดับ 2 ได้แก่ ประเด็นเนื้อหาให้ข้อมูลการจัดฟันที่ถูกต้อง พบว่า ตลอด 3 เดือนมีการโพสต์รวมกัน 2 โพสต์ โดยเดือนกรกฎาคมไม่มีการโพสต์ เดือนสิงหาคม มีจำนวน 2 โพสต์ และเดือนกันยายนไม่มีการโพสต์รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.27 แสดงภาพรวมเนื้อหาฟันประเด็นจัดฟันที่ถูกต้อง

จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ ตลอด 3 เดือน (ก.ล.-ก.ย.) 2 โพสต์	เนื้อหาเกี่ยวกับฟัน ประเด็นจัดฟันที่ถูกต้อง
1	การจัดฟันของแท้ต้องนัดเจอทันตแพทย์ทุกเดือน ไม่มีจ่ายรวดเดียว
2	ให้ความรู้การจัดฟันแบบใส

“ปัญหาเรื่องสุขภาพช่องปากและฟันก็เป็นเรื่องที่ต้องให้ข้อมูล เพราะปัญหาที่พบเกิดจากวัยรุ่นนิยมไปตัดฟันแฟชั่น ซึ่งไม่ใช่ทันตแพทย์ ทำให้เกิดความเสี่ยงตามมา บางรายฟันหน้าเสียหาย แต่หลายรายก็ยังไม่กังวล นอกจากนี้ ก็ยังเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดฟันที่ถูกต้อง”
(วิทวัส ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

2.3 แหล่งที่มาของเนื้อหา“3อ.2ส.1ฟ.”

จากการศึกษาแหล่งที่มาของเนื้อหาสารที่มีการโพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict พบว่า มีการอ้างอิงแหล่งที่มา เพื่อประกอบการแสดงความคิดเห็นของเจ้าของเพจแตกต่างกันไป



ตารางที่ 4.28 แหล่งที่มาของเนื้อหาที่มีการโพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

อันดับ	แหล่งที่มาเนื้อหา	จำนวนการ	จำนวนการ	จำนวนการ	รวม
		โพสต์ กรกฎาคม	โพสต์ สิงหาคม	โพสต์ กันยายน	
1	เฟซบุ๊กแฟนเพจ	29	32	42	103
2	เว็บไซต์สำนักข่าว	25	20	17	62
3	โพสต์เตือนด้วยตัวเอง	6	17	20	43
4	เว็บไซต์องค์กร หน่วยงาน รัฐ มหาวิทยาลัย	6	7	17	30
5	เฟซบุ๊กบุคคลทั่วไป	5	13	10	28
6	ข้อมูลจากผู้ติดตามแฟนเพจ	6	7	6	19
7	เฟซบุ๊ก Influencer	5	7	6	18
8	ช่องทางอื่นๆ เช่น Youtube Pantip การตั้ง คำถาม เป็นต้น	1	4	3	8
	รวม	80	109	122	311

ตามตารางที่ 4.28 จำนวนแหล่งที่มาของเนื้อหาที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict แบ่งแหล่งที่มาของเนื้อหาออกเป็น 10 แหล่งโดยพบว่า เจ้าของเพจ นำเนื้อหาจากแหล่งที่นำมาโพสต์ผ่านรูปแบบการแบ่งปันลิงค์ (Link) ตลอด 3 เดือน เรียงลำดับการใช้จากมากที่สุดไปลำดับการใช้ที่น้อยที่สุด ดังนี้

อันดับ 1	จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ	จำนวน 103	โพสต์
อันดับ 2	จากเว็บไซต์สำนักข่าว	จำนวน 62	โพสต์
อันดับ 3	เจ้าของเพจเป็นผู้โพสต์เตือนด้วยตัวเอง	จำนวน 43	โพสต์
อันดับ 4	จากเว็บไซต์องค์กรหน่วยงานรัฐ มหาวิทยาลัย	จำนวน 30	โพสต์
อันดับ 5	จากเฟซบุ๊กบุคคลทั่วไป	จำนวน 28	โพสต์
อันดับ 6	จากผู้ติดตามแฟนเพจ	จำนวน 19	โพสต์
อันดับ 7	จากเฟซบุ๊ก Influencer	จำนวน 18	โพสต์
อันดับ 8	ช่องทางอื่นๆ (Youtube Pantip ฯลฯ)	จำนวน 8	โพสต์

จากลำดับดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict มีการโพสต์เนื้อหาที่อ้างอิงแหล่งที่มาจากเฟซบุ๊กแฟนเพจต่างๆ มากที่สุด โดยแฟนเพจที่ถูกนำมาใช้อ้างอิงมาก 3 อันดับ คือ อันดับ 1 แฟนเพจ Sarikahappymen อันดับ 2 แฟนเพจห้องทำฟันหมายเลข 10 และอันดับ 3 แฟนเพจพะยูนบุคคละลุยกัน ส่วนที่เหลือเป็นการเลือกแฟนเพจ ที่ค่อนข้างหลากหลาย อาทิ เพจหมอมอบบ่นน้อยหေး เพจคอกจิก V9 เพจเลี้ยงลูกตามใจหมอ เพจอ้ายจง เป็นต้น

สำหรับแหล่งที่มาที่มีการอ้างอิงมากเป็นอันดับ 2 คือ จากเว็บไซต์สำนักข่าวต่างๆ โดยเว็บไซต์สำนักข่าวที่ถูกนำมาใช้อ้างอิงมาก 3 อันดับ คือ อันดับ 1 เว็บไซต์ข่าวสด อันดับ 2 เว็บไซต์เดลินิวส์ และอันดับ 3 ไทยรัฐออนไลน์ นอกนั้นมาจากสำนักข่าวหลากหลาย อาทิ workpointnews ไทยพีบีเอส ผู้จัดการออนไลน์ มติชน โพสต์ทูเดย์ อัมรินทร์ ช่อง 8 ช่องวัน ช่อง 7 ช่อง 3 สำนักข่าว Hfocus เป็นต้น

ส่วนแหล่งที่มาที่มีการโพสต์เป็นอันดับ 3 คือจากการแสดงความคิดเห็น โดยเจ้าของเพจเป็นผู้โพสต์เตือนด้วยตัวเอง อันดับ 4 แหล่งที่มาจากเว็บไซต์หรือแฟนเพจขององค์กรหน่วยงานรัฐ มหาวิทยาลัยอาทิเว็บไซต์จากมหาวิทยาลัยมหิดล กรมควบคุมโรค กรมสุขภาพจิต โรงพยาบาลรามคำแหง คณะเวชศาสตร์เขตร้อน มหาวิทยาลัยมหิดล แพทยสภา เป็นต้น อันดับ 5 จากเฟซบุ๊กบุคคลทั่วไปอันดับ 6 ข้อมูลจากผู้ติดตามแฟนเพจ Drama-addict อันดับ 7 จากเฟซบุ๊ก Influencer อาทิ หมอแสบแฟนต้า Jessada Denduangboripant เป็นต้น และอันดับ 8 จากช่องทางอื่นๆ เช่น Youtube Pantip การสร้างโพลล์คำถามผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์นายแพทย์วิวัฒน์ ทำให้ทราบว่าเพจ Drama-addict ให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำมาโพสต์ เนื่องจากการแสดงความคิดเห็นประกอบข่าวหรือข้อมูลใดๆ ก็ตาม จำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้อ่านหรือผู้ติดตามเพจมั่นใจกับข้อมูล ประกอบกับปัจจุบันการแสดงความคิดเห็นที่ปราศจากแหล่งข้อมูลที่อ้างอิงที่น่าเชื่อถือ ย่อมเสี่ยงเข้าข่ายผิดพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ซึ่งปัจจุบันมีการแก้ไขฉบับที่ 2 พ.ศ.2560

“ การนำเสนอข้อมูลผ่านโซเชียลฯ ต้องระวัง เพราะมีเรื่องพ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ฯ หากนำเสนอข้อมูลไม่ถูกต้องอาจถูกดำเนินคดีได้ และเวลาเราเลือกแชร์ข่าวจากสื่อใดสื่อหนึ่งก็ต้องพิจารณาด้วยว่า ข้อมูลที่นำเสนอถูกต้องหรือไม่ และเป็นสื่อที่เป็นทางการหรือไม่ ไม่ใช่เว็บคลิกเบตอาจตั้งชื่อคล้ายสื่อ แต่ไม่ใช่ ก็ต้องระวัง อีกอย่างความรับผิดชอบก็จะตกเป็นของสื่อที่นำเสนอด้วย”
(วิวัฒน์ ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

2.4 จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหา“3อ. 2ส. 1ฟ.” แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

- จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่ำกว่า 100 ความคิดเห็นต่อเนื้อหา 1 โพสต์
 - จำนวนการแสดงความคิดเห็น 100-500 ความคิดเห็นต่อเนื้อหา 1 โพสต์
 - จำนวนการแสดงความคิดเห็น 500-1,000 ความคิดเห็นต่อเนื้อหา 1 โพสต์
 - จำนวนการแสดงความคิดเห็นมากกว่า 1,000 ความคิดเห็นต่อเนื้อหา 1 โพสต์
- รายละเอียดตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.29 จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่โพสต์

จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อจำนวนเนื้อหาที่โพสต์				
เนื้อหาด้านสุขภาพ	ต่ำกว่า 100	100-500	500-1,000	มากกว่า 1,000
3อ.				
อาหาร	84	127	19	10
ออกกำลังกาย	5	7	2	0
อารมณ์	13	13	3	1
2ส.				
สุรา	1	7	5	1
สูบบุหรี่	1	0	0	2
1ฟ.				
สุขภาพช่องปากและฟัน	2	4	3	1
รวม	106	158	32	15

จากตารางที่ 4.29 จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่มีการโพสต์บนเฟซบุ๊ก แพลตฟอร์ม Drama -addict ระยะเวลา 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.) พบว่า ภาพรวมมีเนื้อหาที่มีจำนวนการแสดงความคิดเห็นต่ำกว่า 100 ความคิดเห็นอยู่ที่จำนวน 106 โพสต์, เนื้อหาที่มีการแสดงความคิดเห็น 100-500 ความคิดเห็นจำนวน 158 โพสต์, เนื้อหาที่มีการแสดงความคิดเห็น 500-1,000 ความคิดเห็นจำนวน 32 โพสต์ และเนื้อหาที่มีการแสดงความคิดเห็นมากกว่า 1,000 ความคิดเห็นจำนวน 15 โพสต์

สรุปได้ว่า มีการแสดงความคิดเห็นมากที่สุดถึงเนื้อหาละ 1,000 ความคิดเห็นเพียง 15 เนื้อหาจากเนื้อหาทั้งหมด 311 โพสต์ แต่จำนวนการแสดงความคิดเห็นระหว่าง 100-500 ความคิดเห็นพบมากที่สุดถึง 158 เนื้อหาที่มีการโพสต์ซึ่งพบว่าเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารมากที่สุด รองลงมา คือ

เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ ส่วนเนื้อหาที่มีการแสดงความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับบุหรี เนื่องจากมีเนื้อหาที่โพสต์บนเพจน้อยที่สุดเพียง 3 โพสต์จากเนื้อหาทั้งหมด 311 โพสต์

นายแพทย์วิทวัส ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ติดตามเพจเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่มีการโพสต์จำนวนมาก โดยเฉพาะเนื้อหาด้านอาหาร ว่า เป็นเพราะส่วนหนึ่งเนื้อหา น่าสนใจ และเป็นเรื่องใกล้ตัวในชีวิตประจำวัน ประกอบกับลีลาการใช้ภาษาในการสื่อสารที่เข้าใจง่าย และดูเป็นกันเอง แม้หลายครั้งการสื่อสารจะใช้ภาษาที่ไม่สุภาพ เช่น “กู” หรือ “เมิง” หรือมีคำสลับต่างๆ แต่กลับเป็นส่วนหนึ่งที่สร้างความน่าสนใจต่อเนื้อหาที่โพสต์มากขึ้น

“ที่ติดตามเพจมาก อาจเพราะเนื้อหาที่น่าสนใจเป็นเรื่องใกล้ตัว อย่างอาหาร สุขภาพ การนำเสนอข้อมูลก็ค่อนข้างไวรัลจริงๆ ก็ไม่ได้กำหนดตายตัว อย่างการนำเสนอเนื้อหา จะตามใจผมมากกว่า ส่วนมากคนที่เข้ามาอาจเพราะการใช้ภาษาอย่างในอดีตการประชาสัมพันธ์ ผ่านแผ่นพับ ใบปลิวของกรม กระทรวง ผมว่ามันอ่านยาก อ่านไม่รู้เรื่อง และเป็นการนำเสนอ เหมือนหมอกุ้ยกับประชาชน ดูเป็นทางการเกินไป ผมว่าเข้าใจยาก ซึ่งการสื่อสารรูปแบบที่เข้าใจง่าย ด้วยภาษาง่ายๆ ทำให้ประชาชนเข้าถึงได้มากกว่า ซึ่งผมเอามาจากคอนเซ็ปต์ตอนที่ผมทำหนังสือนิทานอีสด ซึ่งเอาประเด็นเรื่องสุขภาพที่เข้าใจยากมาทำให้เข้าใจง่าย” (วิทวัส ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

นอกจากนี้ นายแพทย์วิทวัส ยังบอกว่าส่วนหนึ่งอาจเพราะเป็นแพทย์ ทำให้คนเชื่อถือข้อมูลที่มีการ โพสต์เผยแพร่

“ส่วนหนึ่งก็อาจเพราะผมเป็นหมอ คนไทยก็ยิ่งเชื่อเพราะคนพูดเป็นหมอ แต่จริงๆ ก็ไม่ใช่เรื่องดี เพราะหลังๆ เราจะเห็นคนในวิชาชีพ หมอ พยาบาลขายยาลดความอ้วน เอาความเป็นวิชาชีพมาให้ข้อมูลผิดๆ ซึ่งไม่ถูกต้อง แต่ก็มีหลายเคสที่เวลาหมอพูดอะไร ชาวบ้านไม่เชื่อ แต่เวลา ป้า ลุงข้างบ้าน หรือใครมาพูดๆเมิงๆ กลับเชื่อ เลยลองดูใช้ก็ตอบรับดี และมีการสื่อสารสองทาง ด้วย แต่ต้องระวังเหมือนกันอย่างในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก หลังๆพอคนรู้ว่าเป็นหมอ มีให้ช่วย ตรวจวินิจฉัยโรค ซึ่งทำไม่ได้ การวินิจฉัยออนไลน์ห้ามทำเด็ดขาด เพราะไม่มีการซักประวัติ ไม่มีการตรวจร่างกายจะทำไม่ได้ ซึ่งเราก็ต้องวางขอบเขตว่า หากใครมาปรึกษา อาจให้คำแนะนำได้ ประมาณหนึ่ง” (วิทวัส ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

3. รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama – addict

3.1 รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict

จากการรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย และการศึกษา รูปแบบการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจต่างๆ อาทิ

- ธนพัฒน์ ชิตโสภณดิลก (2558) กล่าวในการศึกษาวิจัย “กลยุทธ์การสื่อสารบน Facebook Fanpage Goal Thailand ที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์ Goal.com/th/ โดยส่วนหนึ่งในงานวิจัย ระบุถึงฟังก์ชัน หรือรูปแบบการทำงานของเฟซบุ๊กแฟนเพจ ว่ามีทั้งหมด 8 ฟังก์ชัน (หน้าที่การทำงาน) ประกอบด้วย การโพสต์หน้า Wall , Info ข้อมูลรายละเอียดเบื้องต้นของเฟซบุ๊กแฟนเพจ , Photo รูปภาพต่างๆ เป็นการสื่อสารผ่านรูปภาพ , Event กิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจ ที่ , Video ภาพเคลื่อนไหว , Notes การแจ้งข้อมูลสั้น , Discussion Board ลักษณะคล้ายกระทู้ที่สมาชิกใช้สนทนา สอบถามข้อมูลต่างๆ และReviews การแสดงความคิดเห็นของสมาชิก

- วรรณเนาวรัตน์ โนนภาส (2561) กล่าวในการค้นคว้าอิสระ เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ JBofficial.th ของรองเท้า JELLY BEANS โดยระบุถึงประเภทของการโพสต์เนื้อหาบนเฟซบุ๊ก ประกอบด้วย เนื้อหา (Text) , รูปภาพ (Photo) , วิดีโอ (Video) , ลิงก์ (Link) , เฟซบุ๊กไลฟ์ (Live) และเรื่องราวในเฟซบุ๊ก (Story)

จากการศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานเฟซบุ๊กแฟนเพจผ่านงานวิจัยต่างๆ

ข้างต้น ประกอบกับการศึกษาเนื้อหาที่มีการโพสต์ผ่านฟังก์ชันการทำงานผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict พบว่ามีการใช้งานฟังก์ชันที่หลากหลาย แต่ผู้วิจัยได้เลือกมาสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 7 ฟังก์ชัน ได้แก่

1. การอัปเดตสถานะ (Status Updates) หรือ การ โพสต์ (Post) ข้อความต่างๆ ผ่านหน้าวอลล์ (Wall)

2. การเขียนบันทึก (Notes) การแจ้งข้อมูลสั้น เพื่อบอกเล่าเรื่องราวแก่คนอื่นๆ

3. Event กิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจ

4. วิดีโอ (Videos) การอัปโหลด (Upload) หรือแชร์ (Share) ไฟล์วิดีโอ และอาจมี

ข้อความประกอบด้วย

5. รูปภาพ (Photos) รูปภาพต่างๆ อาจมีข้อความกำกับร่วมด้วย

6. ลิงก์ (Link) เป็นการโพสต์ด้วยลิงก์ข้อความ

7. การถามคำถาม (Questions) การสร้างแบบสอบถามเพื่อขอความคิดเห็น
ของผู้ใช้งานหรือสมาชิก โดยมีตัวเลือกให้โหวตและแสดงผลลัพธ์ที่มีผู้ใช้งานเลือกมากที่สุดเป็น
ผลลัพธ์ของแบบสำรวจ

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.30 รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict

Drama -addict Facebook	จำนวนโพสต์	จำนวนโพสต์	จำนวนโพสต์	รวม
Fan page/ฟังก์ชัน	เดือนก.ค.	เดือนส.ค.	เดือน ก.ย.	
Status Updates	82	108	121	311
Link	73	85	91	249
Photos	24	30	35	89
Event	-	-	-	0
Video	4	6	8	18
Notes	81	108	120	309
Questions	-	2	-	2

จากตารางที่ 4.30 รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ
Drama -addict ทั้ง 7 ฟังก์ชัน พบว่ามีการใช้ 6 ฟังก์ชัน โดยเรียงลำดับการใช้ฟังก์ชันจากมากไปน้อย
ดังนี้

1. การอัปเดตสถานะหน้าเฟซบุ๊ก (Status Updates) มีการใช้จำนวน 311 ครั้ง
2. การเขียนบันทึก (Notes) มีการใช้จำนวน 309 ครั้ง
3. ลิงก์ (Link) มีการใช้จำนวน 249 ครั้ง
4. รูปภาพ (Photos) มีการใช้จำนวน 89 ครั้ง
5. วิดีโอ (Videos) มีการใช้จำนวน 18 ครั้ง
6. การสร้างแบบสอบถาม (Questions) มีการใช้จำนวน 2 ครั้ง

สำหรับฟังก์ชันที่มีการใช้มากที่สุด คือ การอัปเดตสถานะเฟซบุ๊ก (Status Updates)
มีการโพสต์จำนวน 311 ครั้งเท่ากับเนื้อหาที่มีการโพสต์ทั้งหมดตลอด 3 เดือน คือ กรกฎาคม
สิงหาคม และกันยายน 2562

รองลงมาเป็นการใช้ฟังก์ชันการเขียนบันทึก (Notes) จำนวน 309 ครั้ง และใช้ฟังก์ชันผ่านการแชร์ลิงก์ (Link) จำนวน 249 ครั้ง ส่วนที่เหลือมีการใช้ฟังก์ชันรูปภาพ (Photos) จำนวน 89 ครั้ง การใช้ฟังก์ชันวิดีโอ (Videos) จำนวน 18 ครั้ง การใช้ฟังก์ชันด้วยการสร้างแบบสอบถาม หรือตั้งคำถาม (Questions) จำนวน 2 ครั้ง ส่วนการใช้ฟังก์ชันกิจกรรมหรือแจ้งเหตุการณ์ที่น่าสนใจไม่พบการใช้ เนื่องจากไม่มีการโพสต์ในลักษณะเชิญชวนร่วมกิจกรรมใดๆ

3.2 การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict

จากการศึกษาการ โพสต์เนื้อหาแต่ละครั้ง เกี่ยวกับการใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addictรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.31 การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict

การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ตลอด 3 เดือน		รวม
การเลือกใช้ 2 ฟังก์ชัน	- Status Updates / Notes - Status Updates / Photos	5
การเลือกใช้ 3 ฟังก์ชัน	- Status Updates /Link / Notes - Status Updates / Photos / Notes - Status Updates /Videos/Notes - Status Updates / Notes / Questions	248
การเลือกใช้ 4 ฟังก์ชัน	- Status Updates/ Link /Photos/ Notes - Status Updates /Link /Video / Notes	58

จากตาราง 4.31การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict ตลอด 3 เดือนเป็นการเลือกใช้ฟังก์ชันมากกว่า 2 ฟังก์ชันขึ้นไป แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มที่ 1 การเลือกใช้ 2 ฟังก์ชันขึ้นไป กลุ่มที่ 2 การเลือกใช้ 3 ฟังก์ชัน และกลุ่มที่ 3 การเลือกใช้ 4 ฟังก์ชัน

โดยภาพรวมพบว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict มีการเลือกใช้ 3 ฟังก์ชันมากที่สุดจำนวน 248 โพสต์ รองลงมา เป็นการเลือกใช้ 4 ฟังก์ชันจำนวน 58 โพสต์ และการเลือกใช้ 2 ฟังก์ชันจำนวน 5 โพสต์ ทั้งนี้ สามารถแบ่งรายละเอียดการเลือกใช้ฟังก์ชันออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 การเลือกใช้ 2 ฟังก์ชัน พบว่า มีการใช้รูปแบบนี้น้อยที่สุดจำนวน 5 โพสต์ ประกอบด้วย 2 ฟังก์ชัน ดังนี้

- การอัปเดตสถานะหน้าเฟซบุ๊ก (Status Updates) และการเขียนบันทึก (Notes)
- การเลือกใช้การอัปเดตสถานะหน้าเฟซบุ๊ก (Status Updates) และการใช้รูปภาพ (Photos)

กลุ่มที่ 2 การเลือกใช้ 3 ฟังก์ชัน พบว่า มีการใช้รูปแบบนี้มากที่สุดจำนวน 248 โพสต์ ประกอบด้วย 3 ฟังก์ชัน ดังนี้

- การอัปเดตสถานะหน้าเฟซบุ๊ก (Status Updates) การใช้ด้วยการแชร์หรือแปะลิงก์ (Link) และการเขียนบันทึก (Notes)
- การอัปเดตสถานะหน้าเฟซบุ๊ก (Status Updates) การใช้รูปภาพ (Photos) และการเขียนบันทึก (Notes)
- การอัปเดตสถานะหน้าเฟซบุ๊ก (Status Updates) การใช้วิดีโอ (Videos) และการเขียนบันทึก (Notes)
- การอัปเดตสถานะหน้าเฟซบุ๊ก (Status Updates) การสร้างแบบสอบถาม หรือการตั้งถามคำถาม (Questions) และการเขียนบันทึก (Notes)

กลุ่มที่ 3 การเลือกใช้ 4 ฟังก์ชัน พบว่า มีการใช้รูปแบบนี้ในระดับปานกลางจำนวน 58 โพสต์ ประกอบด้วย 4 ฟังก์ชัน ดังนี้

- การอัปเดตสถานะหน้าเฟซบุ๊ก (Status Updates) การใช้ด้วยการแชร์หรือแปะลิงก์ (Link) การใช้รูปภาพ (Photos) และการเขียนบันทึก (Notes)
- การอัปเดตสถานะหน้าเฟซบุ๊ก (Status Updates) การใช้ด้วยการแชร์หรือแปะลิงก์ (Link) การใช้วิดีโอ (Videos) และการเขียนบันทึก (Notes)

จากการสัมภาษณ์นายแพทย์วิวัฒน์ เกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict พบว่า ไม่ได้มีรูปแบบอะไรพิเศษ เพียงแต่ต้องมีการใช้ฟังก์ชันที่หลากหลาย ผสมกันไป ทั้งการอัปเดตสถานะ การโพสต์รูป การโพสต์คลิป เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เพราะหลักๆ จะเป็นเรื่องเนื้อหาการสื่อสารที่เข้าใจง่าย เป็นเรื่องใกล้ตัว

“โดยหลักไม่ได้กำหนดตายตัวว่า ต้องใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันอะไรมาก ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเนื้อหาที่โพสต์ต้องเข้าใจง่าย น่าสนใจ มีความหลากหลาย อยู่ในกระแสสังคม ยังได้รับความสนใจ แต่ทั้งหมดต้องเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีหลักฐานยืนยันจริงๆ ไม่ใช่เฟคนิวส์ร่วมกับลีลาส่วนตัวของผม เป็นสไตล์การสื่อสารส่วนตัว จะเรียกว่าเป็นเทคนิคของผมก็ได้เหมือนกัน ซึ่งก็ค่อนข้างปากไม่ค่อยติดนัก” (วิวัฒน์ ศิริประชัย, สัมภาษณ์ 5 ตุลาคม 2562)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา เรื่อง การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama –addict เป็นการศึกษา ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research method) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีวัตถุประสงค์การวิจัย 2 ข้อ ประกอบด้วย 1. ศึกษาเนื้อหาตามแนวทางการรณรงค์พฤติกรรมด้านสุขภาพของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข “3อ. 2ส. 1ฟ.” และ 2. ศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict โดยมีระยะเวลาการศึกษาทั้งหมด 3 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม สิงหาคมและ กันยายน 2562 สามารถสรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิจัยเรื่อง การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict ได้แบ่งผลการศึกษาวีจียออกเป็น 2 ส่วนเรียงตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.1 เนื้อหาเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama- addict ตามแนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข “3อ. 2ส. 1ฟ.” แบ่งออกเป็น

1.1.1 จำนวนการโพสต์เนื้อหาตามกรอบ “3อ. 2ส. 1ฟ.” บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข จัดทำกรอบแนวทางการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ที่เรียกว่า การสร้างสุขภาพที่ดี โดยใช้หลัก “3 อ. 2 ส. 1 ฟ.” ประกอบด้วย 3 อ. คือ พฤติกรรมการรับประทานอาหาร พฤติกรรมการออกกำลังกาย และพฤติกรรมเกี่ยวกับอารมณ์ การจัดการความเครียด 2 ส. คือ พฤติกรรมการสูบบุหรี่ และพฤติกรรมการดื่มสุรา และ 1 ฟ. คือ การดูแลสุขภาพฟัน

โดยเนื้อหาการสื่อสาร “3อ. 2ส. 1ฟ.” ที่มีการโพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict รวมจำนวนทั้งหมด 311 โพสต์ทุกวัน ตลอดระยะเวลา 3 เดือนตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-กันยายน 2562 พบว่า เนื้อหากลุ่ม 3 อ. มีการโพสต์มากกว่า 2 ส. และ 1 ฟ. โดยเนื้อหา 3 อ. ที่พบมากเป็นอันดับ 1 คือ เนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร รองลงมา อันดับ 2 คือ เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ และอันดับ 3

คือ เนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ส่วนเนื้อหาในกลุ่ม 2 ส. โดย ส.แรก เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับสุรา มีการโพสต์เป็นอันดับ 4 ขณะที่เนื้อหา 1 ฟ. หรือเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน มีการโพสต์เป็นอันดับ 5 ส่วนเนื้อหา ส.ที่สอง เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับ “สูบบุหรี่” มีการโพสต์น้อยที่สุด

1.1.2 ประเด็นเนื้อหาที่มีการนำเสนอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ตามกรอบ “3อ. 2ส. 1ฟ.”

จากการศึกษาเนื้อหา “3อ.2ส.1ฟ.” ที่มีการนำเสนอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ตลอด 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.62) สามารถแยกเนื้อหาออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

กลุ่มเนื้อหา 3 อ. แบ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร เป็นกลุ่มเนื้อหาที่มีการโพสต์มากที่สุดจำนวน 239 โพสต์จากทั้งหมด 311 โพสต์ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 ประเด็นเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับ 1 เนื้อหาประเด็นพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง รองลงมาอันดับ 2 เนื้อหาประเด็นให้ความรู้ทั่วไปด้านอาหาร อันดับ 3 เนื้อหาประเด็นความปลอดภัยด้านอาหาร อันดับ 4 เนื้อหาประเด็นการแนะนำเมนูอาหารต่างๆ อันดับ 5 เนื้อหาประเด็นการให้ข้อมูลการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง และอันดับ 6 เนื้อหาประเด็นด้านอาหารอื่นๆ เช่น ปัญหาการบริโภค การประชาสัมพันธ์หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารด้านการบริโภคของหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน

เนื้อหาเกี่ยวกับ “การออกกำลังกาย” นำเสนอจำนวน 15 โพสต์จากทั้งหมด 311 โพสต์ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น โดยอันดับ 1 เป็นเนื้อหาประเด็นให้ความรู้ประโยชน์จากการออกกำลังกาย เช่น การออกกำลังกายเป็นวิธีหนึ่งช่วยลดน้ำหนัก กระชับกล้ามเนื้อและอันดับ 2 เนื้อหาประเด็นให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เช่น วิธีการออกกำลังกาย ลดอาการบาดเจ็บ เป็นต้น

เนื้อหาเกี่ยวกับ “อารมณ์” นำเสนอจำนวน 30 โพสต์จากทั้งหมด 311 โพสต์ แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ประเด็นเรียงลำดับการโพสต์จากมากไปน้อย ดังนี้ อันดับ 1 เนื้อหาประเด็นให้ความรู้โรคซึมเศร้า รองลงมาอันดับ 2 เนื้อหาประเด็นเตือนพฤติกรรมที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต อันดับ 3 มีการโพสต์เท่ากัน คือ เนื้อหาประเด็นสารเสพติดที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต และเนื้อหาประเด็นอื่นๆ เช่น ความรู้โรคเครียด ช่องทางปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต เป็นต้น

ในส่วนของ 2 ส. เนื้อหาเกี่ยวกับ “สุรา” หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นำเสนอจำนวน 14 โพสต์จากทั้งหมด 311 โพสต์ แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ประเด็นเรียงลำดับการโพสต์จากมากไปน้อย ดังนี้ อันดับ 1 เนื้อหาประเด็นเตือนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดวิธี อันดับ 2 เนื้อหาประเด็นอื่นๆ เช่น ข้อควรระวังในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความเข้าใจผิดในการดื่มสุรา เป็นต้น

ส่วนอันดับ 3 มีการโพสต์เท่ากัน คือ เนื้อหาประเด็นให้ความรู้วิธีเลิกเหล้า และเนื้อหาประเด็นให้ความรู้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบพอดี

เนื้อหาเกี่ยวกับ “สูบบุหรี่” มีการโพสต์จำนวน 3 โพสต์ แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ประเด็น เรียงลำดับการโพสต์จากมากไปน้อย ดังนี้ อันดับ 1 เนื้อหาประเด็นอันตรายจากบุหรี่ไฟฟ้า และอันดับ 2 เนื้อหาประเด็นอันตรายจากการสูบบุหรี่

สำหรับ 1 ฟ. เนื้อหาเกี่ยวกับ “ฟัน” หรือสุขภาพฟันมีการโพสต์จำนวน 10 โพสต์จากทั้งหมด 311 โพสต์ สามารถแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ประเด็น เรียงลำดับการโพสต์จากมากไปน้อย ดังนี้ อันดับ 1 เนื้อหาประเด็นเตือนจัดฟันเถื่อน และ อันดับ 2 เนื้อหาประเด็นให้ข้อมูลการจัดฟันที่ถูกต้อง

1.1.3 แหล่งที่มาของเนื้อหา “3 อ.2ส.1ฟ.”

การศึกษาแหล่งที่มาของเนื้อหาสาร “3 อ.2ส.1ฟ.” ที่มีการโพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict พบว่า เจ้าของเพจให้ความสำคัญกับการอ้างอิงแหล่งที่มาของเนื้อหาที่นำมาโพสต์ โดยแหล่งที่มาที่นำมาอ้างอิงมากที่สุดอันดับ 1 คือ เฟซบุ๊กแฟนเพจต่างๆ โดยแฟนเพจที่นำมาใช้อ้างอิงมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ 1. แฟนเพจ Sarikahappymen 2. แฟนเพจห้องทำฟันหมายเลข 10 และ 3. แฟนเพจพะยูนบุคตะลุยกัน ส่วนที่เหลือเป็นการเลือกแฟนเพจ ที่ค่อนข้างหลากหลาย ไม่ค่อยซ้ำกัน เช่น เพจหมอบอบนหน้อยเหอะ เพจดอกจิก V9 เพจเลี้ยงลูกตามใจหมอบอกอายจง เป็นต้น

สำหรับแหล่งที่มาที่มีการอ้างอิงมากเป็นอันดับ 2 คือ จากเว็บไซต์สำนักข่าวต่างๆ โดยเว็บไซต์สำนักข่าวที่ถูกนำมาใช้อ้างอิงมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ 1. เว็บไซต์ข่าวสด 2. เว็บไซต์เดลินิวส์ และ 3. เว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ นอกจากนั้นมาจากสำนักข่าวหลากหลาย อาทิ workpointnewsไทยพีบีเอส ผู้จัดการออนไลน์ มติชน โพสต์ทูเดย์ อัมรินทร์ ช่อง 8 ช่องวัน ช่อง 7 ช่อง 3 สำนักข่าว Hfocus เป็นต้น

ส่วนแหล่งที่มาที่มีการโพสต์เป็นอันดับ 3 คือ จากการแสดงความคิดเห็นโดยเจ้าของเพจเป็นผู้โพสต์เตือนด้วยตัวเอง อันดับ 4 แหล่งที่มาจากเว็บไซต์หรือแฟนเพจขององค์กรหน่วยงานรัฐ มหาวิทยาลัย อาทิ เว็บไซต์จากมหาวิทยาลัยมหิดล กรมควบคุมโรค กรมสุขภาพจิต โรงพยาบาลรามคำแหง คณะเวชศาสตร์เขตร้อน มหาวิทยาลัยมหิดล แพทยสภา เป็นต้น อันดับ 5 จากเฟซบุ๊กบุคคลทั่วไปอันดับ 6 ข้อมูลจากผู้ติดตามแฟนเพจ Drama-addict อันดับ 7 จากเฟซบุ๊ก Influencer อาทิ หมอแสบแพนด้า JessadaDenduangboripant เป็นต้น และอันดับ 8 จากช่องทางอื่นๆ เช่น YoutubePantip การสร้างโพลล์คำถามผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ เป็นต้น

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์นายแพทย์วิฑูรย์ ศิริประชัย เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ให้ความสำคัญกับการอ้างอิงแหล่งที่มาของเนื้อหาที่นำมาโพสต์ ไม่ว่าจะอ้างมาจาก เฟซบุ๊กแฟนเพจต่างๆ หรือจากสำนักข่าว โดยก่อนจะนำมาเพื่อประกอบการแสดงความคิดเห็นของ เจ้าของเพจเอง จำเป็นต้องเลือกแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากหากข้อมูลนั้นๆ ไม่น่าเชื่อถือและมีการเผยแพร่ผ่านสื่อสาธารณะ อย่างสื่อสังคมออนไลน์ อาจทำให้เกิดความเสียหายจากการส่งต่อกันในโลกออนไลน์ และส่งผลกระทบต่อหลายส่วน โดยเฉพาะตัวเจ้าของเพจ เพราะมีเรื่องของข้อกฎหมายการเผยแพร่สิ่งที่เป็นเท็จจนก่อให้เกิดความเสียหาย อย่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ซึ่งปัจจุบันมีการแก้ไขฉบับที่ 2 พ.ศ.2560

1.1.4 จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหา “3 อ.2 ส. 1 ฟ.”

จากการศึกษาจำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหา “3 อ.2 ส.1 ฟ.” ที่โพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict สรุปได้ว่า จำนวนการแสดงความคิดเห็น ที่มีต่อเนื้อหา “3 อ.2 ส. 1 ฟ.” ที่โพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict พบว่าผู้รับสารให้ความสนใจเข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาด้านอาหารมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการโพสต์ของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addictที่มีการโพสต์เนื้อหาด้านอาหารมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาแสดงความคิดเห็นเนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ เนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกายเนื้อหาเกี่ยวกับสุรา เนื้อหาเกี่ยวกับฟัน และเนื้อหาเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ตามลำดับ

1.2 รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama - addict

1.2.1 รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama - addict

จากการศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict พบมีการใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเพจ 6 ฟังก์ชัน คือ 1. การอัปเดตสถานะ (Status Updates) เป็นการโพสต์ (Post) ข้อความต่างๆ ผ่านหน้าวอลล์ (Wall) 2. การเขียนบันทึก (Notes) เป็นการแจ้งข้อมูลสั้นๆ เพื่อบอกเล่าเรื่องราวแก่คนอื่นๆ 3. วิดีโอ (Videos) การอัปโหลด (Upload) หรือแชร์ (Share) ฟิล์มวิดีโอ และอาจมีข้อความประกอบพร้อมด้วย 4.รูปภาพ (Photos) รูปภาพต่างๆ อาจมีข้อความกำกับพร้อมด้วย 5. ลิงก์ (Link) เป็นการโพสต์ด้วยลิงก์ข้อความและ 6. การสร้างโพลคำถามบนเฟซบุ๊ก (Polls on Facebook) เป็นการสร้างโพลแบบสอบถามเพื่อขอความคิดเห็นของผู้ใช้งานหรือสมาชิก โดยมีตัวเลือกให้โหวต 2 ตัวเลือกและแสดงผลลัพธ์ที่มีผู้ใช้งานเลือกมากที่สุดเป็นผลลัพธ์ของแบบสำรวจ

ซึ่งรูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันเหล่านี้ ทางเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ไม่ได้กำหนดชัดว่า ต้องใช้ฟังก์ชันรูปแบบไหนมากกว่ากัน แต่จากการเก็บข้อมูลผ่าน

หน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจพบมีการใช้ฟังก์ชันการอัปเดตสถานะมากที่สุด นอกจากนี้ ยังพบว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจไม่ได้ใช้แค่ฟังก์ชันใดฟังก์ชันหนึ่ง แต่ใช้มากกว่า 2 ฟังก์ชันร่วมกัน ซึ่งได้สรุปผลไว้ใน การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจต่อไป

1.2.2 การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ *Drama-addict*

การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ พบว่า มีการใช้มากกว่า 2 ฟังก์ชันขึ้นไปในการโพสต์เนื้อหาแต่ละครั้ง โดยฟังก์ชันการอัปเดตสถานะหน้าเฟซบุ๊ก (Status Updates) มีการใช้มากที่สุดในทุกเนื้อหาที่มีการโพสต์บนเพจเป็นจำนวน 311 โพสต์ ร่วมกับการใช้ฟังก์ชันอื่นๆ ซึ่งการใช้ฟังก์ชันการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ *Drama-addict* แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 การเลือกใช้ 2 ฟังก์ชันขึ้นไป กลุ่มที่ 2 การเลือกใช้ 3 ฟังก์ชัน และกลุ่มที่ 3 การเลือกใช้ 4 ฟังก์ชัน

เฟซบุ๊กแฟนเพจ *Drama-addict* เลือกใช้การฟังก์ชันกลุ่มที่ 2 มากที่สุดถึง 248 โพสต์จากเนื้อหาที่โพสต์ทั้งหมด 311 โพสต์ โดยสาเหตุที่เลือกใช้ฟังก์ชัน 3 ฟังก์ชัน ไม่ว่าจะเป็นการใช้ฟังก์ชันการอัปเดตสถานะหน้าเฟซบุ๊ก ใช้ร่วมกับการแชร์หรือแปะลิงก์ (Link) และการเขียนบันทึก (Notes) หรือการใช้รูปภาพ หรือการโพสต์คลิปวิดีโอ สลับสับเปลี่ยนกัน แต่ฟังก์ชันการอัปเดตสถานะมีการใช้ทุกเนื้อหาที่โพสต์ อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์เจ้าของเพจ ทำให้ทราบว่า การเลือกใช้ฟังก์ชันที่หลากหลาย ไม่ใช่ฟังก์ชันเดียว เพื่อต้องการสร้างความน่าสนใจแก่ผู้รับสาร เพราะหากเขียนข้อมูลผ่านการอัปเดตสถานะ แต่ไม่มีภาพ หรือคลิปวิดีโอประกอบย่อมไม่ น่าสนใจเท่าเรื่องราวที่มีภาพประกอบ

2. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ *Drama-addict*” สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

2.1 เนื้อหาการสื่อสารตามแนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข “3อ. 2ส. 1ฟ.” แบ่งได้เป็น

จากการศึกษาเนื้อหาที่มีการโพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ *Drama-addict* เปรียบเทียบกับเนื้อหาตามกรอบแนวทางกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข คือ การสร้างสุขภาพที่ดีโดยใช้หลัก “3อ. 2ส. 1ฟ.” พบว่า เนื้อหาที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ *Drama-addict* มีทั้งเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกัน และไม่สอดคล้องกันกับกรอบแนวทางของกรมอนามัย

ตารางที่ 5.1 แสดงภาพรวมเนื้อหาการสื่อสาร “3อ.2ส.1ฟ.”เปรียบเทียบระหว่างเนื้อหาที่เป็นไปตามแนวทางของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข และเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

แนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค 3อ.2ส.1ฟ.ของกรมอนามัย	เนื้อหาการสื่อสารที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict
<p>3อ.</p> <ul style="list-style-type: none"> - พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่เหมาะสม เช่น รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ในปริมาณที่พอเหมาะ รับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่ ๆ คั้นน้ำบริสุทธิ์ 1-2 ลิตรต่อวัน หรือปริมาณ 6-8 แก้วต่อวัน ฯลฯ 	<p>3อ.(อาหาร)</p> <ul style="list-style-type: none"> - พฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง <ul style="list-style-type: none"> - ความรู้ทั่วไปด้านอาหาร - ความปลอดภัยด้านอาหาร - แนะนำเมนูอาหาร - ข้อมูลการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง - เนื้อหาด้านอาหารอื่นๆ เช่น ปัญหาการบริโภค การประชาสัมพันธ์หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารด้านการบริโภค ฯลฯ
<ul style="list-style-type: none"> - พฤติกรรมด้านอารมณ์ อารมณ์ดี รู้จักสร้างความสุขให้ตนเอง เช่น ฟังเพลง ร้องเพลง ดูโทรทัศน์ เลี้ยงสัตว์ ปลูกต้นไม้ พุดคุยพบปะกับเพื่อน หลีกเลี้ยงสถานที่ที่ทำให้เกิดความเครียด 	<p>3อ.(อารมณ์)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความรู้โรคซึมเศร้า - เตือนพฤติกรรมที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต - สารเสพติดที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต - เนื้อหาประเภทอื่นๆ เช่น ความรู้โรคเครียด ช่องทางปรึกษาปัญหาสุขภาพจิต เป็นต้น
<ul style="list-style-type: none"> - พฤติกรรมการออกกำลังกาย ออกกำลังกายเป็นประจำ สัปดาห์ละ 5 วัน อย่างน้อยวันละ 30 นาที เพื่อให้ร่างกายแข็งแรง เพิ่มภูมิคุ้มกันต้านทานโรค 	<p>3อ.(ออกกำลังกาย)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประโยชน์จากการออกกำลังกาย ควรออกอย่างสม่ำเสมอ - ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เช่น วิธีการออกกำลังกาย ลดอาการบาดเจ็บ เป็นต้น

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

แนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค	เนื้อหาการสื่อสารที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ
3อ.2ส.1ฟ.ของกรมอนามัย	Drama-addict
2 ส. - พฤติกรรมการลด ละ เลิกการดื่มสุรา - พฤติกรรมการลด ละ เลิกการสูบบุหรี่	2ส.(สุรา) - เตือนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดวิธี - เนื้อหาประเภทอื่นๆ เช่น ข้อควรระวังในการดื่มสุรา ความเข้าใจผิดในการดื่มสุรา เป็นต้น - ให้ความรู้วิธีเลิกเหล้า - ให้ความรู้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบพอดี 2ส.(สูบบุหรี่) - อันตรายจากบุหรี่ไฟฟ้า - อันตรายจากการสูบบุหรี่
1 ฟ. - พฤติกรรมการดูแลสุขภาพช่องปาก และฟัน แปรงฟันอย่างน้อย 2 ครั้ง เช้าและก่อนนอน	1ฟ. - เตือนจัดฟันเถื่อน -การจัดฟันที่ถูกต้อง

ผู้วิจัยมีข้อสังเกต ดังนี้ กลุ่มเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับแนวทางของกรมอนามัย พบว่า เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร และการออกกำลังกาย อย่างกรณีการโพสต์เนื้อหาเกี่ยวกับอาหารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เป็นการสื่อสารในประเด็นให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางกรมอนามัยที่ต้องการสื่อสารให้ประชาชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสม เช่น การรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ในปริมาณที่พอเหมาะ รับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่ๆ ฯลฯ ขณะที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict มีการโพสต์เนื้อหาให้ความรู้พฤติกรรมการบริโภคเช่นกัน แต่อธิบายรายละเอียดมากขึ้น โดยเนื้อหาที่โพสต์พบว่า แบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 ประเด็น ดังนี้ ประเด็นพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้องประเด็นความรู้ทั่วไปด้านอาหาร ประเด็นความปลอดภัยด้านอาหาร ประเด็นแนะนำเมนูอาหาร ประเด็นข้อมูลการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง และประเด็นเนื้อหาด้านอาหารอื่นๆ เช่น ปัญหาการบริโภค การประชาสัมพันธ์หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารด้านการบริโภค ฯลฯ

นอกจากนี้ เนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร ยังเป็นเนื้อหาที่เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ให้ความสนใจและเลือกนำมาโพสต์มากที่สุด สาเหตุเนื่องจากนายแพทย์วิทวัส ซึ่งเป็นเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ว่า เนื้อหาอาหารเป็นเรื่องใกล้ตัว และอยู่ในชีวิตประจำวันของทุกคน เนื่องจากทุกคนต้องรับประทานอาหาร และหากเกิดหลงเชื่อข้อมูลการบริโภคที่ผิดๆ ย่อมส่งผลต่อสุขภาพได้ ทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เลือกเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารมาโพสต์มากที่สุด

ยกตัวอย่าง การโพสต์เนื้อหาเตือนภัยกรณีเจ้าหน้าที่ตำรวจจับกุมคนลักลอบจำหน่ายยาชุดลดความอ้วน ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ยาละลายจากประเทศญี่ปุ่น โดยเพจออกมาเตือนว่า อย่าหลงเชื่อ เพราะเป็นยาละลาย ไม่ได้ช่วยลดน้ำหนัก หนักซ้ำเสี่ยงรับผลกระทบระยะยาว เป็นต้น ซึ่งกรณีนี้เป็นการโพสต์จากกระแสข่าวเมื่อช่วงเดือนสิงหาคม 2562 เนื่องจากมีการจับกุมผู้ขายยาชุดลดความอ้วน ที่มีส่วนผสมยาละลาย ซึ่งอันตรายมาก โดยเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารเรื่องนี้ มีผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นจำนวนมากถึง 508 ความคิดเห็น แสดงว่าผู้รับสารมีความสนใจเรื่องนี้ ซึ่งสอดคล้องกับที่นายแพทย์วิทวัส ให้สัมภาษณ์ว่า เนื้อหาด้านอาหารได้รับความสนใจมากที่สุด

นอกจากนี้ ยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับแนวทางของกรมอนามัย เนื่องจากเนื้อหาที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประโยชน์ของการออกกำลังกาย วิธีการออกกำลังกายที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของกรมอนามัย ที่เน้นให้คำแนะนำการออกกำลังกายเป็นประจำ สัปดาห์ละ 5 วัน อย่างน้อยวันละ 30 นาที เพื่อให้ร่างกายแข็งแรง

สำหรับเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกันกับแนวทางของกรมอนามัย คือ เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์เนื้อหาเกี่ยวกับการดื่มสุรา เนื้อหาการสูบบุหรี่ และเนื้อหาสุขภาพฟัน ยกตัวอย่าง เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ตามแนวทางของกรมอนามัย มุ่งเน้นการจัดการความเครียด ปรับอารมณ์ให้สมดุล แต่เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ที่โพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict พบว่า เป็นการสื่อสารถึงปัญหาโรคซึมเศร้า วิธีการสังเกต แนะนำแนวทางการรักษา ขณะที่เนื้อหาเกี่ยวกับการสูบบุหรี่และดื่มสุรา ก็เช่นเดียวกัน ตามแนวทางของกรมอนามัยต้องการให้ลด ละ เลิกการสูบบุหรี่ และการดื่มสุรา แต่เนื้อหาที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ต้องการให้ดื่มสุราอย่างเหมาะสม ไม่ดื่มมากเกินไปจนถึงขั้นติดสุรา กลายเป็นโรคพิษสุราเรื้อรัง และไม่ได้มุ่งเน้นว่าต้องเลิกดื่ม แต่จะแนะนำแนวทางว่าหากต้องการเลิกดื่มสุรา ต้องค่อยๆ ไม่ควรหักดิบ เป็นต้น

ขณะที่เนื้อหาเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ก็เช่นกัน เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ไม่ได้สื่อสารชัดเจนว่า ต้องเลิกสูบบุหรี่ แต่จะเป็นในลักษณะการสื่อสารข้อมูลให้เห็นถึงสารอันตรายใน

บุหรี เป็นต้น ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพฟันตามแนวทางกรมอนามัยมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพช่องปากให้ดี แปรงฟันวันละ 2 ครั้ง แต่เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict นำเสนออันตรายจากการจัดฟัน

ผู้วิจัยตั้งสังเกตว่า จากเนื้อหาที่โพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ในส่วนเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามแนวทางของกรมอนามัย ส่วนหนึ่งมาจากกระแสความสนใจของประชาชน หรือกระแสข่าวในช่วงนั้น อย่างกรณีการโพสต์เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ ที่แฟนเพจโพสต์เนื้อหาปัญหาโรคซึมเศร้าเนื่องจากช่วงเวลากลับข้อมูลในเดือนกันยายน พ.ศ. 2562 มีข่าวเกี่ยวกับดารานักแสดงมีอาการป่วยและทำร้ายตัวเองจากโรคซึมเศร้า ทางแฟนเพจจึงสื่อสารเพื่อให้ความรู้ถึงช่องทางการรักษา และวิธีการสังเกตอาการป่วย เพื่อช่วยกันลดความเสี่ยงในการทำร้ายร่างกาย หรือฆ่าตัวตายจากโรคซึมเศร้า

ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับสุรา สาเหตุที่ทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ไม่ได้สื่อสารเพื่อให้ประชาชนเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น จากการสัมภาษณ์นายแพทย์วิฑูรย์ ให้ข้อมูลว่าการดื่มสุรากลายเป็นวัฒนธรรมในหลายพื้นที่ ดังนั้น การห้ามเด็ดขาดอาจไม่ได้แต่ควรให้ความรู้ว่าการดื่มอย่างไรให้เหมาะสมและไม่ส่งผลร้ายต่อร่างกาย อย่างเนื้อหาที่โพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจจะเป็นเนื้อหาที่นำมาจากข่าวถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมาก ทำให้ขาดสติ และเสียชีวิต ยกตัวอย่าง การโพสต์เนื้อหาเกี่ยวกับสุรา ประเด็นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดวิธีกิน โพสต์เตือนถึงปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์ดื่มมากถึง 418 mg% ทำให้เสียชีวิตได้ เหมือนข่าวที่พบพริตตี้เสียชีวิตจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณมากนั่นเอง

ขณะที่เนื้อหาเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ก็เช่นกัน เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ไม่ได้โพสต์เนื้อหาที่สื่อสารให้ประชาชนเลิกสูบ แต่จะโพสต์เนื้อหาอันตรายจากการสูบบุหรี่ธรรมดาและบุหรีไฟฟ้า ยกตัวอย่าง การโพสต์เนื้อหาเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ ประเด็นอันตรายบุหรีไฟฟ้า มีการโพสต์เตือนถึงกรมสาธารณสุขเตือนเลี่ยงสูบบุหรี่ไฟฟ้าผสมสาร THC อาจก่ออันตราย รวมถึงกรณีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ไม่ได้สื่อสารว่า ต้องแปรงฟันวันละ 2 ครั้ง ต้องดูแลสุขภาพฟันอย่างไรเหมือนแนวทางของกรมอนามัย แต่เป็นการเตือนถึงอันตรายจากการจัดฟันเถื่อน ยกตัวอย่าง กรณีการโพสต์เนื้อหาสุขภาพฟัน ประเด็นเตือนจัดฟันเถื่อน โดยโพสต์เตือนจากข่าวว่า เป็นอุทาหรณ์ฟันหน้าหาย เพราะหลงเชื่อจัดฟันเถื่อน จัดฟันแพ้นั้น เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสังเกตว่า เนื้อหาที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ในส่วนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร ที่มีการโพสต์จำนวนมากที่สุด สาเหตุมาจากเป็นเนื้อหาที่เข้าถึงประชาชนเป็นเรื่องใกล้ตัวเห็นได้จากผลการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนการแสดงความคิดเห็นของผู้ติดตามแฟนเพจ Drama-addict พบว่า เนื้อหาเกี่ยวกับอาหารได้รับการตอบรับจากการเข้ามาแสดงความคิดเห็นจำนวนมากที่สุด และที่สำคัญยังมาจากตัวเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict มีความน่าเชื่อถือ

เนื่องจากการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร โดยเฉพาะเนื้อหาประเด็นพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพนั้น หากจะให้ผู้ติดตามแฟนเพจเชื่อถือ จำเป็นต้องเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญเรื่องนั้นๆ ซึ่งในส่วนเจ้าของแฟนเพจ Drama-addict คือ นายแพทย์วิวัฒน์ ศิริประชัย อดีตแพทย์โรงพยาบาลเกะลังตา เป็นแพทย์ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพ จึงมีส่วนช่วยเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์เกี่ยวกับอิทธิพลในการสื่อสาร โดยนายแพทย์วิวัฒน์ อยู่ในกลุ่มของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ที่เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ที่เรียกว่า Authority เมื่อมีการสื่อสารประเด็นสุขภาพไปยังผู้รับสาร ย่อมทำให้เกิดความเข้าใจ และสร้างความน่าเชื่อถือได้มากกว่าบุคคลที่ไม่เชี่ยวชาญเรื่องนี้

นอกจากนี้ เมื่อสังเกตการโพสต์เนื้อหาภาพรวม ทั้งเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร เนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ เนื้อหาเกี่ยวกับสุรา เนื้อหาเกี่ยวกับสูบบุหรี่ และเนื้อหาสุขภาพอื่น ล้วนเป็นเนื้อหาที่มุ่งสื่อสารให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านสุขภาพ ทั้งพฤติกรรมที่ไม่ควรทำเพราะเสี่ยงเกิดอันตราย เช่น การกินยาลดน้ำหนัก เสี่ยงเสียชีวิตได้ หรือการแข่งขันคิมเบียร์ เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสารเพื่อแจ้งให้ทราบ (to inform) สอนหรือให้การศึกษา (to educate) เป็นต้น และยังเป็นไปตามแนวคิดเรื่องโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ที่หากมีการปรับพฤติกรรมการดำเนินชีวิต ปรับเปลี่ยนได้อย่างเหมาะสมจะลดปัจจัยเสี่ยงการเกิดโรคซึ่งจะสอดคล้องกับคำอธิบายของศาสตราจารย์นายแพทย์ประเวศ วะสี (2542) ที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ที่ช่วยลดความเสี่ยงการเกิดโรคต่างๆ โดยเฉพาะโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

ส่วนเนื้อหาที่มีการโพสต์บนแฟนเพจ Drama-addict ส่วนใหญ่มีการอ้างแหล่งที่มาของเนื้อหา เนื่องจากเจ้าของแฟนเพจ ต้องการสร้างความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากตัวเองที่เป็นแพทย์ มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพแล้ว แต่เมื่อมีการอ้างแหล่งที่มาของข้อมูลที่ยืนยันตัวตนได้ โดยเฉพาะการอ้างแหล่งที่มาจากแฟนเพจทางการแพทย์ต่างๆ หรือจากสำนักข่าวอื่นๆ ย่อมทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น ที่สำคัญยังเป็นการปกป้องตนเองจากข้อมูลเท็จ เพราะปัจจุบันข้อมูลที่เผยแพร่ถูกตรวจสอบได้ และหากพบว่าเป็นเท็จ ก็จะเข้าข่ายผิดพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ซึ่งปัจจุบันมีการแก้ไขฉบับที่ 2 พ.ศ.2560

2.2 รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนแฟนเพจ Drama - addict

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกต ดังนี้ การที่ นายแพทย์วิวัฒน์ เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อใหม่ คือ แฟนเพจ (Facebook FanPage) ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพในปัจจุบัน เนื่องจากการทำงานของแฟนเพจ เป็นรูปแบบหนึ่งในการทำงาน

ของเฟซบุ๊กแต่เป็นการใช้งานในเชิงกลุ่ม หรือภาคธุรกิจ องค์กร สถาบันต่างๆ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ การใช้งานของแต่ละองค์กร โดยสำหรับนายแพทย์วิฑูรย์ มีวัตถุประสงค์การสื่อสารเพื่อต้องการ สร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องสุขภาพที่ถูกต้องให้แก่ประชาชน แต่การที่จะสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ย่อมไม่สามารถครอบคลุมประชาชนในภาพกว้างได้ เพราะเฟซบุ๊กเป็นการสื่อสาร ส่วนตัวในระดับเพื่อน หรือคนรู้จัก และมีการจำกัดจำนวน

ขณะที่เฟซบุ๊กแฟนเพจไม่จำกัดจำนวนผู้ติดตาม และยังสามารถสื่อสารสองทาง ระหว่างนายแพทย์วิฑูรย์ และผู้ติดตามเพจ อีกทั้ง การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ยังเป็นการ จัดสรรกลุ่มผู้ติดตามเพจที่มีความสนใจ ข้อมูลข้อเท็จจริงด้านสุขภาพ มาอยู่ในกลุ่มผู้สนใจเดียวกัน อีกด้วย นอกจากนี้ จากข้อมูลการเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict พบว่า มีการใช้ฟังก์ชันทั้งหมด 6 ฟังก์ชัน คือ การการอัปเดตสถานะ, การโพสต์ข้อความต่างๆ, การเขียนบันทึก, การโพสต์วิดีโอ, การโพสต์รูปภาพ, การแชร์ลิงก์และการสร้างโพลคำถามบนเฟซบุ๊ก

โดยการใช้ฟังก์ชันดังกล่าวจะเป็นการใช้ที่มากกว่า 2 ฟังก์ชันขึ้นไป เนื่องจากหาก ใช้เพียงฟังก์ชันใดฟังก์ชันหนึ่งของเฟซบุ๊ก ย่อมไม่น่าสนใจและไม่สามารถดึงดูดผู้รับสาร ได้มี ประสิทธิภาพมากนัก เช่น หากโพสต์ข้อมูลผ่านการอัปเดตสถานะ (Status Updates) ซึ่งเป็นการ โพสต์ข้อความต่างๆ ผ่านหน้าวอลล์ (Wall) แต่ไม่มีการโพสต์รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอ อาจทำให้ผู้รับ สารไม่เข้าใจ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารได้ ขณะเดียวกันหากโพสต์ด้วยการเขียนบันทึก (Notes) หรือเล่าเรื่องราวแก่คนอื่นๆ โดยไม่มีรูปภาพ หรือไม่มีลิงก์ข้อมูลอ้างอิงก็ย่อมไม่น่าเชื่อถือ เช่นกัน เห็นได้ว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict จึงมีการใช้ฟังก์ชันที่หลากหลาย เพื่อดึงความ สนใจของผู้รับสาร ประกอบกับลีลาการเขียนที่สื่อสารออกมาอย่างเป็นกันเองก็มีส่วนช่วยให้การ สื่อสารผ่านสื่อใหม่มีประสิทธิภาพอีกด้วยโดยทั้งหมดล้วนเป็นไปตามกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการ สื่อสารผ่านสื่อใหม่ (New Media)

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า นอกจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict จะเลือกโพสต์เนื้อหา ที่น่าสนใจแล้ว ยังมีการใช้รูปแบบการสื่อสารที่ช่วยดึงความสนใจของผู้ติดตามแฟนเพจอีก ไม่ว่าจะเป็น การใช้ฟังก์ชันการทำงานของเฟซบุ๊กที่มากกว่า 2 ฟังก์ชันขึ้นไป รวมถึงความเชี่ยวชาญเฉพาะ ของเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจเอง คือ นายแพทย์วิฑูรย์ เนื่องจากเป็นแพทย์ และเคยทำงานรักษาคนไข้ ในโรงพยาบาลเกาะลันตา จ.กระบี่ จึงมีประสบการณ์ในการสื่อสารกับประชาชนอย่างเข้าใจง่าย และ ไม่สื่อสารที่ใช้ศัพท์ทางการแพทย์จนอาจทำให้การสื่อสารคลาดเคลื่อน หรือเกิดความไม่เข้าใจขึ้น

ด้วยเหตุนี้จึงนับว่า นายแพทย์วิฑูรย์ เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เป็นกลุ่มผู้ ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ที่เรียกว่า Authority ผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพ และยังอยู่ใน กลุ่มที่เรียกว่า Proximity ซึ่งเป็นกลุ่มที่เคยอยู่ในสถานการณ์หรือพื้นที่ที่ใกล้ชิด อย่างการทำงานใน

โรงพยาบาล และยังจัดเป็นผู้มีความโด่งดัง เป็นที่รู้จัก หรือ Popularity อีกด้วย แต่สิ่งสำคัญที่สุดของการสื่อสารจนมีผู้ให้การตอบรับจำนวนมาก เห็นได้จากจำนวนตัวเลขผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict มากกว่า 2.5 ล้านคน คือ นายแพทย์วิทวัส มีความน่าเชื่อถือ หรือ Trust ซึ่งข้อนี้สำคัญที่สุดและมีอิทธิพลต่อการสื่อสารมาก เพราะความน่าเชื่อถือนั้นเป็นหัวใจที่ทำให้ผู้รับสารติดตามและยอมเปิดรับข้อมูล เพราะถ้าใครที่มีความน่าเชื่อถือมากนั้น ก็สามารถทำให้คนอื่นเชื่อหรือรับฟังได้ง่าย ประกอบกับ นายแพทย์วิทวัส ยังมีลีลาการสื่อสารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้วยภาษาการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่โพสต์ที่สื่อสารตรงไปตรงมา ไม่ใช่คำศัพท์แพทย์ แต่ไปในทางการสื่อสารที่เป็นกันเอง และหลายครั้งอาจใช้ภาษาที่ไม่สุภาพมาก แต่มีความสนทนากับผู้ติดตามเพจ จึงล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจจำนวนมากด้วยเช่นกัน

3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict มีข้อเสนอแนะดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

3.1.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งศึกษาในแง่มุมมองของผู้ส่งสาร (เจ้าของ/แอดมินเพจ) จากปัจจัยเลือกเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสาร รวมทั้งการศึกษาในแง่มุมมองของสารจากเนื้อหาที่โพสต์ และการศึกษาในแง่มุมมองของช่องทางจากรูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ในอนาคตควรมีการวิจัยในเชิงปริมาณในแง่มุมมองของผู้รับสาร (ผู้ติดตามเพจ) ในแง่ความพึงพอใจ และการตัดสินใจเลือกติดตามหรือมีปฏิสัมพันธ์ต่อเพจ เพื่อให้เห็นภาพรวมของผู้ติดตามเพจ

3.1.2 การวิจัยในครั้งนี้มีการศึกษาผู้ส่งสาร (เจ้าของ/แอดมินเพจ) ในแง่มุมมองปัจจัยเลือกเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสาร แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงเทคนิคการสื่อสาร โดยเฉพาะภาษาเขียนที่มีลีลาเฉพาะ ซึ่งอารมณ์ขบขัน เหน็บแนม รวมไปถึงการใช้คำพูดที่อาจไม่สุภาพมากนัก ในอนาคตควรมีการวิจัยทั้งตัวผู้ส่งสาร ในแง่มุมมองเชิงลึกกว่า การใช้ภาษาเขียนที่มีลีลาเฉพาะมีปัจจัยอะไร และในอนาคตควรมีการศึกษาผู้รับสาร (ผู้ติดตามเพจ) ในการวิจัยเชิงคุณภาพถึงการรับข้อมูลการสื่อสารว่า ภาษาเขียนที่มีลักษณะเป็นกันเอง มีลีลาเฉพาะช่วยดึงดูด หรือมีผลต่อการตัดสินใจเลือกติดตามหรือมีปฏิสัมพันธ์ต่อเพจหรือไม่

3.2 ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้

3.2.1 ปัจจุบันการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นสื่อที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย แต่การสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจให้ประสบความสำเร็จนั้น มีความจำเป็นต้องมีเนื้อหาที่น่าสนใจ รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อสามารถดึงดูดให้ผู้รับสารมาติดตามเพจจำนวนมาก ดังนั้น ผู้ที่ต้องการสร้างเพจ หรือเจ้าของเพจ สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปปรับใช้ โดยให้ความสำคัญต่อการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ เป็นเรื่องใกล้ตัว และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สร้างความจดจำ และหากเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็จะยิ่งเพิ่มความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เหมือนดังการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

3.2.2 หน่วยงานภาครัฐสามารถนำข้อมูลผลการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องสุขภาพไปยังประชาชนในรูปแบบเฟซบุ๊กแฟนเพจของหน่วยงานภาครัฐ โดยเน้นการสื่อสารที่เข้าใจง่าย เรื่องใกล้ตัว และมีการสื่อสารในรูปแบบเฉพาะที่มีความน่าเชื่อถือ และน่าดึงดูดด้วยการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะ และมีการนำเสนอข้อมูลตามกระแสสังคมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2554). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กำจร หลุยยะพงศ์. (2560). การบูรณาการการสื่อสารกับสุขภาพ. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการบูรณาการการสื่อสาร* (หน่วยที่ 5, น.5-5 -5-8). นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี พ.ศ. 2560 – 2564* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: อิมชั่น อาร์ต.
- เกศริน รัตนพรรณทอง. (2555). *การวิเคราะห์เนื้อหาสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดของสินค้าอุปโภคบริโภคบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ชลลดา ศรีมงคล. (2552). *การประเมินผลการรับชมรายการอโรคาปาร์ตีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชุตินันท์ เกิดวิบูลย์เวช และอศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2560). ทฤษฎีนวัตกรรมการสื่อสารและสื่อใหม่ ใน *ประมวลสาระชุดวิชาทฤษฎีการสื่อสาร* (หน่วยที่ 14, น.14-4 -14-5). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2556). *บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ฉงลักษณ์ จารุวัฒน์ และประภัสสร วรรณสถิต. (2551). *เปิดโลกนิมิตเดียวและการตลาดดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.
- ณัฐพล บัวอุไร. (2554). *เครือข่ายสังคมออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2562 จาก http://www.nattapon.com/wpcontent/uploads/2011/12/ใบความรู้ที่3_เครือข่ายสังคมออนไลน์.pdf.

- ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. (2559). PAID – OWN – EARN MEDIA ที่นักการตลาดไม่รู้วันนี้ไม่ได้แล้ว. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2562 จาก
https://www.nuttaputch.com/paid-own-earn-media-for-marketer/?fbclid=IwAR0FY_iwzffUw_YsI0uxBe8BQnDUNARD6E0NfvYGz4WLT0p6CPn4rcfbot8
- ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. (2561). ประเภทของ Influencer สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2562 จาก
<https://www.nuttaputch.com/types-of-influencer-1>,
- ดวงพร ชีรกุลวานิช. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดและการมีส่วนร่วมของแฟนเพจบน Facebook Fanpage ช่วงช่วย (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ชนพัฒน์ ชิตโสภณดิถก. (2558). กลยุทธ์การสื่อสารบน Facebook Fanpage Goal Thailand ที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์ Goal.com/th/ (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- นนทกฤษ ภพชนกนันท์. (2557). พฤติกรรมการใช้การสื่อสาร และผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยปทุมธานี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์): มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- นันทกร ทองแดง. (2562). โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (โรค NCDs) สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2563 จาก
<https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=1371>
- ประพจน์ เกตราการ และยุภาพรรณ มั่นกระโทก. (2555). ระบบสุขภาพ กรุงเทพฯ: มูลนิธิเพื่อเด็กพิการ
- ประวีณา พลเขตต์. (2560). เทคนิคการนำเสนอรายการ “ซัวร์ก่อนแชร์ และการรับรู้ของผู้ชม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์): จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ประเวศ ะสี. (2542). บนเส้นทางใหม่การส่งเสริมสุขภาพ อภิวัดน์ชีวิตและสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน
- เปิดพฤติกรรมกรกิน อยู่อย่างไทย. (2562). จับทิศทางสุขภาพคนไทยปี 2563. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- พนา ทองมีอาคม, อารีย์ ป็องสีดา, ชนาธิป พวงชนสาร, สุภาวดี พร้อมพงษา, อานนท์ คำฟู, จารุภา กมลบูรณ์, ศิริชนัทธร กรุณกิจ และชลลดา พุ่มพฤษย์. (2559). เรียนรู้เรื่องสื่อ. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพฯ).

- ภัสสร ปราชญ์ภูท. (2560). *กลยุทธ์การกำหนดเอกลักษณ์และการสื่อสารตราสินค้าบุคคลของผู้มีอิทธิพลออนไลน์ไทยผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- มณเฑียร มະโนธรรม. (2563). ความรู้ความเข้าใจทางสุขภาพ และการจัดการเงื่อนไขของตนเองเพื่อเสริมสร้างสุขภาพตามหลัก 3 อ. 2 ส. ของประชาชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย. *วารสารสาธารณสุขมหาวิทยาลัยบูรพา*, 15(1). น.51-52.
สืบค้นจาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/phjbuu/article/view/213686/155404>
- มุกิตา โพธิ์กะตั้งซ์. (2551). *เว็บไซต์สุขภาพการสื่อสารสุขภาพแบบมีปฏิสัมพันธ์และคุณภาพข้อมูลในเชิงการแพทย์ และสาธารณสุข* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- รติมา ศรีสมวงศ์, พิมพ์นลิน โกมลรัฐ, ทิวาพร รุ่งนาวา, บัณฑิตา สุกมีและพัลลภา ปิติสันต์. (2555). The power of Influencer. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2562 จาก www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/qm173_p18-19.pdf
- วรรณ เนาวรัตน์ โนนภาส. (2561). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ JBOfficial.th ของรองเท้า JELLY BEANS* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- วาสนา จันทร์สว่าง. (2548). *การสื่อสารสุขภาพ: กลยุทธ์ในงานสุขศึกษาและการสร้างเสริมสุขภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญดีการพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2562). *เช็ก ชัวร์ แชร์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2562 จาก <https://sure.oryor.com/>
- สำนักงานพัฒนาธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2562. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.etcha.or.th/content/thailand-internet-user-behavior-2019-press-release.html>
- สำนักสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยง กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2557). กรมอนามัยประกาศนโยบายไร้พุง จับมือ SCG ลดรอบเอวผ่านรายการเรียลลิตี้ THE FIRM 2". สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2562 จาก https://anamai.moph.go.th/ewt_news.php?nid=6581&filename=index

- สุภาพร ยอดสายอ. (2560). อิทธิพลของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจการออกกำลังกายของผู้ติดตามเฟซบุ๊ก (Facebook) “แฟนเพจ Bebe fit Routine (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สุรเกียรติ์ อาชานานุภาพ. (2550). สุขภาพและปัจจัยกำหนดสุขภาพ ในหนังสือการสร้างเสริมสุขภาพแนวคิดหลักการและบทเรียนของไทย. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.
- หนึ่งหทัย ขอผลกลาง และกิตติ กัณภัย. (2010). งานวิจัยด้านการสื่อสารสุขภาพ: กลไกในการพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรพรรณ ปิลาพันธ์โอวาท. (2554). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อรรถเกียรติ์ กาญจนพิบูลวงศ์ และสุพัตรา ศรีวิเศษชากร.(2559). สถานการณ์โรคไม่ติดต่อ ปัจจัยเสี่ยง ต่อโรคไม่ติดต่อและการจัดระบบบริการเพื่อตอบสนองต่อโรคไม่ติดต่อตามเป้าหมายและตัวชี้วัดระดับโลกของประเทศไทย ปี พ.ศ.2553-2558 (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี: สหมิตรพรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- อรรถธรณ บำหั่น. (2559). ประสิทธิภาพการสื่อสารของแฟนเพจวิวกาพย์บนสื่อเฟซบุ๊ก (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- อิริยาพร อุดทา. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลพญาไท (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- Manovich, L. (2001). The Language of New Media. Cambridge: MA:MIT Press.
- World Health Organization.(2018) Noncommunicable diseases. Retrieved 25 August 2020 from <https://www.who.int/news-room/factsheets/detail/noncommunicable-diseases>

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ใบลงรหัส (CODING SHEET)



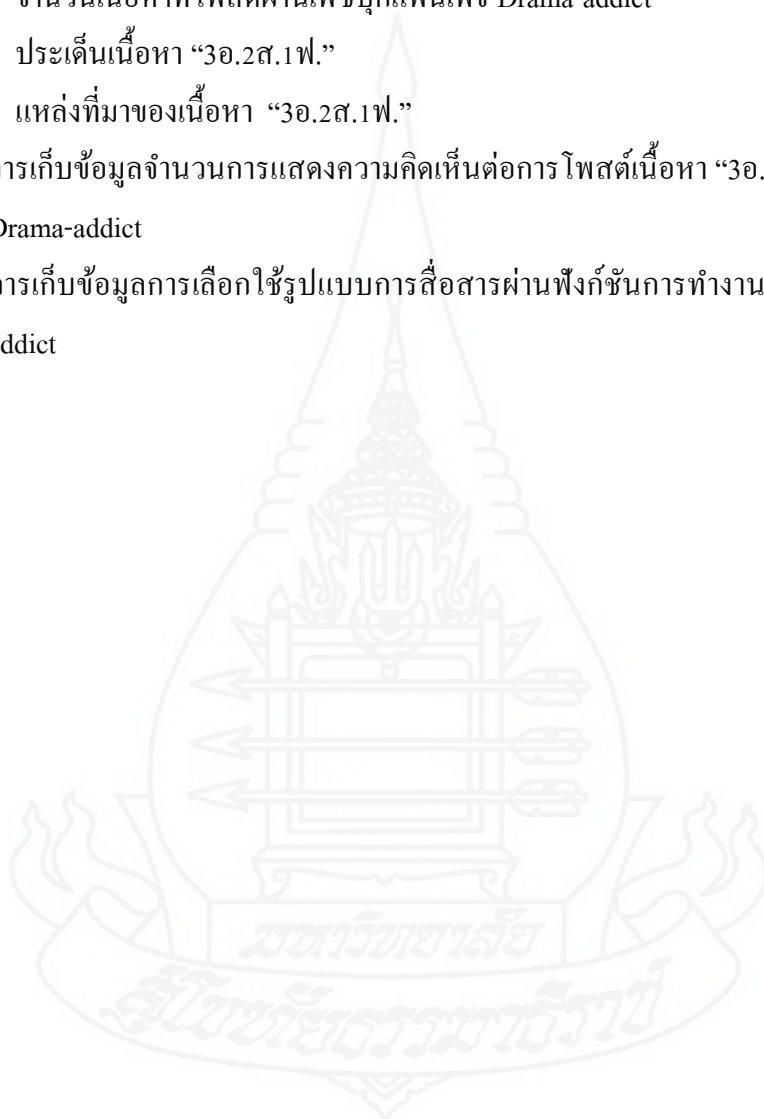
ใบลงรหัส (CODING SHEET)

ส่วนที่ 1 การเก็บข้อมูลเนื้อหาที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict “3 อ.2 ศ. 1 ฟ.” ตลอดระยะเวลา 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย. 2562) อ้างอิงแนวทางการส่งเสริมสุขภาพของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข แบ่งออกเป็น

- จำนวนเนื้อหาที่โพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict
- ประเด็นเนื้อหา “3อ.2ศ.1ฟ.”
- แหล่งที่มาของเนื้อหา “3อ.2ศ.1ฟ.”

ส่วนที่ 2 การเก็บข้อมูลจำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อการโพสต์เนื้อหา “3อ.2ศ.1ฟ.” บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

ส่วนที่ 3 การเก็บข้อมูลการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama – addict



ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์เชิงลึก



แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อการวิจัย เรื่อง การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict โดยสัมภาษณ์เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict คือ นพ. วิทวัส ศิริประชัย อธิบดีแพทย์ประจำโรงพยาบาลเกะลังตา อ.เกะลังตา จ.กระบี่

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้เพื่อสัมภาษณ์เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict คือ นายแพทย์ วิทวัส ศิริประชัย อธิบดีแพทย์ประจำโรงพยาบาลเกะลังตา อ.เกะลังตา จ.กระบี่ ซึ่งเป็นเจ้าของเพจ หรือแอดมินเพจ

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ดังกล่าว เพื่อนำไปศึกษาทำความเข้าใจ เกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict

3. ผู้วิจัยเป็นผู้ทำการสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลด้วยการบันทึกเสียงหรือจดบันทึก

4. แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการถามเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามแบบเปิดกว้าง ประกอบด้วย 3 ส่วน

คำถามส่วนที่ 1 : ที่มาเบื้องต้นเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

- การก่อตั้ง เพจ Drama-addict
- วัตถุประสงค์การก่อตั้งเพจ Drama-addict
- ที่มาการเข้าร่วม โครงการเช็ก ชัวร์ แชรซ์ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

คำถามส่วนที่ 2 : เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict อย่างไร

- เลือกเนื้อหาสุขภาพหรือประเด็นนำเสนออย่างไร
- การเลือกประเด็นด้านสุขภาพเพื่อโพสต์ในแฟนเพจ มุ่งเน้นการให้ข้อมูล

ทั่วไปหรือแนะนำพฤติกรรมสุขภาพ

- รู้จักเนื้อหาการสื่อสาร “3อ.2ส.1ฟ.” หรือไม่ อย่างไร และให้ความสำคัญ

กับเนื้อหานี้มากน้อยแค่ไหน

- เพราะอะไรถึงมีการโพสต์เนื้อหาด้านอาหาร มากกว่าด้านอื่นๆ
- กำหนดความถี่ในการโพสต์หรือไม่
- เพราะอะไรการโพสต์เนื้อหาด้านสุขภาพต้องอ้างอิงข้อมูลจากแหล่งต่างๆ

คำถามส่วนที่ 3 : รูปแบบการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict มีลักษณะอย่างไร

- มีรูปแบบหรือวิธีในการโพสต์อย่างไรเพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารมากขึ้น
- สาเหตุที่มีผู้ติดตามผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจจำนวนมาก เป็นเพราะสาเหตุอะไร
- ลีลาการสื่อสารผ่านการโพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ที่เป็นเอกลักษณ์ นับเป็นรูปแบบหนึ่งในการดึงดูดผู้รับสารหรือไม่



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาววารุณี สิทธิรังสรรค์
วัน เดือน ปีเกิด	11 พฤษภาคม 2526
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร พ.ศ.2548 ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ.2562
สถานที่ทำงาน	สำนักข่าว Hfocus สังกัดมูลนิธิวิถีวัฒนธรรมสุขไทย จ.อุตรธานี

