

การสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict

Health communication through Facebook fanpage Drama-addict

วารุณี สิทธิรังสรรค์ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เสาวณี ชินนาลอง นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

บุษบา สุธีธร นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Warune Sitthirungsan. *Communication Arts Sukhothai Thammathirat Open University*

Saowanee Chinnalong. *Communication Arts Sukhothai Thammathirat Open University*

Bissaba Sutheetorn. *Communication Arts Sukhothai Thammathirat Open University*

E-mail: catca_2927@hotmail.com

Received: 2 November 2020 ; Revised: 2 December 2020 ; Accepted: 18 December 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เนื้อหาเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict โดยใช้แนวทางส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขเป็นกรอบในการศึกษา 2) รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เป็นเวลา 3 เดือนตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-กันยายน พ.ศ. 2562 และการสัมภาษณ์เจ้าของแฟนเพจ คือ นพ.วิวัฒน์ ศิริประชัย

ผลการวิจัย ดังนี้ 1. เนื้อหาของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict เป็นไปตามแนวทางการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ซึ่งกำหนดโดยกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข โดยเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร ออกกำลังกาย และอารมณ์ มีการโพสต์มากกว่าเนื้อหาเกี่ยวกับสุรา เนื้อหาเกี่ยวกับสูบบุหรี่ และเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารมากที่สุด และเนื้อหาเกี่ยวกับสูบบุหรี่น้อยที่สุด ทั้งนี้ เนื้อหาเกี่ยวกับอาหารนำเสนอประเด็นพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้องมากที่สุด เนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกายนำเสนอประเด็นประโยชน์จากการออกกำลังกายมากที่สุด และเนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์นำเสนอประเด็นโรคซึมเศร้ามากที่สุด สำหรับเนื้อหาเกี่ยวกับสุรา นำเสนอประเด็นการดื่มสุราผิดวิธีมากที่สุด ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับการสูบบุหรือนำเสนอประเด็นอันตรายจากบุหรี่ไฟฟ้ามากที่สุด และเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน นำเสนอประเด็นอันตรายจากการจัดฟันเถื่อนมากที่สุด ทั้งนี้ เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจอื่นๆ เป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงมากที่สุดรองลงมาคือ จากสำนักข่าวต่างๆ

2.รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊ก พบว่า มีการใช้การอัปเดตสถานะ การเขียนบันทึก การแบ่งปันลิงก์ ฟังก์ชันรูปภาพ ฟังก์ชันวิดีโอ และการสร้างโพลคำถาม ส่วนการเลือกใช้ฟังก์ชันนั้น เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เลือกใช้ 2 ฟังก์ชันขึ้นไป

คำสำคัญ : การสื่อสารสุขภาพ, เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama -addict , แนวทางสุขภาพ

Abstract

The objectives of this research were to study the Drama-addict Facebook fanpage regarding 1) the content based on the health promotion and disease prevention guidelines issued by the Health Department, Ministry of Public Health and 2) the patterns of using Facebook functions. This was a qualitative research. Data was collected from the posts on the Drama-addict Facebook fanpage for 3 months from July to September 2019, and an interview with the fanpage administrator, Dr. Witawat Siriprachai.

The results showed that 1. The Drama-addict Facebook fanpage based on the health guidelines showed there were more posts fell into the first category about food, exercise and mood than in the second category (alcohol and tobacco) or the third category (dental health). Food-related posts were represented the most and tobacco-related posts were the least. For content in the first category, bad eating habits was the most prevalent subject matter. Most exercise-related posts were about the benefits of exercise. For mood-related posts, depression was the most common subject. As for the alcohol and tobacco related category, most alcohol-related content was about the misguided ways to consume alcohol and most tobacco-related content was about the dangers of electronic cigarettes. For the dental-health-related category, most dental-health-related content was about the dangers of cosmetic orthodontics services from unlicensed practitioners. The Drama-addict Facebook fanpage mostly used other Facebook pages as its information sources and references, followed by some news agencies. 2. The Drama-addict Facebook fanpage used all of the Facebook functions 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

บทนำ

สถานการณ์โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (non-communicable diseases : NCDs) นับเป็นปัญหาสุขภาพสำคัญของประเทศไทย โดยกลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักรโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข(2560) ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี พ.ศ. 2560 – 2564 ระบุว่าประเทศไทยมีผู้เสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง หรือโรคเอ็นซีดีจำนวน 320,000 คนต่อปี ในจำนวนนี้ประมาณครึ่งหนึ่งเสียชีวิตที่อายุต่ำกว่า 70 ปี ซึ่งองค์การอนามัยโลกจัดว่า เป็นการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร เมื่อพิจารณาความรุนแรงของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เป็นสาเหตุการเสียชีวิตก่อนวัยอันควรมี 4 โรคสำคัญ คือ โรคหลอดเลือดสมอง โรคหัวใจขาดเลือด โรคเบาหวาน และโรคทางเดินหายใจอุดกั้นเรื้อรัง โดยหนึ่งในข้อเสนอการแก้ปัญหาโรคเอ็นซีดี ของแผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี

(พ.ศ. 2560 - 2564) คือ การสื่อสารต่อสาธารณะเพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนักในการสร้างเสริมสุขภาพ และลดปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข เป็นหน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่ในการรณรงค์เผยแพร่องค์ความรู้และเทคโนโลยีการส่งเสริมสุขภาพ การจัดการปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพ โดยเฉพาะโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้ตระหนักและเห็นความสำคัญต่อการสื่อสารสาธารณะ ซึ่งที่ผ่านมาสำนักสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยง กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2557) ให้ความสำคัญกับการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดำเนินชีวิต เพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคต่างๆ รวมทั้งโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง โดยแนวทางดังกล่าว เรียกว่า การสร้างสุขภาพที่ดี ใช้หลัก “3 อ. 2 ส. 1 พ.” ดังนี้ หลัก 3 อ. ได้แก่

อ.ที่ 1 หมายถึง การรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ในปริมาณที่เหมาะสม รับประทานอาหารที่ปรุงสุก ดื่มน้ำบริสุทธิ์ปริมาณ 6-8 แก้วต่อวัน งดอาหารรสหวาน มัน เค็ม ต้องรับประทานอาหารสะอาด ปราศจากสารปนเปื้อน **อ.ที่ 2** หมายถึง ออกกำลังกายเป็นประจำ สัปดาห์ละ 5 วัน อย่างน้อยวันละ 30 นาที เพื่อให้ร่างกายแข็งแรง และ **อ.ที่ 3** หมายถึง อารมณ์ดี รู้จักสร้างความสุขให้ตนเองหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความเครียด ส่วน 2 ส. ได้แก่ **ส.ที่ 1** หมายถึง สูบบุหรี่ ควรเลิก และไม่ทดลอง เพราะการสูบบุหรี่เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เป็นโรคมะเร็งปอด มะเร็งกล่องเสียง เป็นต้น **ส.ที่ 2** หมายถึง สุรา เลิกการดื่ม เพราะการดื่มสุราทำให้เสี่ยงต่อโรคมะเร็งตับ และ หลัก 1 พ. คือ พ. พัน หมายถึง การดูแลสุขภาพช่องปากเป็นประจำ แปรงฟันอย่างน้อย 2 ครั้ง เช้าและก่อนนอน

ที่ผ่านมากรมอนามัยได้สื่อสารรณรงค์ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน การทำงานรณรงค์กับภาคส่วนอื่นๆ ให้ประชาชนหันมาปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ แต่ด้วยปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) กลายเป็นช่องทางการสื่อสารอันดับต้นๆ ของประชาชนจำนวนมาก เห็นได้จากผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA สำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พ.ศ. 2558 พบกิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้งานนิยมมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก โดยใช้บ่อยที่สุด ถึงร้อยละ 92.1 ครองแชมป์ปีที่ 3 ติดต่อกันตั้งแต่ พ.ศ. 2556-2558 (อริยาพร อุดทา, 2560:1)

ดังนั้น ด้วยความนิยมในการใช้เฟซบุ๊กเพื่อการสื่อสาร ประกอบกับปัจจุบันหลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน ต่างหันมาใช้ “เฟซบุ๊กแฟนเพจ” (Facebook Fanpage) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการทำงานหนึ่งของเฟซบุ๊กที่สร้างขึ้นให้สามารถสื่อสาร หรือถ่ายทอดเรื่องราวในกลุ่มที่สนใจและเข้ามาติดตามเป็นการเฉพาะ ซึ่งการสื่อสารเฟซบุ๊กแฟนเพจเหมาะกับการนำมาใช้เชิงธุรกิจมากกว่าการใช้เฟซบุ๊ก ที่เป็นการสื่อสารส่วนตัวในระดับเพื่อน หรือคนรู้จัก แต่เฟซบุ๊กแฟนเพจ สามารถสื่อสารเชิงธุรกิจ และสามารถมีผู้ติดตามได้อย่างไม่จำกัดจำนวน ประกอบกับการเก็บข้อมูลสถิติของผู้เข้าชม และสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ในแฟนเพจได้ (ดวงพร ธีรกุลวานิช, 2559: 19)

จากคุณลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจ กรมอนามัย เป็นอีกหน่วยงานรัฐที่ให้ความสนใจ และได้สร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจชื่อ “กรมอนามัย” เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชน แต่ด้วยข้อจำกัดทางราชการ การสื่อสารยังออกมาในรูปแบบทางการ ทำให้มีผู้ติดตามแฟนเพจอยู่ที่ 142,768 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 25 กันยายน 2563) แต่หากมีการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารที่สามารถดึงดูดผู้ติดตามเพิ่มขึ้น นอกจากจะช่วยให้แฟนเพจมีผู้ติดตามเพิ่มขึ้นแล้ว ยังทำให้ประชาชนผู้รับสารได้รับข้อมูลสุขภาพอย่างทั่วถึงมากขึ้นด้วย

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาข้อมูลการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ เพื่อศึกษาเนื้อหาการสื่อสาร และรูปแบบการสื่อสารว่า มีกลยุทธ์หรือวิธีการสื่อสารอย่างไรให้ประชาชน

สนใจและติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจจำนวนมาก โดยได้เลือกเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เนื่องจากเป็นแฟนเพจที่มีการสื่อสารประเด็นสุขภาพมาเป็นระยะเวลานาน ตั้งแต่ พ.ศ.2552 ประกอบกับเจ้าของแฟนเพจ Drama-addict เป็นบุคลากรทางการแพทย์ คือ นพ.วิวัฒน์ ศิริประชัย อดีตแพทย์โรงพยาบาลเกะลังตา อ.เกะลังตา จ.กระบี่ ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญประเด็นสุขภาพ สามารถสื่อสารให้ข้อมูลข้อเท็จจริงด้านสุขภาพแก่ประชาชน และปัจจุบันมีผู้ติดตามจำนวน 2,578,347 คน(ข้อมูล ณ วันที่ 22 ตุลาคม 2563) ที่สำคัญยังเป็นแฟนเพจที่ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานราชการต่างๆ ในการให้เข้าร่วมโครงการสื่อสารข้อมูลด้านสุขภาพไปยังประชาชน เช่น โครงการเชิด ชัวร์ แชร่ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.) ซึ่งเป็นโครงการที่รวบรวมผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลข้อเท็จจริงประเด็นสุขภาพต่างๆ เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เพื่อทำการศึกษาศาสตร์สื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ว่ามีเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารอย่างไรในการทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพ โดยผลจากการศึกษา หน่วยงานราชการต่างๆ อย่างกรมอนามัย ย่อมสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารเฟซบุ๊กแฟนเพจของตนเอง เพื่อให้การสื่อสารไปถึงประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

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

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ

1) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ เพื่อใช้อธิบายและทำความเข้าใจเรื่องของการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ ว่า เป็นไปตามกระบวนการสื่อสารสุขภาพตามแนวคิดของ วาสนา จันทรส่วง (2548) ระบุว่า การสื่อสารสุขภาพ เป็นการศึกษาการใช้กลยุทธ์การสื่อสารในงานสุขภาพ ผ่านกลวิธีนำเสนอข้อมูลการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้รับรู้ สนใจ ตระหนักในเรื่องของสุขภาพ โดยเน้นกระบวนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร คือ แจ้งให้ทราบ (to inform) สอนหรือให้การศึกษา (to educate) สร้างความพอใจหรือความบันเทิง(to entertain) และเสนอหรือโน้มน้าวชักจูงใจ (to persuade) ทั้งนี้ เพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพ (Communication for Health) เกิดการเรียนรู้และพัฒนาองค์ความรู้อย่างรู้เท่าทันในด้านสุขภาพ (Health Literacy)

2) แนวคิดเรื่องโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) เพื่ออธิบายเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพว่าเป็นไปตามแนวทางของกรมอนามัยในการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค เพื่อสร้างความตระหนักให้กับผู้รับสารในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดูแลสุขภาพและป้องกันโรค โดยเฉพาะโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ตามความหมายของ นันทกร ทองแดง (2562) ระบุว่า เป็นกลุ่มโรคที่ไม่ได้มีสาเหตุจากการติดเชื้อ ไม่ได้ติดต่อกันจากคนสู่คน แต่เป็นโรคที่เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวันที่ไม่เหมาะสม ซึ่งกลุ่มโรค NCDs นี้ ประกอบด้วย โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคไขมันในเลือดสูง โรคอ้วนลงพุง โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคถุงลมโป่งพอง และโรคมะเร็ง เป็นต้น

โดยหากสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดำเนินชีวิตอย่างเหมาะสมก็จะลดปัจจัยเสี่ยงการเกิดโรคซึ่งแนวทางพฤติกรรมการดูแลสุขภาพที่เหมาะสมตามหลักของกรมอนามัย เรียกว่า แนวทางสร้างสุขภาพที่ดี คือ “ 3 อ.2 ส.1ฟ.”

3) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ เพื่ออธิบายการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ คือ เฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมและการตอบรับจากผู้รับสารจำนวนมากว่า เป็นไปตามแนวคิดของ ดวงพร ธีรกุลวานิช (2559) ที่ระบุถึงความสำคัญของเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เป็นการสื่อสารในเชิงธุรกิจ องค์กร หรือสถาบันต่างๆ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การใช้งานของแต่ละองค์กร ซึ่งผู้ติดตามได้จำนวนมากกว่าเฟซบุ๊กที่จำกัดจำนวนเพื่อนในเฟซบุ๊ก ประกอบกับ ธนพัฒน์ ชิตโสภณดิลก (2558) ระบุถึงฟังก์ชันการทำงานของเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มีหลากหลายในการศึกษาวิจัย “กลยุทธ์การสื่อสารบน Facebook Fanpage Goal Thailand ที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์ Goal.com/th/ อาทิการโพสต์หน้า Wall , Info ข้อมูลรายละเอียดเบื้องต้นของเฟซบุ๊กแฟนเพจ , Photo รูปภาพต่างๆ เป็นการสื่อสารผ่านรูปภาพ , Event กิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่น่าสนใจที่ , Video ภาพเคลื่อนไหว , Notes การแจ้งข้อมูลสั้น , Discussion Board ลักษณะคล้ายกระทู้ที่สมาชิกใช้สนทนา สอบถามข้อมูลต่างๆ และ Reviews การแสดงความคิดเห็นของสมาชิก

4) แนวคิดเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ หรือ Influencer เพื่ออธิบายรูปแบบการสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ที่มีส่วนในการสื่อสารจนทำให้ผู้รับสารนิยมเป็นจำนวนมากว่า เป็นไปตามคำอธิบายของ ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง(2561) ซึ่งได้แบ่งอิทธิพลของ Influencer ที่นอกจากจะทำให้คนสนใจจนเข้ามาติดตามจำนวนมาก ยังประกอบด้วย 1. Relevance มีความเกี่ยวข้องหรือเชื่อมโยงกับประเด็นที่จะพูด 2. Authority ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ 3. Affinity ความสัมพันธ์กับผู้อื่น 4. Proximity ความใกล้ชิดกับสถานการณ์ 5. Trust ความน่าเชื่อถือ / เชื่อใจ 6. Popularity ความโด่งดัง / เป็นที่รู้จัก และ 7. Goodwill ความปรารถนาดี

วิธีการศึกษา

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา จากแหล่งข้อมูลเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict โดยคัดเลือกจากเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มีการสื่อสารประเด็นสุขภาพ ซึ่งมียอดผู้ติดตามสูงที่สุดในกลุ่มแฟนเพจด้านสุขภาพ นั่นคือมีผู้ติดตามมากกว่า 1 ล้านคน และสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลบุคคล เจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict นพ.วิวัฒน์ ศิริประชัย ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลหรือแอดมินของแฟนเพจดังกล่าว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการวิเคราะห์เนื้อหาสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict และบันทึกลงในตารางบันทึกข้อมูล ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจด้วยการจดบันทึก และบันทึกเสียง โดยคำถามเป็นแนวคำถามแบบปลายเปิด ที่ไม่ชี้นำคำตอบ โดยทั้งหมดผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย โดยอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหา โดยเก็บข้อมูลจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เป็นเวลา 3 เดือน(ก.ค.-ก.ย. 2562) เก็บบันทึกข้อมูลทุกวันด้วยการจับภาพหน้าจอจากโปรแกรมจับภาพในคอมพิวเตอร์จากนั้นนำข้อมูลมาใส่ลงในตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) แบ่งเป็น 1) เนื้อหาการสื่อสาร

ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ประกอบด้วย จำนวนการโพสต์เนื้อหา “3อ.2ส.1ฟ.” การจัดประเด็นเนื้อหา “3อ.2ส.1ฟ.”, แหล่งที่มาของเนื้อหาและจำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่โพสต์และ 2) รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ได้แก่ การอัปเดตสถานะ, การเขียนบันทึก, การแจ้งกิจกรรม, วิดีโอ, รูปภาพ, การแชร์ลิงก์ และการสร้างโพลส์คำถามบนเฟซบุ๊ก

ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก นพ.วิวัฒน์ ศิริประชัย อธิบดีแพทย์ประจำโรงพยาบาลเกะลังตา อ.เกะลังตา จ.กระบี่ ซึ่งเป็นเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ประเด็นการเลือกเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพ และรูปแบบการสื่อสารสุขภาพผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ว่า เนื้อหาทั้งหมดเข้ากรอบ “3อ.2ส.1ฟ.” อย่างไร จากนั้นนำเนื้อหาที่เข้ากรอบมาวิเคราะห์ว่านำเสนอประเด็นอะไรบ้าง และนำข้อมูลทั้งหมดมาจัดระเบียบ เพื่อช่วยสร้างข้อสรุปให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ เนื้อหาของเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นอย่างไร และรูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict เป็นอย่างไร

ผลการวิจัย

1. เนื้อหาของเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ตามแนวทาง “3อ. 2ส. 1ฟ.” โดยเนื้อหาเกี่ยวกับ 3 อ. (อาหาร ออกกำลังกาย และอารมณ์) เนื้อหาเกี่ยวกับ 2 ส. (สุรา สูบบุหรี่) และเนื้อหาเกี่ยวกับ 1 ฟ. (ฟัน) ของกรมอนามัยระยะเวลา 3 เดือน (ก.ค.-ก.ย.2562) แบ่งรายละเอียด ดังนี้

1.1) เฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict นำเสนอเนื้อหาตามกรอบ “3 อ.2ส.1ฟ.” จำนวน 311 โพสต์โดยพบว่านำเสนอเนื้อหาในกลุ่ม 3 อ. มากกว่า 2 ส. และ 1 ฟ. โดยเรียงลำดับการนำเสนอตามจำนวนในการโพสต์ดังนี้ อันดับ 1 ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร อันดับ 2 ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ อันดับ 3 ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย อันดับ 4 ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับสุรา ในกลุ่ม 2 ส. อันดับ 5 เป็นเนื้อหา 1 ฟ. หรือเนื้อหาเกี่ยวกับฟัน (สุขภาพช่องปากและฟัน) อันดับ 6 ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับ “สูบบุหรี่” ซึ่งมีการโพสต์น้อยที่สุด

1.2) ประเด็นเนื้อหาที่มีการนำเสนอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ตามกรอบ 3อ. 2ส.1ฟ. พบว่ากลุ่มเนื้อหา 3 อ. (อาหาร ออกกำลังกาย อารมณ์) แบ่งเป็น 6 ประเด็นเรียงลำดับจากการโพสต์ดังนี้ 1. พฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง 2. ให้ความรู้ทั่วไปด้านอาหาร 3. ความปลอดภัยด้านอาหาร 4. การแนะนำเมนูอาหารต่างๆ 5. การให้ข้อมูลการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง และ 6. ประเด็นเกี่ยวกับอาหารอื่นๆ เช่น ปัญหาการบริโภค การประชาสัมพันธ์หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารด้านการบริโภคของหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน

ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ประกอบด้วย 2 ประเด็น ได้แก่ 1. ให้ความรู้ประโยชน์จากการออกกำลังกาย เช่น การออกกำลังกายเป็นวิธีหนึ่งช่วยลดน้ำหนัก กระชับกล้ามเนื้อ และ 2. ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ สามารถแบ่งเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ 1. ให้ความรู้โรคซึมเศร้า 2. ตักเตือนพฤติกรรมที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต 3. ให้ความรู้เกี่ยวกับสารเสพติดที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต และ 4. เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ในประเด็นอื่นๆ เช่น ความรู้โรคเครียด เป็นต้น

ส่วนเนื้อหาในประเด็น 2 ส. (สุรา สูบบุหรี่) นั้น เนื้อหาเกี่ยวกับสุรา สามารถแบ่งเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ 1. เดือนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดวิธี 2. เนื้อหาประเด็นเกี่ยวกับสุราอื่นๆ เช่น ข้อควรระวังในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความเข้าใจผิดในการดื่มสุรา เป็นต้น 3. ให้ความรู้วิธีเลิกเหล้า และ 4. ให้ความรู้การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเหมาะสม สำหรับเนื้อหาเกี่ยวกับสูบบุหรี่ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น 1. อันตรายจากบุหรี่ไฟฟ้า และ 2. อันตรายจากการสูบบุหรี่ และ ส่วน 1 ฟ. เนื้อหาเกี่ยวกับพนัน มี 2 ประเด็น คือ 1. เดือนจัดฟันเถื่อน และ 2. ให้ข้อมูลการจัดฟันที่ถูกต้อง

1.3) แหล่งที่มาของเนื้อหา “3 อ.2ส.1ฟ.” พบว่า เจ้าของแฟนเพจ Drama-addict ให้ความสำคัญกับการอ้างอิงแหล่งที่มาของเนื้อหาที่นำมาโพสต์ โดยแหล่งที่มาที่นำมาอ้างอิงมากที่สุดอันดับ 1 คือ เพชฌัญญูแฟนเพจต่างๆ โดยแฟนเพจที่มีการอ้างอิงมากที่สุด คือ แฟนเพจ Sarikahappymen นอกนั้นเป็นแฟนเพจห้องทำฟันหมายเลข 10 แฟนเพจพระยูนบุตตะลุยกัน แฟนเพจหมอยาขบ่นน้อยเหอะ และแฟนเพจอื่นๆ ซึ่งแหล่งที่มาของเนื้อหาค่อนข้างหลากหลาย ส่วนแหล่งที่มาที่มีการอ้างอิงมากที่สุดเป็นอันดับ 2 คือ จากเว็บไซต์สำนักข่าวต่างๆ พบมากที่สุด คือ เว็บไซต์ข่าวสด รองลงมาเป็นเว็บไซต์เดลินิวส์ และ เว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ สำหรับแหล่งที่มาที่มีการโพสต์เป็นอันดับ 3 คือ การนำเสนอเนื้อหาด้วยตัวเอง ไม่มีการอ้างอิงจากแหล่งใด

1.4) จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหา “3 อ.2 ส. 1ฟ.” พบว่า ผู้รับสารให้ความสนใจเข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาด้านอาหารมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการโพสต์ของเพชฌัญญูแฟนเพจ Drama-addict ที่มีการโพสต์เนื้อหาด้านอาหารมากเป็นอันดับ 1

2.รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเพชฌัญญูแฟนเพจ Drama - addict

2.1) รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเพชฌัญญูแฟนเพจ Drama-addict มีการใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเพจ 6 ฟังก์ชัน คือ 1. การอัปเดตสถานะ(Status Updates) เป็นการโพสต์(Post) ข้อความต่างๆ ผ่านหน้าวอลล์(Wall) 2. การเขียนบันทึก(Notes) เป็นการแจ้งข้อมูลสั้นๆ เพื่อบอกเล่าเรื่องราวแก่คนอื่น 3. วิดีโอ(Videos) การอัปโหลด(Upload) หรือแชร์(Share) ไฟล์วิดีโอ และอาจมีข้อความประกอบร่วมด้วย 4. รูปภาพ (Photos) เป็นการนำเสนอรูปภาพต่างๆ โดยนำเสนอข้อความร่วมกับการนำเสนอรูปด้วยด้วย 5. ลิงก์(Link) เป็นการโพสต์ด้วยลิงก์ ข้อความ และ 6. การสร้างโพลล์คำถามบนเพชฌัญญู (Polls on Facebook) การสร้างโพลล์แบบสอบถามเพื่อขอความคิดเห็นของผู้ใช้งานหรือสมาชิก

2.2) การเลือกใช้ฟังก์ชันการทำงานบนเพชฌัญญูแฟนเพจ Drama-addict พบว่า มีการใช้มากกว่า 2 ฟังก์ชันขึ้นไปในการโพสต์เนื้อหาแต่ละครั้ง โดยฟังก์ชันที่มีการใช้ในทุกครั้งของการโพสต์ คือ การอัปเดตสถานะหน้าเพชฌัญญู (Status Updates) ซึ่งมีการใช้ร่วมกับฟังก์ชันอื่นๆ โดยเพชฌัญญูแฟนเพจ Drama-addict เลือกใช้ 3 ฟังก์ชันมากที่สุดถึง 248 โพสต์จากเนื้อหาที่โพสต์ทั้งหมด 311 โพสต์ โดย 3 ฟังก์ชันที่ใช้มากที่สุด ประกอบด้วยฟังก์ชันการอัปเดตสถานะหน้าเพชฌัญญู ร่วมกับฟังก์ชันที่มีการแชร์ลิงก์ (Link) และการเขียนบันทึก(Notes)

อภิปรายผล

1. เนื้อหาของเพชฌัญญูแฟนเพจ Drama -addict ตามแนวทาง “3อ. 2ส. 1ฟ.” โดยผู้วิจัยมีข้อสังเกตดังนี้

กลุ่มเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับแนวทางของกรมอนามัย พบว่า เป็นเนื้อหาด้านอาหาร และการออกกำลังกาย ยกตัวอย่าง เนื้อหาอาหาร เพชฌัญญูแฟนเพจ Drama-addict นำเสนอเนื้อหา

อาหารสอดคล้องกับแนวทางของกรรมอนามัย โดยเฉพาะในประเด็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคที่ถูกสุขลักษณะ โดยแนวทางของกรรมอนามัย เป็นการให้ความรู้ภาพรวมถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารที่เหมาะสม เช่น รับประทานอาหารที่สะอาด ปราศจากสิ่งปนเปื้อน เป็นต้น ส่วนเฟชนิกแฟนเพจ Drama-addict นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารที่เหมาะสมเช่นเดียวกัน แต่มีรายละเอียดมากกว่าแนวทางของกรรมอนามัย โดยเนื้อหาที่นำเสนอทางเฟชนิกแฟนเพจ Drama-addict เน้นประเด็นพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง ไม่ควรทำ ประเด็นข้อมูลการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง และประเด็นความปลอดภัยด้านอาหาร นอกจากนี้เฟชนิกแฟนเพจ Drama-addict ยังนำเสนอเนื้อหาในลักษณะความรู้ทั่วไป แนะนำเมนูอาหารและอื่นๆ อีกด้วย

ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เฟชนิกแฟนเพจ Drama-addict นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกายสอดคล้องกับแนวทางของกรรมอนามัย ซึ่งเน้นการแนะนำให้ออกกำลังกายเป็นประจำ สัปดาห์ละ 5 วัน อย่างน้อยวันละ 30 นาที เพื่อให้ร่างกายแข็งแรง โดยเนื้อหาของแฟนเพจ แนะนำให้ออกกำลังกายให้ความรู้วิธีการออกกำลังกายที่เหมาะสม

ขณะที่เนื้อหาการสื่อสารที่แม้จะสอดคล้องกับแนวทางของกรรมอนามัย แต่ไม่ทั้งหมด คือ เนื้อหาด้านอารมณ์ เนื่องจากแนวทางของกรรมอนามัย มุ่งเน้นการจัดการอารมณ์ ลดความเครียด แต่เนื้อหาด้านอารมณ์ของแฟนเพจ เป็นการสื่อสารถึงอาการของผู้ที่มีปัญหาสุขภาพจิต โดยเฉพาะโรคซึมเศร้า ให้อำนาจจัดการและรักษาโรค ส่วนเนื้อหาการสื่อสารที่ไม่สอดคล้องกัน คือ เนื้อหาเกี่ยวกับการดื่มสุรา การสูบบุหรี่ และเนื้อหาสุขภาพช่องปากและฟัน มีความแตกต่างกัน โดยเนื้อหาเกี่ยวกับสุรา ในส่วนแนวทางกรรมอนามัยต้องการให้ลด ละ เลิก แต่การสื่อสารผ่านเฟชนิกแฟนเพจ Drama-addict ต้องการให้ดื่มอย่างเหมาะสม ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ก็เช่นกัน แนวทางกรรมอนามัยต้องการให้ลด ละ เลิก แต่แฟนเพจ Drama-addict ไม่ได้สื่อสารชัดเจนกรณีนี้ โดยนำเสนอข้อมูลในลักษณะอันตรายจากบุหรี่ ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับฟัน แตกต่างกัน คือ เนื้อหาตามแนวทางกรรมอนามัยมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพช่องปากให้ดี แปรงฟันวันละ 2 ครั้ง แต่แฟนเพจนำเสนออันตรายจากการจัดฟัน

สรุปได้ว่า เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพของเฟชนิกแฟนเพจ Drama-addict ไม่ได้สอดคล้องกับเนื้อหาตามแนวทางของกรรมอนามัย “3อ.2ส.1ฟ.” ทั้งหมด เพราะจากการสัมภาษณ์นักนิพนธ์ วิทวัส ศิริประชัย ซึ่งเป็นเจ้าของเพจแสดงให้เห็นชัดเจนว่า การเลือกเนื้อหาที่ยึดกระแสสังคม หรือกระแสชาวนั้นๆ ยกตัวอย่างเนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ มีช่วงหนึ่งที่แฟนเพจสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับโรคซึมเศร้าค่อนข้างมาก เนื่องจากช่วงเวลาการเก็บข้อมูลในเดือนกันยายน พ.ศ. 2562 มีข่าวเกี่ยวกับดารานักแสดง และคนดังต่าง ๆ เสียชีวิตจากการป่วยด้วยโรคซึมเศร้า ทางแฟนเพจจึงสื่อสารเพื่อให้ความรู้ถึงช่องทางการรักษาโรคซึมเศร้าด้วย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยสังเกตเนื้อหาการสื่อสารสุขภาพของเฟชนิกแฟนเพจ Drama-addict กับแนวคิดและทฤษฎีตามกรอบการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ว่า แนวคิดการสื่อสารสุขภาพของวาสนา จันทรสว่าง (2548) เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ซึ่งเฟชนิกแฟนเพจ Drama-addict มีทั้งการสื่อสารเพื่อแจ้งให้ทราบ (to inform) สอนหรือให้การศึกษา (to educate) สร้างความพอใจหรือความบันเทิง (to entertain) และเสนอหรือโน้มน้าวชักจูงใจ (to persuade) และยังเป็นไปตามแนวคิดเรื่องโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ตามการอธิบายของ นันทกร ทองแดง (2562) ว่า โรคนี้เกิดจากพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตหากปรับเปลี่ยนได้อย่างเหมาะสมจะลดปัจจัยเสี่ยงการเกิดโรคโดยแนวทางที่ใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม คือ แนวทางสร้างสุขภาพที่ดี คือ “3 อ.2 ส.1ฟ.”

2. รูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟชบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ผู้วิจัยสังเกตได้ว่า นพ.วิวัฒน์ ศิริประชัย ซึ่งเป็นเจ้าของเฟชบุ๊กแฟนเพจ ให้ความสำคัญกับเทคนิคในการสื่อสารผ่านฟังก์ชันของเฟชบุ๊กอย่างมาก และมีการใช้ฟังก์ชันการทำงานของเฟชบุ๊กแฟนเพจที่หลากหลาย โดยการนำเสนอเนื้อหา มักจะใช้ฟังก์ชันอย่างน้อย 2 ฟังก์ชันขึ้นไป เพื่อเป็นการดึงดูดผู้รับสาร ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ ของ ดวงพร ธีรกุลวานิช (2559) ที่ระบุถึงความสำคัญของเฟชบุ๊กแฟนเพจที่เป็น การสื่อสารในเชิงธุรกิจ องค์กร หรือสถาบันต่างๆ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การใช้งานของแต่ละองค์กร และรูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานของแฟนเพจ ยังเป็นไปตามการศึกษาวิจัยของ ธนพัฒน์ ชิตโสภณดิลก (2558) ระบุถึงฟังก์ชันการทำงานของเฟชบุ๊กแฟนเพจที่มีหลากหลายในการศึกษาวิจัย “กลยุทธ์การสื่อสารบน Facebook Fanpage Goal Thailand ที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์ Goal.com/th/

นอกจากนี้ เฟชบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict มีการสื่อสารที่เป็นเอกลักษณ์ มีลีลาภาษาที่ไม่เป็นทางการ การสื่อสารบางครั้งอาจไม่สุภาพ แต่กลับดึงดูดคนติดตามแฟนเพจจำนวนมาก เนื่องจากการสื่อสารเรียบง่าย เป็นกันเองและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ประกอบกับเจ้าของแฟนเพจยังเป็นแพทย์ จึงมีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเนื้อหาด้านสุขภาพที่น่าเสนอซึ่งจัดอยู่ในกลุ่ม “Professional Publishers” หรือเรียกว่า “Specialist” ส่งผลให้เนื้อหาที่น่าเสนอมีความน่าเชื่อถือเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ หรือ Influencer ของ ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง(2561) ซึ่งแบ่งอิทธิพลของ Influencer ที่นอกจากจะทำให้คนสนใจ จนเข้ามาติดตามจำนวนมาก นอกจากพบว่า เป็นแฟนเพจที่มีความน่าเชื่อถือ (Trust) เนื่องจากเจ้าของ เฟชบุ๊กแฟนเพจเป็นแพทย์แล้ว ขณะเดียวกันยังมีความโด่งดัง หรือเป็นที่รู้จัก (Popularity) เห็นได้จาก จำนวนผู้กดติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict มากกว่า 2.5 ล้านคน ซึ่งนอกจากจะนำเสนอเนื้อหาที่ น่าสนใจ แต่นพ.วิวัฒน์ ยังเคยออกข่าวตามสื่อต่างๆ เมื่อครั้งถูกสัมภาษณ์กรณีเฟชบุ๊กแฟนเพจที่นอกจาก นำเสนอเนื้อหาสุขภาพแล้ว ยังนำเสนอเนื้อหาประเด็นดราม่า การเมืองและเรื่องราวตามกระแสสังคม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งศึกษาในแง่มุมมองของผู้ส่งสาร(เจ้าของ/แอดมินเพจ)จาก บัณฑิตเลือกเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสาร รวมทั้งการศึกษาในแง่มุมมองของสารจากเนื้อหาที่โพสต์ และการ ศึกษาในแง่มุมมองของช่องทางจากรูปแบบการสื่อสารผ่านฟังก์ชันการทำงานบนเฟชบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict ในอนาคตควรมีการวิจัยในเชิงปริมาณในแง่มุมมองของผู้รับสาร(ผู้ติดตามเพจ) ในแง่ความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกติดตามหรือมีปฏิสัมพันธ์ต่อเพจ เพื่อให้เห็นภาพรวมของผู้ติดตามเพจ

2. การวิจัยในครั้งนี้มีการศึกษาผู้ส่งสาร (เจ้าของ/แอดมินเพจ) ในแง่มุมมองบัณฑิตเลือกเนื้อหาและรูปแบบ การสื่อสาร แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงเทคนิคการสื่อสาร โดยเฉพาะภาษาเขียนที่มีลีลาเฉพาะ เชิงอารมณ์ขันขบขัน เหน็บแนม รวมไปถึงการใช้คำพูดที่อาจไม่สุภาพมากนัก ในอนาคตควรมีการวิจัยทั้งตัวผู้ส่งสาร ในแง่มุมมองเชิงลึกว่า การใช้ภาษาเขียนที่มีลีลาเฉพาะมีปัจจัยอะไร และในอนาคตควรศึกษาผู้รับสาร(ผู้ติดตามเพจ) ในการวิจัย เชิงคุณภาพถึงการรับข้อมูลการสื่อสารว่า ภาษาเขียนที่มีลักษณะเป็นกันเอง มีลีลาเฉพาะช่วยดึงดูดหรือมี ผลต่อการตัดสินใจเลือกติดตามหรือมีปฏิสัมพันธ์ต่อเพจหรือไม่

ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์ใช้

1. ปัจจุบันการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นสื่อที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย แต่การสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจให้ประสบความสำเร็จนั้น มีความจำเป็นต้องมีเนื้อหาที่น่าสนใจ รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อสามารถดึงดูดให้ผู้รับสารมาติดตามเพจจำนวนมาก ดังนั้น ผู้ที่ต้องการสร้างเพจหรือเจ้าของเพจ สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปปรับใช้ โดยให้ความสำคัญต่อการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจเป็นเรื่องใกล้ตัว และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สร้างความจดจำ และหากเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็จะยิ่งเพิ่มความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เหมือนดังการสื่อสารสุขภาพผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Drama-addict
2. หน่วยงานภาครัฐสามารถนำข้อมูลผลการศึกษางานวิจัยดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องสุขภาพไปยังประชาชนในรูปแบบเฟซบุ๊กแฟนเพจของหน่วยงานภาครัฐ โดยเน้นการสื่อสารที่เข้าใจง่าย เรื่องใกล้ตัว และมีการสื่อสารในรูปแบบเฉพาะที่มีความน่าเชื่อถือ และน่าดึงดูดด้วยการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะ และมีการนำเสนอข้อมูลตามกระแสสังคมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

บรรณานุกรม

- กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี พ.ศ. 2560 – 2564*. กรุงเทพฯ: บริษัท โอโมชั่น อาร์ต จำกัด.
- ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง.(2561). *ประเภทของ Influencer* เข้าถึงได้จาก <https://www.nuttaputch.com/types-of-influencer-1> สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2562
- ดวงพร ธีรกุลวานิช.(2559) *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดและการมีส่วนร่วมของแฟนเพจบน Facebook Fanpage* ช่างชุ่ย. การศึกษาค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนพัฒน์ ชิตโสภณดิลก. (2558). *กลยุทธ์การสื่อสารบน Facebook Fanpage Goal Thailand ที่มีผลต่อการเข้า ชมเว็บไซต์ Goal.com/th/*. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นันทกร ทองแดง(2562). *โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง(โรค NCDs)* เข้าถึงได้จาก <https://www.si.mahidol.ac.th/healthdetail.asp?aid=1371> สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2563
- วาสนา จันทรสว่าง. (2548). *การสื่อสารสุขภาพ:กลยุทธ์ในงานสุขศึกษาและการสร้างเสริมสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญดีการพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2562). *เช็ก ชัวร์ แชร์*. เข้าถึงได้จาก <https://sure.oryor.com/> สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2562
- สำนักงานพัฒนาธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์.(2562). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2562*. สืบค้นได้จาก <https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-behavior-2019-press-release.html> สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2563
- สำนักสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยง กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2557). *กรมอนามัยประกาศนโยบายไร้พุง จับมือ SCG ลดรอบเอวผ่านรายการเรียลลิตี THE FIRM 2*". เข้าถึงได้จาก https://anamai.moph.go.th/ewt_news.php?nid=6581&filename=index สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2562
- อิริยาพร อุดทา. (2560). *กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลพญาไท*. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.