

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา

ปัญหาสุขภาพเป็นปัญหาที่ไม่มีใครอยากให้เกิดขึ้นทั้งกับตัวเราเองหรือกับบุคคลที่เรารัก ยิ่งมองว่าเป็นโรคที่น่ากลัวอย่างโรคมะเร็งด้วยแล้ว ก็ย่อมไม่มีใครอยากปรารถนาให้เกิดขึ้น แต่จากสถิติพบว่าโรคมะเร็งเป็นสาเหตุการเสียชีวิตอันดับ 1 ของคนไทยมาตลอดระยะเวลาถึง 20 ปี ข้อมูลล่าสุดจากสถาบันมะเร็งแห่งชาติ พบว่า มีผู้ป่วยโรคมะเร็งรายใหม่ถึงวันละ 336 คน หรือ 122,757 คนต่อปี และเสียชีวิตวันละ 221 คน หรือ 80,665 คนต่อปี โดยข้อมูลจากองค์กรระหว่างประเทศเพื่อการวิจัยโรคมะเร็งรายงานว่า อุบัติการณ์โรคมะเร็งในประเทศไทย พบโรคมะเร็งในเพศหญิง 151 คนต่อประชากรหนึ่งแสนคน และพบในเพศชาย 169.3 คนต่อประชากรหนึ่งแสนคน (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข)

เมื่อผู้ป่วยได้รับการวินิจฉัยจากแพทย์ว่าเป็นโรคมะเร็ง ผู้ป่วยจะมีกลไกการปรับตัว 6 ระยะคือ ระยะช็อค ระยะปฏิเสธ ระยะโกรธ ระยะต่อรอง ระยะซึมเศร้า และระยะยอมรับความจริง ผู้ป่วยบางรายอาจมีครบทั้ง 6 ระยะ บางรายอาจเริ่มข้อใดข้อหนึ่งก่อนโดยไม่ครบ 6 ระยะก็ได้ ความเจ็บป่วยจึงเป็นปัญหาชีวิตที่ผู้ป่วยจะต้องเผชิญ ผู้ป่วยบางรายไม่สามารถกลับไปทำงานได้ อย่างปกติ ส่งผลให้เกิดการขาดรายได้ อย่างที่ไม่สามารถเลี้ยงได้ ผู้ป่วยบางรายจำเป็นต้องมีญาติคอยดูแลอยู่ตลอดเวลา และผู้ป่วยบางรายมีโอกาสเกิดภาวะเครียดที่รุนแรงได้ เพราะมะเร็งก่อให้เกิดความไม่สุขสบายทางด้านร่างกาย เกิดเป็นความผ่นพวนทางอารมณ์ และสภาวะจิตใจทำให้ผู้ป่วยบางรายไม่สามารถต่อสู้กับโรคมะเร็งได้เพียงลำพัง ความสุขและพลังใจล้วนมีความหมายอย่างยิ่งต่อการต่อสู้กับโรค การที่จะช่วยให้ผู้ป่วยผ่านพ้นวิกฤตนี้และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้ ผู้ป่วยจึงจำเป็นต้องได้รับการเสริมพลังใจ

ด้วยสภาพปัญหาการขาดพลังใจของผู้ป่วยมะเร็งทำให้คนในสังคมหันมาให้ความสนใจ และเกิดเป็นการสนับสนุนทางสังคมของเครือข่ายผู้ป่วยมะเร็งในประเด็นของการเสริมพลังใจ โดยมีการจัดตั้งโครงการ มูลนิธิ จุดประสงค์เพื่อส่งต่อพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งด้วยกัน ซึ่งการเสริมพลังใจนี้ได้ถูกหยิบเข้ามาสื่อสารในพื้นที่ของสื่อออนไลน์เป็นจำนวนมาก จนนำมาสู่การสร้างเครือข่ายของผู้ป่วยมะเร็งบนสื่อออนไลน์ เนื่องจากระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้สร้างพื้นที่สาธารณะเสมือนจริงแห่งใหม่ โดยผู้ใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีการอัพเดทข่าวสารได้ตลอดเวลา และในปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่มักมีการเชื่อมต่อถึงกันผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก



ภาพประกอบ 1 ผลสำรวจกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตปี 2563

ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. ออนไลน์. 2563

จากผลสำรวจกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA พบว่า กิจกรรมออนไลน์ยอดนิยม 10 อันดับแรก ได้แก่ การใช้ Social Media แชนส์โพสต์, อ่านความคิดเห็น, ติดตามเพื่อน/บุคคลสาธารณะ เช่น Facebook, Line, Instagram คิดเป็น 95.3% รองลงมาคือ การดูโทรทัศน์/ดูคลิป/ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์ คิดเป็น 85.0% การค้นหาข้อมูล เช่น ค้นหาข้อมูลใน Google/ Bing คิดเป็น 82.2% การติดต่อสื่อสารออนไลน์ ทั้งการโทรศัพท์ และการพูดคุย (Chat) คิดเป็น 77.8% การรับ-ส่งอีเมล คิดเป็น 69.0% การซื้อสินค้าออนไลน์ คิดเป็น 67.3% การอ่านข่าว/บทความ/หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) คิดเป็น 64.2% การเรียนออนไลน์ (e-Learning) คิดเป็น 57.5% การเล่นเกมออนไลน์ คิดเป็น 56.8% และการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ คิดเป็น 56.5% จากกิจกรรมยอดนิยมทั้ง 10 อันดับในปีนี้พบว่าผู้ตอบแบบสำรวจฯ มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อจุดประสงค์ที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งเพื่อการติดต่อสื่อสาร ความบันเทิง การซื้อสินค้า การทำธุรกรรม และการศึกษาหาความรู้ ซึ่งแสดงพฤติกรรม การสื่อสารของคนไทยที่มีความพร้อมเข้าสู่สื่อออนไลน์กันมากขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้ผู้ป่วยมะเร็งสามารถดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมโดยไม่รู้สึกลดหวัง หดหู่ เศร้าหมอง นั่นคือ การได้รับการเสริมพลังใจที่ดี ซึ่งเป็นการเริ่มต้นจากตัวผู้ป่วยมะเร็งเป็นอันดับแรก ด้วยการมองโลกในแง่บวก รู้จักการใช้สติในการแก้ไขปัญหา และสามารถที่จะสื่อสารเพื่อเป็นการส่งต่อพลังใจที่ดีให้กับบุคคลที่ป่วยเป็นโรคมะเร็งเช่นเดียวกันกับตน หรือพลังใจที่ผู้ป่วยมะเร็งได้รับมาจากบุคคลในครอบครัวของผู้ป่วยมะเร็งเอง อีกทั้งสื่อออนไลน์ถือว่าเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่ง

ที่ผู้ป่วยมะเร็งนั้นใช้สำหรับการสื่อสารเพื่อการเสริมสร้างพลังใจ ทั้งเป็นผู้ที่เสริมสร้างพลังใจให้แก่ผู้อื่น หรือในทางกลับกัน คือการเป็นผู้ที่ได้รับการเสริมสร้างพลังใจจากผู้อื่น จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการเสริมสร้างพลังกับผู้ป่วยมะเร็งบนโลกออนไลน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์
2. เพื่ออธิบายแนวทางการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้แนวทางการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์
2. ได้ทราบองค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำการสื่อสารเพื่อการเสริมพลังใจกับผู้ป่วยมะเร็งบนโลกออนไลน์ไปปรับใช้ได้

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการเสริมพลังใจกับผู้ป่วยมะเร็งบนโลกออนไลน์ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้มีการกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ องค์ประกอบการสื่อสารตามหลักทฤษฎีการสื่อสารของ เดวิด เค. เบอร์โล เพื่อนำมาอธิบายรูปแบบการสื่อสารเพื่อการเสริมสร้างพลังใจกับผู้ป่วยมะเร็งบนโลกออนไลน์ที่ประกอบไปด้วย การสื่อสารกลุ่มบนเฟซบุ๊ก การสื่อสารบนเว็บไซต์ และการสื่อสารบนแอปพลิเคชันบนมือถือ (TikTok)

ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มบนเฟซบุ๊ก จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มมะเร็งยิ้มได้:- พุดคุย แชร์ความรู้ ให้กำลังใจ และกลุ่มผู้ป่วยที่เป็นโรคมะเร็ง

1. กลุ่มเว็บไซต์ จำนวน 2 เว็บไซต์ ได้แก่ www1.siphhospital.com ของโรงพยาบาลศิริราช ปิยมหาราชการุณย์ และ www.chulacancer.net ของโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์

2. กลุ่มบนแอปพลิเคชันบนมือถือ จำนวน 2 บัญชี ได้แก่ ผู้ใช้บัญชีชื่อ Lalabel Punch และผู้ใช้บัญชีชื่อ Ultramao

ขอบเขตด้านเวลา

ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้ทำการวิจัยและเก็บข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม 2562 - เดือนมีนาคม 2564

นิยามศัพท์เฉพาะ

การสื่อสาร หมายถึง การสื่อสารของผู้ป่วยมะเร็งที่เกิดขึ้นบนสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (แอดมินหรือผู้ดูแล) สาร (ข้อความรูปแบบต่าง ๆ ที่ปรากฏบนสื่อออนไลน์) สื่อ/ช่องทาง (เฟซบุ๊กเว็บไซต์/แอปพลิเคชันบนมือถือ) ผู้รับสาร (ผู้ป่วยมะเร็งหรือผู้ดูแลผู้ป่วยมะเร็ง)

ผู้ป่วยมะเร็ง หมายถึง ผู้ที่แพทย์วินิจฉัยว่าป่วยเป็นโรคที่เกิดจากการมีเซลล์ผิดปกติในร่างกายและเซลล์เหล่านี้มีการเจริญเติบโตรวดเร็วเกินปกติจนร่างกายควบคุมไม่ได้ ซึ่งปรากฏการเจริญลุกลามและแพร่กระจายไปยังเซลล์ของเนื้อเยื่อหรืออวัยวะต่าง ๆ ตั้งแต่ระยะการดำเนินของโรคที่ 1 - 4

สื่อออนไลน์ หมายถึง เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางที่สามารถสร้างตัวตนและผู้ป่วยมะเร็งใช้ในการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง เพื่อมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้แก่ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันบนมือถือ

การสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจ หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ป่วยมะเร็งญาติของผู้ป่วยมะเร็ง และบุคคลทั่วไป ทั้งในรูปแบบของข้อความ รูปภาพ เสียง คลิปวิดีโอ โดยมีเนื้อหาสาระเป็นการเล่าประสบการณ์ การให้กำลังใจ การสร้างความรู้ การแนะนำ

คำถามนำวิจัย

1. การสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์ มีองค์ประกอบการสื่อสารเป็นอย่างไร

2. แนวการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์ เป็นอย่างไร

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี