

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์” ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผล อภิปราย และให้ข้อเสนอแนะการวิจัยดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. วิธีการดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์
2. เพื่ออธิบายแนวทางการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์

วิธีการดำเนินงานวิจัย

แหล่งข้อมูล

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาและประกอบการอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจาก บทความ วารสาร สืบค้นข้อมูลจาก Internet และงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้ในแง่มุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) คือ กลุ่มที่ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ (In-depth Interview) จากผู้ก่อตั้งกลุ่มเฟซบุ๊กที่สร้างขึ้นเพื่อการสื่อสารสำหรับผู้ป่วยมะเร็ง จำนวน 2 กลุ่มและจากผู้ป่วยมะเร็งที่ใช้สื่อออนไลน์ จำนวน 2 คน ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเอกสาร (Content Analysis) นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Interview) ใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำมาตีความหมาย เชื่อมความสัมพันธ์ และสร้างข้อมูลสรุปจากข้อมูลต่าง ๆ
3. การตรวจสอบข้อมูล ในขั้นแรกผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเพียงพอของข้อมูล ว่ามีความเพียงพอแล้วหรือไม่ ข้อมูลที่ได้ตอบปัญหาของการวิจัยหรือไม่ หากพบว่ายังไม่เพียงพอหรือไม่ตรงกัน ผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลที่แท้จริงเป็นอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันมากในการวิจัยเชิงคุณภาพคือการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์ สามารถนำข้อค้นพบมาสรุปตามทฤษฎี S-M-C-R ได้ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านผู้ส่งสารของการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์ สามารถแยกออกได้ 3 ลักษณะดังนี้
 - 1.1 ผู้ส่งสารที่เป็นบุคคลทั่วไป เป็นบุคคลที่มีทัศนคติต่อผู้รับสารในด้านบวก และเล็งเห็นความสำคัญในเรื่องพลังใจ แต่มิได้ป่วยเป็นโรคมะเร็งหรือมีความเกี่ยวข้องกับโรคมะเร็ง ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้คัดกรองบุคคลที่และคัดกรองสารไม่ให้เกิดผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้รับสารในแง่ลบ หรือหากพบข้อมูลอันก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้รับสารก็จะนำมาแชร์ลงในกลุ่มเฟซบุ๊ก และเล็งเห็นว่าหมอคือบุคคลที่ทำหน้าที่รักษาร่างกาย แต่สมาชิกในกลุ่มทำหน้าที่รักษาจิตใจ
 - 1.2 ผู้ส่งสารที่เป็นผู้ป่วยมะเร็ง เป็นบุคคลต้นทางของการสื่อสารและมีคุณสมบัติสำคัญที่สามารถสื่อสารกับผู้ป่วยโรคมะเร็งผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ (TikTok) ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ส่งสารมีลักษณะของการเป็นผู้ป่วยมะเร็งเหมือนกับผู้รับสาร และมีการสื่อสารลักษณะที่เป็นกันเอง โดยผู้ส่งสารเลือกใช้วิธีการรักษาด้วยแพทย์แผนปัจจุบันเป็นหลักในการสื่อสาร ซึ่งหัวใจหลักของการสื่อสารในครั้งนี้ คือ เพื่อรักษาใจของตัวเอง ข้อมูลที่นำมาใช้ในการสื่อสารจึงเกิดจากประสบการณ์ของผู้ส่งสารที่ป่วยเป็นโรคมะเร็ง เรียนรู้วิธีการรักษาจิตใจตนเองจนตกผลึกจนกลายเป็นความรู้และสามารถรักษาโรคมะเร็งจนหาย จึงเป็นการสร้างความศรัทธาให้แก่ผู้รับสารและผู้รับสารเชื่อใจว่าสิ่งที่ผู้ส่งสารนำมาสื่อสารจะต้องเป็นสิ่งที่มีความประโยชน์

1.3 ผู้เชี่ยวชาญ เป็นบุคลากรขององค์กรการแพทย์ที่ทำหน้าที่รักษาผู้ป่วยทั้งโรคเมะเร็งและโรคทั่วไป ทั้งนี้ผู้ส่งสารจะสื่อสารกับผู้ป่วยโรคเมะเร็งในลักษณะของการให้ข้อมูลแบบกว้าง ๆ เช่น ความรู้เกี่ยวกับสาเหตุการเกิดเมะเร็ง ชนิดของโรคเมะเร็ง ระยะของโรคเมะเร็ง วิธีการรักษาเป็นข้อมูลสุขภาพที่เกี่ยวโรคเมะเร็งเบื้องต้น โดยใช้วิธีการรักษาแบบแพทย์แผนปัจจุบันเป็นจุดเด่นในการสื่อสารซึ่งมีเหมาะสมกับผู้รับสารทั่วไป ซึ่งอาจจะไม่ตรงกับความต้องการของผู้รับสารที่เป็นผู้ป่วยเมะเร็ง

2. องค์ประกอบด้านสารของการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยเมะเร็งในสื่อออนไลน์ มีดังนี้

2.1 รูปแบบการสื่อสาร ประกอบด้วย ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และการใช้สติ๊กเกอร์หรืออิโมจิ ทั้งนี้การสื่อสารใน 1 ครั้ง ผู้ส่งสารสามารถนำเอารูปแบบทั้งหมดมารวมกันเพื่อสื่อสารกันได้ ขึ้นอยู่กับข้อจำกัดของ สื่อ/ช่องทางนั้น ๆ เป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

2.2 ลักษณะของสารแบ่งตามจุดประสงค์ของผู้ส่งสาร และผู้ส่งรับสาร ได้ดังนี้

จุดประสงค์ของผู้ส่งสาร มี 4 จุดประสงค์ คือ

1. การสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจในด้านความรู้ คือ บอกลักษณะอาการและการแสดงอาการของโรค การรักษา เป็นการสอบถาม เพื่อลดความกังวล ความไม่มั่นใจ เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจ

2. การสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจในด้านประสบการณ์ คือ เป็นลักษณะการบอกเล่าถึงอาการ วิธีการรักษา การดำเนินชีวิตประจำวัน จุดประสงค์เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้ป่วยเมะเร็งหรือญาติผู้ป่วยที่อาจจะมีลักษณะอาการ วิธีการรักษา หรือการดำเนินชีวิต ใกล้เคียงกับตนเอง

3. การสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจในการแผ่ขยาย คือ ลักษณะการปรากฏของผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้าและบริการ เข้าไปในส่วนของเนื้อหาสาร เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ

4. การสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจโดยตรง คือ เกิดจากการเรียนรู้จนตกผลึกและเห็นว่ามีความประโยชน์ จึงเกิดการส่งต่อสารด้วยการถ่ายทอดทัศนคติ วิธีการมองโรคและวิธีการต่อสู้ให้กับผู้ป่วยเมะเร็งด้วยกัน

จุดประสงค์ของผู้รับสาร มี 5 จุดประสงค์ คือ

1. การสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจโดยตรงไปตรงมา ที่พบส่วนมากมักจะใช้เป็นข้อความหรือสำนวนสั้น ๆ ง่าย ๆ สามารถเข้าใจได้ทันที

2. การเสริมพลังใจผ่านรูปแบบการสื่อสารด้วยคำสั่ง รูปแบบในการสื่อสารมักจะเห็นคำว่า “อย่า” “ไม่” “ต้อง” เช่น “ไม่ต้องกลัว” “ต้องหายเป็นปกติ” “อย่าเครียด” เป็นต้น

3. การเสริมพลังใจผ่านรูปแบบการสื่อสารด้วยหลักศาสนา การสื่อสารมักจะเป็นในลักษณะของการขอพร หรืออวยพร เช่น ขอให้หายไวไว ขอให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง บุญรักษา

4. การเสริมพลังใจผ่านรูปแบบการสื่อสารด้วยสติ๊กเกอร์/รูปภาพ เป็นลักษณะการใช้แทนข้อความ มีทัศนะรับรู้ได้ในเชิงบวก เช่น “สติ๊กเกอร์ที่มีการชูนิ้วสองนิ้ว” “สติ๊กเกอร์ที่มีหัวใจประกอบ” “สติ๊กเกอร์ที่มีการกอดกัน”

5. การเสริมพลังใจผ่านรูปแบบการสื่อสารการให้คำแนะนำหรือการถ่ายทอดประสบการณ์ การสื่อสารจะเป็นการบรรยายลักษณะอาการของตนเอง การพบอาการผิดปกติของตนเอง ระยะการดำเนินโรคมะเร็งที่ตนเองพบ ทั้งจากประสบการณ์โดยตรง และทางอ้อม

3. องค์ประกอบด้านสื่อ/ช่องทางของการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์ ดังนี้

กลุ่มเฟซบุ๊กเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่สุด เนื่องจากมีวัตถุประสงค์พื้นที่ติดต่อสื่อสาร พูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เฉพาะบุคคลที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันให้แลกเปลี่ยนสามารถคัดกรองกลุ่มผู้รับสารได้ จึงทำให้เนื้อหาของสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจนั้นมีประสิทธิภาพเป็นช่องทางที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถใช้ได้ตอบโต้เป็นอย่างดี ในส่วนของการแสดงความคิดเห็น หรือการกดยกสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อแสดงความสนใจ เช่น ไลค์ หัวใจ เสริ้ว ทำให้ผู้ส่งสารสามารถรับรู้ได้ว่าผู้รับสารนั้นมีความสนใจในเรื่องดังกล่าวเป็นพิเศษ และจุดเด่นของกลุ่มเฟซบุ๊กคือ สามารถคัดกรองเนื้อหาสารก่อนที่จะนำไปเผยแพร่ และมีการวิเคราะห์หลังบ้านสำหรับเรียกดูข้อมูลการปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในกลุ่ม รวมไปถึงข้อมูลผู้รับสาร เช่น เพศ อายุ เป็นการร่วมพูดคุยในเรื่องต่าง ๆ ที่ผู้รับสารสนใจ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะตรงกับความต้องการของผู้รับสารโดยตรงเนื่องจากกลุ่มเฟซบุ๊กเปรียบเสมือนชุมชน ๆ หนึ่ง โดยแอปพลิเคชันบนมือถือ TikTok เป็นสื่อออนไลน์ที่เป็นกระแสทางสังคมที่สุด แต่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาของเนื้อหาสาร และข้อจำกัดของสารก็ใช้โต้ตอบกัน จะไม่สามารถสื่อสารผ่านทางแชทส่วนตัวได้หากไม่ได้ติดตามซึ่งกันและกันสามารถวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสารในเชิงลึกได้ จะต้องเปลี่ยนเป็นบัญชีสาธารณะจึงจะใช้หมวดของการวิเคราะห์บัญชีได้ และเว็บไซต์ยังถือว่าเป็นสื่อออนไลน์ที่มีข้อมูลเชื่อถือได้มากที่สุด เนื่องจากข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากเว็บไซต์จะต้องผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญก่อนที่จะนำเสนอไปยังผู้รับสาร ข้อมูลที่ได้จึงมีลักษณะของความเป็นกลาง เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างทั่วถึงในส่วน of เว็บไซต์จะพบลิงค์เพื่อการเชื่อมโยงไปยังแพลตฟอร์มของเฟซบุ๊กอีกด้วย

4. องค์ประกอบผู้รับสารของการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจให้กับผู้ป่วยมะเร็งในสื่อออนไลน์ มีดังนี้

4.1 ผู้รับสารที่เป็นผู้ป่วยมะเร็ง

4.2 ผู้รับสารที่เป็นญาติผู้ป่วยมะเร็ง

4.3 ผู้รับสารที่เป็นบุคคลทั่วไป

ผู้รับสารของสื่อออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก แบ่งได้มี 2 กลุ่มคือ ผู้ป่วยมะเร็ง และญาติผู้ป่วยมะเร็ง เพราะเกิดจากวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งกลุ่มขึ้น จึงสามารถควบคุมผู้รับสารได้ แอปพลิเคชันบนมือถือ TikTok และผู้รับสารบนเว็บไซต์ ผู้รับสารครอบคลุมทั้ง ผู้ป่วยมะเร็ง ญาติผู้ป่วยมะเร็ง และบุคคลทั่วไปที่มีแอปพลิเคชัน TikTok ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อจำกัดและความสะดวกของการใช้สื่อ/ช่องที่เหมาะสมของผู้รับสารเอง

อภิปรายผล

จากข้อค้นพบข้างต้นจะนำไปสู่การประเด็นของแนวทางการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจกับผู้ป่วยมะเร็งบนสื่อออนไลน์

1. การเสริมพลังใจ เป็นการดูแลแบบองค์รวมโดยใช้กระบวนการบูรณาการแนวคิดทางศาสนาสอดคล้องกับแนวคิดทางสุขภาพ ภายใต้แนวคิด “จิตเป็นนาย กายเป็นบ่าว” สอนให้บุคคลเข้าใจถึงความเป็นจริงตามธรรมชาติของสรรพสิ่งว่าด้วยสาเหตุของปัญหา วิธีการแก้ปัญหา และการพัฒนาจิตใจมนุษย์ไว้อย่างชัดเจนซึ่งความเข้าใจอย่างแจ่มแจ้งในหลักธรรมดังกล่าวทำให้บุคคลสามารถ ดำเนินชีวิตได้อย่างสอดคล้องกับความเป็นจริง ที่เกิดขึ้นจากการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้ป่วยมะเร็ง ที่เกิดจากการรับรู้ ทำความเข้าใจ การยอมรับนำมาตอบสนองทางด้านอารมณ์ เมื่อผู้ป่วยมะเร็งต้องเผชิญกับปัญหาสุขภาพที่เกิดขึ้น จึงนำมาสู่กระบวนการสื่อสารเพื่อตอบสนองความรู้ สร้างชุดความรู้ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของผู้ป่วยมะเร็งรายอื่น ๆ เพื่อช่วยให้ตัวเองเข้าใจเหตุการณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ มากขึ้น และนำมาสู่กระบวนการดูแลตนเองซึ่งเป็นการตอบสนองพฤติกรรมให้ดีขึ้น กล่าวคือ ผู้ป่วยมะเร็งมองโลกในแง่ดีมากขึ้น มีความมั่นใจในตัวเองมากขึ้น สามารถแก้ปัญหาได้ด้วยตัวเอง การเสริมพลังใจจึงเป็นแรงสนับสนุนทางสังคมอีกรูปแบบหนึ่งของผู้ป่วยมะเร็ง ได้รับการสนับสนุนทางสังคมในลักษณะของเพื่อนช่วยเพื่อนทำให้ผู้ป่วยไม่รู้สึกโดดเดี่ยว เนื่องจากมีสังคมผู้ป่วยมะเร็งช่วยสนับสนุนในด้านอารมณ์ที่จะส่งผลให้เกิดความเห็นอกเห็นใจ รู้สึกว่าได้รับความรัก สิ่งนี้ทำให้ผู้ป่วยรู้สึกฮึดสู้ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการสนทนาและยอมเปิดใจ และความรู้ที่เป็นประโยชน์นั้นไปใช้ในชีวิตของตนเองได้ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการรักษา การดำเนินชีวิต ตลอดจนการให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารสุขภาพในด้านความสัมพันธ์ที่กล่าวไว้ว่า “บุคคลที่มีความสัมพันธ์อื่น ๆ บุคคลที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเหล่านี้ คือ

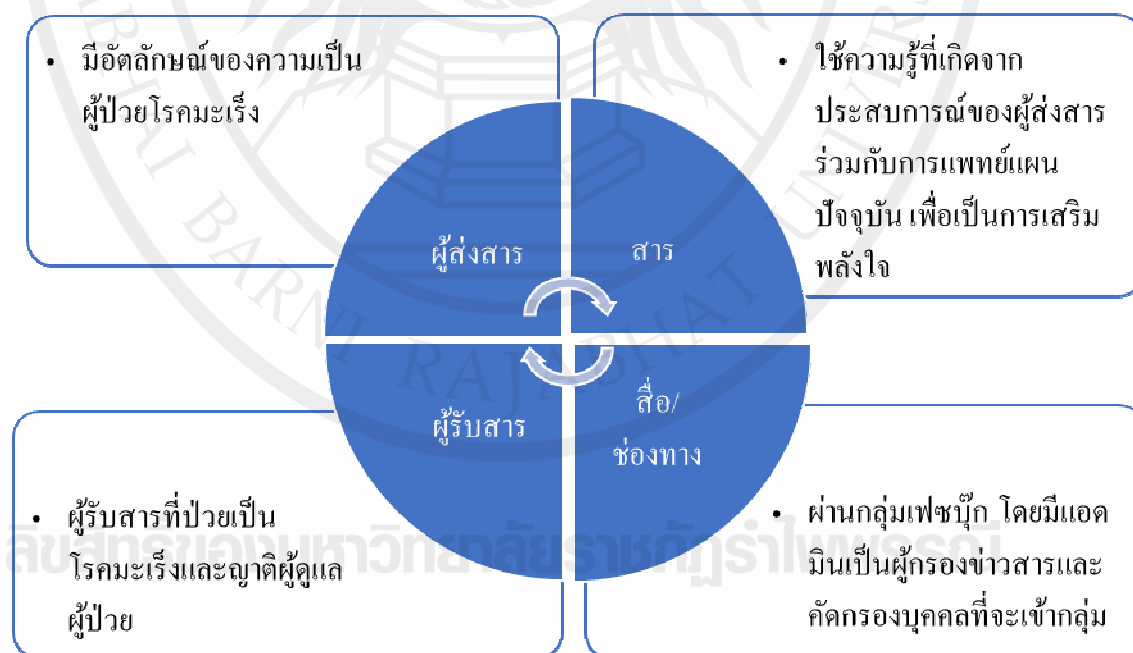
เครือข่ายทางสังคมของผู้รับบริการที่มีความสัมพันธ์ อาจเป็นสมาชิกในครอบครัว เพื่อร่วมหองพัก เพื่อนในชั้นเรียน เพื่อนร่วมงาน ที่เกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อผู้รับบริการด้านสุขภาพเหล่านี้ เพราะบุคคลที่มีความสัมพันธ์เหล่านี้มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารสุขภาพในลักษณะที่เป็นเครือข่ายที่อยู่รอบตัวของผู้รับบริการ การทำงานของเครือข่ายอาจเป็นการให้คำแนะนำชี้ชวน ชักจูงใจให้ไปรับการรักษาพยาบาล ณ สถานพยาบาลต่าง ๆ ต่อเมื่อรับการรักษาพยาบาลแล้วกลับไปรักษาตัวที่บ้าน สมาชิกในครอบครัวก็จะเป็นผู้พยาบาลที่ใกล้ชิด มากกว่าแพทย์หรือพยาบาลที่โรงพยาบาล และการได้มาซึ่งข่าวสารสุขภาพอาจมาจากเครือข่ายสังคมในระดับสังคมต่าง ๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วมเป็นเครือข่ายเหล่านี้เอง และสิ่งที่ผู้ป่วยมะเร็งต้องการคือ การสนับสนุนทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภลักษณ์ พันทอง (2561) ทำการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนทางครอบครัวกับความผาสุกของผู้ป่วยมะเร็งเต้านมที่ได้รับยาเคมีบำบัด” กล่าวไว้ว่า การสนับสนุนทางสังคมเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นการช่วยเหลือเกื้อกูลทางด้านร่างกาย จิตใจ เป็นการแสดงออกด้วยความรักใคร่ ความห่วงใย ความไว้วางใจ ความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ การได้รับการยอมรับ รู้สึกมีคุณค่าในตนเอง เป็นที่ต้องการของบุคคลอื่น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและได้รับการตอบสนองความต้องการในการดำเนินชีวิตทั้งในลักษณะที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม การได้รับการสนับสนุนทางสังคมไม่จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากคนเพียงคนเดียว ผู้คนรอบข้างสามารถให้การสนับสนุนทางสังคมในเรื่องที่แตกต่างกันได้ ซึ่งจะทำให้เกิดผลดีต่อผู้รับทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจ ซึ่งไม่ต่างจากผู้ป่วยมะเร็งที่อยู่ในสื่อออนไลน์ที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน ด้านข้อมูล ความรู้ และการสร้างคุณค่าด้วยการให้กำลังใจซึ่งกันและกัน

2. สื่อออนไลน์ เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญกับผู้ป่วยป่วยมะเร็งในลำดับแรก ๆ เนื่องจากก่อนที่ผู้ป่วยมะเร็งจะเข้ารับการรักษาที่ใด หรือต้องการทราบข้อมูลข่าวสารประเภทใด ผู้ป่วยมะเร็งจะมีการสืบค้นข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาแล้วเบื้องต้น โดยสื่อออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากทั้งบุคคลทั่วไปและหน่วยงานที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับ โรคมะเร็งได้โดยนำมาใช้เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถเชื่อมโยงได้กับสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ เพื่อใช้ประโยชน์ทางด้านการสื่อสารแบบสองทางได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกับผู้ใช้ที่เป็นผู้ป่วยมะเร็งที่ต้องการคำปรึกษาจากผู้มีความรู้ หรือผู้มีประสบการณ์ในการป่วยเป็นโรคมะเร็งอย่างทันทีทันใด เฟซบุ๊กจึงเป็นสื่อออนไลน์ที่ตอบโจทย์ในเรื่องของการสื่อสารได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสาวิตริ จันทรกระจ่าง (2561) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแสวงหาข้อมูลด้านสุขภาพทางอินเทอร์เน็ตของหญิงตั้งครรภ์ ณ โรงพยาบาลเอกชน” ได้กล่าวว่า การสนทนากับบุคคลอื่น พฤติกรรมแสวงหาข้อมูลจากการพูดคุยกับผู้ใกล้ชิด เช่น เพื่อ ญาติ หรือผู้รู้เรื่องราวนั้น รวมถึงการเข้าประชุมและสัมมนาต่าง ๆ เป็นการได้รับข้อมูลการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ วิธีนี้

ปฏิบัติกันอย่างแพร่หลายในทุกกลุ่มอาชีพและประชาชนทั่วไปซึ่งแสวงหาข้อมูล สามารถนำมาใช้ในการเข้าถึงข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตได้เช่นกัน เช่น การแลกเปลี่ยนสนทนากับผู้ที่มีความสนใจเดียวกัน เช่น เพื่อน การสนทนากับบุคคลต่าง ๆ เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตที่ต้องการได้ นอกจากนี้งานวิจัยของอริสรี พานิช (2562) ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารกับผู้ป่วยโรคซึมเศร้าผ่านสื่อเฟซบุ๊ก” กล่าวไว้ว่า วิธีการสื่อสารที่แอดมินกลุ่มแฟนคลับใช้ในการสร้างเครือข่ายและดำรงอยู่ของเครือข่ายนั้น มีการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตหรือจากพื้นที่ในโลกออนไลน์เพื่อการสื่อสาร ซึ่งสามารถทำให้เกิดเป็นชุมชนในพื้นที่เสมือนจริง และสามารถเชื่อมโยงตัวตนในโลกเสมือนจริงกับพื้นที่จริงได้โดยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อกิจกรรมที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างแอดมินและแฟนคลับมีการสานสัมพันธ์และเพื่อการรักษาความสัมพันธ์ของกันและกันอย่างยั่งยืน และงานวิจัยของปณิชา นิติพรมงคล (2555) เรื่อง “พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าประเทศไทยมีผู้ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดในโลก เป็นอันดับที่ 13 ของโลก โดยกรุงเทพติดอันดับ 1 เมืองที่มีผู้ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดในโลก ด้วยประโยชน์ที่มากมายจากการใช้งานไม่ว่าจะเป็นเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสามารถสื่อสารได้ง่ายและเป็นวงกว้างหลากหลายรูปแบบ เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เป็นต้น สามารถสื่อสารกับคนที่มีความชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเห็นหรือรวมตัวกันทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ และด้วยความที่สังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและเป็นช่องทางการสื่อสารได้ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้จึงมีการนำมาใช้ทางด้านธุรกิจโปรโมทตนเองหรือองค์กรรวมไปถึงใช้เป็นช่องทางการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างกิจกรรม หรือพูดคุยชักถามถึงสินค้าหรือบริการ ผลสำรวจจากประเทศอเมริกายังยืนยันการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นต่อเนื่องทุกปี ส่วนเว็บไซต์ที่มีจำนวนผู้เข้าชมสูงสุดทั่วโลก ได้แก่ เฟซบุ๊ก ดังนั้น เฟซบุ๊กจึงเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพที่ผู้ป่วยมะเร็งจะใช้ในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี

จากข้ออภิปรายข้างต้นทั้งหมดที่กล่าวมานำไปสู่แนวการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจกับผู้ป่วยมะเร็งบนสื่อออนไลน์ ควรมีลักษณะขององค์ประกอบการสื่อสารที่ผู้ส่งสารควรมีอัตลักษณ์ความเป็นผู้ป่วยโรคมะเร็งเป็นองค์ประกอบหลักและกระบวนการรักษาด้วยแพทย์แผนปัจจุบันเป็นองค์ประกอบรองในการสื่อสาร ดังนั้นแนวทางการสื่อสารกับผู้ป่วยมะเร็งบนสื่อออนไลน์ก็จะมียุทธศาสตร์การสื่อสารตามหลักทฤษฎี SMCR ของ เดวิด.เค.เบอร์โล ดังนี้ องค์ประกอบแรก “S หรือผู้ส่งสาร” คือ บุคคลที่ควรมีอัตลักษณ์ความเป็นผู้ป่วยมะเร็งเหมือนกับผู้รับสาร องค์ประกอบที่สอง “M หรือสาร” คือสารที่มีเนื้อหาที่มาจากประสบการณ์ตรงของผู้ส่งสารที่บูรณาการความรู้ร่วมกับการแพทย์สมัยใหม่และหัวใจสำคัญของสารจะต้องมีลักษณะของการเสริมพลัง

ใจอยู่ด้วย องค์ประกอบที่สาม “C หรือช่องทางการสื่อสาร” คือสื่อออนไลน์ประเภทกลุ่มเฟซบุ๊ก เพราะเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้จริง และองค์ประกอบที่สี่ “R หรือผู้รับสาร” คือผู้รับสารที่มีสถานะเป็นผู้ป่วยโรคมะเร็งหรือญาติผู้ป่วยมะเร็ง เพราะองค์ประกอบของการสื่อสารที่ดีนั้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดี เพราะสาเหตุของมะเร็งนั้นไม่ได้มาจากโรคเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีผลกระทบมาจากการขาดการสนับสนุนทางสังคมและการขาดกำลังใจ หากผู้รับสารได้เกิดการสื่อสารและนำการสื่อสารไปให้ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับตนเองก็จะสามารถบรรเทาความทุกข์ใจลงได้ หรือนำสารที่สื่อสารมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในแง่ของการดำเนินชีวิต สิ่งเหล่านี้ก็สามารถนำไปสู่การพัฒนาทางด้านจิตใจและองค์ความรู้ให้แก่ผู้ป่วยมะเร็งได้ได้กลับมาจิตใจที่เข้มแข็ง พร้อมสู้ไปกับโรคมะเร็ง และด้วยการสื่อสารในลักษณะของเพื่อนคุยกับเพื่อนจึงเปรียบเสมือนการสร้างใจให้กับผู้รับสาร กล่าวคือ เรื่องของจิตใจของผู้ป่วยโรคมะเร็งเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนมากจึงควรมีการให้กำลังใจเพื่อให้ผู้ป่วยนั้นมีสภาพจิตใจที่เข้มแข็ง ซึ่งในขณะที่การรักษาโรคมะเร็งไม่ว่าจะเป็นการให้เคมีบำบัด การฉายรังสี หรือการผ่าตัดนั้นหัวใจที่สำคัญในการสื่อสารกับผู้ป่วยมะเร็ง คือ กำลังใจ และการไม่ได้มองว่าผู้ป่วยมะเร็งนั้นเป็นผู้ป่วยหนักตลอดเวลา ยังคงสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้เหมือนปกติ แนวทางการสื่อสารกับผู้ป่วยมะเร็งบนสื่อออนไลน์



ภาพประกอบ 227 แนวทางการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจกับผู้ป่วยมะเร็งบนสื่อออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะบริบทของสื่อออนไลน์เท่านั้น การศึกษาในครั้งถัดไปควรสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ป่วยมะเร็งเพิ่มเติม เนื่องจากจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงภาพรวมขององค์ประกอบการสื่อสารและมุ่งเน้นไปที่บริบทของช่องทางการสื่อสาร ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาบริบทของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาจะช่วยเติมเต็มองค์ประกอบการสื่อสารกับผู้ป่วยมะเร็งบนสื่อออนไลน์ได้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยครั้งต่อไปควรนำระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ในการศึกษาเพื่อเติมเต็มในประเด็นต่าง ๆ เช่น อุปสรรคในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ของผู้รับสาร แนวทางการแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น เป็นต้น
3. เพจที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยมะเร็งสามารถนำแนวทางการสื่อสารเพื่อเสริมพลังใจไปปรับใช้ในการดูแลผู้ป่วยมะเร็งได้

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปประยุกต์ใช้

1. ช่องทางทางการสื่อสารประเภทกลุ่มเฟซบุ๊กเป็นช่องทางที่สามารถกำหนดกลุ่มผู้รับสารได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้สารที่หน่วยงาน หรือองค์กรที่ให้บริการที่มีความเกี่ยวข้องกับโรคมะเร็งนั้น นำไปปรับใช้แทนเพจเฟซบุ๊ก เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
2. การสื่อสารบางรูปแบบจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำแก่ผู้ป่วยมะเร็ง เช่น ผลข้างเคียงของการให้คีโม หรือแนะนำวิธีการรักษา เพื่อตอบข้อสงสัยในบางประการ เพราะอัตลักษณ์ของผู้ป่วยมะเร็งไม่เหมือนกัน