

บทคัดย่อ

ชื่อการค้นคว้าอิสระ

การสร้างเนื้อหาการสื่อสารสำหรับผู้ป่วยซึมเศร้าผ่านเพจเฟซบุ๊ก

ชื่อผู้เขียน

นางสาว เทพรัศม์ กิตติรุ่งเรือง

ชื่อปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)

ปีการศึกษา

2564

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างเนื้อหาการสื่อสารสำหรับโรคซึมเศร้าผ่านเพจเฟซบุ๊ก 2) เพื่อศึกษาผลกระทบต่อผู้ติดตามในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ 3) เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างเนื้อหาการสื่อสารสำหรับโรคซึมเศร้าผ่านเพจเฟซบุ๊ก

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพจที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพจิตในด้านโรคซึมเศร้าที่มีบริบทโครงสร้างของเพจแตกต่างกัน จำนวนทั้งสิ้น 2 เพจ , ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตเวช 1 ท่าน , ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อเชิงเทคนิคในการคิดและสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหา 1 ท่าน, ผู้สร้างเนื้อหา หรือ แอดมินเพจ 2 ท่าน และผู้ที่มีภาวะซึมเศร้าจำนวน 3 ท่าน ที่คัดเลือกจากวิธีการสุ่มแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) ตามเกณฑ์ที่กำหนดในงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ

ผลการวิจัยพบว่า ทั้งสองเพจมีรูปแบบการวางโครงสร้างของเพจและเนื้อหาที่ค่อนข้างชัดเจน ซึ่งความแตกต่างของทั้งสองเพจคือบริบทในการให้ข้อมูลกับผู้ติดตาม เช่น เพจออลลิจิต จะมีบริบทของความเป็นที่ปรึกษาเนื่องจากเป็นเพจที่รวมนักจิตวิทยาหลากหลายท่าน ลักษณะเนื้อหาจึงมีรูปแบบทั้งทางการและไม่ทางการ ส่วนเพจสาส์นจากผู้ป่วยซึมเศร้า มีการบริบทเพจในฐานะเพื่อนหรือผู้ที่มีภาวะอาการเช่นเดียวกัน ทำให้ลักษณะของเนื้อหาเน้นการให้กำลังใจมากกว่า ทั้งสองเพจ มีการปูความรู้พื้นฐานให้คนทั่วไปสามารถประเมินอาการตนเองได้ในเบื้องต้น และสร้างชุมชนออนไลน์ให้กับผู้ที่สนใจหรือผู้ที่มีภาวะอาการของโรคได้แชร์และแลกเปลี่ยนความเห็นซึ่งกันและกันในมุมมองต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองคนรอบข้าง ซึ่งนักจิตวิทยาให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าควรเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับสถานพยาบาลและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเข้าไปเสริมเพื่อให้ผู้ติดตามนั้นเข้าสู่กระบวนการรักษาที่ถูกต้อง และในด้านเทคนิคเนื้อหาผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคในการคิดและสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์ ให้ความเห็นว่า ข้อมูลมีหลากหลายได้แต่บริบทการใช้ภาษาต้องมีความเหมาะสมและควรจัดสรรประเภทของสื่อเพื่อความเหมาะสมสำหรับการเลือกรับเนื้อหาของผู้ติดตาม

ABSTRACT

Title of Independent Study	Creating Content for Depressed Patients on Facebook Pages
Author	Thepparuk Kittirungruang
Degree	Master of Arts (Communication and Innovation)
Year	2021

The objectives of this research were to study 1) to study the format of communication content creation for depression on Facebook pages. 2) to study the impact on followers from the perspective of various experts. 3) to study guidelines for creating communication content for depression on Facebook pages.

This research is qualitative research, studying two pages containing information about mental health in the field of depression but different page structure contexts, one psychiatric specialist, one media specialist in creative thinking and communication techniques, two content creators or page admins, and three people diagnosed with depression were selected from snowball sampling according to the criteria specified in this research. The tools used for data collection are documentary research and interviews

The results showed that both pages have a fairly clear layout of the page structure and content. The difference between the two pages is the context in which information is provided to the audience for example; the Facebook Page "Alljit" has a counseling context due to page has a various of psychologists. Therefore, content by this page will has both formal and informal formats. However, the Facebook Page "Messages from Depressed Patients" has a context as a friend or someone with the same condition, making the nature of the content focuses more on encouragement.

Both pages provide basic knowledge to assess their symptoms at an early stage, plus online community for people who are interested or people with symptoms to share with each other. Moreover, the psychologist added that information about the hospital and medical specialists should be added in order to allow the followers to enter the correct treatment process. Finally, the media content specialist suggested a variety of information, but the language context has to be appropriate and the type of media contents should be appropriate for the followers.