

มรรยาท พงษ์ไพบูลย์ : สารคดีโทรทัศน์ที่ใช้ภาพแนว ANTI-REALISM กับ การรับรู้ ความหมายและสุนทรียะของผู้ชม. (TELEVISION DOCUMENTARY WITH ANTI-REALISTIC IMAGES AND VIEWERS' PERCEPTION OF MEANING AND AESTHETIC VALUE) อ. ที่ปรึกษา : อ.สุภาพร โพธิ์แก้ว, 264 หน้า. ISBN 974-13-1822-7.

งานวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้เป็นงานผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์เชิงทดลอง มีวัตถุประสงค์เพื่อ ค้นคว้าและสร้างสรรค์วิธีการนำเสนอรายการสารคดีแนวใหม่ โดยนำภาพตามแนวคิดสุนทรีศาสตร์ของ Anti-realism เข้ามาผสมผสานในรายการสารคดี รวมทั้งทดสอบประสิทธิผลของรายการที่มีต่อการรับรู้ ความหมาย และอารมณ์ของผู้ชม

ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้แบ่งออกได้เป็น 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรก คือ การทดลองผลิตรายการ ใช้วิธี วิจัยเชิงสร้างสรรค์ ขั้นตอนที่สอง คือ การทดสอบประสิทธิผลของรายการ แบ่งเป็น 1.ใช้วิธีวิจัยภาค สนาม ประกอบการสัมภาษณ์กลุ่ม กับผู้ชมทั่วไปจำนวน 35 คน 2.ใช้วิธีสนทนากลุ่ม กับนักวิชาชีพและ นักวิชาการทางด้านสารคดีโทรทัศน์ จำนวน 10 คน

ผลการวิจัยพบว่า การใช้ภาพแนว Anti-realism ในสารคดีโทรทัศน์สามารถทำให้ผู้ชมรับรู้และ เข้าใจความหมายของรายการได้ ทั้งความหมายนัยตรงและความหมายนัยแฝง ในขณะที่การรับรู้และ เข้าใจความหมายของภาพที่ใช้จะค่อนข้างหลากหลายไปตามการตีความ อันเนื่องมาจากลักษณะทาง จิตวิทยา และค่านิยม วิธีชีวิตของผู้ชม อย่างไรก็ตาม การตีความหมายของภาพที่หลากหลายนั้นไม่ ส่งผลทำให้การรับรู้ประเด็นหลักของเรื่องเสียไป นอกจากนี้ การรับรู้อารมณ์ ความรู้สึกของผู้ชมยังเป็น ผลมาจากการรับรู้และเข้าใจความหมายที่ถูกต้องของเรื่องอีกด้วย

สารคดีเชิงทดลองที่ใช้ภาพแนว Anti-realism เรื่องนี้ยังสามารถคงคุณลักษณะของความเป็น สารคดีไว้ได้ และถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถนำไปใช้สำหรับการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ เนื่อง จากสามารถที่จะ 1.กระตุ้นให้ผู้ชมได้ใช้ความคิด 2.เน้นความหมายนัยแฝง อารมณ์ ความรู้สึกของเรื่อง 3.แสดงถึงเนื้อหาที่เป็นนามธรรม แต่ขณะเดียวกัน การใช้ภาพดังกล่าวต้องคำนึงถึงลักษณะของผู้ชม และบริบททางการสื่อสารให้มาก

4285113628 MAJOR: MASS COMMUNICATION

KEYWORD: TV DOCUMENTARY / ANTI-REALISM / TV PRODUCTION

MUNYAT PHONGPHAIBOON : TELEVISION DOCUMENTARY WITH ANTI-REALISTIC IMAGES AND VIEWERS' PERCEPTION OF MEANING AND AESTHETIC VALUE. THESIS ADVISOR: SUPAPORN PHOKAEW, 264 pp. ISBN 974-13-1822-7.

This qualitative research was to produce the experimental TV documentary with the objectives to find and create the new presentation techniques using anti-realistic images, and to assess their effectiveness in relation to the viewer's perception of meaning and aesthetic value.

The research methodology was divided into 2 steps. Firstly, the TV documentary was produced, utilizing creative research. Secondly, the program's effectiveness was assessed, using 1.field experiment and group interview with 35 viewers, 2.focus group with 10 TV documentary producers and academicians.

It is found that, by using anti-realistic images in TV documentary, the viewers are able to perceive the denotative meanings and also clarify the connotative meanings. However the interpretations of images vary with the viewer's psychographic and value & lifestyle. Although the viewers interpret the images differently, they can still perceive the key messages of the story. In addition, the viewers' emotions and feelings depend on their perceptions of true meanings.

By using the anti-realistic images, this program still maintains the characteristics of TV documentary. This new presentation offers new alternative in producing TV documentary that is capable of 1.stimulating the viewer's thinking; 2.clarifying the connotative meanings, emotion, and feeling; 3.telling abstract messages. Nevertheless, the characteristics of the viewers and the context of communication should be taken into consideration whenever anti-realistic images are used.