

ชัชฎาภรณ์ ประยูรวงษ์ : การรับรู้ภาพลักษณ์ของวีระ ธีรภัทรผ่านสื่อมวลชน (THE IMAGE PERCEPTION OF WEERA THEERAPAT THROUGH MASS MEDIA) อ.ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี, 132 หน้า. ISBN 974-17-5544-9

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาลักษณะภาพลักษณ์ของวีระ ธีรภัทร จากการรับรู้ของผู้รับสารผ่านสื่อมวลชน และปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารนิยมและติดตามงานของวีระ ธีรภัทรทางสื่อมวลชน ผู้วิจัยสัมภาษณ์เจาะลึก จากกลุ่มผู้รับสารที่เคยรับฟังหรือรับชมรายการหรือเคยอ่านงานเขียนของวีระ ธีรภัทร ทางสื่อมวลชนติดต่อกันเป็นระยะเวลาหนึ่งปีขึ้นไป โดยใช้แนวคิดเรื่องการรับรู้ แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ แนวคิดเรื่องความน่าเชื่อถือ แนวคิดเรื่องการถ่ายโยงความหมาย แนวคิดเรื่องผู้ดำเนินรายการสนทนา และแนวคิดเรื่องธรรมชาติและคุณลักษณะของสื่อ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับสารรับรู้ภาพลักษณ์ของวีระ ธีรภัทรดังนี้

1. ภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพ ผู้รับสารรับรู้ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิทยุว่า วีระเป็นคนตรงไปตรงมาและก้าวร้าว แต่รับรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์ว่าเป็นคนใจดีและตลก
2. ภาพลักษณ์การเป็นผู้อธิบายความได้อย่างเข้าใจง่าย ผู้รับสารรับรู้ว่าวีระมีความสามารถในการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ โดยใช้ภาษาง่าย ๆ มีการอธิบายโดยยกตัวอย่างเปรียบเทียบ ทำให้เข้าใจได้ง่าย
3. ภาพลักษณ์ผู้นำเสนอข้อมูลรอบด้าน ผู้รับสารรับรู้ว่าวีระนำเสนอข้อมูลทางสื่อสิ่งพิมพ์โดยให้รายละเอียดในเชิงลึก แต่ทางสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์มีการนำเสนอข้อมูลในภาพรวม
4. ภาพลักษณ์เผด็จการ ผู้รับสารรับรู้ว่าวีระมีการแสดงอำนาจ ในการควบคุมสถานการณ์รายการทางสื่อวิทยุอย่างชัดเจนแต่ปรากฏภาพลักษณ์นี้ทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์น้อย
5. ภาพลักษณ์การเป็นผู้นำทางความคิด ผู้รับสารรับรู้ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ว่าวีระ มีความเป็นผู้นำทางความคิดในการเสนอเรื่องราวและจุดประกายความสนใจในแง่มุมใหม่ๆ ให้แก่สาธารณะ
6. ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารรับรู้ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ ว่าวีระเป็นผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญ มีสถานภาพที่เหนือกว่าผู้รับสาร และมีความน่าไว้วางใจ

ปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารนิยมและติดตามงานของวีระ ธีรภัทร คือ 1) ความเชื่อถือในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของวีระ ธีรภัทร 2) การยึดติดกับภาพลักษณ์บุคลิกตรงไปตรงมา คุ้ยแค้นและก้าวร้าวของวีระ ธีรภัทร 3) ต้องการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อมวลชน 4) ต้องการแสวงหาความมั่นคงทางด้านจิตใจ

จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงลักษณะธรรมชาติของสื่อที่ต่างชนิดกันมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ได้อย่างแตกต่างกัน นอกจากนี้ ยังพบว่าภาพลักษณ์ของผู้ดำเนินรายการมีความสัมพันธ์กับรูปแบบรายการ และการที่ผู้รับสารยึดติดกับภาพลักษณ์มีผลทำให้ติดตามรายการ

# # 4485061828 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: PERCEPTION / IMAGE / WEERA THEERAPAT

CHACHADAPORN PRAYOONWONG: THE IMAGE PERCEPTION OF WEERA THEERAPAT THROUGH MASS MEDIA. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. JOOMPOL RODCUMDEE, 186 pp. ISBN 974-17-5544-9.

This qualitative research is the study of Weera Theerapat's images through perception of receivers via mass media and the study of factors, which make the receivers admire and follow Weera Theerapat's programs. The researcher to do a depth-interview the receivers who continuously listen to or watch Weera Theerapat's programs or read his books for more than one year. In doing this research, the following six ideas are used: the idea of perception, the idea of image, the idea of credibility, the idea of meaning transfer, the idea of commentator in talk program, the idea of media characteristics.

The study shows that the receivers perceive image of Weera Theerapat: 1. The image of being personality, the image through publication and radio that he is straightforward and aggressive but receivers perceive through television is kind and funny. 2. The image of being a good explainer, the receivers perceive that he present through mass media understandable comparative examples. 3. The image of being a comprehensive presenter, the receivers perceive that he present very detailed information through publication but through radio and television he present only rough information. 4. The image of being dictatorship, the receivers perceive that he shows his power over them but through publication and television the image rarely appears. 5. The image of being an opinion leader, the receivers perceive through mass media that he present new topics and make them become interesting to the public. 6. The image of being credibility, the receivers perceive through mass media that he is a versatile expert. His status is superior to the receivers and he is trustworthy.

The factors that made the receivers admire and follow Weera Theerapat's programs are 1) his credibility of presenting information. 2) the receivers' adhesion in the image of straightforward and aggressive personality. 3) the receivers would like to express their opinion through mass media. 4) the receivers would like to search for spiritual backing.

The study shows that different media result in different image perception. In addition an image of commentator is related to program format and the receivers' adhesion to images results in the following Weera's programs.