



**ใบรับรองวิทยานิพนธ์**  
**บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ)

**ปริญญา**

นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ

นิเทศศาสตร์และสารเทศศาสตร์

**สาขา**

**ภาควิชา**

**เรื่อง** การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการกำหนดบุคลิกภาพ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ผ่านเฟซบุ๊ก  
Image Building through Personality Identification of Abhisit Vejjajiva via  
Facebook

**นามผู้วิจัย** นายวรวิทย์ ประพรม

**ได้พิจารณาเห็นชอบโดย**

**อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก**

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรทิพย์ เย็นจะบก, Ph.D. )

**หัวหน้าภาควิชา**

( อาจารย์ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว, Ph.D. )

**บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว**

( รองศาสตราจารย์กัญญา ธีระกุล, D.Agr. )

**คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย**

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

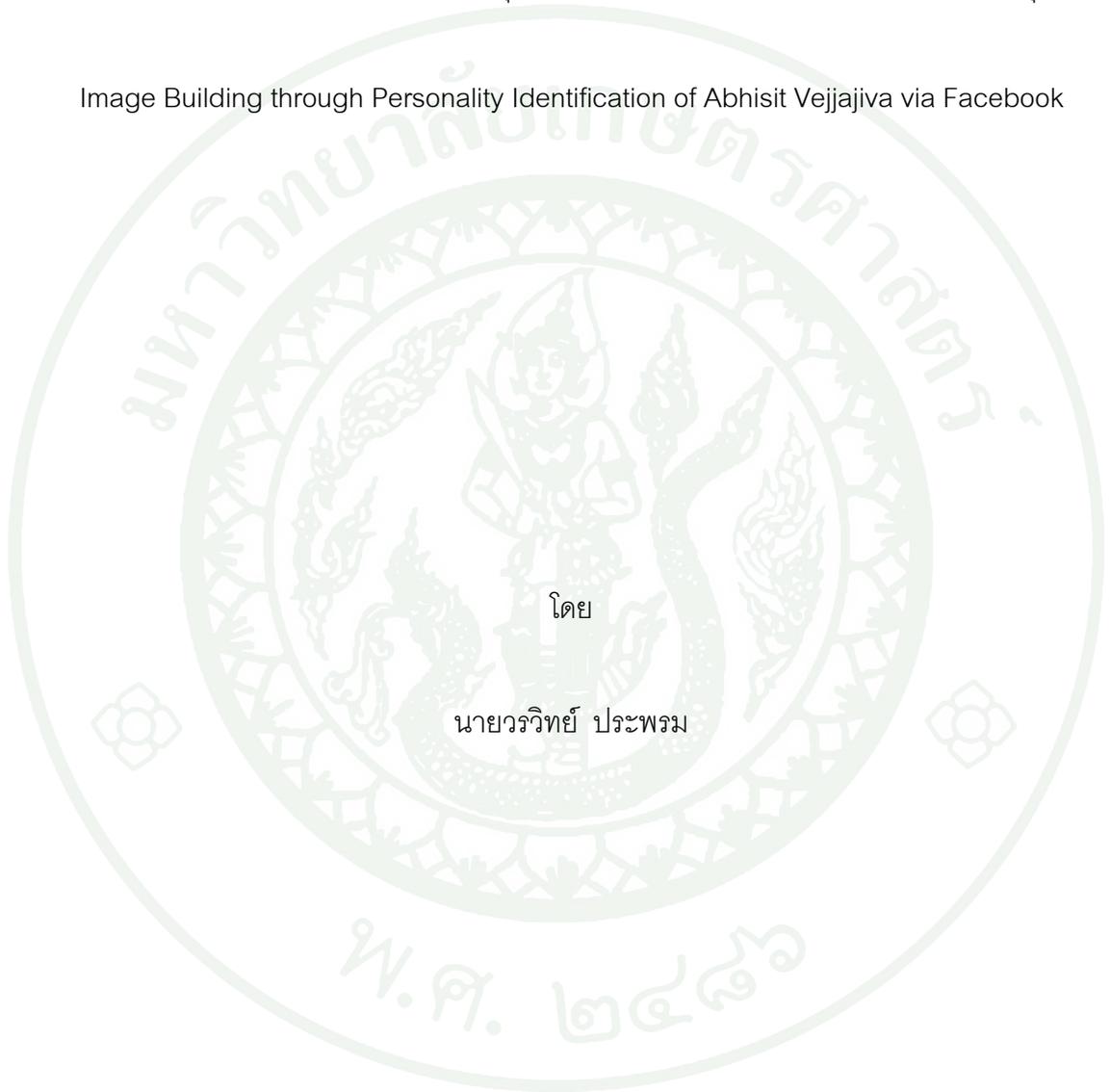
**สิขสิขจิ มทวทยาลัยเกษตรศาสตร์**

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการกำหนดบุคลิกภาพ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ผ่านเฟซบุ๊ก

Image Building through Personality Identification of Abhisit Vejjajiva via Facebook



เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ)

พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วรวิทย์ ประพรม 2554: การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการกำหนดบุคลิกภาพ ของนาย  
อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ผ่านเฟซบุ๊ก ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และ  
สารสนเทศ) สาขานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ ภาควิชา นิเทศศาสตร์และสารสนเทศ  
ศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรทิพย์ เย็นจะบก,  
Ph.D. 108 หน้า

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นประเภทการวิเคราะห์เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์  
เพื่อ 1) ศึกษาภาพลักษณ์ที่โดดเด่น 2) ศึกษาบุคลิกภาพที่โดดเด่น ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ  
ผ่าน Facebook โดยการเลือก ข้อความ รูปภาพ และวิดีโอ ทั้งหมดที่เผยแพร่ ผ่านเว็บไซต์  
Facebook ของนาย อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม – 30 พฤศจิกายน 2553 มา  
วิเคราะห์ และนำมาอภิปรายผลในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย พบว่า 1) ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นที่สุด ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ คือ  
ภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ โดยมีความรู้ความสามารถในด้านการแก้ไขปัญหาสังคม 2)  
บุคลิกภาพที่โดดเด่นที่สุดของนาย อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ คือ บุคลิกภาพแบบจริงใจ ในด้าน การมี  
ความจริงใจให้กับประชาชน ด้วยเหตุผลเช่นนี้เองจึงทำให้สมาชิกในเฟซบุ๊กมีการแสดงความ  
คิดเห็นและกดถูกใจกับข้อความ รูปภาพ และ วิดีโอ ที่ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้วย  
การกำหนดบุคลิกภาพ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นจำนวนมาก ทำให้ยอดสมาชิกใน เฟซบุ๊ก  
ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มียอดเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งส่งผลให้เกิดการยอมรับของ  
ประชาชนเป็นจำนวนมาก

---

ลายมือชื่อนิติต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Worawit Praprom 2011: Image Building through Personality Identification of Abhisit Vejjajiva via Facebook. Master of Arts (Communication Arts and Information), Major Field: Communication Arts and Information, Department of Communication Arts and Information Science. Thesis Advisor: Assistant Profesor Porntip Yenjabok, Ph.D. 108 pages.

The research is a qualitative that analysis content for 1) study the prominent image 2) study the prominent personality of Mr. Abhisit Vejjajiva on Facebook website collect all of the messages, pictures and video which during 1 May 2010 – 30 November 2010 . To take them for discussion in the description type.

The result is 1) the outstanding was most clear is image of knowledge 2) the outstanding personality of Mr. Abhisit Vejjajiva is sincerity, with Thai Population. This the result as Facebook's member comment and click like with public messages, pictures and video so that image building through personality identification of Abhisit Vejjajiva. The Facebook member on the high rank up prominently. As a result, a lot of people acceptance him.

---

Student's signature

Thesis Advisor's signature

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงมีอาจลุล่วงสำเร็จได้ ถ้าขาดบุคคลที่คอยเป็นแรงกายและแรงใจให้ผู้วิจัยพากเพียร อดทนจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ดังใจ

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อณรงค์ และ คุณแม่เพ็ญจันทร์ ประพรม ที่ให้การสนับสนุนในการศึกษาซึ่งเป็นทั้งกำลังใจและกำลังใจที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณกำลังใจจากครอบครัวประพรมที่คอยให้ข้อคิดดี ๆ จนผู้วิจัยสามารถเรียนจนจบการศึกษาได้ตามระยะเวลาที่ได้ตั้งใจไว้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ เย็นจะบก ที่กรุณาให้คำปรึกษาที่มีคุณค่า และสละเวลาแก้ไข ตรวจทาน ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงลงได้

ขอขอบพระคุณในความเมตตาของอาจารย์ ดร.นภกฤต วันดีเมธย์ ที่กรุณาเป็นประธานในการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึงท่านรองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ ที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกในการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึงคณะอาจารย์ทุกท่านในภาควิชาวิทยาศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ ขอขอบคุณ คุณอภิสิทธิ์ อิมโฆษฐินากร ที่ช่วยเรื่องเอกสารตลอดระยะเวลา 2 ปีการศึกษา

ขอขอบคุณ สมฤดี สุขเกษรี , วิวรรณ ทองศรี และเพื่อน XL08 รุ่น 1 ทุกคน สำหรับความช่วยเหลือ รับฟังปัญหา และคอยให้กำลังใจเพื่อนตลอดมา และคอยร่วมทุกข์ ร่วมสุข ศึกษากันมาจนถึงวันสุดท้าย

และนอกเหนือไปจากทุกท่านที่ได้เอ่ยนามถึง และท่านที่ไม่ได้เอ่ยนามถึง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ได้มีส่วนช่วยเหลือให้ผู้วิจัยสามารถทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จได้ดังใจ

วรวิทย์ ประพรม

มีนาคม 2553

## สารบัญ

### หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเอกลักษณ์ บุคลิกภาพ และการรับรู้	7
แนวคิดการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์	18
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง	22
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และภาพลักษณ์นักการเมือง	23
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา	31
ทฤษฎีสัญญาวิทยา	37
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	47
กรอบแนวคิดในการศึกษา	49
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	50
รูปแบบของการวิจัย	50
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	50
เครื่องมือและวิธีในการเก็บข้อมูล	51
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	51

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล	52
การนำเสนอข้อมูล	52
บทที่ 4 ผลการวิจัย	56
ประเภทที่นำเสนอบนเฟซบุ๊ก	57
วัตถุประสงค์ที่นำเสนอบนเฟซบุ๊ก	58
จำนวนผู้แสดงความคิดเห็นและถูกใจบนเฟซบุ๊ก	59
กลุ่มของภาพลักษณ์	64
ภาพลักษณ์ทางด้านกายภาพ	64
ภาพลักษณ์ทางด้านความรู้	70
ภาพลักษณ์ทางด้านความคิด	73
ภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ	77
กลุ่มของบุคลิกภาพ	80
บุคลิกภาพแบบจริงใจ	80
บุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ	84
บุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น	88
บุคลิกภาพแบบลึกลับซับซ้อน	92
บุคลิกภาพแบบแกร่ง / ลุย	95
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	97
สรุปผลการวิจัย	97
อภิปรายผลการวิจัย	98
ข้อเสนอแนะ	103
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	104
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	108

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางสรุปผลประเภทที่นำเสนอบนเฟซบุ๊ก	57
2	ตารางสรุปผลวัตถุประสงค์ที่นำเสนอบนเฟซบุ๊ก	58
3	ตารางสรุปผลจำนวนที่แสดงความคิดเห็น และ แสดงความถูกใจบนเฟซบุ๊ก	59
4	ตารางสรุปผลภาพลักษณ์ทางด้านกายภาพ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	64
5	ตารางสรุปผลภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	70
6	ตารางสรุปผลภาพลักษณ์ทางด้านความคิดของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	73
7	ตารางสรุปผลภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	76
8	ตารางสรุปผลบุคลิกภาพแบบจริงจัง ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	80
9	ตารางสรุปผลบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	84
10	ตารางสรุปผลบุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	88
11	ตารางสรุปผลบุคลิกภาพแบบลึกซึ้งซับซ้อน ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	92
12	ตารางสรุปผลบุคลิกภาพแบบแกร่ง / ลุย ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	95

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กราฟแสดงการจัดอันดับการเข้าชมเว็บไซต์ประเภท Social Network ที่มีชื่อเสียงของโลก	2
2	ความเชื่อมโยงกันระหว่าง เอกลักษณ์ บุคลิกภาพ และ ภาพลักษณ์	8
3	ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ เอกลักษณ์ และชื่อเสียง	10
4	แบบจำลองกระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา	34
5	องค์ประกอบในการสร้างสัญญาณทั้ง 3 ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ (sign) ผู้ใช้ หรือผู้ตีความ (User/interpreter) วัตถุที่มีอยู่จริง (object/external Reality)	39
6	ตัวอย่าง ตารางบันทึกข้อมูล Coding Sheet	53
7	ข้อความที่มีผู้แสดงความถูกต้องมากที่สุด อันดับ 1	59
8	ข้อความที่มีผู้แสดงความถูกต้องมากที่สุด อันดับ 2	60
9	ข้อความที่มีผู้แสดงความถูกต้องมากที่สุด อันดับ 3	60
10	ข้อความที่มีผู้แสดงความคิดเห็นมากที่สุด อันดับ 1	61
11	ข้อความที่มีผู้แสดงความคิดเห็นมากที่สุด อันดับ 2	62
12	ข้อความที่มีผู้แสดงความคิดเห็นมากที่สุด อันดับ 3	63

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
13	รูปภาพการแต่งการของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะเหมาะสมและเรียบร้อย ดูน่าเกรงขาม ซึ่งส่งผลให้เกิดบุคลิกภาพภายนอกดูดี	65
14	นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้ร่วมพูดคุยกับกับประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา บารัค โอบามา ณ ประเทศญี่ปุ่น	66
15	นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้หารือขอราชการกับนาย อังดรุต อันธิพ ณ ประเทศเบลเยียม	66
16	H.E. Mr.Osamu FUJIMURA ได้เยี่ยมคารวะนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	67
17	นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้ร่วมพูดคุยกับอาสาสมัครในโครงการ 6 วัน 63 ล้านความคิด	67
18	ราฟาเอล นาตาล นักเทนนิสมือวางอันดับหนึ่งของโลก เข้าคารวะ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	68
19	นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะเยี่ยมให้กำลังใจผู้ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม ณ มัสยิดทำฮิฐู จังหวัดนนทบุรี	68
20	นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ บันทึกเทปสปอต เมืองไทยแข็งแรง ณ บ้ำพิษณุโลก	69
21	นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ร่วมเชียร์และเป็นกำลังใจให้กับทีมชาติฮอลแลนด์ และสเปน	69

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
22	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านสังคม	70
23	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านสังคม	70
24	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านสังคม	71
25	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านการเมือง	71
26	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านการเมือง	71
27	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านการเมือง	72
28	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านเศรษฐกิจ	72
29	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านเศรษฐกิจ	72
30	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านเศรษฐกิจ	72
31	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์	73
32	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์	73
33	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์	74
34	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีความยุติธรรม	74

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
35	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีความยุติธรรม	74
36	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีความยุติธรรม	75
37	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการรับฟังความคิดเห็น	75
38	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการรับฟังความคิดเห็น	76
39	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการรับฟังความคิดเห็น	76
40	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านมีคุณธรรมและจริยธรรม	77
41	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านมีคุณธรรมและจริยธรรม	77
42	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านมีคุณธรรมและจริยธรรม	77
43	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการเป็นประชาธิปไตย	78
44	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการเป็นประชาธิปไตย	78
45	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการเป็นประชาธิปไตย	78
46	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการมีความเสียสละ	79
47	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการมีความเสียสละ	79

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
48	ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการมีความเสียสละ	79
49	ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบจริงใจ ในด้านการมีความจริงใจ	80
50	ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบจริงใจ ในด้านการมีความจริงใจ	81
51	ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบจริงใจ ในด้านการมีความจริงใจ	81
52	บุคลิกภาพภาพเป็นคนที่เร้าใจของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	81
53	บุคลิกภาพภาพเป็นคนที่เร้าใจของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	82
54	บุคลิกภาพภาพเป็นคนที่เร้าใจของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	82
55	บุคลิกภาพในด้านมีมนุษยสัมพันธ์ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	83
56	บุคลิกภาพในด้านมีมนุษยสัมพันธ์ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	83
57	บุคลิกภาพในด้านมีมนุษยสัมพันธ์ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	84
58	ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้านมีความน่าเชื่อถือ	85
59	ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้านมีความน่าเชื่อถือ	85
60	ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้านมีความน่าเชื่อถือ	85

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
61	บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นผู้นำของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	86
62	บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นผู้นำของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	86
63	บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นผู้นำของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	87
64	บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นผู้นำของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	87
65	ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้านมีความมั่นคง	87
66	ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้านมีความมั่นคง	88
67	บุคลิกภาพในด้านการมีชีวิตชีวา ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	89
68	บุคลิกภาพในด้านการมีชีวิตชีวา ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	89
69	บุคลิกภาพในด้านการมีชีวิตชีวา ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	90
70	ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบนำที่เด่น ในด้านมีความกล้าทำทหาย	90
71	ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบนำที่เด่น ในด้านมีความกล้าทำทหาย	90
72	ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบนำที่เด่น ในด้านมีความกล้าทำทหาย	91
73	บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นหนุ่มสาว ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	91

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
74	บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นหนุ่มสาว ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	91
75	บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นหนุ่มสาว ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	92
76	บุคลิกภาพในด้านมีระดับ ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	93
77	บุคลิกภาพในด้านมีระดับ ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	93
78	บุคลิกภาพในด้านมีระดับ ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	94
79	บุคลิกภาพแบบอ่อนโยน / อ่อนนุ่ม ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	94
80	บุคลิกภาพแบบอ่อนหวาน ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	95
81	บุคลิกภาพแบบอ่อนหวาน ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	95
82	บุคลิกภาพแบบชอบชีวิตกลางแจ้ง ของนาย อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	96
83	บุคลิกภาพแบบมีความเป็นตะวันตก ของนาย อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ	96

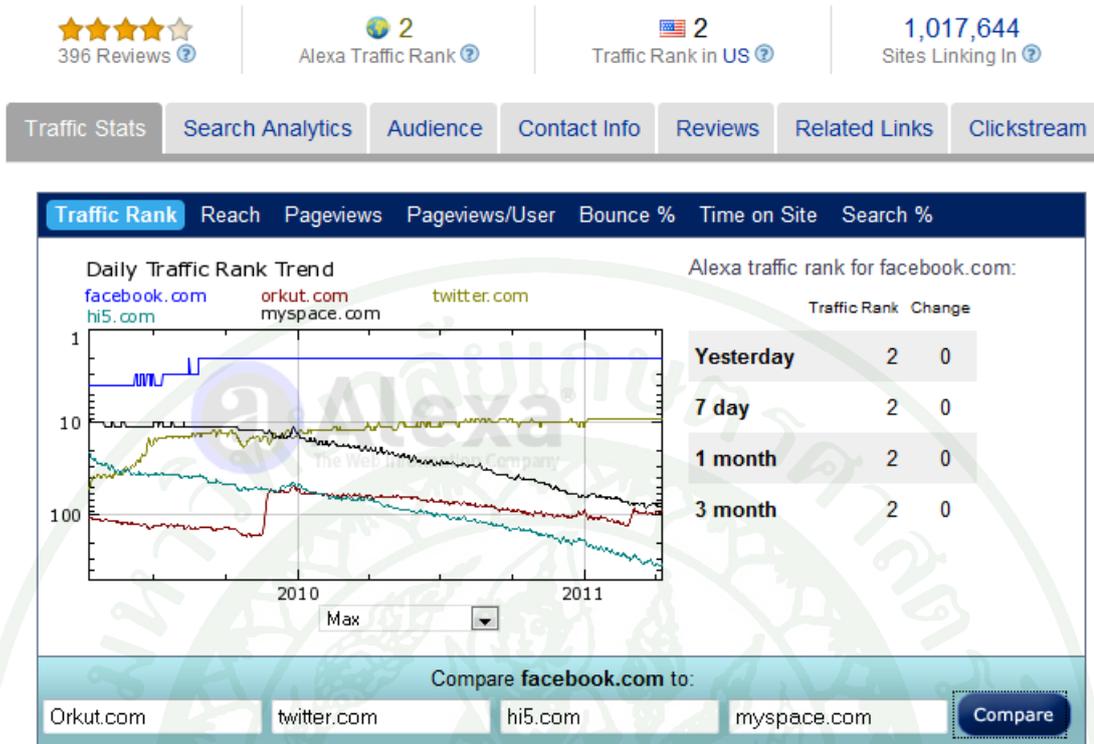
# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญของปัญหา

ในโลกแห่งสังคมความรู้ อินเทอร์เน็ตถือว่ามีบทบาทที่สำคัญมากในการติดต่อสื่อสาร ก่อให้เกิดการนวัตกรรมทางการสื่อสารจากยุคเว็บ 1.0 ที่เน้นสื่อสารทางเดียวที่เจ้าของเว็บเป็นผู้ผลิตเนื้อหา ในลักษณะของ “Brochure ware” คือจัดเตรียมสำเร็จไว้ให้ผู้ใช้งานเปิดมาแล้วอ่านๆ กำลังถูกแทนที่ด้วยเว็บยุคที่สอง หรือ Web 2.0 ซึ่งเป็นยุคที่ทุกคนมีส่วนร่วม เกิดเป็นสังคมใหม่ๆ ในโลกออนไลน์ที่แบ่งปันกันมากขึ้น ก่อให้เกิดกลุ่มสังคมในรูปแบบใหม่คือ เครือข่ายสังคม (Social Networking) เป็นแผนผังความเกี่ยวข้องของความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ และเป็นการรวมกันเข้าไว้ซึ่งความผูกพันและความสนใจ อาทิ ความสัมพันธ์กลุ่มเพื่อน นับตั้งแต่เพื่อนอนุบาล ประถม เพื่อนที่ทำงาน ฯลฯ ทำให้เราสามารถรู้จัก เพื่อนของเพื่อน และทำให้ เพื่อนของเพื่อน กลายมาเป็นเพื่อนได้อย่างง่ายดาย โดยการรู้จักกันต่อไปเป็นทอดๆ เป็นเครือข่ายใยแมงมุม ที่สามารถโยงกันไปมา

จากแนวคิด Social Networking ก่อให้เกิดเว็บไซต์ที่จะเชื่อมโยงบุคคลเข้าหากันเป็นจำนวนมาก เช่น [www.hi5.com](http://www.hi5.com), [www.myspace.com](http://www.myspace.com) เป็นต้น ในประเทศไทยเว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่ได้รับความนิยมกันมากเว็บไซต์หนึ่ง คือ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ซึ่งมีสมาชิก 65 ล้านรายทั่วโลก จากอเมริกาเหนือและใต้ ยุโรป และเอเชีย โดยเฉพาะในประเทศไทยนั้น Facebook มีอัตราเติบโตของผู้ใช้ Facebook สูงที่สุดในเอเชีย และมีคน Register ใหม่ต่อวันเฉลี่ยวันละ 8 พันคน ส่วนยอดผู้ใช้นั้นก็เป็นอันดับ 4 ในเอเชีย และอันดับ 10 ในโลก นอกจากนี้ จากการจัดอันดับเว็บไซต์ ของโลก Alexa (1996) พบว่า เว็บไซต์ Facebook ถือเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งานอันดับ 2 ของโลก ซึ่งอันดับ 1 คือ [Google.com](http://Google.com) และ Facebook ยังถือได้ว่าเป็น Social Network อันดับ 1 ของโลก



ภาพที่ 1 กราฟแสดงการจัดอันดับการเข้าชมเว็บไซต์ประเภท Social Network ที่มีชื่อเสียงของโลก  
ที่มา: Alexa Internet (1996)

ประวัติการก่อตั้งเว็บไซต์ Facebook นั้น Crunchbase (2010) ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2548 Mark Zuckerberg ได้เปิดตัวเว็บไซต์ Facebook ซึ่งเป็นเว็บประเภท สังคมออนไลน์ ซึ่งในขณะนั้น เปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น และเว็บนี้ก็มีชื่อเสียงภายในระยะเวลาสองสัปดาห์ นักศึกษาจำนวนครึ่งหนึ่งที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดก็สมัครเป็นสมาชิก เฟสบุ๊ก เพื่อเข้าใช้งานกันอย่างมากมาย และเมื่อทราบข่าวนี้ มหาวิทยาลัยอื่นๆ ในเขตบอสตันก็เริ่มมีความต้องการ และอยากขอเข้าใช้งาน Facebook เหมือนกัน มาร์คจึงได้ชักชวนเพื่อนของเค้าที่ชื่อ Dustin Moskowitz และ Christ Hughes เพื่อช่วยกันสร้าง เฟสบุ๊ก และเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น เฟสบุ๊ก จึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีก 30 กว่าแห่ง

จากกระแสความนิยมของ Facebook ที่มีผู้ใช้จำนวนมากและสามารถเชื่อมโยงคนจำนวนมากเข้าด้วยกัน ทำให้ Facebook นั้น ถูกนำมาใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลเชิงประชาสัมพันธ์

ที่บุคคลต่างให้ความสนใจเพื่อนำไปใช้สร้างความนิยมของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักการเมือง ซึ่งเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ใช้ Facebook เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ โดยสร้างพันธมิตรทางการเมืองและนำไปสู่ภาพลักษณ์ทางการเมืองของบุคคล โดยสามารถเห็นได้จาก Facebook นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ซึ่งดำรงตำแหน่งหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ และ นายกรัฐมนตรี ใช้พื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ตนเองแนะนำผลงานสู่สาธารณชนจนเป็นกรณีความสำเร็จที่สุดในแง่ของจำนวนสมาชิกกว่าสามแสนคน เป็นกระแสให้คนต่าง ๆ เข้ามาชมและเป็นสมาชิก อีกทั้งแสดงความคิดเห็นต่อกระทู้ของ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ อีกทั้ง Facebook ยังเป็นเว็บไซต์ที่มีคนเข้ามาดูครบคลุมทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่เด็ก วัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา จนถึงวัยทำงาน ซึ่งเรียกได้ว่า เจาะทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเข้ามาดูเพราะเป็นคอกการเมือง หรือ ความชอบส่วนตัว จึงทำให้คนรู้จักตัวตนของคุณอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มากขึ้น ซึ่งถือได้ว่าประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ตนเองผ่านสื่อที่ไม่ต้องเสียค่าบริการอย่างคุ้มค่า เพราะมีคนเข้ามาเป็นสมาชิกกว่า 342,359 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2553 เวลา 12.30 น.) นอกจากนี้ยังมีนักการเมืองอีกหลายคนนำ Facebook ไปใช้ทำนองเดียวกัน เช่น นายกรณ์ศักดิ์ สภาวสุ , นายอภิรักษ์ โกษะโยธิน , นายกรณ์ จาติกวณิช และประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา บารัค โอบามา

จะเห็นได้ว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับการสร้างความนิยมของนักการเมืองนั่นก็คือ ภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลจะเป็นหนทางที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียง และความมีชื่อเสียงนั้นสารพัดจะสร้างขึ้นได้ และถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะได้รับการสนับสนุนจากประชาชน การประสบความสำเร็จของนักการเมืองในยุคปัจจุบัน นักการเมืองต้องสนใจและให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของตนอย่างมาก อาจจะมากยิ่งขึ้นกว่านโยบายเสียอีก (เสถียร เชน ประทับ, 2540)

Mcnaair (1995) ชี้ให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ในทางการเมืองมีทั้งภาพลักษณ์ขององค์การและภาพลักษณ์บุคคล การที่จะประสบความสำเร็จในทางการเมืองนั้น การนำเสนอภาพลักษณ์ของบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด โดยภาพที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากบุคลิกภาพโดยผ่าน การแสดงกิริยาท่าทาง คำพูด การแต่งกาย ทรงผมที่จะปรากฏในสื่อมวลชนเพื่อให้เกิดการสนับสนุนจากประชาชน อีกทั้งนักการเมืองต้องกำหนดภาพลักษณ์ที่ต้องการจะสื่อสาร โดยส่วนมากภาพลักษณ์จะประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้ การเปรียบเทียบของความเป็นหนุ่มสาว การมีหน้าตาที่ดีดึงดูดใจ ภูมิหลัง การมีมารยาทและอ่อนน้อม การเป็นคนธรรมดาสามัญ และการคำนึงถึงส่วนรวม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องแสดงผ่านออกมาให้รับรู้ ดังนั้นในการกำหนดภาพลักษณ์ของนักการเมือง

บุคลิกภาพถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงตัดสินใจว่าเป็นผู้ที่น่าเชื่อถือหรือไม่ จากความคิดของ Mcnair ต้องกำหนดบุคลิกภาพของนักการเมืองซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญแล้วจึงสื่อบุคลิกภาพ ทางการแต่งกาย กิริยา ท่าทาง คำพูดของนักการเมือง ผ่านสื่อมวลชน เพราะฉะนั้น การสร้างภาพลักษณ์ของนักการเมืองจึงเชื่อมโยงกับบุคลิกภาพ

พจน ใจชาญกิจสุข (2548) ยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของภาพลักษณ์บุคคลโดยเฉพาะผู้บริหารองค์กร ถือได้ว่าภาพลักษณ์ของผู้บริหารนั้นเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงภาพที่สร้างความประทับใจและช่วยจดจำให้บุคคลภายนอกได้รับรู้ได้อย่างดี ดังนั้นการจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีนั้นต้องอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์นั้นอยู่ได้นาน และการดึงความโดดเด่นที่เป็นรูปธรรมต่างๆทั้งประวัติ การศึกษา แนวความคิด ความสนใจ การเลือกใช้ชีวิต รสนิยม และทัศนคติที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ทั้งด้านส่วนตัว หรือสถานการณ์บ้านเมืองตลอดจนความเป็นอยู่ ซึ่งข้อเท็จจริงเหล่านี้จะสะท้อนภาพลักษณ์ ทั้งสิ้น และการที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์จำเป็นที่ต้องใช้กระบวนการสื่อสารสองทาง(Two-way communication) ทั้งในด้านการวางแผน การวางกลยุทธ์ การเตรียมการสื่อสารที่เป็นระบบ ซึ่งจะช่วยให้มองเห็นภาพที่ชัดเจนโดยภาพที่เกิดขึ้นต้องคำนึงถึงผู้ที่เราต้องสัมพันธ์ด้วย

นอกจากนี้ Van (1995) ยังได้เพิ่มเติมให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของภาพลักษณ์กับการสร้างเอกลักษณ์ (Identity) ซึ่งจะเกิดจากบุคลิกภาพ (Personality) ที่เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญที่อยู่ลึกและจะเสนอความเป็นตัวเอง โดยส่งผ่านสัญลักษณ์ (Symbol) การสื่อสาร (Communication) และ การกระทำ (Behavior) แล้วจึงเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่กลุ่มเป้าหมายรับรู้

จาก 3 แนวคิดจะเห็นได้ว่าการสร้างภาพลักษณ์นั้น ต้องกำหนดบุคลิกภาพให้ชัดเจน และสะท้อนบุคลิกภาพส่วนตัวของบุคคลนั้นออกมาให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้โดยผ่าน สัญลักษณ์ การสื่อสาร และการกระทำ

สำหรับ Facebook ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่นักการเมืองนิยมใช้ในการสร้างเครือข่ายสังคม อันจะนำไปสู่การได้รับการสนับสนุนและคะแนนนิยมจากประชาชน และด้วยลักษณะของ Facebook ที่มีการเสนอข้อมูลบุคคลไม่ว่าจะเป็นประวัติส่วนตัว ความสนใจ กลุ่มสังคมที่สังกัดอยู่ เป็นต้น ถือว่า การสื่อสารดังกล่าวนั้นจำเป็นต้องอาศัยการสร้างบุคลิกภาพก่อนเพื่อจะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ต้องการ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ผ่าน Facebook
2. เพื่อศึกษาบุคลิกภาพที่โดดเด่นของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะผ่าน Facebook

## ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาตามสภาพการณ์จริงของ Facebook ของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ดังนั้นด้วยเหตุผลของการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านรูปแบบการนำเสนอที่มักปรับเปลี่ยนให้ทันสมัย อีกทั้งจำนวนคนที่เข้าชมและจำนวนสมาชิกจะมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มมากขึ้นอยู่เรื่อยๆผู้วิจัยจึงขอ กำหนดขอบเขตในการศึกษาตั้งแต่เดือน 1 พฤษภาคม 2553 – 30 พฤศจิกายน 2553 รวม ระยะเวลา 6 เดือน

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในเรียนรู้วิธีการสร้างภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของบุคคลทางการเมืองผ่าน Facebook ซึ่งเป็นช่องทางใหม่ในการประชาสัมพันธ์
2. เพื่อเป็นการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ในการเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง
3. เพื่อเป็นองค์ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจใช้ Facebook เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media)** หมายถึง เครือข่ายทางสังคม ซึ่งทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางที่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ใช้ในการสื่อสารข่าวสาร ประสบการณ์ รูปภาพ วิดีโอ เพื่อแบ่งปันให้กับผู้ที่เป็นสมาชิกในเครือข่ายของตนได้รับรู้ความเคลื่อนไหวและความสนใจเกี่ยวกับตนเอง เพื่อให้สมาชิกได้รู้จักตนเองมากขึ้น

**เฟซบุ๊ก (Facebook)** หมายถึง เว็บไซต์ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมที่ให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยเป็นเว็บไซต์ที่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการบอกเล่าความเป็นตัวเองให้สมาชิกได้รู้จัก และสมาชิกสามารถเข้าเยี่ยมชม อีกทั้งแสดงความคิดเห็น และกดถูกใจ กับข้อความที่ถูกเผยแพร่ออกมาได้

**ภาพลักษณ์** หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในความคิดของบุคคลอันเป็นผลมาจากการที่ได้รับข่าวสาร การมีประสบการณ์ทั้งตรงและอ้อม ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ เน้นภาพลักษณ์ของ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ทางกาย ภาพภาพลักษณ์ด้านความรู้ ภาพลักษณ์ด้านความคิดและภาพลักษณ์ด้านจิตใจ ซึ่งผลออกมาสามารถเป็นทางบวกหรือทางลบก็ได้

**บุคลิกภาพ** หมายถึง ลักษณะเฉพาะของบุคคลซึ่งสามารถที่จะแสดงออกมาให้เห็นผ่านสัญลักษณ์ การสื่อสาร และการกระทำ ใน Facebook ซึ่งสามารถวัดได้จากรูปแบบการนำเสนอที่ปรากฏใน Facebook ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ เน้นบุคลิกภาพ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ บุคลิกภาพแบบจริงจัง บุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ บุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น บุคลิกภาพแบบลึกลับซับซ้อน และ บุคลิกภาพแบบแกร่ง / ลุย ที่ปรากฏผ่านกระดานข้อความซึ่งประกอบไปด้วย ข้อความ รูปภาพ และ วิดีโอ

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร

การวิจัยเรื่อง การสร้างภาพลักษณ์ของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะด้วยการกำหนดบุคลิกภาพผ่าน Facebook มีแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเอกลักษณ์ บุคลิกภาพ และ การรับรู้
2. แนวคิดการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์
3. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และภาพลักษณ์นักการเมือง
5. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา
6. ทฤษฎีสัญญาวิทยา
7. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดในการศึกษา

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเอกลักษณ์ บุคลิกภาพ และ การรับรู้

Van (1995) ได้กล่าวถึงการสื่อสารขององค์กรที่ชี้ให้เห็นถึงแนวคิด 2 แนวคิดที่เชื่อมโยงกัน คือ เอกลักษณ์ (Identity) และบุคลิกภาพ (Personality) กล่าวคือ เอกลักษณ์ (Identity) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน identitem แปลว่า ทำซ้ำในแต่ละครั้ง ตามความหมายในพจนานุกรมให้ความหมายคือ ลักษณะนิสัย ลักษณะพิเศษถูกออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญให้เป็นที่กล่าวขานในสื่อเพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์ขององค์กร การแสดงออกความเป็นตัวตนถูกพัฒนาเป็น 3 ทาง เช่น สื่อมวลชนหรือตัวกลางที่จะบริหารจัดการใช้ เอกลักษณ์(Identity) ส่งผ่าน 3 ทาง โดยการแสดงออกให้เห็นเป็นรูปธรรม ซึ่งสามารถจำแนก ได้ดังนี้

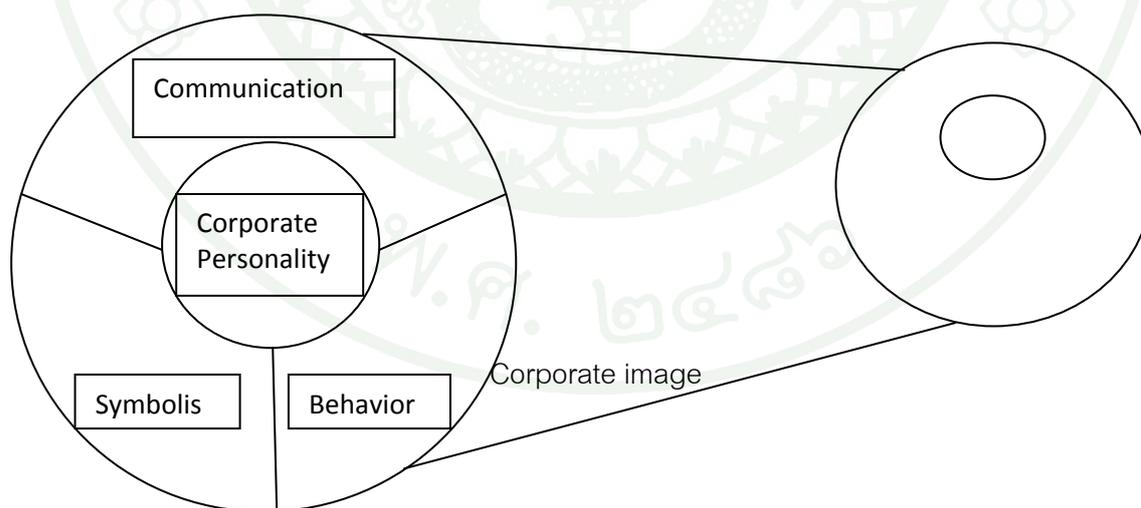
1. การกระทำ (behavior) พฤติกรรมที่ขององค์กรแสดงออก ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมักใช้การกระทำเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจซึ่งถือว่า การกระทำนั้นมีความสำคัญมากที่สุด

2. การสื่อสาร (Communication) เป็นเครื่องมือที่สะดวกที่สุดสำหรับองค์กรที่จะถ่ายทอดความเป็นตัวตนขององค์กรให้กับกลุ่มเป้าหมายรับรู้โดยการส่งเนื้อหาผ่านคำพูดและการมองเห็น ซึ่งจะดีกว่าการกระทำที่สามารถสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจได้เร็วกว่า เช่น โฆษณาประชาสัมพันธ์

3. สัญลักษณ์ (Symbol) เป็นสัญลักษณ์ที่ใช้แทนองค์กรซึ่งควรกลมกลืนไปกับการกระทำและการสื่อสาร เช่น โลโก้ สี เป็นต้น ซึ่งสามารถบอกเป็นนัยว่าองค์กรนี้ทำธุรกิจอะไร

ซึ่งทั้ง 3 ทางนี้เมื่อมารวมกันจะทำให้เกิด Corporate Identity mix ซึ่งจะเป็นสื่อกลางที่จะช่วยสื่อถึงบุคลิกขององค์กรนั้น

บุคลิกภาพ (Personality) ขององค์กรจำเป็นต้องมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนเพื่อจะได้สื่อสารให้กับสาธารณชนได้ทราบเหมือนเป็นแก่นหรือสิ่งที่องค์กรอยู่เบื้องหลังขององค์กรที่มีความโดดเด่นและแตกต่างซึ่งจะเป็นตัวกำหนดเอกลักษณ์ให้มีความชัดเจนเพื่อทำให้การสื่อสารขององค์กรที่แสดงออกผ่านทั้งสามทางได้แก่ การกระทำ การสื่อสารและสัญลักษณ์ เป็นไปในแนวทางเดียวกันและมีความชัดเจนเพื่อก่อให้เกิดภาพลักษณ์ในที่สุด



Corporate identity in relation to corporate image

**ภาพที่ 2** ความเชื่อมโยงกันระหว่าง เอกลักษณ์ บุคลิกภาพ และ ภาพลักษณ์  
ที่มา: Van (1995: 33)

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นได้ว่า การกระทำ การสื่อสารและสัญลักษณ์ เป็นสิ่งที่สะท้อนบุคลิกภาพออกมาให้เห็นเป็นรูปธรรม เพื่อให้สาธารณชนรับรู้ว่าจะองค์กรเป็นอย่างไร จากภาพยังแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า ทั้ง 3 ทางนี้เป็นรูปแบบภายนอกที่แสดงออกมา โดยมีบุคลิกภาพที่เป็นองค์ประกอบที่อยู่ภายในและอยู่เบื้องหลังทั้ง 3 ทางนี้ ซึ่งสามารถนำมาเชื่อมโยงกับงานวิจัยนี้กล่าวคือ แนวคิดข้างต้นก็เหมือนกับคน ที่มีบุคลิกภาพเป็นเบื้องหลังในการแสดงความเป็นตัวตนว่าเป็นอย่างไร โดยผ่านการแสดงออก การสื่อสารและสัญลักษณ์เพื่อให้คนรู้ว่าเราเป็นคนเช่นไร

พจน ใจชาญกิจสุข (2548: 26-30) ได้สนับสนุนถึงแนวคิดในการอธิบายถึงภาพลักษณ์ขององค์กรนั่นก็คือภาพลักษณ์ของบุคคลได้เช่นกัน กล่าวคือ ภาพลักษณ์องค์กร(Corporate Image)คือ ภาพลักษณ์ของสถาบันรวมถึงผู้บริหาร อันประกอบด้วย จิตวิทยา คุณค่าเพิ่ม ตราสินค้า เป็นลักษณะการสร้างภาพลักษณ์ที่ตัวบุคคลอย่างผู้บริหารสะท้อนภาพลักษณ์ความคิด การแสดงออก เมื่อพบปะผู้คน กล่าวคือเป็นภาพลักษณ์ของผู้บริหารนั่นเอง ซึ่งลักษณะที่สำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ก็คือการเป็นผู้ที่มีบุคลิกชัดเจนหรือมีความชำนาญด้านใดด้านหนึ่งจนสะท้อนออกมาเป็นภาพลักษณ์ได้ เช่น นักการเมืองที่มีฝีปากกล้า นักบริหารประเทศที่โปร่งใสแบบธรรมาภิบาล ภายใต้อุณลักษณะที่โดดเด่น มีคุณสมบัติเฉพาะตัว นั้นแสดงให้เห็นว่ามี ภาพลักษณ์ที่ชัดเจน มีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกยอมรับ ประทับใจจนกระทั่งพัฒนาให้เป็นความรู้สึกเป็นพรรคพวก จงรักภักดีและเป็นกลุ่มชนเดียวกัน

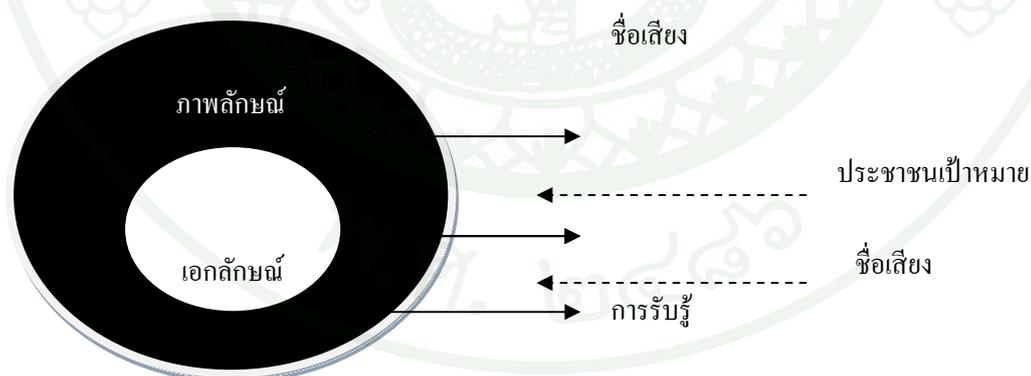
นอกจากนี้ได้กล่าวยืนยันภาพลักษณ์องค์กรคือภาพลักษณ์ผู้บริหารดังคำพูดต่อไปนี้ “การที่เปรียบผู้บริหารมีสถานะเท่ากับภาพลักษณ์นั้นเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงภาพที่ช่วยจดจำและสร้างความประทับใจให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้มักมองมาที่การมีผู้บริหารที่รู้จักบริหารได้อย่างดี ความโดดเด่นเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ยอมรับว่า ภาพลักษณ์ขององค์กร(Corporate Image) คือภาพลักษณ์ของผู้บริหารมากกว่าการมองภาพรวมทั้งองค์กรหรือองค์ประกอบส่วนอื่นๆขององค์กร ทำให้ผู้บริหารจึงมีความสำคัญมากกว่าปัจจัยอื่นในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร จึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่า“ภาพลักษณ์องค์กรก็คือภาพลักษณ์ของผู้บริหารนั่นเอง”

จากแนวคิดนี้ชี้ให้เห็นว่าภาพลักษณ์องค์กรกับภาพลักษณ์บุคคลนั้นมีความเกี่ยวข้องกัน ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงประยุกต์แนวคิดนี้มาใช้กับภาพลักษณ์ของบุคคลเป็นสำคัญ

โดยสรุปจากแนวคิดดังกล่าวสามารถยืนยันการอธิบายเนื้อหาและองค์ประกอบของ แนวความคิดไปในแนวทางเดียวกันและถูกต้องกล่าวคือเอกลักษณ์จะถูกกำหนดขึ้นจาก บุคลิกภาพที่เป็นลักษณะ เฉพาะแล้วถูกถ่ายทอดออกมาให้เห็นชัดเจนผ่าน 3 ทาง ได้แก่ การ กระทำ การสื่อสารและสัญลักษณ์ ทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้จนเกิดเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรที่ เกิดขึ้น

Kotler (1996) ได้กล่าวว่า บุคลิกของตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จไม่ได้เกิดมาจากตัว ของมันเองแต่เป็นผลจากจิตสำนึกของโปรแกรมการสร้างเอกลักษณ์ซึ่งมุ่งหวังในการนำไปสู่การ สร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นโดยมีการแบ่งแยกระหว่างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์

ดังนั้น ผู้ศึกษาสามารถอธิบายความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในงานวิจัยครั้งนี้ได้ว่า เอกลักษณ์ (Identity) เป็นวิธีที่จะแสดงความเป็นตัวตนของบุคคลต่อสาธารณชน ในขณะที่ภาพลักษณ์ (Image) เป็นวิธีที่สาธารณชนรับรู้ต่อตัวตนนั้นโดยมีการออกแบบเอกลักษณ์เพื่อสร้างรูปร่างให้ ภาพลักษณ์ เพราะฉะนั้นเอกลักษณ์จึงไม่ใช่สิ่งเดียวกับภาพลักษณ์ แต่เอกลักษณ์เป็นส่วนที่สำคัญ ที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ โดยเอกลักษณ์สามารถนำมาใช้สัญลักษณ์หรือเป็นสิ่งที่มองเห็นจับต้องได้ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดแก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ดังแผนภาพที่จะแสดงถึง ความสัมพันธ์ระหว่างเอกลักษณ์ (Identity) ภาพลักษณ์ (image) และชื่อเสียง (Reputation) ดังนี้



ภาพที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ เอกลักษณ์ และชื่อเสียง

ที่มา: สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม (2548: 191)

จากแนวคิดในเรื่อง เอกลักษณ์(Identity) บุคลิกภาพเป็นส่วนสำคัญที่เป็นตัวกำหนด เอกลักษณ์ของบุคคลนั้นให้ออกมาซึ่งจะเชื่อมโยงไปสู่ภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไป ดังนั้นใน

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะใช้ทฤษฎีบุคลิกภาพนี้ในการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อสร้างเพื่อหาบุคลิกภาพของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่ต้องการสร้างขึ้นเพื่อนำไปสู่ภาพลักษณ์ให้แก่ตนเอง คำว่า บุคลิกภาพ เป็นวิชาการแขนงหนึ่งในสาขาจิตวิทยาซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่จะเข้าใจลักษณะนิสัยของตนเองและ บุคคลอื่น ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Personality ที่มีรากศัพท์มาจากคำว่า persona ของภาษา ลาติน นักวิชาการตะวันตกสาขาจิตวิทยาได้ใช้คำว่า Personality อธิบายความหมายของลักษณะ บุคคลในแง่มุมต่างๆกัน นอกจากนี้ยังมีผู้ให้นิยามความหมายของบุคลิกภาพต่างๆ ดังนี้

ศรีเว็อน แก้วกังวาล (2551: 5) ได้ให้ความหมายของบุคลิกภาพ คือ ลักษณะเฉพาะตัว ของบุคคลในด้านต่างๆทั้งส่วนภายนอกและภายใน ส่วนภายนอกคือ ส่วนที่มองเห็นชัดเจน เช่น รูปร่าง หน้าตา กิริยามารยาท การแต่งตัว วิธีพูดจา การนั่งและการยืน ฯลฯ และส่วนภายใน คือ ส่วนที่มองเห็นยากแต่อาจทราบได้โดยการอนุมาน เช่นสติปัญญา ความถนัดลักษณะอารมณ์ ประจำตัว ความใฝ่ฝัน ปรัชญาชีวิต ค่านิยม และความสนใจ ฯลฯ

ลักษณะต่างๆของบุคลิกภาพไม่สามารถแยกเป็นส่วนๆออกจากกันโดยเด็ดขาด ทุกๆ ลักษณะของบุคลิกภาพต่างมีความสัมพันธ์ต่อกันและกันและมีผลกระทบต่อกันเป็นลูกโซ่ บุคลิกภาพของมนุษย์ไม่ว่าด้านใดๆเป็นสิ่งที่ไม่ตายตัวเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา การเรียนรู้และ สิ่งแวดล้อมทั้งทางสังคม และทางวัฒนธรรม บุคลิกภาพของแต่ละบุคคลมีทั้งส่วนที่เป็นลักษณะผิว เฝื่อนและส่วนที่เป็นนิสัยที่แท้จริง บางส่วนของบุคลิกภาพถูกซ่อนเร้นหรือถูกปิดบัง อำพรางโดยจง ใจและไม่จงใจ บุคลิกภาพของบุคคลมีทั้งส่วนร่วมซึ่งซึ่งเป็นลักษณะสากลของมนุษย์ และมีส่วนที่ เป็นลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งลักษณะเฉพาะตัวของบุคลิกภาพของคนคนนั้น จะสามารถบอกวิธีการ ปรับตัวและวิถีชีวิตของบุคคลได้ว่าจะเป็นอย่างใด (จิราภา เต็งไตรรัตน์และคณะ, 2543: 320) อีกทั้งบุคลิกภาพจะสามารถทำให้เกิดความประทับใจในยามแรกพบได้ (Janett G Elce: 2-3) โดย บุคคลจะใช้เวลาเพียงเล็กน้อยของการพบปะกัน ส่วนประกอบต่างๆที่จะทำให้เกิดความประทับใจ อาจจะมาจากรูปร่าง ท่าทาง การแสดงออก ลักษณะท่าทางการสื่อสาร

ฉันทนิช อิศวนนท์ (2540: 89-104) ซึ่งให้เห็นว่า บุคลิกภาพที่ดีและพึงประสงค์เป็นสิ่งที่ทุก คนต้องการจะมี บุคลิกภาพที่ดีและพึงประสงค์ประกอบด้วย

1. สุขภาพ หมายถึง รูปลักษณะภายนอกที่มองเห็น สัดส่วนต่างๆของร่างกาย ความ สะอาดของร่างกาย รวมถึงความแข็งแรงของร่างกาย

2. เสียงพูด และอากัปกิริยาท่าทาง คือ จะต้องรู้จักกาลเทศะ มีเสียงพูดที่ดูเป็นธรรมชาติ ใช้คำพูดและภาษาได้ถูกต้องเหมาะสมกับผู้สนทนาด้วย

3. การแต่งกาย จะต้องแต่งให้ดูดีเหมาะสมกับวัยและตำแหน่งหน้าที่ รวมถึงความสะอาดของเครื่องแต่งกายด้วย

4. มารยาทในการสมาคม ไม่ว่าจะเป็นการออกงานในสังคม หรือพูดจากับคนในสังคม จะต้องรู้จักมารยาทในสังคมนั้นๆ และประพฤติตัวได้อย่างเหมาะสม

บุคลิกภาพนั้นไม่ว่าจะเป็นบุคลิกภาพภายในหรือภายนอก ล้วนมีผลต่อภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงกรบับเทิงที่เข้ามาทำงานการเมือง (สุภาภรณ์ สุธรรมโกศล, 2547) และจากงานวิจัยเรื่องเทคนิคการโน้มน้าวใจในการสื่อสารระหว่างบุคคลของกิติมา สุรสนธิ (2528) ได้กล่าวถึง ลักษณะบุคลิกภาพที่ได้รับการชื่นชมอันดีจากบุคคลอื่นนั้น จะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ เป็นผู้เข้าถึงจิตใจคน มีจุดมุ่งหมายแน่นอน ทำอะไรจริงจัง มีการแต่งกายที่เหมาะสม ท่าทางกิริยาดี น้ำเสียงนุ่มนวล มีความซื่อสัตย์ ใช้ถ้อยคำเหมาะสมแก่ผู้ฟังและโอกาส มีอารมณ์ขัน ไม่เห็นแก่ตนมากเกินไป แสดงสีหน้าเป็นมิตร มีความกระตือรือร้น สุขภาพแข็งแรง มีความรอบรู้ มีศิลปะในการพูด พูดด้วยความจริงใจ

พจน์ ใจชาญกิจสุข (2548: 62) ได้กล่าวถึงในเรื่อง ผู้บริหารกับการบริหารบุคลิกภาพ ว่า การบริหารจัดการภาพลักษณ์(Image Management) ไม่ว่าจะเป็นบุคคล หรือองค์กร ก็ต่างมีส่วนในการสร้างภาพลักษณ์ สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่บุคลิกภาพของผู้บริหาร จะทำอย่างไรให้เกิดภาพสะท้อนเพื่อเป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้ อย่างเช่นการปรากฏตัวซึ่งแสดงให้เห็นบุคลิกภาพมีความสำคัญมาก เพราะจะสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของผู้บริหารและองค์กรได้เป็นอย่างดี การมีคุณลักษณะชัดเจนของผู้บริหารให้เหมาะสม เช่น การดูแลเครื่องแต่งกาย การวางบุคลิกภาพ การเคลื่อนไหวทางร่างกาย น้ำเสียง การพูดจา สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นบุคลิกที่จดจำและประทับใจของผู้พบเห็น จะเห็นได้ว่าการตัวแสดงออกของบุคลิกภาพ ถือเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโน้มน้าวจิตใจแก่ผู้พบเห็น เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง

เสรี วงษ์มณฑา (2550:129) ได้กล่าวถึงในเรื่องของการสร้างBranding นักการเมืองว่า บุคลิกภาพที่เป็นแนวทางในการสร้างความประทับใจให้กับประชาชนอย่างต่อเนื่อง โดยใช้วาจา และกิริยาที่ทำให้ประชาชนรู้สึกอบอุ่น สบายใจ สุขใจทุกครั้งที่ได้รับรู้เรื่องราวของนักการเมือง และการได้พบเจอหรือได้ร่วมกิจกรรม อีกทั้ง นักการเมืองต้องพูดดี พูดเพราะ รู้จักใช้คำพูดให้เหมาะสม

โดยสรุปการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลควรมีการกำหนดบุคลิกภาพให้ชัดเจนเพื่อเป็น แกนหลักในการกำหนด บุคลิกภาพภายใน ได้แก่ ค่านิยม ความสนใจ อารมณ์ นิสัย สติปัญญา และบุคลิกภาพภายนอก ได้แก่ การกระทำ (การประพฤติตัวเหมาะสม) การพูดจา (คำพูดและ ภาษาที่ใช้ น้ำเสียง) การแสดงออก (ท่าทางกิริยา มารยาท สีหน้า รูปลักษณ์ภายนอก การแต่ง กาย) การทำงาน โดยอาศัยช่องทางสื่อสาร ที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ ประทับใจและจดจำ บุคคลนั้นได้

### เกณฑ์ในการวัดบุคลิกภาพแนวคิด เรื่อง “big five”

Aaker (1997: 32) ได้ทำการวิจัยบุคลิกภาพตราสินค้าเชิงมิติ (Dimension of Brand Personality) โดยมีการเปรียบเทียบบุคลิกภาพตราสินค้ากับลักษณะและอุปนิสัยของบุคคลแล้ว พัฒนามาเป็นเกณฑ์ในการวัดบุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality Scale) ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะทางบุคลิกภาพจำนวนทั้งสิ้น 42 ลักษณะ ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่มใหญ่

1. กลุ่มที่หนึ่ง บุคลิกภาพแบบจริงจัง (Sincerity) ซึ่งประกอบด้วย บุคลิกภาพเป็นคน เรียบง่ายติดดิน (down -to-earth), การให้ความสำคัญกับครอบครัว (family-oriented), มีความ ซื่อสัตย์ (Honest), ความจริงใจ (sincere), ความดีงาม(Wholesome), ความเป็นต้นฉบับ ดั้งเดิม มีความคิดริเริ่ม (original), เป็นคนร่าเริงสดใส (cheerful), มีมนุษยสัมพันธ์(friendly) ,มีอารมณ์ อ่อนไหว(sentimental)

2. กลุ่มที่สอง บุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย บุคลิกภาพมีความน่าเชื่อถือ (Reliable), การทำงานหนัก (hard working), มั่นคง (secure), มีความฉลาด (intelligent), มีความชำนาญเฉพาะ(technical), ร่วมงานกับผู้อื่น (Corporate), ประสบความสำเร็จ (Successful), เป็นผู้นำ (Leader), มั่นใจ(confident)

3. กลุ่มที่สาม บุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น (Excitement) ซึ่งประกอบด้วย มีความกล้า ทำทายเป็น (daring), ทันสมัย (trendy), น่าตื่นเต้น (exciting), มีชีวิตชีวา (spirited), เท่ (cool), เป็นหนุ่มสาว (young), มีจินตนาการ (imaginative), มีเอกลักษณ์ (unique), ทันเหตุการณ์ (up-to-date), อิสระ (independent), ชอบความร่วมสมัย (contemporary)

4. กลุ่มที่สี่ บุคลิกภาพแบบลุ่มลึกซับซ้อน (Sophisticated) ประกอบด้วย คนมีระดับ (upper class), หล่อ (glamorous), รูปร่างหน้าตาดี (good looking), มีเสน่ห์ (charming) อ่อนหวาน (feminine), อ่อนโยน นุ่มนวล (smooth)

5. กลุ่มที่ห้า บุคลิกภาพแบบแกร่งลุย (ruggedness) ประกอบด้วย ชอบชีวิตกลางแจ้ง (outdoorsy), มีความเป็นผู้ชาย (masculine), มีความเป็นตะวันตก (western), แข็งแกร่ง (tough), ดุดัน ห้าวหาญ (rugged)

รุจิพัทธ์ เรืองธาวีพงศ์ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูง ที่มีต่อตราสินค้าต่างๆ โดยได้นำเอา เกณฑ์การวัดบุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality Scale) มาใช้เป็นกรอบในการวัดลักษณะเฉพาะทางบุคลิกภาพของผู้บริหารระดับสูงจำนวน 3 ท่าน ซึ่งผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคุณซิคเว่ เบรคเก้ ในกลุ่มบุคลิกภาพแบบแกร่งและลุย และเป็นแบบผู้ที่มีความสามารถ ในขณะที่ คุณตัน ภาสกรนที กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในกลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ และสำหรับคุณ โชค บูลกุล กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ในกลุ่มบุคลิกภาพแบบแกร่งและลุย ซึ่งชี้ให้เห็นว่า กรอบแนวคิดนี้สามารถประยุกต์ใช้ในการวัดกับบุคคลได้ อีกทั้งยังมีการศึกษาที่ใกล้เคียงกับงานวิจัยครั้งนี้ ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงให้ความสำคัญกับเกณฑ์ในการวัดบุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality Scale) มาใช้เป็นเกณฑ์ในการหาบุคลิกภาพของ นาย อภิสัทธ์ เวชชาชีวะ ที่มีอยู่ใน Facebook และ การรับรู้ของสมาชิก Facebook เกี่ยวกับบุคลิกภาพของอภิสัทธ์ เวชชาชีวะ ซึ่งสามารถจัดกลุ่มได้ทั้งหมด 5 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงใจ (Sincerity) ซึ่งประกอบด้วย

- บุคลิกภาพเป็นคนเรียบง่ายติดดิน(down –to-earth)
- การให้ความสำคัญกับครอบครัว(family-oriented)
- มีความซื่อสัตย์ (Honest)
- ความจริงใจ(sincere)
- ความดีงาม (Wholesome)
- ความเป็นต้นฉบับ ดั้งเดิม มีความคิดริเริ่ม(original)
- เป็นคนรื่นเริงสดใส(cheerful)
- มีมนุษยสัมพันธ์(friendly)
- มีอารมณ์อ่อนไหว(sentimental)

2. กลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ(Competence) ประกอบด้วย

- บุคลิกภาพมีความน่าเชื่อถือ (Reliable)
- การทำงานหนัก(hard working)
- มั่นคง(secure)
- มีความฉลาด(intelligent)
- มีความชำนาญเฉพาะ(technical)
- ร่วมงานกับผู้อื่น(Corporate)
- ประสบความสำเร็จ(Successful)
- เป็นผู้นำ(Leader)
- มั่นใจ(confident)

3. กลุ่มบุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น (Excitement) ซึ่งประกอบด้วย

- มีความกล้าทำทายเป็น(daring)
- ทันสมัย(trendy)
- น่าตื่นเต้น(exciting)
- มีชีวิตชีวา(spirited)

- เท่(cool)
- เป็นหนุ่มสาว(young)
- มีจินตนาการ(imaginative)
- มีเอกลักษณ์(unique)
- ทันเหตุการณ์(up-to-date)
- อิสระ(independent)
- ชอบความร่วมมือสมัย(contemporary)

#### 4. กลุ่มบุคลิกภาพแบบลุ่มลึกซับซ้อน(Sophisticated)ประกอบด้วย

- คนมีระดับ(upper class)
- หลุหล่า(glamorous)
- รูปร่างหน้าตาดี(good looking)
- มีเสน่ห์(charming)
- อ่อนหวาน(feminine)
- อ่อนโยน นุ่มนวล(smooth)

#### 5. กลุ่มบุคลิกภาพแบบแกร่งลุย(ruggedness) ประกอบด้วย

- ชอบชีวิตกลางแจ้ง(outdoorsy)
- มีความเป็นผู้ชาย(masculine)
- มีความเป็นตะวันตก(western)
- แข็งแกร่ง(tough)
- คุด้น หัวหาญ(rugged)

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)

กันยา สุวรรณแสง (2538: 244) ได้กล่าวถึงความหมายของการรับรู้ในทางจิตวิทยา หมายถึงกระบวนการขั้นต่อไปเพื่อจะตีความสิ่งที่ได้จากการรู้สึกออกมาให้มีความหมายว่าสิ่งที่มองเห็นคืออะไรเสียงที่ได้ยินเสียงอะไร การรับรู้จึงมีเรื่องทางจิตวิทยาเข้ามาเกี่ยวข้องคือเรื่องของการเรียนรู้ประสบการณ์แรงจูงใจ อารมณ์ เป็นต้น เข้ามามีบทบาทร่วมอยู่ด้วย

**กระบวนการรับรู้** จะเกิดขึ้นได้ต้องเป็นไปตามขั้นตอนของกระบวนการดังนี้

ขั้นที่ 1 สิ่งเร้า (Stimulus) มากระทบอวัยวะสัมผัสของอินทรีย์

ขั้นที่ 2 กระแสประสาทสัมผัสวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งมีศูนย์อยู่ที่สมองเพื่อสั่งการ ตรงนี้เกิดการรับรู้ (Perception)

ขั้นที่ 3 สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ โดยอาศัยความรู้เดิม ประสบการณ์เดิม ความจำ เจตคติ ความต้องการ ปทัสถาน บุคลิกภาพ เซอรัลปัญญา ทำให้เกิดการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คือ ลักษณะของผู้รับรู้และสิ่งเร้าที่บุคคลจะรับรู้

#### การรับรู้บุคคล (Person Perception)

การรับรู้บุคคลหมายถึง การประเมินหรือตัดสินบุคคลอื่นว่าเป็นคนอย่างไร โดยทั่วไปการรับรู้บุคคลอื่นจะใช้ลักษณะทางกายภาพของบุคคลนั้น เช่น หน้าตา ผิวพรรณ รูปร่าง หรือดูบุคลิกภาพต่าง ๆ เช่น นิสัยใจคอและการพูดจา เป็นต้น เงียบขรึม ช่างคุย ใจดี ใจร้าย พุดเพราะ พุดหยาบ เป็นต้น การรับรู้บุคคลจะถูกต้องแม่นยำจำเป็นต้องพิจารณารายละเอียดอื่น ๆ ประกอบด้วย เพราะมนุษย์มีอารมณ์ มีแรงจูงใจ และทัศนคติที่แตกต่างกัน อันเป็นผลของการเรียนรู้และวัฒนธรรม ปัจจัยต่าง ๆ ที่สามารถทำให้การรับรู้บุคคลอื่น ผิดพลาดได้ เช่นอคติ (Prejudice) เป็นการสรุปหรือตัดสินบุคคลอื่นโดยที่มีข้อมูลสนับสนุนไม่เพียงพอ ซึ่งทำให้เกิดการรับรู้บุคคลในลักษณะทางลบ การเกิดอคติอาจเกิดขึ้นเป็นการส่วนตัว เพราะมีผลกระทบกับตนเองโดยตรง หรือเกิดอคติตามสังคม เนื่องจากการยึดมั่นในบรรทัดฐาน (Norms) บางอย่าง เช่น คนไทยที่อนุรักษวัฒนธรรมไทยจะมีอคติกับพฤติกรรมของชาวตะวันตกได้ง่ายมาก เพราะปราศจากการพิจารณาข้อมูลอย่างอื่น

จากแนวคิดข้างต้นสามารถนำมาอธิบายในการศึกษานี้ได้ว่า การรับรู้ของสมาชิกนั้น เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นตามขั้นตอนจนทำให้เกิดการตีความ ออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจในถึงการแสดงความเป็นตนเอง และภาพลักษณ์ของเจ้าของ Facebook นั้น อาจกล่าวได้ว่าการรับรู้ในลักษณะนี้เป็นการรับรู้ที่เกี่ยวกับตัวบุคคลโดยสมาชิก Facebook นั้นจะตัดสินว่า นาย อภิสัทธ์ เวชชาชีวะ มีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์เป็นอย่างไรต้องอาศัยการแสดงออกให้เห็นเป็น

รูปธรรมผ่าน การแสดงออก สัญลักษณ์และการสื่อสารที่ชัดเจน ซึ่งสามารถทำให้สมาชิกนั้นสามารถตีความและก่อให้เกิดทัศนคติต่อนาย อภิสิตธิ์ เวชชาชีวะได้

### แนวคิดการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์

กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย, และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2543) ได้ให้ความหมายการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ แบบกว้างๆว่า คือ การประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ และการใช้งานไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกันหรือต่างเวลากัน โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัส ลงไปในเนื้อหาสาร ซึ่งจะถูกลำเลียงทอดจากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร

ลักษณะของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ ในปัจจุบัน คือ คอมพิวเตอร์ที่มีสภาพเป็นสื่อที่มีความโดดเด่นในยุคข้อมูลข่าวสารที่ได้รับความนิยมมากกว่า สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ที่มีมาแต่เดิม นอกจากนี้ ความเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะสากลในตัวเองกล่าวคือ เป็นทั้งเครื่องรับและลำเลียงข่าวสาร จากคุณสมบัตินี้ในแง่การสื่อสารคอมพิวเตอร์ที่โยงใยเป็นเครือข่ายนั้นมีพันธกิจในด้านการเป็นสื่อกลางของการสื่อสารระหว่างบุคคล การสนับสนุนการต่อรองระหว่างกลุ่ม การสร้างเวทีในการถกเถียงแสดงความคิดเห็น และเป็นสื่อกลางของการสื่อสารมวลชน

จากคุณลักษณะที่กล่าวมาทำให้คอมพิวเตอร์แตกต่างจากสื่อใหม่ที่เกิดขึ้นก่อนและถือว่าเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีเอกลักษณ์พิเศษชนิดแรกที่สามารถแสดงศักยภาพในแง่วิธีการสื่อสารที่เทคโนโลยีเก่าทำได้หมด และออกมามากกว่าอีกด้วย

อย่างไรก็ตามจึงเกิดคำถาม คำว่าสื่อใหม่ของนักวิชาการรุ่นหลังๆ ดังนี้

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543) กล่าวว่าเป็นกระบวนการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ที่มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันซึ่งมีอิทธิพลต่อการสร้างกรอบการวิเคราะห์ที่ใช้ศึกษาแยกแยะเปรียบเทียบระบบสื่อ ที่แอบอิงอยู่กับลักษณะทางเทคนิคของคอมพิวเตอร์และประเภทของพฤติกรรมการสื่อสาร

สื่อใหม่มีความเกี่ยวข้องกับอีกหลายๆเรื่องไม่เพียงแค่เรื่องเทคโนโลยีเท่านั้น ข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย (Networked Information) และเทคโนโลยีการสื่อสาร (communication Technologies) เป็นสื่อแสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์อย่างสลับซับซ้อนและหลากหลายระหว่างปรากฏการณ์เศรษฐกิจ การเมือง พฤติกรรม วัฒนธรรม และสถาบัน

ผลที่เกิดจากการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ ในยุคข้อมูลข่าวสาร สามารถอธิบายได้ 2 ทาง คือ

1. ผลต่อสังคมและคนในสังคม โดยเน้นตัวคอมพิวเตอร์ในฐานะที่เป็นอุปกรณ์การถ่ายทอดลำเลียงข้อมูลเป็นตัวก่อให้เกิดผล
2. ผลของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ ที่ทำให้เกิดชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะหรือสังคมไซเบอร์ เป็นลักษณะการนำเสนอภาพความสัมพันธ์ระหว่าง การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์กับสังคมชนิดใหม่ที่เกิดขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นผลต่อเนื่องที่เกิดขึ้น คือ แบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ที่เริ่มเปลี่ยนไป

นักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับชุมชนมากมายแต่ กาญจนา แก้วเทพ และคณะ ได้เสนอธรรมชาติของชุมชนที่สัมพันธ์กับการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ว่า ชุมชนที่มีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางประกอบด้วย สมาชิกที่อยู่ต่างที่ บางครั้งสมาชิกเหล่านี้ก็รวมตัวกันเป็นกลุ่มเล็กๆ และบางครั้งก็ฉายเดี่ยว ชุมชนที่ว่าไม่ได้มีลักษณะร่วมด้านที่ตั้ง แต่มีความสนใจร่วมกัน ผู้ที่บุคคลจะปฏิสัมพันธ์ด้วยในระหว่างที่กำลังonline คือบุคคลที่ได้รับการคัดเลือกมาแล้วอย่างดีว่ามีคุณสมบัติสำคัญ คือ มีความสนใจและเป้าหมายตรงกันมากกว่าที่จะถูกเลือกเพราะอยู่ใกล้กัน

นอกจากนี้ เสรี วงษ์มณฑา (2550: 63-65) ได้ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ซึ่งมีส่วนร่วมในการช่วยสร้างภาพลักษณ์ของนักการเมืองให้ดีขึ้น โดยเน้นมุมมองท่าทีความรู้สึกของประชาชนที่เป็นผู้ประเมินความมีคุณค่าของนักการเมืองคนนั้นและที่มาความรู้สึกของประชาชน มุมมองของประชาชนเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการเกี่ยวข้องกับนักการเมืองและการรับรู้เรื่องราวข่าวสารเกี่ยวกับนักการเมือง ซึ่งหากทำให้ประชาชนมีประสบการณ์ที่ประทับใจในการติดต่อหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับเขา ชาวที่เผยแพร่ออกไปก็สามารถทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีได้ โดย จะต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ เช่น จะสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนในรูปแบบใด จะวางแนวทางในการ

ปฏิสัมพันธ์กับประชาชนอย่างไร จะทำเรื่องราวของตนเองให้เป็นที่รับรู้ได้อย่างไร แล้วนำมาหาช่องทางสื่อสารและสร้างสัมพันธ์ภาพที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับประสบการณ์ตรงกับนักการเมืองทำให้เข้าใจในความเป็นตัวตนและพึงพอใจแนวทางดำเนินชีวิตและชื่นชมปรัชญาและผลงานของเขาจนนำไปสู่การชื่นชอบ จดจำได้ เห็นคุณค่าของนักการเมืองคนนั้น ในการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์นักการเมืองควรใส่ใจเรื่องของการทำงานที่จะเรียนรู้ ความพึงพอใจของประชาชนด้วยการรับฟังเสียงสะท้อนกลับทั้งในเรื่องของความรู้สึกที่มีต่อเขา ผลการกระทำ กิจกรรมต่างๆเพื่อนำมาพิจารณา แก้ไขเพื่อไปปรับปรุงตนเองให้เป็นที่พอใจของประชาชนต่อไป

ในเรื่องผลของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้นสามารถอธิบายถึงปรากฏการณ์ชุมชนที่เกิดขึ้นใน Facebook รวมถึงการสื่อสารและความสัมพันธ์ของบุคคลในรูปแบบใหม่ที่เหมาะสมจะใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของนักการเมือง กล่าวคือ เป็นกระบวนการในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์โดยใช้คอมพิวเตอร์ เป็นช่องทางสำหรับสารในการติดต่อสื่อสารระหว่างนักการเมืองและกลุ่มเป้าหมายและอินเทอร์เน็ตเป็นตัวสื่อส่งสารที่เชื่อมต่อระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารจะทำการเข้ารหัสสาร (Encoding) ในรูปของสัญลักษณ์ การสื่อสาร การกระทำเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของนักการเมืองผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปยังคอมพิวเตอร์ของผู้รับสารเป็นการรับรู้ในมุมมองของกลุ่มเป้าหมายเองโดยไม่ต้องผ่านสื่อมวลชน กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นจะเป็นลักษณะโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ประสบการณ์ร่วม จนมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากสภาพบรรยากาศการสื่อสารผ่านตัวกลาง(Computer-Mediated Environment)ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กัน นอกจากนั้นผู้รับสารอาจกลายเป็นผู้ส่งสารอันเนื่องมาจากปฏิสัมพันธ์ที่แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันซึ่งในมุมมองนี้การส่งผ่านตัวกลางในการสื่อสารเป็นตัวทำให้เกิดการสื่อสารที่แท้จริงโดยผู้สื่อสารจะรับรู้บรรยากาศการสื่อสารสองแบบคือบรรยากาศทางกายภาพที่ผู้สื่อสารนำเสนอออกไปและบรรยากาศในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (ปิยวรรณ คงสาคร, 2542)

### ประวัติและความเป็นมาของเฟสบุ๊ก (Facebook)

ธัญญา สีนมหัต (2552: 6) เว็บไซต์ Facebook สร้างขึ้นโดย มาร์ค ซัคเกอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ประเทศสหรัฐอเมริกา

ก่อนที่มาร์คจะสร้างเว็บไซต์ Facebook เขาเคยสร้างเว็บไซต์ Facemash ซึ่งสร้างไว้สำหรับให้คนเข้าไปโหวตรูปที่ชอบ ซึ่งการที่เขาทำเว็บไซต์นี้ ทำให้เขาถูกคณะกรรมการโรงเรียนเรียกไปสอบสวนถึงวิธีการหารูปมาแสดงในเว็บไซต์ว่าเป็นรูปผิดกฎหมายหรือไม่

หลังจากนั้นมาร์คจึงได้หันมาทำเว็บไซต์ Facebook ซึ่งเดิมที่เป็นเพียงเว็บสำหรับแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อนในมหาวิทยาลัยเท่านั้น ถึงแม้ว่าเขาจะถูกคัดค้านจากพ่อแม่ว่าเป็นการหาเรื่องใส่ตัวอีกครั้ง แต่เพื่อน ๆ ในมหาวิทยาลัยกลับให้ความสนใจ และเข้าร่วมใน Facebook กันมากมาย และเมื่อมีสมาชิกเพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ มาร์คจึงตัดสินใจนำเงินค่าเทอมทั้งหมดไปซื้อเซิร์ฟเวอร์สำหรับทำเว็บไซต์ Facebook โดยเฉพาะ เว็บไซต์ Facebook เริ่มแพร่หลายไปยังมหาวิทยาลัยต่าง ๆ อาทิเช่น แสตนฟอร์ด , โคโลราโด , เบล ฯลฯ ทำให้มียอดสมาชิกเพิ่มขึ้นอีกมากมาย จากนั้นมาร์คได้ตัดสินใจตั้งบริษัทของตัวเองขึ้นมา โดยใช้ชื่อว่า thefacebook.com และได้เปลี่ยนชื่อเป็น Facebook ในเวลาต่อมา

Facebook นั้นได้สร้างความน่าสนใจตั้งแต่ระบบจัดกลุ่มเพื่อน อัลบั้มภาพ กิจกรรม แชท ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันหลักที่พัฒนาโดยทีมงานของ Facebook นอกจากนี้มาร์คยังเปิดโอกาสให้ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันรายอื่น ได้นำแอปพลิเคชันของตนเองมาให้ผู้ทดลองใช้บนเว็บไซต์ Facebook อีกด้วย ด้วยเหตุนี้ทำให้มีแอปพลิเคชันแปลกใหม่เพิ่มขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะแอปพลิเคชันเกมของบริษัท Playfish นั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และในขณะนี้ Facebook ยังเลือก ให้แสดงคำสั่งเป็นภาษาไทย และ ภาษาอื่น ๆ อีกมากมาย เพื่อให้ผู้ใช้งานได้เลือกใช้ Facebook ในภาษาที่ตนถนัด

มาร์ค ถือว่าเป็นคนหนุ่มที่ร่ำรวยอย่างรวดเร็ว หลังจากบริษัทไมโครซอฟท์ ได้ซื้อหุ้นของบริษัท Facebook เป็นจำนวนเงินกว่า 8,000 ล้านบาท (246 ดอลลาร์) เพื่อแลกกับสิทธิบริหารโฆษณาและหุ้น 1.6 % จนนิตยสาร Forbes จัดอันดับความร่ำรวยของเขาไว้ที่อันดับ 785 ของโลก

ปัจจุบันเขาถือว่าเป็นเศรษฐีหนุ่มที่น่าจับตามองคนหนึ่งของโลก มาร์คและทีมงานยังคงพัฒนา Facebook อย่างต่อเนื่องให้ตรงใจผู้ใช้งานมากที่สุด

## แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง

การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง หมายถึง การดำเนินงานสื่อสารขององค์กรทางการเมือง ที่เป็นผู้ให้ข่าวสารข่าวสาร ข้อมูล การดำเนินงานขององค์กรผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อที่ผลิตขึ้นเอง สื่อกิจกรรมและสื่อบุคคลโดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความนิยม ศรัทธา อันนำไปสู่การสนับสนุนจากประชาชนส่งผลให้องค์กรทางการเมืองประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

เสถียร เขยประทับ (2540: 152-156) ได้กล่าวเพิ่มเติมถึงช่องทางในการสื่อสารทางการเมืองนั้นจะมีอยู่ 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. **ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน** คือ ช่องสารที่สามารถทำให้แหล่งสารที่ประกอบด้วยบุคคลหนึ่งหรือบุคคลไม่กี่คนสามารถส่งสารไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมากได้ เช่น โทรทัศน์ แผ่นป้าย สติกเกอร์ เป็นต้น โดยมีลักษณะที่เป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างแหล่งสารและกลุ่มชนเป้าหมายสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากๆได้ในเวลาอันรวดเร็ว ให้ความรู้และข่าวสารได้ดีและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงรำลึกได้

2. **ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล** คือ ช่องทางที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่าสองคนขึ้นไป ซึ่งช่องทางแบบนี้มีประสิทธิภาพในการจูงใจผู้รับสารมากกว่าสื่อมวลชน โดยมีลักษณะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุควิถี กล่าวคือถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็วส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้กับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลารวดเร็ว และสามารถจูงใจให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่พึงรำลึกได้

จากนิยามของทั้งสองช่องทางซึ่งเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารทางการเมืองทำให้ได้เห็นถึงประสิทธิภาพของการที่ผู้ศึกษาเลือกศึกษาสื่อ Facebook นอกจากจะเป็นสื่อใหม่ที่นิยมยังถือเป็นสื่อใหม่ในทางการเมืองที่มีการผสมผสานของทั้งสองช่องทาง ทั้งช่องทางสื่อมวลชนและช่องทางระหว่างบุคคล กล่าวคือ สามารถเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างผู้ส่งและกลุ่มเป้าหมายส่งสารที่เป็นข้อมูลส่วนตัวบุคคลและข่าวสารกิจกรรมทางการเมืองได้ในเวลาที่รวดเร็วทำให้เกิดการรับรู้ รู้จัก นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลได้ อีกทั้ง ยังมีปฏิริยาตอบสนองของ

กลุ่มเป้าหมายในการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อบุคคลนั้น เพื่อให้ผู้ส่งสารได้รับรู้ และนำไปปรับปรุงแก้ไข นำไปสู่การเข้าถึงและจูงใจกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

นอกจากนี้ Mcnair (1999: 5-14) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบุคคลทางการเมือง เกิดจากการที่ประชาชนได้ฟังเนื้อหาสาระที่พูดและได้เห็นการกระทำของนักการเมืองผ่านสื่อมวลชนกล่าวคือ ลีลาของนักการเมืองมีความสำคัญเท่าเทียมกับความสามารถและความคิดของนักการเมืองและสิ่งทีกล่าวมานี้เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักการเมืองประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นภาพลักษณ์นักการเมืองจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยสนับสนุนให้ได้รับเลือกตั้ง ด้วยเหตุนี้ในทางการเมืองของอเมริกา จึงให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ผู้สมัครประธานาธิบดีเป็นอย่างมาก สำหรับการเมืองในประเทศอังกฤษ ได้ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของนายกรัฐมนตรีเช่นกัน ดังเห็นได้จาก นายกรัฐมนตรี มากาเร็ต แทชเชอร์มีที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำในการแต่งกาย โดยคัดเลือกเสื้อผ้า ทรงผม การแต่งหน้า เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของนายกรัฐมนตรีหญิงที่มีอำนาจ เป็นต้น

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และภาพลักษณ์นักการเมือง

พรทิพย์ วรวิจิตร (2540: 75) กล่าวถึง การสื่อสารเพื่อภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลที่มีต่อบุคคลอื่น วัตถุ หรือสถาบัน โดยได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งเกี่ยวกับหน่วยงานนั้นทั้งที่ประจักษ์และไม่ประจักษ์ บุคคลสามารถสร้างจิตภาพเกี่ยวกับสถาบันนั้นๆได้ ซึ่งภาพลักษณ์นั้นเกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้ รับฟัง ได้เห็น หรือมีประสบการณ์มาในอดีตและด้วยความประทับใจจึงทำให้บุคคลนั้นสามารถจดจำและพัฒนาเป็นภาพอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมาซึ่งอาจจะเป็นภาพลักษณ์ในทางบวกและหรือทางลบได้ ภาพลักษณ์นั้นสามารถเกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ คือ

- เกิดจากการปรุงแต่งซึ่งเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ
- เกิดขึ้นจากธรรมชาติโดยไม่ได้มีการปรุงแต่ง

การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์นี้ต้องใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและการสื่อสารสองทางประกอบกัน

E Boulding (1975: 11) กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์เป็นเรื่องของความรู้สึกและอารมณ์ที่เรามีต่อสิ่งต่างๆซึ่งเป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) เนื่องมาจากประสบการณ์ของเรา แต่มีข้อจำกัดคือ เราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้เสมอไป ดังนั้น เราจะได้เพียงภาพซึ่งเราจะต้องตีความโดยตัวเราเอง ซึ่งต้องใช้คำนิยาม ความเชื่อทัศนคติของเราในการตีความนั้นๆ ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการตีความโดยผ่านทางประสบการณ์ตรงและประสบการณ์โดยอ้อมแทนความหมายเชิงอัตวิสัยของสิ่งต่างๆที่เรารับรู้มา เป็นการตีความหมายหรือสิ่งที่ประทับใจ ภาพที่ปรากฏ(appearance) จะเป็นตัวแทนของการรับรู้ (Perception) ในเชิงความหมาย(Interpreted Sensation) ที่ผ่านมากระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรรและเกิดการให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆซึ่งกระบวนการนี้คือ กระบวนการเกิดภาพลักษณ์ (Process of Imagery)

ดังนั้น ภาพลักษณ์ทางการเมือง คือ ภาพในสมองที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางการเมือง ภาพลักษณ์เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะมีการเปลี่ยนแปลงที่ยาก เพราะต้องไปกระทบกับความคิด ความเชื่อทัศนคติ คำนิยามและพฤติกรรมเดิมของบุคคลโดยภาพลักษณ์ทางการเมืองเกิดจากการสื่อสารทางการเมือง ดังนั้นข่าวสารจึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งของภาพลักษณ์ทางการเมือง มนุษย์ในยุคปัจจุบันอยู่ภายใต้อิทธิพลของกระแสข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อการเกิดภาพลักษณ์ของผู้เปิดรับสื่อมวลชน (เสถียร เศษประทับ, 2540: 170)

นอกจากนี้ เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ (2537: 99-100) ได้กล่าวถึงกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีนั้น ต้องมีส่วนประกอบต่างๆเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่สมบูรณ์ กล่าวคือ

1. บุคลิกภาพส่วนตัวที่เหมาะสม เป็นสิ่งที่สำคัญมากในการสร้างภาพลักษณ์ เพราะจะเป็นสิ่งที่แรกที่กลุ่มเป้าหมายพบเห็น ซึ่งจะก่อให้เกิดความประทับใจ ความนิยมเลื่อมใส น่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ การแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกท่าทางที่เหมาะสมกับกาลเทศะ ซึ่งจากข้อมูลตรงนี้สอดคล้องกับแนวคิดEthos ของอริสโตเติลที่ว่าด้วยเรื่อง Good character เพราะว่า บุคลิกภาพภายนอกจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความไว้วางใจ ซึ่งจากงานวิจัยเรื่องกระบวนการสร้างภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของนักร้องยอดนิยมในสังกัดบริษัท อาร์เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด (อุไรรัตน์ วิตานนท์, 2543) ได้มีผลวิจัยที่สนับสนุนแนวคิดนี้ คือ การคัดเลือกบุคคลที่จะมาเป็นนักร้องนั้นนอกจากที่จะดูความสามารถในการร้องเพลงแล้วเรื่องบุคลิกภาพถือว่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับนักร้องเพื่อให้เป็นที่ชื่นชม

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่ต้องการสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของคนทั่วไป

3. เทคนิคการสร้างภาพลักษณ์ต้องมีประสิทธิภาพสูงพอที่จะดึงดูดความสนใจหรือมีอิทธิพลที่จะโน้มน้าวชักจูงให้คนทั่วไปเกิดภาพลักษณ์ตามเราที่ต้องการโดยเทคนิคที่ใช้อาจเป็นสื่อโดยคำนึงถึงให้เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

4. มนุษย์สัมพันธ์ดี การสามารถเข้าถึงกลุ่มชนทั่วไปได้อย่างดีรวมถึงกิจกรรมทางท่าทางที่น่าประทับใจในการติดต่อกับบุคคลอื่นๆและสนใจผู้อื่นมากกว่าตนเอง

พจน ใจชาญกิจสุข (2548: 76-77) ได้กล่าวในแง่ของการสร้างภาพลักษณ์ของผู้บริหารด้วยการเขียนอย่างสร้างสรรค์ โดยถือว่าการสื่อสารผ่านทางตัวหนังสือเพื่อแสดงให้เห็นศักยภาพและความคิดของผู้บริหารสามารถทำให้ทราบได้ว่าผู้บริหารคนนั้นเป็นอย่างไร ซึ่งการเขียนที่ดีนั้นจะต้องสามารถถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก และสะท้อนบุคลิกทั้งสองของผู้บริหารและองค์กรที่สำคัญจะต้องโน้มน้าวผู้อ่านให้เชื่อในทิศทางที่ต้องการได้ ดังนั้นสรุปได้ว่า การเขียนเป็นภาพลักษณ์องค์กรและผู้บริหาร ลักษณะการเขียนที่ดี มีดังนี้

- สะท้อนความเป็นตัวตนที่มีเอกลักษณ์
- แสดงถึงวิสัยทัศน์ ความรอบรู้
- สะกดถูกต้อง
- ภาษาถูกต้อง
- เป็นธรรมชาติ
- มีส่วนร่วมกับเหตุการณ์
- สร้างความประทับใจ ชื่นชม
- ภาพลักษณ์เกิดได้แม้ไม่เคยรู้จักหรือเห็นตัว

เสถียร เศษประทับ (2540: 176) ได้กล่าวถึงเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง โดยมีการรับรู้ เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างภาพลักษณ์กล่าวคือ จะมีสิ่งที่ถูกรับรู้ซึ่งอาจเป็นคน สัตว์ สิ่งของ เหตุการณ์ผ่านเข้ามาทางช่องทางการรับรู้หรือประสาทสัมผัสของคนเรา ซึ่งต้องมีการตีความหรือให้ความหมายแก่สิ่งที่ถูกสังเกตหรือถูกรับรู้นั้น จึงนำไปสู่การสร้างความรู้โดยมีการ

แยกแยะลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งเหล่านั้น ความรู้ที่สร้างขึ้นไปเกี่ยวข้องกับความคิด ทักษะคิด ค่านิยมเดิมที่อยู่ในใจทำให้เกิดเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งที่ถูกสังเกตหรือถูกรับรู้ เช่น ความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ยอมรับ ไม่ยอมรับ ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่พร้อม จะแสดงออกในรูปของการกระทำที่มีทิศทางด้วย

นอกจากนี้ เสถียร เขยประทับ ยังได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ที่สอดคล้องกับ ลักษณะการก่อตัวของการสร้างภาพลักษณ์ในบุคคลแนวคิดหนึ่งคือ “ พัฒนาการของการรับรู้ที่ เรียกว่า การก่อรูปของความคิดจากการรับรู้ลักษณะภายนอก (Figurative thinking) ซึ่งเป็น การพยายามปรับภาพลักษณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นที่รูปลักษณะภายนอกของวัตถุ บุคคล หรือเหตุการณ์ในลักษณะที่คงที่ มีลักษณะที่เป็นการนำเสนอสิ่งที่ถูกสังเกตเป็นตัวนำไปสู่ การรับรู้ ในลักษณะที่ให้ภาพรวมๆที่เข้าใจได้ขึ้นภาพหนึ่ง ทำให้การรับรู้นี้ต้องมีการตีความ สร้าง เป็นความอึดวิสัยขึ้น และการนำเสนอภาพรวมนี้เป็นการมุ่งเน้นที่จะก่อให้เกิดความรู้สึกที่มีทิศทาง ต่อสิ่งที่ได้รับรู้มากกว่าที่จะมุ่งนำเสนอรายละเอียดเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อสิ่งที่ได้รับรู้ นั้น การพยายามสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่ต้องการก็ใช้หลักในการนำเสนอ ที่สอดคล้องกับการก่อรูปของความคิดจากการรับรู้ลักษณะภายนอกนี้เช่นกัน ซึ่งการก่อรูปของ ความคิดจากการรับรู้ลักษณะภายนอกในทางการเมือง มักจะเน้นภาพที่ปรากฏต่อสายตา (appearance) และ สไตล์มากกว่าเนื้อหาสาระให้ความสนใจต่อส่วนที่เป็นเค้าโครงมากกว่า รายละเอียด” หรืออาจกล่าวได้ว่านักการเมืองจะเน้นภาพลักษณ์ ลีลา หรือสิ่งที่ปรากฏต่อสายตา มากกว่านโยบายทางการเมือง เพราะฉะนั้นผู้นำทางการเมืองยุคใหม่ต้องเข้าใจว่าบุคลิกภาพและ ลีลา มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่าสาระ

นอกจากนี้ยังได้มียืนยันถึงภาพลักษณ์กับนักการเมืองเป็นของคู่กัน ภาพลักษณ์เป็นตัว แปรสำคัญตัวหนึ่งที่ทำให้ให้นักการเมืองได้รับหรือไม่ได้รับการเลือกตั้ง ได้รับหรือไม่ได้รับความนิยม เพราะฉะนั้นจึงเป็นสิ่งที่นักการเมืองต้องสร้าง ปรับปรุงและรักษาไว้ นักการเมืองหลายคนประสบความสำเร็จสูงในการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตนเอง แต่ไม่สามารถรักษาภาพลักษณ์นั้นไว้ได้นาน ประธานาธิบดี Cater ของสหรัฐอเมริกาเป็นตัวอย่างที่ดีในกรณีนี้ คือ การเลือกตั้งประธานาธิบดี สหรัฐอเมริกาใน ค.ศ. 1976 Cater ประสบความสำเร็จสูงมากในการสร้างและเสนอภาพลักษณ์ ของตนเองว่า เป็นคนธรรมดา เป็นคนของประชาชน คล้ายประชาชน คำขวัญของCater คือ รัฐบาลที่ดีเท่ากับประชาชน การออกเสียงให้Cater เท่ากับออกเสียงให้เราที่สะท้อนถึงค่านิยมและ ความดีของชาติในยุคที่นำอับอายของรัฐบาลNixon แต่เมื่อได้รับเลือกตั้งแล้ว คนอเมริกาต้องการ

ผู้นำที่มีลักษณะสมผู้นำ มีความเป็นผู้นำ มีความรอบรู้ และมีวิสัยทัศน์ ประธานาธิบดีต้องมึลักษณะสง่าผ่าเผยสมประธานาธิบดี เช่น ซอบใส่กางเกงยีนส์ในทำเนียบขาว ถือกะเป๋าเดินทางของตน ไม่ให้ดนตรีบรรเลงเพลง “Hail to the chief” การสำรวจมติมหาชนในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 1997 พบว่า ประชาชนร้อยละ 64 เห็นว่า Cater ทำให้ประชาชนมีความเชื่อถือรัฐบาล แต่เพียงหนึ่งปีต่อมาประชาชน ร้อยละ 63 เห็นว่า ทำให้ประชาชนไม่เชื่อถือรัฐบาล

### ภาพลักษณ์ของนักการเมือง

Mcnaire (1995: 124-127) ชี้ให้เห็นในเรื่องของการจัดการภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์ในทางการเมืองมีทั้งภาพลักษณ์ขององค์การและภาพลักษณ์บุคคล การที่จะประสบความสำเร็จในทางการเมืองนั้น การนำเสนอภาพลักษณ์ของบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด โดยภาพที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากบุคลิกภาพโดยผ่าน การแสดงกิริยา ท่าทาง คำพูด การแต่งกาย ทรงผมที่จะปรากฏในสื่อมวลชนเพื่อให้ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน อีกทั้งนักการเมืองต้องกำหนดภาพลักษณ์ที่ต้องการจะสื่อสาร โดยส่วนมากภาพลักษณ์ จะประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้ การเปรียบเทียบของความเป็นหนุ่มสาว การมีหน้าตาที่ดีดึงดูดใจ ภูมิหลัง การมีมารยาทและอ่อนน้อม การเป็นคนธรรมดาสามัญ และการคำนึงถึงส่วนรวม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องแสดงผ่านออกมาให้รับรู้ อย่างกรณีของนาง มากาเรต เท็ดเชอร์ ที่ต้องปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์เพื่อดึงดูดคนที่จะลงคะแนนเสียง โดยการสร้างให้เป็นหญิงเหล็ก ผ่านการแต่งกาย ทรงผมและการแต่งหน้าเพื่อให้ดูมีอำนาจ น่าเกรงขาม ฯลฯ

ลดาวัลย์ บัวเยี่ยม (2543: 18) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับผู้นำพรรคการเมืองยุคใหม่ที่คนไทยต้องการว่าต้องเป็นผู้นำแบบประชาธิปไตยที่มีคุณธรรม คุณภาพ ความสามารถทางการปกครองสูง เคารพและเข้าใจในคุณค่าหลักการของการสร้างสังคมธรรมรัฐ ได้รับความเชื่อมั่นศรัทธาจากสังคม สามารถระดมกำลังความร่วมมือได้ เข้าใจสังคมสมัยใหม่ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก มีความกล้าหาญและมีจริยธรรม

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า คุณลักษณะของนักการเมืองรุ่นใหม่ตามทัศนะของนักวิชาการพิจารณาได้ 3 มุมมอง

- มุมมองด้านความรู้ ได้แก่ การเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ

ได้ นอกจากนี้ยังต้องรอบรู้เกี่ยวกับสังคมภายนอกเพราะเป็นยุคสมัยของโลก ไร้พรมแดน  
ดังนั้นการติดตามข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับนักการเมืองยุคใหม่

- มุมมองด้านความคิด ความมีวิสัยทัศน์ มีเหตุผล เปิดกว้าง ใช้ความเป็นกลางในการพิจารณาแก้ไขปัญหาอย่างมีอุดมการณ์

- มุมมองด้านจิตใจ ได้แก่ ความเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม รู้จักเสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก นอกจากนี้ยังต้องเป็นผู้ที่มีความเข้มแข็ง เด็ดเดี่ยว กล้าหาญและถือชั้นดีธรรม เป็นต้น

สมชาย ภคภาสนวิวัฒน์ (2540) กล่าวถึงผู้นำทางการเมืองในทศวรรษหน้าว่า ผู้นำทางการเมืองยุคใหม่ที่ตอบสนองต่อโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบดังต่อไปนี้

- ผู้นำการเมืองยุคใหม่ต้องสามารถบริหารประเทศในลักษณะที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

- ผู้นำการเมืองยุคใหม่ต้องมีวิสัยทัศน์ กล่าวคือ เป็นคนที่ศึกษาทำความเข้าใจกับการเปลี่ยนแปลงของอนาคตอยู่ตลอดเวลา

- ผู้นำการเมืองยุคใหม่มีลักษณะเปิดใจกว้างเป็นผู้ที่สามารถรับฟังความคิดเห็นอันหลากหลายและถือชั้นดีธรรม

- ผู้นำการเมืองยุคใหม่ต้องมีความสามารถในการที่จะใช้เหตุผลและความเป็นกลางในการพิจารณาปัญหา

- ผู้นำการเมืองยุคใหม่ต้องรู้จักผูกพันกับโลกภายนอก คือ ต้องสัมผัสและรอบรู้เกี่ยวกับสังคมโลกภายนอกได้อย่างดี เพราะเรากำลังเข้าสู่โลกของการแข่งขันที่มีการเชื่อมต่อกันกับโลกภายนอก มาตรฐานในการแข่งขันจึงจำเป็นต้องเป็นมาตรฐานสากล ความรอบรู้ในเรื่องสากลจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับนักการเมืองที่จะกลายมาเป็นผู้นำประเทศในอนาคต

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของนักการเมืองได้ จะเกิดขึ้น จากองค์ประกอบดังนี้ ดังนี้

### 1. ภาพลักษณ์ทางกายภาพ

- เป็นหนุ่มสาว คนรุ่นใหม่
- ภูมิหลังที่ดี
- บุคลิกภายนอกดูดี
- คนธรรมดาสามัญ
- มีมนุษยสัมพันธ์

### 2. ภาพลักษณ์ด้านความรู้

- มีความรู้ ความสามารถ ในการบริหาร ปกครองและการแก้ไขปัญหา
- มีความรอบรู้ในทุกๆด้าน ติดตามข่าวสารข้อมูลอยู่เสมอ

### 3. ภาพลักษณ์ด้านความคิด

- มีวิสัยทัศน์
- มีเหตุผลและความเป็นกลางในการพิจารณาปัญหา
- เปิดใจกว้าง รับฟังความคิดเห็นที่หลากหลาย

### 4. ภาพลักษณ์ด้านจิตใจ

- ความเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม
- มีความเสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก
- มีความเข้มแข็ง เด็ดเดี่ยว กล้าหาญ
- มีความอดทน ถือชนติธรรม
- เป็นประชาธิปไตย
- สุขภาพ อ่อนน้อม

กล่าวโดยสรุป ภาพลักษณ์นักรการเมือง คือ ภาพของนักรการเมืองคนนั้นในความคิดคำนึงของประชาชนซึ่งเกิดจากการที่ประชาชนได้รับรู้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับนักรการเมืองและการประเมินนักรการเมืองซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ที่ประชาชนมีหรือผ่านทางอักษรสามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก และสะท้อนบุคลิกนักรการเมืองโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้ประทับใจ จดจำ เชื่อในทิศทางที่ต้องการได้ ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์ให้นักรการเมืองคนใดคนหนึ่งก็หมายถึงการให้ข้อมูลข่าวสารอันเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับนักรการเมืองและการจัดการแนวทางการทำงานของนักรการเมือง เพื่อให้ประชาชนที่ได้สัมผัสนักรการเมืองได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจซึ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์นักรการเมืองซึ่งสามารถแบ่งได้ ดังนี้ ภาพลักษณ์ทางกายภาพ ได้แก่ เป็นหนุ่มสาว คนรุ่นใหม่ มีประวัติส่วนตัวและประวัติการทำงานดี บุคลิกภายนอกดูดี มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นต้น ภาพลักษณ์ด้านความรู้ ได้แก่ มีความรู้ ความสามารถ ในการบริหาร ปกครองและการแก้ไขปัญหา มีความรอบรู้ในทุกๆด้าน ติดตามข่าวสารข้อมูลอยู่เสมอ เป็นต้น ภาพลักษณ์ด้านความคิด ได้แก่ มีวิสัยทัศน์ มีเหตุผลและความเป็นกลางในการพิจารณาปัญหา เปิดใจกว้าง รับฟังความคิดเห็นที่หลากหลาย เป็นต้น ภาพลักษณ์ด้านจิตใจ ได้แก่ ความเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม มีความเสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก มีความเข้มแข็ง เด็ดเดี่ยว กล้าหาญ มีความอดทน ถือชนดีธรรม เป็นประชาธิปไตย สุภาพ อ่อนน้อม เป็นต้น

นักรการเมืองจะต้องมีบุคลิกภาพส่วนตัวที่เหมาะสม รวมถึงคุณสมบัติที่ดี มีประวัติส่วนตัว ประวัติการทำงานดี มนุษยสัมพันธ์ดี กิริยามารยาท ท่าทางที่น่าประทับใจซึ่งการนำเสนอเรื่องราว นั้นต้องอยู่บนฐานของความเป็นจริง เพื่อจะได้ภาพลักษณ์ที่มีความหมายในเชิงบวกและเทคนิคการสร้างภาพลักษณ์ โดยการใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย คือ Facebook ที่เป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน โดยผ่านการนำเสนอด้วยการเขียนและภาพ สะท้อนความเป็นตัวตนที่มีเอกลักษณ์ แสดงถึงวิสัยทัศน์ ความรอบรู้ ทำให้มีส่วนร่วมกับเหตุการณ์ สร้างความประทับใจ ชื่นชม สุกต๋าย ช่วยทำให้เกิดภาพลักษณ์แม้ไม่เคยรู้จักหรือเห็นตัว

นอกจากนี้ยังได้กล่าวเพิ่มเติมถึงแนวทางใน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยอาศัยการกระทำและการสื่อสารเรื่องราวที่เป็นจริงให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้โดยการกำหนดพฤติกรรม การกระทำของนักรการเมือง เพื่อที่จะได้ใช้การกระทำที่ดีทั้งหลายมาเป็นเนื้อหาสาระในการเล่าเรื่องของนักรการเมืองคนนั้นให้ประชาชนได้รับรู้ ดังนั้นนักรการเมืองควรรู้ความสำคัญกับการสื่อสารว่า เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเล่าเรื่องให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ โดยเริ่มจากการกำหนดคุณลักษณะว่าเป็นอย่างไร มีจุดเด่นอย่างไรเพื่อที่จะได้สื่อสารออกไปให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้เพื่อจะ

ได้มีข้อมูลสะสมเกี่ยวกับนักการเมืองคนนั้นและความรู้ดังกล่าวจะไปเป็นตัวกำหนด ความรู้สึกที่มีต่อนักการเมืองในเชิงบวก เชิงลบ ทศนคติ ของประชาชนที่มีต่อนักการเมือง จนนำไปสู่การร่วมมือและสนับสนุน

## แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา

### ความสำคัญของการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นระเบียบวิธีวิจัยประเภทหนึ่งที่ใช้ในการวิจัยทางด้านสื่อสาร ซึ่งโดยทั่วไปนิยมใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้แก่ การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และ การวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) แต่ระเบียบวิธีวิจัยที่อาศัยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นี้ มีข้อแตกต่างระหว่างระเบียบวิธีวิจัยประเภทอื่น ๆ คือ การวิเคราะห์เนื้อหา จะมีลักษณะของการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เข้าด้วยกัน

สุวรรณคีรี คชาชีวะ (2525: 1) ได้เสนอว่าการสื่อสารนั้นองค์ประกอบอยู่ด้วยกัน 6 ประการ ได้แก่

1. แหล่งสาร หรือ ผู้ส่งสาร (Source or sender)
2. สาร (Message)
3. ช่องทางการสื่อสาร (Channel)
4. ผู้รับสาร (Receiver)
5. ผลที่เกิดจากการสื่อสาร (Effect)
6. ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback)

โดยในการวิเคราะห์เนื้อหา จะนำมาใช้กับองค์ประกอบตัวที่สอง คือ “สาร” แต่ไม่ได้หมายความว่า การวิเคราะห์เนื้อหานั้นสามารถพิจารณาเพียงแต่ลักษณะของสารเท่านั้น ทว่าการวิเคราะห์เนื้อหาจากสารนั้นยังทำให้สามารถวิเคราะห์ไปยังผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ตลอดจนผล และ ปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสารได้อีกด้วย

ดังนั้น การวิเคราะห์เนื้อหา จึงหมายถึงการนำเนื้อหาซึ่งมีลักษณะเชิงคุณภาพ มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อตอบปัญหาการวิจัยได้อย่างมีความเป็นปรนัย (Objectivity) คือได้ค่าตรงกัน และวัดได้เป็นนัยเดียว ชัดเจนไม่กำกวม

### ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหา

ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหามีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตามการพัฒนาทางด้านเทคนิคและการนำเครื่องมือในการวิเคราะห์เนื้อหาไปใช้กับปัญหาที่เกิดขึ้นมาใหม่ ๆ อย่างไรก็ตาม ความหมายต่าง ๆ ของการวิเคราะห์เนื้อหา มีการให้คำนิยามไว้ ดังนี้

ณัฐจิภา ณ ระนอง (2548: 23) ให้ความหมายไว้ว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคการวิจัยที่มีความเที่ยงตรงเป็นระบบ

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี (2541: 36) ได้อธิบายของการการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็นวิธีการศึกษา และการวิเคราะห์สื่อมวลชนในลักษณะที่มีระบบความเป็นปรนัย (วัตถุวิสัย) และเป็นตัวแปรในเชิงปริมาณ มักใช้หาความสัมพันธ์หรือความถี่ของสิ่งที่ปรากฏในสื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ

เกษม ศิริพันธ์ (2507: 2) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีวิจัยสื่อมวลชนชนิดหนึ่ง วิธีการมุ่งเฉพาะถึงเนื้อหาของสื่อมวลชนอันประกอบด้วย วิทยู โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรืออาจจะเป็นสื่อใหม่ (New Media) ก็ได้

อรนุช เลิศจรรยาภักษ์ (2524: 6) ให้คำนิยามการวิเคราะห์เนื้อหาว่า คือ การวิเคราะห์ให้เห็นประจักษ์ และการสำรวจเนื้อหาซึ่งแฝงอยู่กับเครื่องมือสื่อสาร โดยวิธีจัดประเภท จัดตาราง และการหาค่าจากสัญลักษณ์ และใจความเพื่อที่จะให้ทราบถึงความหมายและผลกระทบ

สรรค์วี คชาชีวะ (2507: 6) ได้สรุปความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่า

- 1) การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคในการวิจัยอย่างหนึ่งที่โดยมีวิธีการทางวิทยาศาสตร์ เช่นเดียวกับการวิจัยแบบอื่น ๆ
- 2) การวิเคราะห์เนื้อหาต้องมีการสร้างเครื่องมือที่เป็นวัตถุวิสัย (Objectivity) และมีความ

เชื่อถือได้ (Reliability) กล่าวคือ เครื่องมือที่สร้างเป็นเกณฑ์ ในการวิเคราะห์เนื้อหา นั้น เมื่อนำไปใช้ กับสถานการณ์ที่ต่างกัน ผู้วิเคราะห์ต่างกัน แต่ใช้กับข้อมูลแบบเดียวกัน ผลที่ได้ย่อมเหมือนกัน

3) การวิเคราะห์เนื้อหาควรมีผลสรุปที่อธิบายความหมายของเนื้อหาได้ ทั้งในด้าน ปริมาณ (Quantitative) และในด้านคุณภาพ (Qualitative) อย่างเที่ยงตรงโดยธรรมชาติของสาร (Validity)

นอกจากนี้ สรรค์วิธี คชาชีวะ ยังได้แสดงแบบจำลองของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ดังนี้ (ดูภาพที่ 4)

### หน่วยในการวิเคราะห์เนื้อหา

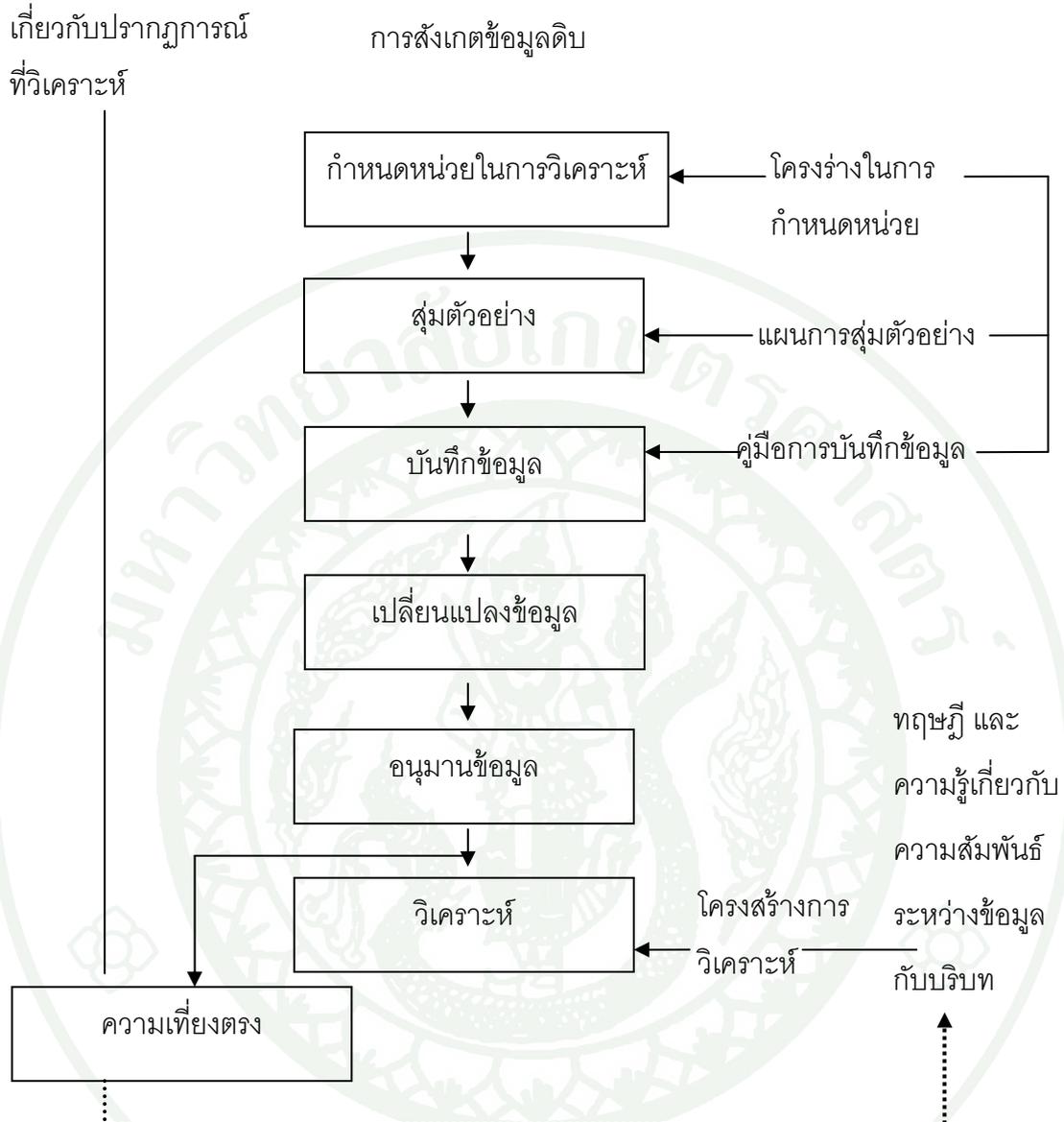
หน่วยในการวิเคราะห์เนื้อหาสามารถอธิบายได้ในเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น

1. หน่วยในการวิเคราะห์ (วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี, 2541: 39) ได้อธิบายถึงหน่วยที่สำคัญ 5 หน่วย ดังนี้

- การใช้คำ (Words) เป็นหน่วยที่เล็กที่สุดที่ใช้ในการวิเคราะห์ “คำ” อาจหมายถึง กลุ่มคำ (Words – compound) บางครั้งเรียกว่าหน่วยสัญลักษณ์ (Symbol) หรือใช้คำว่าถ้อยคำ (Term)

- แนวคิดหลัก (Theme) เป็นหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาที่ใหญ่กว่าคำ ซึ่งอาจปรากฏ อยู่ในรูปประโยคหรือข้อความ อาจอยู่ในประโยคเดี่ยว (Simple Sentence) หรือ สังกรประโยค (Sentence – Compound) การใช้แนวคิดหลักนี้นับว่าเป็นหน่วยที่มีประโยชน์สูงสุดในการ วิเคราะห์เนื้อหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นประโยชน์ สำหรับการศึกษามลกระทบของสื่อสารมวลชน ต่อสาธารณชน

หลักฐานโดยตรง  
เกี่ยวกับปรากฏการณ์  
ที่วิเคราะห์



ภาพที่ 4 แบบจำลองกระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา  
ที่มา: สรรค์วิ คชาชีวะ (2507: 18)

- คุณลักษณะ (Character) เป็นการกำหนดหน่วยโดยพิจารณาจากคุณลักษณะที่ปรากฏอยู่ในสาร เช่น ในบทละคร เรื่องราว การตัดสินใจพิจารณาลงรหัสของหน่วยนี้จำเป็นต้องพิจารณาทั้งเรื่องจึงสามารถแยกแยะคุณสมบัติออกมาได้ เช่น การแยกแยะ คุณสมบัติด้านการศึกษา สถานภาพทางการเงิน ศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้น

- รายละเอียด (Item) เป็นหน่วยที่ใช้บ่อยที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหาารายเรียงของสื่อที่ต่างกัน จะไม่เหมือนกัน เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ บทความ สุนทรพจน์ รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ จดหมาย เป็นต้น รายละเอียด คือ การจัดเรื่องราวอย่างกว้าง ๆ โดยการวิเคราะห์เรื่องทั้งหมด และภายในเรื่องแต่ละเรื่องนั้นยังสามารถจัดแบ่งแยกย่อยออกไปได้อีก เช่น ชาวสามารถจัดกลุ่มเนื้อหาารายเรียงได้อีก เช่น ชาวภายในประเทศ ชาวภายในประเทศ ชาวเศรษฐกิจ เป็นต้น

- การวัดเนื้อที่และเวลา (Space & Time) เป็นการวิเคราะห์ที่ใช้การวัดลักษณะทางกายภาพของงานสื่อสาร ความกว้างของคอลัมน์ จำนวนหน้า ความยาวของบรรทัด สำหรับรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ อาจวัดเป็นจำนวนนาที และวัดเป็นคอลัมน์นิ้ว สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์

การวิเคราะห์เนื้อหานั้นสามารถใช้หน่วยการวิเคราะห์หลาย ๆ ประเภท รวมกันได้ตามความเหมาะสมขึ้นอยู่กับการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษานั้น ๆ

## 2. หน่วยการระบุจำนวน (Unit of Enumeration)

- เนื้อที่ (Space) คือ การวัดเนื้อหาด้วยจำนวน คือ คอลัมน์นิ้ว คอลัมน์เซนติเมตร หน้า บรรทัด ย่อหน้า

- การปรากฏ (Appearance) เป็นการนับคุณสมบัติของเนื้อหาของสารที่ต้องการจะนับการปรากฏของเนื้อหาว่าปรากฏหรือไม่ปรากฏ

- ความถี่ (Frequency) เป็นวิธีการที่ใช้มากที่สุด ในการวิเคราะห์เนื้อหา เช่น การนับความถี่ของการใช้คำคำหนึ่ง เป็นต้น

- ความเข้ม (Intensity) เป็นหน่วยในการระบุจำนวนที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมและทัศนคติที่ปรากฏในเนื้อหาของสาร และจัดทำเป็นสเกล (Scale) เรียงลำดับข้อความที่แสดงความเข้มในเรื่องค่านิยมและทัศนคติ ในเรื่องที่มีแนวคิดหลักเดียวกันแต่มีการใช้คำและส่วนประกอบของประโยคต่างกัน ซึ่งจะเป็นตัวชี้ถึงความเข้มที่ต่างกัน

## ประโยชน์ของการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถใช้ประโยชน์ในการศึกษาหาแนวโน้ม ไม่ว่าจะ เป็นวิชาสาขาใดก็ตาม สามารถอธิบายถึงการพัฒนาการสาขาวิชาต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นขอบเขต และลักษณะของเนื้อหาในแต่ละช่วงเวลา และสามารถช่วยในการปรับปรุงเนื้อหาตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

อย่างไรก็ตาม การวิจัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหานั้นมีข้อแตกต่างจากการวิจัยประเภทอื่น ๆ อยู่หลายประการ (สมบัติ สนธิบรรณกุล, 2539: 21)

- การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่งซึ่งช่วยก่อให้เกิดสภาวะที่ผู้ได้รับการวิจัยโดยไม่รู้ตัว (Unobtrusive) ทำให้เกิดความเป็นธรรมชาติของข้อมูลที่ได้รับอันเป็นผลที่จะได้รับการวิเคราะห์เนื้อหาที่ศึกษาจากสาร (Message)
- การวิเคราะห์เนื้อหาไม่สามารถนำไปใช้ได้กับข้อมูลที่ไม่มีโครงสร้างชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับกรวิจัยแบบอื่น เช่น การออกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ ซึ่งลักษณะเช่นนี้ เป็นการวางแผนคำตอบให้กับผู้ตอบในขณะที่การวิเคราะห์เนื้อหานั้น ผู้วิจัยต้องสนใจข้อมูลทุกอย่างที่ส่งมาจากผู้ส่งสาร ซึ่งอาจประกอบด้วยภาษา เหตุผลจะไม่มีลักษณะของข้อมูลที่ถูกระบุโครงสร้างข้อมูลมาก่อนแล้ว
- การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดความหมายของข้อมูล ตลอดจนกระบวนการทำให้ข้อมูลอยู่ในรูปแบบของสัญลักษณ์ ซึ่งการวิจัยด้วยเทคนิคอื่น ๆ จะไม่สนใจในเรื่องของการใช้ภาษา การใช้ถ้อยคำในการตอบ และไม่มี การนำเอาคำตอบดังกล่าวมาทำให้อยู่ในรูปแบบของสัญลักษณ์
- การวิเคราะห์เนื้อหา สามารถใช้กับข้อมูลที่มีความกว้างมาก ขณะที่การวิจัยแบบอื่น จะทำการศึกษาได้ในวงแคบ เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีซึ่งเป็นการศึกษาแบบเชิงลึก

ผู้ศึกษาเลือกใช้แนวคิดในการวิเคราะห์เนื้อหา ในการช่วยสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูล และบันทึกข้อมูลการนำเสนอที่ปรากฏในเว็บไซต์ Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปจัดหมวดหมู่ วิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบของการนำเสนอ

## ทฤษฎีสัญญาวิทยา

ในการสร้างสรรค์ Facebook ของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้มีการใช้สัญลักษณ์ ภาษา ในสร้างความหมายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจ โดยผู้ศึกษาได้นำเอาทฤษฎีสัญญาวิทยา มาอธิบายถึงวิธีการสร้างความหมายตามทฤษฎีสัญญาวิทยา ตามความคิดดังต่อไปนี้

กาญจนา แก้วเทพ (2543: 3-21) ได้กล่าวถึง เรื่องสรุปคุณสมบัติที่จำเป็น 3 ประการของสัญญาะคือ

1. ต้องมีรูปธรรม ซึ่งอาจจะเป็นภาพ เสียง อักษร หรือวัตถุ หรืออื่นๆ
2. มีความหมายมากกว่าตัวเอง
3. ผู้ใช้สัญญาะต้องตระหนักว่า รูปธรรมดังกล่าวนั้นเป็นสัญญาะ

ในทางสัญญาวิทยา F. de Saussure ผู้วางรากฐานวิชาสัญญาวิทยาให้คำนิยามของวิชาสัญญาวิทยาไว้ว่า “สัญญาวิทยาเป็นศาสตร์ที่ศึกษาวิถีชีวิตของสัญญาะภายในสังคมที่สัญญาะนั้นนั้นถือกำเนิดขึ้นมา รวมทั้งแสวงหากฎที่ควบคุมอยู่เบื้องหลัง” โดยอาจกล่าวได้ว่าสัญญาวิทยาเป็นศาสตร์ที่ศึกษาค้นคว้าในเรื่องที่เกี่ยวข้อง 3 เรื่อง คือ

1. ตัวสัญญาะ(sign) สัญญาวิทยาจะศึกษาประเภทต่างๆ ของสัญญาะนับตั้งแต่เรื่องภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาภาพ ภาษาเสียง ไปจนกระทั่งถึงรูปร่าง เสื้อผ้าฯลฯ โดยจะสนใจวิธีการที่สืบทอดความหมายของสัญญาะเหล่านี้ รวมทั้งวิธีการที่สัญญาะเหล่านี้เข้ามาเกี่ยวพันหรือเชื่อมโยงกับสัญญาะ ทั้งนี้เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า สัญญาะเป็นผลผลิตทางความคิดของมนุษย์ ดังนั้น การที่จะทำความเข้าใจสัญญาะ จึงจำเป็นต้องเข้าใจตัวมนุษย์ผู้สร้างสัญญาะนั้นด้วย

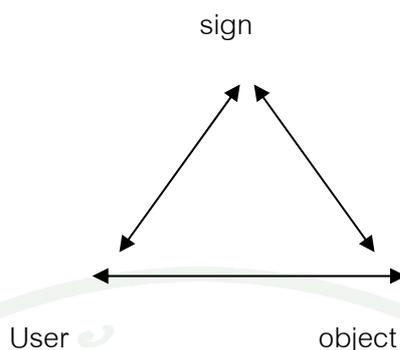
2. รหัส/ระบบ(code/system) เนื่องจากการใช้สัญญาะไม่ได้เป็นไปตามยถากรรม หากแต่มีการจัดทำขึ้นอย่างเป็นระบบ ระบบที่นำเอาสัญญาะมาประกอบเข้าด้วยกันนั้น เรียกว่า รหัส ซึ่งมีมากมาย แต่ละประเภทคุณสมบัติต่างกัน

3. วัฒนธรรม เนื่องจากสัญญะเป็นผลิตรกรรมของมนุษย์ ดังนั้น จึงเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม ทั้งสัญญะและรหัสจึงถูกสร้างถูกใช้ทำงานอยู่ได้บริบททางวัฒนธรรมแบบหนึ่งๆเท่านั้น หากเปลี่ยนบริบทสัญญะและรหัสนั้นก็จะเปลี่ยนแปลงความหมายไป

กาญจนา แก้วเทพ (2543: 9) กล่าวว่าคุณูปการของการนำเอาสัญญะวิทยามาใช้ในศาสตร์สาขาต่างๆ รวมทั้งศาสตร์ด้านการสื่อสารว่า นักสังคมศาสตร์ที่นำเอาสัญญะวิทยามาใช้ในงานศึกษาของตนนั้นจะช่วยขยายความเข้าใจเกี่ยวกับการศึกษา object ต่างๆ ในวัฒนธรรมหนึ่งๆ ว่า object เหล่านั้นไม่ใช่object เฉยๆแต่objectนั้นๆ ยังเป็นตัวหมายหรือรูปสัญญะ(Signifier) ของมโนภาพบางอย่าง หรือเป็นเนื้อหาสาระ (Message) บางอย่าง ดังนั้นในสายตาของนักสัญญะวิทยา ปรัชญาการณ์ทางวัฒนธรรมหนึ่งๆจะถูกวิเคราะห์ว่าเป็นระบบเชิงสัญญะ (Semiological System) ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งบ้าน (ที่เป็นภาษาของนิตินสเฟอริเจอร์) การแต่งตัว (ที่เป็นภาษาของแฟชั่น) การเล่นเกมกีฬา (ที่เป็นภาษาของกีฬา) และระบบเหล่านี้สามารถวิเคราะห์เพื่อค้นหาความหมายและกฎที่ควบคุมการจัดระบบสัญญะนั้นๆได้

เนื่องจาก เนื้อหาที่ปรากฏอยู่ใน Facebook ประกอบด้วย ภาษาเขียน ภาษาภาพ ภาษาเสียง สัญลักษณ์ ซึ่งเป็นการรวมเอาสัญญะประเภทต่างๆเข้าไว้ด้วยกัน ภายใต้บริบททางวัฒนธรรมของชุมชนออนไลน์ในFacebook ดังนั้นจึงต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทของสัญญะเพื่อใช้ในการวิเคราะห์บุคลิกภาพที่อยู่ภายใต้เนื้อหาใน Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่สร้างขึ้น

การศึกษาสัญญะตามทัศนะของPeirce กล่าวว่า สัญญะ (sign) นั้นประกอบด้วย 2 ส่วน คือ Signifier หรือลักษณะที่เราเห็น และ Signified หรือลักษณะที่เราหมายถึง ทั้งนี้สนใจอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Signifier) กับแนวคิดที่สัญญะนั้นอ้างอิง โดยพิจารณาจาก 3 มุม ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นได้จากรูป ภาพดังนี้



**ภาพที่ 5** องค์ประกอบในการสร้างสัญญาณทั้ง 3 ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ (sign) ผู้ใช้ หรือผู้ตีความ (User/interpreter) วัตถุที่มีอยู่จริง (object/external reality) ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ (2543: 43)

จากภาพกระบวนการสร้างสัญญาณนั้นจะต้องมีองค์ประกอบย่อยที่ขาดไม่ได้ 3 ส่วน คือ ลักษณะทางกายภาพ (sign) ผู้ใช้ หรือผู้ตีความ (User/interpreter) วัตถุที่มีอยู่จริง (object/external reality) โดยที่องค์ประกอบย่อยทั้ง 3 ตัวนี้เชื่อมโยงถึงกันและกัน หมายความว่า การทำความเข้าใจองค์ประกอบย่อยตัวหนึ่งนั้น จะต้องพิจารณาให้สัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อยตัวอื่นๆ

นอกจากนี้ Peirce ยังได้แยกระดับของสัญญาณตามกระบวนการถอดความหมายไว้ 3 ระดับ คือ

1. Icon เป็นสัญญาณที่มีรูปร่างหน้าตาคล้ายหรือเหมือนกับวัตถุที่มีจริงอย่างมากที่สุด เช่นภาพถ่าย รูปปั้น รูปวาด
2. Index เป็นสัญญาณที่มีความเกี่ยวพันโดยตรงกับวัตถุที่มีจริง การถอดรหัส Index นั้นจะ ใช้การคิดหาเหตุผลเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงเหตุ ผล ระหว่าง index กับ object
3. Symbol เป็นสัญญาณที่ไม่มีความเกี่ยวพันเชื่อมโยงอันใดระหว่างตัวสัญญาณกับวัตถุที่มีอยู่จริง หากแต่ความเกี่ยวพันที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากข้อตกลงร่วมกันระหว่าง users การถอดรหัสของ Symbol นั้น จำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้ของผู้ใช้สัญญาณนั้นเพียงอย่างเดียว

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นสามารถนำสัญญาณประเภทต่างๆ มาเปรียบเทียบกับเนื้อหาใน Facebook ได้ดังต่อไปนี้

1. สัญญรูป (icon) หมายถึงภาพเหมือนที่ถูกลำมาแสดงแทนของจริงใน Facebook ได้แก่ ภาพถ่ายบุคคล ซึ่งภาพเหล่านี้เป็นการสร้างบุคลิกภาพโดยอาศัยรูปร่างหน้าตา หรือ อุปนิสัยผ่านทางภาพถ่าย ซึ่งเป็นการสื่อสารด้วยอวัจนภาษา มีองค์ประกอบต่างๆดังนี้

- อาการภาษา (body movement) หมายถึง การเคลื่อนไหวของร่างกายและการเคลื่อนไหวของมือ รวมถึงกิริยาอาการ ท่าทาง อากัปกิริยา ซึ่งสามารถบ่งบอกความเป็นตัวเองได้

- เนตรภาษา(eye contact) หมายถึงการใช้สายตา รวมถึงการแสดงออกทางหน้าตาที่บ่งบอกความรู้สึกถึงอารมณ์ เช่น หน้ายิ้ม หน้าบึ้ง เป็นต้น

- วัตถุภาษา (object) หมายถึง วัตถุสิ่งของและลักษณะภายนอกต่างๆที่มองเห็นเป็นรูปร่างเช่น การแต่งกาย แสดงฐานะ และบุคลิกของบุคคล

2. ดัชนี (index) ภาพที่ใช้ต่างๆหรือสัญลักษณ์ต่างและภาษาที่ใช้จากก่อให้เกิดความคิดที่เชื่อมโยงว่านาย อภิสัทธี เวชชาชีวะ นั้นมีบุคลิกลักษณะนิสัยอย่างไร เช่น five โลโก้ทีมฟุตบอลที่ชอบ

3. สัญญลักษณ์ที่ใช้ใน Facebook ประกอบด้วย

- ภาษา เป็นการสื่อสารด้วยอวัจนภาษา ประกอบด้วย ข้อความต่างๆเช่น ข้อมูลส่วนตัว (โปรไฟล์) คำบรรยายใต้อัลบั้มรูปภาพ สมุดบันทึก ความเห็น และอวัจนภาษา ได้แก่ เพลงที่ชอบ

- สัญญลักษณ์ต่างๆรวมไปถึงภาพที่แทนที่ตนเอง

จะเห็นได้ว่า เนื้อหาที่ปรากฏอยู่บน Facebook นั้นประกอบด้วยกลุ่มสัญญาณที่รวมไปด้วย สัญญรูป ดัชนี และสัญญลักษณ์ ซึ่งสัญญาณเหล่านี้ถูกนำมาใช้ในการสร้างบุคลิกภาพผ่าน Facebook และนำมาร้อยเรียงเป็นเรื่องราวที่อธิบายถึงเอกลักษณ์ของนาย อภิสัทธี เวชชาชีวะ ว่า

มีบุคลิกภาพเป็นอย่างไร ซึ่งอาศัยการเล่าเรื่องราวด้วยเนื้อหา ที่ประกอบด้วยวจนัตถุญะ และอวจนัตถุญะ

กาญจนา แก้วเทพ (2543: 34-5) ได้แบ่งประเภทของความหมายที่อยู่ในสัตถุญะทุกอย่าง ว่า มี 2 ความหมาย ดังนี้

- ความหมายโดยอรรถ(Denotative meaning) หรือความหมายโดยตรง เป็นตัว หมายถึงที่ถูกสร้างขึ้นมาจากภววิสัย กล่าวคือ เป็นความหมายที่เข้าใจกันตามอักษรเป็น ความหมายที่เข้าใจตรงกันเป็นส่วนใหญ่ และยอมรับกันทั่วไปหรือความหมายที่ระบุในพจนานุกรม
- ความหมายโดยนัย (connotative meaning) ความหมายแฝงเป็นตัวหมายถึงที่ ประกอบสร้างอย่างตรงกันข้ามกับตัวหมายโดยอรรถ กล่าวคือ ถูกประกอบสร้างขึ้นมาจาก เป็นอัตวิสัย (Subjective) ไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคลเช่น ประสบการณ์ส่วนตัว อารมณ์ความรู้สึก แต่ละคน เป็นต้น ระดับสังคม ที่จะให้ความหมายโดยนัยแตกต่างกันในสังคม

อย่างไรก็ดีความหมายโดยนัยนั้นมีความซับซ้อนและเกี่ยวโยงไปถึงสภาพแวดล้อมทาง สังคม วัฒนธรรมของผู้ผลิตและผู้อ่านสัตถุญะนั้น ดังนั้น การตีความหมายของสัตถุญะระหว่าง บุคคลทั้งสองอาจไม่ตรงกัน ซึ่งกรณีดังกล่าวนี้ภคสัตถุญะวิทยาไม่ถือว่าล้มเหลวทางการสื่อสารแต่ เป็นการถอดรหัสที่คลาดเคลื่อนเท่านั้น นอกเหนือการใช้เนื้อหาที่น่าเสนอแล้ว ยังมีองค์ประกอบ อื่นๆที่สามารถสร้าง ความหมายโดยนัยขึ้นมาได้เช่น การใช้ขนาดภาพ หรือความใกล้ไกลก็จะทำให้ ความหมายที่ได้ต่างกัน การจัดเรียงภาพหรือจัดกลุ่มของภาพเป็นหนึ่งในกระบวนการสร้าง ความหมายโดยนัย

แนวคิดเรื่องการเปรียบเทียบอุปมาอุปมัยและการเปรียบเทียบเชื่อมโยง (Metaphor and Metonymy)

**Metaphor** เป็นวิธีการถ่ายโอนความหมายโดยเลือกเอาสัตถุญะ 2 ตัวมาวางคู่กัน โดย ที่สัตถุญะตัวหนึ่งมีความหมายที่รับรู้กันแล้วอีกสัตถุญะหนึ่งยังไม่รู้ความหมายแต่หลังจากมีการ นำมาเข้าคู่กันแล้ว ความหมาย จากสัตถุญะตัวแรก ก็จะถูกโอนถ่ายมายังสัตถุญะตัวหลังได้ โดยเฉพาะสัตถุญะในสื่อมวลชนที่ใช้ภาพ เสียง เพื่อสื่อความหมาย

**Metonymy** เป็นการถ่ายโอนความหมายจากสัญลักษณ์แรกไปสู่สัญลักษณ์ที่สอง แต่ความต่างอยู่ที่เป็นการเอาส่วนย่อยส่วนหนึ่งมาแทนแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมดหรือเลือกภาพตัวแทนมาแทนความจริง ดังนั้น กระบวนการเลือกและตัดสินใจว่าจะเลือกภาพอะไรจึงสำคัญที่สุด

การจัดระบบสัญลักษณ์ ได้มีวิธีการที่จะนำเอาสัญลักษณ์มาจัดระบบรหัสต่างๆ ซึ่งมีอยู่ 2 วิธีการใหญ่ คือ

1. **Paradigmatic** เป็นชุดของสัญลักษณ์ที่มีความหมายเหมือนกันโดยที่ในทุกๆ สัญลักษณ์แต่ละตัวที่อยู่ในparadigm เดียวกันนั้นจะต้องมีลักษณะบางอย่างร่วมกัน แต่ในเวลาเดียวกันunit ย่อยนั้นจะต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ทำให้สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน

2. **Syntagmatic** เป็นวิธีการประกอบสัญลักษณ์ย่อยๆ เข้าด้วยกันตามลำดับขั้นตอน เพื่อให้ได้ความหมายที่ต้องการ อย่างเช่นในเรื่องของภาษา

อาจกล่าวได้ว่าในการใช้สัญลักษณ์ครั้งหนึ่งๆจะมีรูปการจัดระบบทั้งParadigmaticและ Syntagmatic เกิดควบคู่กันอยู่เสมอซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์บุคลิกภาพที่อยู่ภายในสัญลักษณ์ต่างๆ ใน Facebook ไม่ว่าจะเป็นภาพถ่าย ภาษา ฯลฯ ออกมาเป็นความหมายที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ เช่นในเรื่องของการแต่งกายที่อิทธิพลในภาพถ่ายจะมีการเลือกและการนำมาประสมประสานในแต่ละครั้งจะเป็นไปตามรหัสเพื่อให้สื่อความหมายตามที่ใช้สัญลักษณ์ ต้องการมีหลายมิติทั้งในเรื่องการสื่อถึงเอกลักษณ์ของตัวเองว่าเป็นคนอย่างไร ความสัมพันธ์ระหว่างตัวเองกับคนที่เราสัมพันธ์ด้วย

### ประเภทของรหัส

นอกจากสนใจในเรื่องของสัญลักษณ์ (Sign) ในการตีความบุคลิกภาพของนักการเมืองที่ต้องการจะสื่อแล้ว ยังได้ศึกษาในนำของรหัส (Code) อีกด้วย กล่าวคือ

อรรถกร ปิลันธน์ไวกวาท (2549: 275) ได้ให้ความหมายของคำว่า รหัส กล่าวคือ สิ่งที่เชื่อมโยงผู้ส่งสารและผู้รับสารที่เอื้ออำนวยให้กระบวนการส่งและรับความหมายเป็นอันหนึ่งอัน

เดียวได้ กล่าวคือ ทั้งสองฝ่ายจะต้องมีรหัสเดียวกัน การถอดรหัสที่แตกต่างกันของผู้รับสารเป็นกฎของการสื่อสารมิใช่ข้อยกเว้น ซึ่งหมายความว่าผู้รับสารเองมีกรอบอ้างอิงหลายกรอบที่จะนำมาใช้ในการถอดรหัส เพราะฉะนั้นจึงไม่มีการถอดรหัสที่ผิดพลาดมีแต่การถอดรหัสที่แตกต่างไปจากผู้ส่งเท่านั้น

กาญจนา แก้วเทพ (2543: 58-60) ได้พูดถึงลักษณะร่วมของทุกรหัส กล่าวคือ

- ทุกรหัสจะต้องระบุจำนวน สัญลักษณ์ย่อย(unit) ที่ถูกเลือกมาจากparadigm ทั้งหมด ดังนั้นจะมีการระบุการเลือกกว่าจะมีสัญลักษณ์ อะไรบ้างที่ถูกนำมาใช้และ สัญลักษณ์ดังกล่าวถูกนำมาประสมประสาน (Syntagmatic) กันอย่างไร
- ทุกรหัสจะต้องแสดงความหมายมากกว่าตัวเอง อันเป็นไปตามหลักของสัญลักษณ์
- สำหรับการแสดงออกของรหัสแต่ละประเภทนั้นอาจแตกต่างกัน รหัสบางอย่างอาจจะแสดงออกอย่างเป็นทางการ เช่นกฎที่ต้องปฏิบัติตาม ส่วนรหัสบางอย่างอาจรับรู้กันเป็นนัยๆโดยอาศัยความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งมักเป็นรหัสทางวัฒนธรรมซึ่งเมื่อรหัสใดถูกสร้างขึ้นมาแล้วก็จำเป็นต้องมีช่องทางหรือสื่อที่เหมาะสมในการถ่ายทอดให้กลุ่มคนที่จะใช้รหัสนั้นรับรู้ร่วมกัน
- ทุกรหัสจำเป็นต้องสร้างข้อตกลงร่วมกันระหว่างผู้ใช้รหัส ซึ่งเรื่องที่จะตกลงกันนั้นได้แก่ หน่วยที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ย่อยจะมีอะไรบ้าง กฎที่จะเลือกหน่วยมา(Paradigmatic) และจะรวมกันอย่างไร (Syntagmatic)
- รหัสทุกรหัสที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นจะมีหน้าที่ทางวัฒนธรรมโดยทำหน้าที่เป็นศูนย์กลาง ร่วมกันของทุกวัฒนธรรม ดังนั้นรหัสจึงเป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้สำหรับวัฒนธรรมหนึ่ง และเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้คนในสังคมของตนเข้าใจการดำรงอยู่ในสังคมนั้นได้

จะเห็นได้ว่าใน Facebook มีการควบคุมด้วยรหัสหลายๆประเภท อย่างเช่น

รหัสทางวัฒนธรรม(Culture Code) เป็นรหัสที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ เช่น ของนักการเมืองไหว้ประชาชนและ การทักทายด้วยการยิ้ม เพื่อแสดงความเป็นมิตรไมตรีและต้องการความช่วยเหลือเพื่อจะได้มีตำแหน่งเป็นผู้แทนฯ

รหัสเกี่ยวกับบุคคล(Personal code) เช่น ภาพถ่ายที่แสดงถึงการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยดูเหมาะสมกับการเป็นผู้มีความรู้และเป็นผู้นำ

กาญจนา แก้วเทพ (2543: 78-85) กล่าวว่า รหัสทางสังคม(Social code) มีแนวความคิดพื้นฐานว่า คนเราทุกคนมีสถานะที่เป็นปัจเจกอยู่ในกลุ่มเพราะฉะนั้นสถานภาพต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ถูกใส่รหัสลงความหมายเอาไว้แล้วทั้งนั้น รหัสสังคมนั้น เป็นรหัสที่พยายามจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน และคนกับสังคมของเขาซึ่งในทางวิชาสังคมวิทยาจะถือว่า ชีวิตทางสังคมเปรียบเสมือนละครเวทีหรือเป็นเสมือนเกมที่ปัจเจกบุคคลต้องเข้าไปเล่นแสดงการกระทำตามบทที่ได้รับมอบหมายมา บทบาทเหล่านี้เมื่อพิจารณาจากมุมมองของนักสังคมวิทยาแล้วก็คือสัญลักษณ์ทางสังคมเช่นเล่นบทเป็นพ่อที่รับผิดชอบครอบครัว

### ประเภทของรหัสสังคม แบ่งเป็น 4 กลุ่มใหญ่ คือ

1. Protocols คนทุกคนจะมีตำแหน่งและหน้าที่แตกต่างกันออกไปในหน่วยสังคมแบบต่างๆ เช่น ครอบครัว พรรคการเมือง ฯลฯ เราจะทราบตำแหน่งและหน้าที่ของบุคคลเหล่านั้นได้จากชื่อสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว
2. Rituals รหัสสังคมที่เกี่ยวข้องกับแบบวิธีของการสื่อสารในกลุ่ม
3. Fashion รหัสทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับวิธีการทำตัวให้เหมือนกลุ่ม ไม่ว่าจะผ่านสัญลักษณ์ เช่น การแต่งตัว การกิน
4. Game เป็นรหัสทางสังคมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับศิลปะ เนื่องจากเป็นการจำลองความเป็นจริงทางสังคมและจับผู้คนให้เข้าไปอยู่ในสิ่งที่จำลองขึ้นมาแล้วปล่อยให้คนแสดงออกมาตามรหัสที่ได้วางเอาไว้

สัญญาณทางสังคม (Social sign) หมายถึง สัญญาณที่แสดงความหมายของการเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสังคมด้วยการเข้ามาสวมบทบาททำหน้าที่แสดงออกด้วยการกระทำในบริบทของสังคม มักจะมีความหมายโดยนัยเป็นส่วนมาก เนื่องจากประสบการณ์ทางสังคมของคนเรามักประกอบด้วยลักษณะ 2 ด้านทั้งด้านใช้เหตุผลและอารมณ์ความรู้สึก ดังนั้นประเภทสัญญาณทางสังคมที่จะใช้รหัสทางสังคมสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ดังนี้

1. สัญญาณแห่งเอกลักษณ์ (Sign of Identity) หมายถึง สัญญาณทุกอย่างที่แสดงการยึดปักใจให้เกาะติดเป็นส่วนหนึ่งของสังคมหรือกลุ่มสังคมนั้น ได้แก่

- ธง ตราประจำตระกูล ตราประจำโรงเรียน สีประจำมหาวิทยาลัย
- เครื่องแบบที่แสดงว่าเราเป็นคนกลุ่มไหน
- การตกแต่งร่างกาย หน้าตา ทรงผม
- ชื่อ ชื่อเล่น
- เครื่องหมายการค้า โลโก้

2. สัญญาณที่แสดงพฤติกรรมเชิงความสัมพันธ์กับผู้อื่น เป็นสัญญาณที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ที่บุคคลนั้นจะแสดงออกต่อบุคคลอื่นๆในบริบทต่างๆ สัญญาณที่แสดงพฤติกรรมได้แก่

- น้ำเสียง
- การทักทาย การแสดงความสุภาพ
- การเคลื่อนไหวของร่างกาย

### สัญญาณในงานประชาสัมพันธ์และงานโฆษณา

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2549: 268) ได้กล่าวถึงหลักในการพิจารณาสัญญาณของงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรามักจะศึกษาในส่วนที่เป็นอวัจนภาษา ได้แก่ ภาพ เช่น ภาพเขียน ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว, การออกแบบ การจัดวางองค์ประกอบ, เครื่องหมายการค้า, การให้สี, การเคลื่อนไหวและเสียงประกอบ, การสัมผัส เช่น เนื้อสัมผัส กลิ่น เสียง, ลักษณะอักษร เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปการวิเคราะห์เนื้อหาในFacebookนั้นต้องอาศัยสัญญาวิทยาเข้ามาช่วยเป็นกรอบในการวิเคราะห์หรือวาทภาษาที่เกิดขึ้นซึ่งสามารถช่วยแปลเป็นความหมายในบริบทสังคมของสังคมนั้น ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างส่งสัญญาโดยใช้รหัสที่เป็นที่เข้าใจในวัฒนธรรมนั้นเพื่อสื่อสารกันในแต่ละมุมต่างๆ เช่นการที่อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้ใช้รหัสทางวัฒนธรรมและบุคคล รวมถึงสัญญาทางสังคมเข้ามาสื่อถึงบุคลิกภาพของตนเองจนนำไปสู่การโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายใน Facebook ซึ่งเป็นแบบเฉพาะของชุมชนในFacebook ได้แก่ การใช้สัญญาแห่งเอกลักษณ์ (Sign of Identity) อาทิ การใช้สีฟ้าเป็นพื้นของหัวข้อ หรือเป็นตัวอักษร เพื่อแสดงถึง สิ่ประจำพรรค ประชาธิปัตย์ การใช้โลโก้พรรคเพื่อแสดงสถานะว่าเป็นสมาชิก และโลโก้ทีมฟุตบอลนิวคาสเซิลและการแต่งกายในเสื้อทีมฟุตบอล เพื่อแสดงความสนใจ การแต่งกาย หน้าตา ทรงผม ที่สุภาพ เรียบร้อย ฯลฯ และการใช้สัญญาที่แสดงพฤติกรรมเชิงความสัมพันธ์กับผู้อื่นจากภาพถ่าย และภาพเคลื่อนไหวที่แสดงถึงบทบาทของการเป็นผู้นำครอบครัว ผู้นำพรรค การทำกิจกรรมลงพื้นที่ต่างๆ ในชุมชน ทำทางแสดงความสุภาพ อ่อนน้อม ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีสัญญาในลักษณะของอักษรที่บอกเล่าถึงความเป็นตัวตน ความสนใจ วิสัยทัศน์และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ อีกด้วย นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายยังได้มีการใช้สัญญาที่เป็นสัญลักษณ์ในรูปแบบต่างๆ ที่มีอยู่ใน Facebook เพื่อแสดงถึงภาพที่มีต่ออภิสิทธิ์ เช่นการเป็นฮีโร่ รูปหล่อ เท่ๆ มีมนุษย์สัมพันธ์ดี เป็นต้น หรือการใช้ภาพเคลื่อนไหว วาทภาษา อวาทภาษา ในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากแนวคิดทั้งหมดจะเห็นได้ว่าปรากฏการณ์การสื่อสารที่เกิดขึ้นล้วนแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาจากได้ข้อเท็จจริงตั้งแต่เอกลักษณ์ของนักการเมืองที่ถูกกำหนดด้วยบุคลิกภาพของเขาใน Facebook ผ่านการสร้างสรรคด้วยการใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางจนเกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลในรูปแบบใหม่เกิดปฏิสัมพันธ์กันโดยไม่ต้องพบปะหน้าตาเหมือนในอดีตแต่ก็สามารถรู้จักกันและพูดคุยกันได้จนเกิดเป็นเพื่อนหรือคนรู้จักในโลกออนไลน์เสมือนเป็นเหตุการณ์จริงจนทำให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของนักการเมืองคนนั้น ความรู้สึกถึงการให้คุณค่าตีความหมายด้วยตัวเองจนเกิดเป็นจินตภาพที่ถูกสังเคราะห์ขึ้นเป็นตัวแทนจากการตีความในเชิงบวกหรือลบ

## เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชาตรี เชื้อมโนชาญ (2549) ศึกษาเรื่อง สื่อมวลชนท้องถิ่นกับภาพลักษณ์ของนักการเมือง ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่น ในการนำเสนอข่าวการเมืองท้องถิ่น และความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของนักการเมืองท้องถิ่นผ่านสื่อ ผลการศึกษาพบว่า สื่อเสนอข่าวเกี่ยวกับผลงานของผู้บริหารเทศบาลฯ ในทางบวก ทำให้ประชาชนมีภาพลักษณ์ของนักการเมืองในทางดี และสื่อมีบทบาทในการเสนอข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ การเสนอข่าวมีความต่อเนื่องรวดเร็ว ให้ความรู้ และสะท้อนความเห็นของประชาชนตามลำดับ

วชิรภรณ์ อาทรมิตร (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์นักการเมืองผู้หญิงในสายตา สื่อมวลชน พบว่า ภาพลักษณ์นักการเมืองหญิงจะมีทิศทางการนำเสนอที่ดีขึ้น เมื่อเทียบกับการศึกษาถึงภาพลักษณ์ของสตรีที่ผ่านมา มีการนำเสนอบทบาทของนักการเมืองหญิงในรูปแบบต่างๆมากขึ้น เช่น ในรูปแบบของบทบาทบรรณาธิการและการ์ตูนการเมือง แสดงถึงนัยยะทางการเมืองว่านักการเมืองหญิงเริ่มมีบทบาทมากขึ้น แม้ว่าส่วนใหญ่บทบาทก็จะเน้นในประเด็นเดิม แม้ว่าจะมีการกล่าว ถึงบทบาทของนักการเมืองหญิงในหน้าหนึ่ง ในฐานะของผู้นำกลุ่มการเมืองและรัฐมนตรีที่มีบทบาททางการเมืองสูงก็ตาม ภาพลักษณ์ก็จะนำเสนอในลักษณะเป็นกลางมากที่สุด เห็นว่าสตรีได้เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยการที่มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายและพบว่าบทบาทของสตรีที่ถูกนำเสนอในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์จะมีภาพลักษณ์ของนักการเมืองหญิงในลักษณะที่เป็นกลางจนถึงบวกมากที่สุด

ดวงพร จำปาศรี (2547) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร ที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท.ดร. ทักษิณ ชินวัตร ในหนังสือพิมพ์ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอภาพลักษณ์ของพ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร โดยนักหนังสือพิมพ์โดย 1. ปัจจัยภายใน ซึ่งได้แก่ ภูมิหลังของ พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร และบุคลิกภาพของพ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร 2. ปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่การเป็นพรรคการเมืองน้องใหม่ และนโยบายของพรรคไทยรักไทย นโยบายในการนำเสนอข้อมูลภาพลักษณ์ของพ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตรของสื่อมวลชนมี 4 ประการ ได้แก่ เป็นข้อเท็จจริงและมีผลต่อสังคมไทย เป็นการดีเพื่อก่อไม่ได้เป็นฝ่ายตรงข้ามหรือทำลายใครและอยู่ในกรอบของจริยธรรม เสนอมุมมองใหม่ๆ ให้กับประชาชน และเนื้อหาข้อมูลต้องมีหลักฐานยืนยัน

ดาวรุ่ง อรุณเวช (2548) ทำวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในมุมมองของประชาชน : ศึกษากรณีองค์การบริหารส่วนตำบลหนองแก อำเภอมือง จังหวัดอุทัยธานี” ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแก อำเภอมือง จังหวัดอุทัยธานี มองภาพลักษณ์ของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล (ซึ่งทำหน้าที่มาระยะหนึ่งแล้ว) อยู่ในระดับดีมาก ทั้ง 4 ด้านประกอบด้วย ด้านที่หนึ่งด้านคุณสมบัติและบุคลิกลักษณะ ด้านที่สองด้านหน้าที่ตามกฎหมาย ด้านที่สามด้านบทบาทต่อการบริหารงานในท้องถิ่น และด้านที่สี่ด้านผลงานของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการที่ประชาชนมองภาพลักษณ์ที่ดีในด้านคุณสมบัติและบุคลิกลักษณะนั้น นายกองค์การบริหารส่วนตำบล จะต้องมีความสัมพันธ์ที่ประชาชน

อภิรดี ตันติสุนทรโธม (2551) ศึกษาเรื่อง “การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการกำหนดบุคลิกภาพของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ผ่าน Hi5” จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ผ่าน Hi5 จะต้องมีการกำหนดบุคลิกภาพที่ชัดเจน ได้แก่ ภาพ ข้อความ สัญลักษณ์ และสี โดยเฉพาะภาพถ่ายและข้อความ มีความสำคัญในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบุคลิกภาพของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้บุคลิกภาพของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ผ่าน Hi5 ใน 3 ด้าน คือ มีความสามารถ ความเป็นธรรมชาติ และมีระดับ และบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะเชิงบวกในด้านกายภาพ ด้านความรู้ ด้านความคิด ด้านจิตใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

อรุณทัย ปันสิริ (2544) ศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นบนโฮมเพจของวัยรุ่นไทยที่สร้างขึ้นว่า โฮมเพจของวัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่ในบริบทของสังคมไทยและวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในบริบทสังคมอเมริกัน เพื่อค้นหาและเปรียบเทียบบรรทัดฐานภายในและภายนอก บริบทการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ที่กำหนดอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นบนโฮมเพจ ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นบนโฮมเพจของวัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่ในบริบทสังคมอเมริกันมีความเหมือนกัน อย่างไรก็ตามพบว่า บรรทัดฐานภายในและภายนอกบริบทการสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ บรรทัดฐานภายในบริบทการสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์จะต้องเปิดเผยข้อมูลด้านบวกและสะท้อนอัตลักษณ์ทางด้านดี

จากงานวิจัยชิ้นนี้ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงลักษณะของอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นบนโฮมเพจ ซึ่งประกอบไปด้วยภาพและข้อความต่างๆ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับ Facebook อีกทั้งสามารถ

สนับสนุนความเป็นไปได้ในเรื่องของบริบทการสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์สามารถสร้างเอกลักษณ์ของบุคคลได้และจะนำไปสู่ภาพลักษณ์ในบุคคลนั้น กล่าวคือ บริบทการสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์จะต้องเปิดเผยข้อมูลด้านบวกและสะท้อนอัตลักษณ์ทางด้านดี (เสรี วงษ์มณฑา, 2550)



บุคลิกภาพของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่นำเสนอผ่าน Facebook

### บทที่ 3

#### วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสร้างภาพลักษณ์ของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะด้วยการกำหนดบุคลิกภาพผ่านเฟซบุ๊ก” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าการสร้างภาพลักษณ์ของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะผ่าน เฟซบุ๊ก เป็นผลมาจากการกำหนดบุคลิกภาพหรือไม่ อย่างไร เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแต่ละขั้นตอนนั้นได้มีการดำเนินงาน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์เอกสาร (Document Research) โดยนำเนื้อหาที่ปรากฏ Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้แก่ ภาพ ข้อความ สัญลักษณ์ ต่างๆ เสียง และอื่นๆ ที่ให้ความหมายเกี่ยวกับ บุคลิกภาพ มาวิเคราะห์ ด้วยวิธีการบันทึกข้อมูลในแต่ละส่วนเก็บเป็นไฟล์ของแต่ละหน้าไว้ในโปรแกรมการนำเสนอ (Power Point) เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามทฤษฎีสัญญะวิทยาที่เป็นกรอบในการค้นหาบุคลิกภาพของ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่ปรากฏใน Facebook

#### รูปแบบของการวิจัย

รูปแบบของการศึกษาวิจัยจะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จะเลือกศึกษาเฉพาะข้อความที่ปรากฏอยู่ในหน้าเว็บ Facebook ของนาย อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่แสดงถึงภาพลักษณ์ และ บุคลิกภาพ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) แล้วนำเสนอผลที่ได้ในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ข้อความ รูปภาพและวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ Facebook ของนาย อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ทั้งหมด ในช่วงระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม 2553 – 30 พฤศจิกายน 2553

## เครื่องมือและวิธีในการเก็บข้อมูล

### การเก็บข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการบันทึกหน้ากระดาษข้อความ (Wall post) ที่ปรากฏในเว็บไซต์ Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และเมื่อได้ข้อมูลมาแล้ว จะทำการจัดเก็บในโปรแกรมการนำเสนองาน เพื่อจะนำมาวิเคราะห์ตามทฤษฎีสัญญาวิทยาที่เป็นกรอบในการค้นหาภาพลักษณ์ บุคลิกภาพของ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่ปรากฏใน Facebook

### การบันทึกข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการออกแบบตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ด้านเนื้อหาและรูปแบบรวมถึงบุคลิกภาพ และ ภาพลักษณ์ที่ปรากฏออกมาจากเนื้อหาสารและรูปภาพบน Facebook ของ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

ตารางบันทึกข้อมูลได้ออกแบบให้มีช่องว่างสำหรับบันทึก ลำดับขึ้นข้อมูล และวันที่ จะบันทึกโดยการใส่ตัวเลขหรือตัวอักษร ส่วนของเนื้อหา ประเด็นของเนื้อหา จุดประสงค์ สถานที่เกิด เหตุการณ์ รวมถึง ภาพลักษณ์และบุคลิกภาพที่อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้แสดงให้เห็นปรากฏออกมาในหน้าเว็บไซต์ของ Facebook จะบันทึกด้วยเครื่องหมาย ✓ ในการระบุขึ้นข้อมูลว่าอยู่ในข้อใด เช่น 1,2,3 ..... ตามหัวข้อที่กำหนดไว้ บันทึกข้อมูลเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ ไปจนครบกลุ่มตัวอย่างที่เลือกไว้ เพื่อนำไปสู่ตารางที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป (ดูภาพที่ 6)

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

หลังจากที่สร้างเครื่องมือในการวิจัย คือ ตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) แล้ว ได้นำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบถึงความสอดคล้องให้ตรงตามวัตถุประสงค์ แล้วปรับปรุงแก้ไขให้ตรงกับประเด็นของการศึกษาวิจัย เมื่อได้รับการอนุมัติแล้วว่าเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำมาใช้อ้างอิงในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้แล้วจึงได้นำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริงต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บข้อมูลดิบของเนื้อหาสาร และ รูปภาพ บน Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะแล้ว ลำดับต่อไป จึงทำการนับผลรวมของจำนวนขึ้น พร้อมทำการคำนวณค่าเฉลี่ยเป็นร้อยละ ซึ่งผู้ทำการวิจัยได้ใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับบันทึกและประมวลผลข้อมูล

จากนั้นจึงสรุปผลที่ได้ มาวิเคราะห์หาลักษณะเด่นใน บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเชื่อมโยง

### การนำเสนอข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิจัย ได้ใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ประกอบกับการนำเสนอในรูปแบบตารางที่แสดงการรวมปริมาณข้อมูลพร้อมค่าเฉลี่ยในแต่ละหัวข้อ พร้อมทั้งคัดตัวอย่างข้อความและรูปภาพจากเว็บไซต์ Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มาบางส่วนมาเพื่อประกอบคำบรรยาย







## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง“การสร้างภาพลักษณ์ของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะด้วยการกำหนดบุคลิกภาพผ่านเฟซบุ๊ก” โดยแต่ละขั้นตอนนั้นได้มีการดำเนินงาน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์เอกสาร (Document Research) เพื่อศึกษาความโดดเด่นในภาพลักษณ์และความโดดเด่นในบุคลิกภาพของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะผ่าน Facebook และความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ และบุคลิกภาพ ของ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ต่อการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ปรากฏในเฟซบุ๊ก ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ โดยการศึกษาแบ่งตามประเภทที่นำเสนอ 5 ลักษณะดังนี้

1. ประเภทที่นำเสนอบนเฟซบุ๊ก
2. วัตถุประสงค์ที่นำเสนอบนเฟซบุ๊ก
3. จำนวนผู้แสดงความคิดเห็นและถูกใจบนเฟซบุ๊ก
4. กลุ่มของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ทางด้านกายภาพ

ภาพลักษณ์ทางด้านความรู้

ภาพลักษณ์ทางด้านความคิด

ภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ

## 5. กลุ่มของบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพแบบจริงจัง

บุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ

บุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น

บุคลิกภาพแบบลึกลับซับซ้อน

บุคลิกภาพแบบแกร่ง / ลุย

## ประเภทที่นำเสนอบนเฟซบุ๊ก

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลประเภทที่นำเสนอบนเฟซบุ๊ก

ประเภทที่นำเสนอ	คำตอบ	ร้อยละ
ข้อความและรูปภาพ	154	46.95
ข้อความ	151	46.04
ลิงค์	13	3.96
วิดีโอ	10	3.05
<b>รวม</b>	<b>328</b>	<b>100</b>

จากตารางจะเห็นได้ว่า Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มีการนำเสนอ ข้อความ และรูปภาพมากที่สุดมาเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจาก ข้อความและรูปภาพ สามารถช่วยในการสร้าง บุคลิกภาพของตัวนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้ดี เช่น ใน Facebook ได้ขึ้นข้อความและรูปภาพ ( ข้อความ ณ วันที่ 10 ตุลาคม 2553 เวลา 21.36 น. ) ว่า “สัมผัสของหัวใจ นายกรัฐมนตรีลงตรวจพื้นที่ และเยี่ยมให้กำลังใจผู้ได้รับผลกระทบจากเหตุน้ำท่วม พร้อมบันทึกเทปรายการเชื่อมั่น ประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์ ณ บ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี วันเสาร์ ที่ 9 ตุลาคม พ.ศ.2553” และได้ข้อความ มีรูปภาพนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ กำลังโอบกอดประชาชนอยู่ทำให้เรามองเห็น ทั้ง ภาพลักษณ์และบุคลิกภาพ ได้ดี โดยเมื่อสมาชิกที่อยู่ใน Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

เห็นข้อความและรูปภาพเหล่านี้แล้ว เกิดความชื่นชอบ คุณนายก็เป็นมิตรกับประชาชน จึงทำให้เกิด การแสดงความคิดเห็นบนหน้ากระดานข้อความ และ กด ถูกใจ กันเป็นจำนวนมาก

### วัตถุประสงค์ที่นำเสนอบนเฟซบุ๊ก

#### ตารางที่ 2 ตารางสรุปผลวัตถุประสงค์ที่นำเสนอบนเฟซบุ๊ก

วัตถุประสงค์ที่นำเสนอ	คำตอบ	ร้อยละ
ประชาสัมพันธ์	175	53.35
แจ้งข่าวสาร	118	35.98
โน้มน้าวใจ	28	8.54
ให้ความรู้	7	2.13
รวม	328	100

จากตารางจะเห็นได้ว่า Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะนั้น ส่วนใหญ่จะเน้น “ประชาสัมพันธ์” มาเป็นอันดับหนึ่ง ทำให้สมาชิกได้ทราบความเคลื่อนไหวว่าวันนี้ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้ทำภารกิจอะไรบ้าง เช่น ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์และบุคลิกภาพที่ดี เช่น “ชาวไทย ในกรุงบรัสเซลส์เข้าเยี่ยมและให้กำลังใจนายกรัฐมนตรี ณ กรุงบรัสเซลส์ ประเทศเบลเยียม วัน จันทร์ ที่ 4 ตุลาคม พ.ศ.2553” ( ข้อความ ณ วันที่ 5 ตุลาคม 2553 เวลา 23.33 น.) ลำดับต่อมา วัตถุประสงค์ที่นำเสนอเป็นการ “แจ้งข่าวสาร” นั้น ได้แก่ ข้อความ “ศอช.ประกาศห้ามใช้เส้นทาง คมนาคมหรือยานพาหนะในเส้นทาง ถ.พิษณุโลก ราชดำเนินนอก ลูกหลวง นครปฐม ฝ้าฝืนโทษ จำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ ” (ข้อความ ณ วันที่ 6 สิงหาคม 2553 เวลา 23.30 น.) เป็นการแจ้งข่าวสารให้สมาชิกใน Facebook ทราบ และวัตถุประสงค์ต่อไป คือ “โน้มน้าวใจ” ได้แก่ข้อความ “รองเสธ.ทบ.ชี้กลุ่มผู้ชุมนุมพยายามสร้างภาพความวุ่นวายให้ เห็นว่ารัฐบาลไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ ระบุยอดผู้ชุมนุมพื้นที่ราชประสงค์ลดลงจากหมื่น เศษเหลือ 3,000-5,000 คน” ทำให้สมาชิกใน Facebook อ่านแล้วเกิดความคิดต่าง ๆ นานา เช่น การชุมนุมอาจจะยุติลง ทำให้สมาชิกมีความเชื่อมั่นในตัวนายกฯ จะเห็นบ้านเมืองสงบในเร็ววัน หรือ สมาชิกใน Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่มีความคิดเห็นต่างกัน อาจจะเข้าร่วม ชุมนุม เมื่อเห็นข้อความนี้แล้ว อาจจะไม่อยากเข้าร่วมชุมนุมอีก เป็นต้น

### จำนวนผู้แสดงความคิดเห็นและถูกใจบนเฟซบุ๊ก

ตารางที่ 3 ตารางสรุปผลจำนวนที่แสดงความคิดเห็น และ แสดงความถูกใจบนเฟซบุ๊ก

จำนวน	ค่าตอบ	ร้อยละ
ผู้แสดงความถูกใจ	718,979	75.87
ผู้แสดงความคิดเห็น	241,360	25.13
รวม	960,339	100

จากตารางจะเห็นได้ว่ามีจำนวนผู้แสดงความถูกใจกับ Facebook นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มาเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยจำนวนทั้งสิ้น 718,979 เนื่องจาก การแสดงความถูกใจของสมาชิกนั้น จะแค่กดปุ่ม “Like” เพื่อแสดงความเห็นชอบ หรือ ถูกใจกับข้อความ ที่ Facebook ของนาย อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะแสดงออกมา จึงทำให้มีจำนวนมากกว่าจำนวนสมาชิกที่แสดงความคิดเห็น โดยข้อความที่ปรากฏบน Facebook ของนายอภิสิทธิ์ ที่มีสมาชิกกด Like มากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่



**Abhisit Vejjajiva** "If you lose hope, somehow you lose the vitality that keeps life

moving, you lose that courage to be, that quality that helps you go on in spite of it all. And so today I still have a dream" ถ้าเราหมดสิ้นความหวัง

เราก็เหมือนสูญสิ้นพลังที่จะผลักดันชีวิต

สูญเสียความกล้าที่จะก้าวต่อไป

ความหวังคือสิ่งที่ทำให้เราก้าวต่อไปแม้จะเผชิญอุปสรรคใดๆ

และในวันนี้ผมก็ยังมีความหวัง พร้อมเคียงข้างพวกเรา นำพาประเทศไทยเรากลับสู่ความสงบ

20 พฤษภาคม เวลา 17:13 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 20,672 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (6,730)

ภาพที่ 7 ข้อความที่มีผู้แสดงความถูกใจมากที่สุด อันดับ 1

จากภาพที่ 7 มียอด สมาชิกกด Like จำนวน 20,672 คน จากช่วงเวลาดังกล่าว ประเทศไทย กำลังเผชิญปัญหาในเรื่องของการชุมนุมของกลุ่ม แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) ทำให้บ้านเมืองเกิดปัญหาวุ่นวาย และมียอดผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตจากเหตุการณ์ในครั้งนี้มาก ดังนั้น จึงทำให้ประชาชนชาวไทย และ สมาชิก Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะอยู่ในช่วง ท้อแท้ และ สิ้นหวัง การที่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ขึ้น สถานะแบบนี้

จึงเหมือนเป็นแรงบัลดาลใจให้ประชาชนทุกคน และ สมาชิก Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคในครั้งนี้ และมีประโยคที่แสดงให้เห็นว่า “และในวันนี้ผมก็ยังมีความหวังพร้อมเคียงข้างพวกเรา นำพาประเทศไทยเรากลับสู่ความสงบ” ทำให้สมาชิก Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มองเห็นบุคลิกภาพความจริงใจที่มีต่อ ประชาชน ขึ้นมา ทำให้ยอดการกด Like กับ ข้อความนี้ เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด



**Abhisit Vejjajiva** ครอบครัวผมไม่ได้อยากให้ผมเล่นการเมืองอยู่แล้วแต่ว่าสิ่งหนึ่งที่เขาได้ย้ำและผมประทับใจมากในช่วงเหตุการณ์ก็คือว่าเมื่อเข้ามาแล้วให้ทำสิ่งที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์กับบ้านกับเมืองส่วนอะไรจะเกิดขึ้นเราก็ต้องยอมรับ

23 พฤษภาคม เวลา 17:34 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 19,091 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (5,842)

### ภาพที่ 8 ข้อความที่มีผู้แสดงความถูกใจมากที่สุด อันดับ 2

จากภาพที่ 8 มียอดสมาชิก กด Like จำนวน 19,091 คน โดยข้อความดังกล่าวนี้ ก็ปรากฏอยู่ในขณะที่ประเทศไทย กำลังเผชิญปัญหาในเรื่องของการชุมนุมของกลุ่ม แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) ทำให้บ้านเมืองเกิดปัญหารุนววย และมียอดผู้บาดเจ็บและเสียชีวิตจากเหตุการณ์ในครั้งนี้มาก ดังนั้นข้อความนี้ แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจในด้านมีความเสียสละของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ต่อตำแหน่งหน้าที่นายกรัฐมนตรีของไทย และในกลุ่มของบุคลิกภาพ ก็จัดอยู่ในกลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงใจ โดยให้ความสำคัญกับครอบครัว และ มีความอ่อนนไหว กับเรื่องนี้ โดยสมาชิก Facebook ที่อ่านข้อความ ก็มองภาพเห็นว่า นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นคนที่รัก และให้ความสำคัญกับครอบครัว และ ครอบครัว ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เอง ก็ให้ความสำคัญกับบ้านเมือง เช่นกัน ทำให้ภาพลักษณ์ และ บุคลิกภาพ ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และ ครอบครัว เป็นที่ชื่นชอบแก่ประชาชนใน Facebook



**Abhisit Vejjajiva** หลายคน บอกว่าผมเอาตัวรอด ผมคงอยู่สบาย แต่ประชาชนเดือดร้อน ผมเรียนด้วยความสัตย์จริงครับ ไม่จริงหรอกครับ ชีวิตผมก็ถูกคุกคามอยู่ตลอดจนถึงทุกวันนี้ และก็รู้ว่าจะต้องถูกคุกคามต่อไปในระยะเวลาที่ เหลืออยู่ ในการทำงานทางการเมือง หรือแม้กระทั่งเกินเลยไปกว่านั้น แต่ผมยืนยันครับว่าเมื่อผมอาสาแล้ว ผมทำหน้าที่เต็มที่ ถ้าผมกลัว ผมลาออกไปแล้วครับ ถ้าผมอยากอยู่สบายผมลาออกไปแล้วครับ

09 พฤษภาคม เวลา 14:28 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 Tokinava Khung และอีก 13,324 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (4,158)

### ภาพที่ 9 ข้อความที่มีผู้แสดงความถูกใจมากที่สุด อันดับ 3

จากภาพที่ 9 มียอดสมาชิกกด Like จำนวน 13,325 คน โดยข้อความดังกล่าวนี้ก็ปรากฏอยู่ในเหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศไทยเช่นกัน จากกระแสในขณะนั้น มีสมาชิกไปแสดงความคิดเห็นตามเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือ กระแสที่พูด กันในกลุ่มประชาชนว่า นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ อยู่สบาย ไปไหนมีคนคอยดูแล คู้มกันตลอดเวลา แต่คนเดือดร้อน คือประชาชน ที่ต้องเผชิญกับภาวะวิกฤติเช่นนี้ ทำให้นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ต้องมาแสดงภาพลักษณ์ความเสียสละ และความอดทน เพื่อให้ประชาชนและสมาชิกใน Facebook ได้เห็นว่า ตนเองก็ถูกคุกคามอยู่ตลอดเวลา และ ถูกคุกคามตลอดในระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งหน้าที่นายกรัฐมนตรี และถ้าอยากอยู่อย่างสบาย ตน ก็ จะลาออกไปแล้ว ทำให้สมาชิกที่อ่าน ข้อความ บน Facebook ของนาย อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เกิดความเห็นใจ และหลายคน ก็เปลี่ยนทัศนคติได้จากข้อความนี้ ทำให้มียอดสมาชิกกด Like กับ ข้อความนี้เป็นจำนวนมาก

ส่วนจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น เป็นอันดับ 2 รองลงมาจากผู้แสดงความคิดเห็นถูกใจ ด้วยจำนวน 241,360 ความคิดเห็น โดยการแสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่ นั้น จะเป็นการเขียนแสดงความคิดเห็นสนับสนุน และให้กำลังใจ กับนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ รองลงมา จะเป็นการแสดงความคิดเห็น และติชม การทำงานของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ รวมทั้ง พรรคประชาธิปัตย์ และ รัฐบาลด้วย โดยจำนวนความคิดเห็น สูงสุด ต่อข้อความบน Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่



**Abhisit Vejjajiva** ขณะนี้รัฐบาลประกาศเคอร์ฟิวสในกรุงเทพฯแล้ว ตั้งแต่ สองทุ่ม ถึงหกโมงเช้าครับโปรดติดตามข่าวสารตลอดเวลาครับ

19 พฤษภาคม เวลา 18:40 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 8,626 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (7,242)

ภาพที่ 10 ข้อความที่มีผู้แสดงความคิดเห็นมากที่สุด อันดับ 1

จากภาพที่ 10 มีผู้คนแสดงความคิดเห็นจำนวนทั้งสิ้น 7,242 ข้อความ โดยข้อความดังกล่าว เป็นการแจ้งข่าวสารจากนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ สู่มหาชิกใน Facebook ประชาชนที่เห็นข้อความดังกล่าว บางคนก็รู้สึกหวาดกลัว บางคนก็รู้สึกตื่นเต้น เพราะไม่เคยเกิดเหตุการณ์ประเภทนี้ในประเทศไทยมาก่อน โดยข้อความส่วนใหญ่จะมีรายละเอียด คือ ให้กำลังใจและชมเชยการปฏิบัติงานของ เจ้าหน้าที่ ศูนย์อำนวยความสะดวกแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉิน (ศอฉ.) และ การทำงานของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ อีกด้านหนึ่ง จะเป็นการ กล่าวประณามการกระทำของกลุ่มผู้ก่อการร้าย ว่าทำให้บ้านเมืองเกิดความวุ่นวาย ทำให้ประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานครเกิดปัญหาขึ้น

ตัวอย่างข้อความจากสมาชิกใน Facebook นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่กล่าวแสดงความคิดเห็นมีดังต่อไปนี้

1. จากคุณ Wuttipong Thongkam ...มีคนไทยหลายสิบล้านคนเป็นกำลังใจให้ นะครับ
2. จากคุณ Patchayamart Jintra เป็นกำลังใจให้นายกและทหาร ศอฉ. ทุกท่าน ให้สิ่งศักดิ์คุ้มครองคนดีๆ อย่างท่านให้พ้นจากภยันตรายใดๆทั้งปวง ด้วยเถิด
3. จากคุณ Jarutat Nimpoonsawat ต้องจัดการให้เด็ดขาดและเด็ดหลาบ อย่าให้รวมตัวกัน ทำลายบ้านเมืองให้เสียหายได้อีกคะเห็นใจและเอาใจช่วยท่านนายกนะคะ ...
4. จากคุณ Sukumala Phasamontri ให้กำลังใจนายกนะคะ..... แต่ช่วยปราบพวกก่อการร้ายให้เร็วๆหน่อยสิคะ อยากไปช่วยปราบด้วยจริงๆ พวกมันทำลายบ้านเมืองประเทศชาติมากมาย ถ้าเรื่องนี้เกิดขึ้นที่อเมริกาหรืออังกฤษคงไม่ยืดเยื้อแบบบ้านเรามังคะ !!! นายกั๊วๆ ผู้เค้านะคะ
5. จากคุณ Nutnaree Noomin ขอบคุณในความเสียสละและทำเพื่อคนไทยและประเทศไทย



**Abhisit Vejjajiva** ครอบครัวผมไม่ได้อยากให้ผมเล่นการเมืองอยู่แล้ว แต่ว่าสิ่งหนึ่งที่เขาได้ย้ำและผมประทับใจมากในช่วงเหตุการณ์ก็คือว่าเมื่อเข้ามาแล้วให้ทำสิ่งที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์กับบ้านกับเมืองส่วนอะไรจะเกิดขึ้นเราก็ต้องยอมรับ  
23 พฤษภาคม เวลา 17:34 น. · ลูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 19,091 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (5,842)

ภาพที่ 11 ข้อความที่มีผู้แสดงความคิดเห็นมากที่สุด อันดับ 2

จากภาพที่ 11 มียอดสมาชิกแสดงความคิดเห็นจำนวน 5,842 ข้อความ โดยข้อความนี้ ก็ปรากฏอยู่ในยอดจำนวนสมาชิกที่แสดงความคิดเห็นถูกใจมากที่สุดเป็นอันดับ 2 เช่นกัน โดยสมาชิกใน Facebook ส่วนใหญ่ ก็จะเข้ามาให้กำลังใจ และ แสดงความขอบคุณต่อ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และครอบครัวที่เสียสละเพื่อดูแลประเทศชาติและประชาธิปไตย ตัวอย่างข้อความจากสมาชิกใน Facebook นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่กล่าวแสดงความคิดเห็นมีดังต่อไปนี้

1. จากคุณ Pornchai Bunnam ขอขอบคุณท่านและครอบครัวท่านในความเสียสละที่มีต่อชาติ บุญคุณนี้ไม่มีเดือนเลย ขอขอบพระคุณครอบครัวท่านนายกอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ทุกคนครับ
2. จากคุณ Sirijan Seangjan ขอขอบคุณท่านนายกและครอบครัวที่เสียสละเพื่อประเทศชาติพวกเรายู่ข้างท่านเสมอ ขอให้กำลังใจคะ
3. จากคุณ Sasithorn Poolsuk เป็นนายกรัฐมนตรีที่รักของพวกเราต่อไปและตลอดไปนะคะ จะเป็นกำลังใจให้เสมอ รักษาสุขภาพด้วยนะคะ เชื่อว่าท่านต้องพาประเทศเราเดินหน้าต่อไปได้อย่างดีที่สุด ขอขอบคุณที่ท่านเสียสละเพื่อชาติและบ้านเมืองของเรา เราภูมิใจในตัวท่านจริงๆ
4. จากคุณ Parut Srisawat ผมรู้สึกโชคดีที่ประเทศไทยมีท่านเป็นนายกรัฐมนตรี ผมรู้สึกอบอุ่นและประทับใจในตัวของท่านมากครับ
5. จากคุณ Nunthawan Chuemchit ขอขอบคุณมากคะ สำหรับทุกสิ่งทุกอย่างที่ท่านทำ
6. จากคุณ Sorawit Suttisak เพื่อบ้านเมืองของเราและปกป้องในหลวงของชาวไทยทุกคนที่ท่านบอกว่ายอมรับว่าต่อจากนี้ไปชีวิตของท่านและครอบครัวอาจไม่เป็นปกติ ยิ่งไงแล้วขอสดมภ์ขอให้พระเจ้าคุ้มครองท่านนายกและครอบครัวให้มีความปลอดภัย... ใครที่คิดร้ายต่อท่านขอให้สิ่งนั้นย้อนกลับไปหาผู้ที่คิดร้ายเอง รักษาสุขภาพนะคะต่อจากนี้ไปคงนอนหลับสนิทซั๊กที่



**Abhisit Vejjajiva** เชื้อมั่วประเทศไทย มั่นใจในตัวผมครับ

06 พฤษภาคม เวลา 1:57 น. · เลิกชอบ · แสดงความคิดเห็น

👍 คุณ Tokinava Khung และคนอื่นอีก 11,848 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (5,314)

**ภาพที่ 12** ข้อความที่มีผู้แสดงความคิดเห็นมากที่สุด อันดับ 3

จากภาพ 12 มียอดสมาชิกแสดงความคิดเห็นจำนวน 5,316 ข้อความ โดยข้อความนี้ทำให้ภาพลักษณ์ของนาย อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนชาวไทยและสมาชิกใน Facebook ได้โดยสมาชิกใน Facebook ส่วนใหญ่เข้ามาแสดงความคิดเห็นว่าเชื่อถือนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ พร้อมทั้งให้กำลังใจ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และรัฐบาล ด้วย

ตัวอย่างข้อความจากสมาชิกใน Facebook นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่กล่าวแสดงความคิดเห็นมีดังต่อไปนี้

1. จากคุณ ละเอียด มีแก้ว รักนายก รักประเทศไทย รักรัฐบาล
2. จากคุณ Eve Wong เชื่อมั่นและ มั่นใจในท่านนายกเสมอค่ะ ^^ สู้ๆ นะคะ
3. จากคุณ Pattana Jaimit ขอขอบคุณท่านนายกมากนะคะที่ไม่ลาออก นายกต้องอดทนนะคะ ยังมีประชาชนส่วนมากที่ยืนเคียงข้างท่านนายกและเป็นกำลังใจให้ท่านนายกตลอดไป ดิฉัน เชื่อมั่นในความคิดของท่านนายกและเชื่อมั่นว่าท่านนายกเป็นคนดีของประเทศค่ะ
4. จากคุณ Sandy Rooymai มั่นใจมาตลอดค่ะ...ฝากประเทศไทยให้ท่านนายก ๆ ดูแล ไม่สนับสนุนการยุบสภาเด็ดขาดค่ะ
5. จากคุณ Fernii Berry เชื่อว่าท่านนายกต้องทำได้ค่ะ สู้ ๆ ค่ะ

### กลุ่มของภาพลักษณ์

#### ภาพลักษณ์ทางด้านกายภาพ

ตารางที่ 4 ตารางสรุปผลภาพลักษณ์ทางด้านกายภาพ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

ภาพลักษณ์ทางด้านกายภาพ	คำตอบ	ร้อยละ
บุคลิกภาพภายนอกดูดี	106	60.57
มีมนุษยสัมพันธ์	28	16
เป็นคนธรรมดาสามัญ	26	14.86
เป็นคนรุ่นใหม่	14	8
มีภูมิหลังที่ดี	1	0.57
<b>รวม</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

จากตารางจะเห็นได้ว่า ภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ โดยใช้รูปภาพที่ปรากฏผ่านสื่อ Facebook นั้น เมื่อนำมาพิจารณาจากหลักสัญวิทยา ซึ่งตรงกับ สัญลักษณ์ (icon) หมายถึงภาพเหมือนที่ถูกลำมาแสดงแทนของจริงในใน Facebook ได้แก่ ภาพถ่ายบุคคล ซึ่งภาพเหล่านี้เป็นการสร้างบุคลิกภาพโดยอาศัยรูปร่างหน้าตา หรือ อุปนิสัยผ่านทางภาพถ่าย ซึ่งเป็นการสื่อสารด้วยอวัจนภาษา ซึ่งตรงกับ วัตถุภาษา (object) หมายถึง วัตถุสิ่งของและลักษณะภายนอกต่างๆที่มองเห็นเป็นรูปร่างเช่น การแต่งกาย แสดงฐานะ และบุคลิกของบุคคล

จากการศึกษาแล้วพบว่า ภาพลักษณ์ทางด้านกายภาพที่เด่นชัดที่สุดคือ บุคลิกภาพภายนอกดูดี คือ การแต่งกายเรียบร้อย และ แต่งกายถูกกาลเทศะ ทำให้สมาชิกใน Facebook มองบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นคนที่มีที่น่าเชื่อถือและมีความน่าเกรงขาม (ดูภาพที่ 13)



**ภาพที่ 13** รูปภาพการแต่งกายของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะเหมาะสมและเรียบร้อย ดูน่าเกรงขาม ซึ่งส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ บุคลิกภาพภายนอกดูดี

ลำดับต่อมา คือ การมีมนุษยสัมพันธ์ จากการได้ศึกษา Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นั้นได้พบว่า การมีมนุษยสัมพันธ์นั้นสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของนักการเมืองเป็นอย่างดี โดยจะทำให้ภาพลักษณ์ของนาย อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นั้น ดูเป็นคนที่มึระดับ และมีความน่าเชื่อถือ เช่น



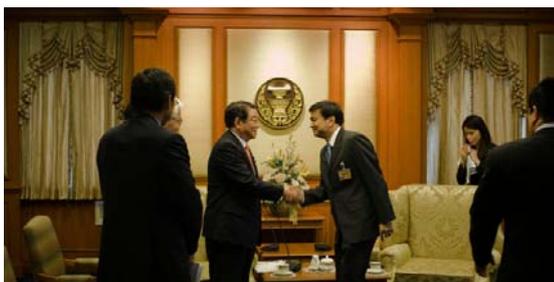
**ภาพที่ 14** นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะได้ร่วมพูดคุยกับประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา บารัค โอบามา ณ ประเทศญี่ปุ่น

จากภาพที่ 14 “US President Barack Obama ® Chats With Thai PM Abhisit Vejjajiva prior to the retreat session 1 at the asia – Pacific Economic Cooperation (APEC) Economic Leaders Meeting (AELM) in Yokohama, Japan, November 13, 2010” (ข้อมูล ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2553 เวลา 19.43 น.)



**ภาพที่ 15** นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะได้หารือข้อราชการกับนาย อันดรูส อันซิป ณ ประเทศเบลเยียม

ภาพที่ 15 “นายกรัฐมนตรี หารือข้อราชการกับนายอันดรูส อันซิป นายกรัฐมนตรี สาธารณรัฐเอสโตเนีย ณ Royal Palace กรุงบรัสเซลส์ ประเทศเบลเยียม วันจันทร์ ที่ 4 ตุลาคม พ.ศ.2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 5 ตุลาคม 2553 เวลา 2.35 น.)



**ภาพที่ 16** H.E. Mr. Osamu FUJIMURA ได้เยี่ยมคารวะนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 16 “H.E. Mr.Osamu FUJIMURA รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการต่างประเทศญี่ปุ่น เข้าเยี่ยมคารวะนายกรัฐมนตรี ณ ห้องรับรอง 2 อาคารรัฐสภา วันพฤหัสบดี ที่ 9 กันยายน พ.ศ.2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 9 กันยายน 2553 เวลา 22.12 น.



**ภาพที่ 17** นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้ร่วมพูดคุยกับอาสาสมัครในโครงการ 6 วัน 63 ล้านความคิด

จากภาพที่ 17 “นายกรัฐมนตรีร่วมพูดคุยกับกลุ่มอาสาสมัครในโครงการ 6 วัน 63 ล้านความคิด ร่วมเดินหน้า ปฎิรูปประเทศไทย ออกอากาศสดรายการเชื่อมั่นประเทศไทยกับนายอภิสิทธิ์ ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล วันอาทิตย์ ที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ 2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 4 กรกฎาคม 2553 เวลา 23.33 น.)



ภาพที่ 18 ราฟาเอล นาดาล นักเทนนิสมือวางอันดับหนึ่งของโลก เข้าคารวะนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 18 “ราฟาเอล นาดาล เข้าคารวะนายกรัฐมนตรี ณ ห้อง จูปีเตอร์ เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี วันพฤหัสบดี ที่ 30 กันยายน พ.ศ.2553 (ข้อมูล ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2553 เวลา 23.48 น.)

ลำดับต่อมา คือ ภาพลักษณ์ เป็นคนธรรมดาสามัญ จากการได้ศึกษาพบว่า นายกแสดงภาพลักษณ์ทางด้านนี้ด้วยการให้ความช่วยเหลือประชาชนอย่างมุ่งมั่นและตั้งใจ พร้อมทั้งมีกิจกรรมการวางตัวให้เท่าเทียมกับประชาชน ทำให้สมาชิก Facebook ส่วนใหญ่ แสดงความคิดเห็น และถูกใจ ต่อ ข้อความและรูปภาพ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ออกมาเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 19 นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะเยี่ยมให้กำลังใจผู้ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์น้ำท่วม ณ มัสยิดท่าอิฐ จังหวัดนนทบุรี

จากภาพที่ 19 “เมื่อนายกรัฐมนตรีและคณะเดินทางถึงบริเวณพื้นที่มัสยิดท่าอิฐ ได้พบปะพูดคุยสอบถามประชาชนในพื้นที่ด้วยความห่วงใย พร้อมมอบถุงยังชีพเครื่องอุปโภคบริโภคและเวชภัณฑ์ยาให้กับตัวแทนมัสยิดท่าอิฐ ซึ่งประชาชนในพื้นที่ก็ได้ให้การต้อนรับนายกรัฐมนตรีและคณะเป็นอย่างดี พร้อมขอเป็นกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่ของนายกรัฐมนตรีและคณะในการบริหารประเทศอีกด้วย” (ข้อมูล ณ วันที่ 24 ตุลาคม 2553 )



ภาพที่ 20 นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะบันทึกเทปสปอต เมืองไทยแข็งแรง ณ บ้านพิษณุโลก

จากภาพที่ 20 นายกรัฐมนตรีบันทึกเทปสปอต เมืองไทยแข็งแรง ณ บ้านพิษณุโลก วันเสาร์ที่ 2 ตุลาคม พ.ศ.2553 (ข้อมูล ณ วันที่ 3 ตุลาคม 2553 เวลา 21.43 น.)



ภาพที่ 21 นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ร่วมเชียร์และเป็นกำลังใจให้กับแฟนบอลทีมชาติฮอลแลนด์และสเปน

จากภาพที่ 21 “เพื่อร่วมเชียร์และเป็นกำลังใจให้กับแฟนบอลทีมชาติฮอลแลนด์และสเปน ภาพเมื่อครั้ง Football Friendly Match PM's Eleven VS Los Diplomaticos สนาม Crystal Football Club, 26 กรกฎาคม 2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 12 กรกฎาคม 2553 เวลา 1.06 น.)

## ภาพลักษณ์ทางด้านความรู้

ตารางที่ 5 ตารางสรุปผลภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

ภาพลักษณ์ทางด้านความรู้	คำตอบ	ร้อยละ
สังคม	149	55.18
การเมือง	67	24.81
เศรษฐกิจ	32	11.85
ศิลปวัฒนธรรม	21	7.78
การศึกษา	1	0.37
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100</b>

จากตารางสรุปผลภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ จะเห็นได้ว่า ความรู้ความสามารถของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่เห็นได้เด่นชัดที่สุด คือ ด้านสังคม โดยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



### Abhisit Vejjajiva

นายกรัฐมนตรีสั่งทุกหน่วยงานติดตามและเตรียมพร้อมรับสถานการณ์อย่างทันท่วงทีอย่างใกล้ชิด

21 ตุลาคม 2010 เวลา 0:17 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 2,627 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (665)

ภาพที่ 22 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านสังคม



### Abhisit Vejjajiva

นายกรัฐมนตรีระบุพยายามขับเคลื่อนปัญหาเรื่องการตั้งครุฑโดยไม่พร้อม และยกระดับของปัญหาขึ้นมาเพื่อที่จะให้หลายๆ ฝ่ายเข้าไปดูแล กฎหมายทำแท้งปัจจุบันมีความเหมาะสมและมีความยืดหยุ่นพอ

19 พฤศจิกายน 2010 เวลา 22:34 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 1,271 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (321)

ภาพที่ 23 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านสังคม



### Abhisit Vejjajiva

นายกรัฐมนตรีรัฐบาลนโยบายดูแลปัญหาเรื่องสุรา บุหรี่ โดยใช้ทั้งมาตรการควบคุมทางภาษีและควบคุมการโฆษณาที่เหมาะสม ย้ำต้องลดนักดื่มหน้าใหม่ โดยเฉพาะเยาวชนและผู้หญิง

22 พฤศจิกายน 2010 เวลา 20:33 น. · ลูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 1,701 คนลูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (486)

ภาพที่ 24 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านสังคม



### Abhisit Vejjajiva

นายกรัฐมนตรีระบุนหากัมพูชาประกาศยกเลิกให้ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี เป็นที่ปรึกษาสมเด็จฮุนเซน นายกรัฐมนตรีกัมพูชา ไทยก็ยินดีที่จะมีการแลกเปลี่ยนทูตกันเหมือนเดิม ขณะนี้กำลังรอการยืนยัน

23 สิงหาคม เวลา 22:47 น. · ลูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 1,701 คนลูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (461)

ภาพที่ 25 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านการเมือง

ลำดับต่อมาคือ การแสดงความรู้ความสามารถทางด้านการเมือง โดยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



### Abhisit Vejjajiva

นายก รัฐมนตรีระบบการยกเลิกพ.ร.ก.ฉุกเฉินฯ ไม่จำเป็นต้องนำเรื่องเข้า ครม. ตนสามารถดำเนินการได้ทันที เมื่อ ศอฉ. มีข้อสรุปแล้วก็สามารถส่งมาให้ตนตัดสินใจได้



[www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th)

[media.thaigov.go.th](http://media.thaigov.go.th)

วันนี้ (27 ก.ย.) เวลา 17.40 น. ที่ทำเนียบรัฐบาล นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ให้สัมภาษณ์ถึงกรณีที่พล.ต.อ.วิเชียร พงษ์โพธิ์ศรี ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ (ผบ.ตร.) ระบุว่าเหตุระเบิดที่เกิดขึ้นในหลายจุดในช่วงหลายวันที่ผ่านมา เป็นจุดเดียวกัน และเคยเกิดเหตุมาก่อนหน้านี้แล้ว ว่า ตนจะให้พล.ต.อ. วิเชียร...

📄 27 กันยายน เวลา 23:19 น. · ลูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

👍 1,140 คนลูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (290)

ภาพที่ 26 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านการเมือง



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีเผยลงนามยกเลิก พ.ร.ก.ฉุกเฉินฯ เพิ่มในอีก 3 จังหวัดแล้ว ใต้แก๊ง..เชียงใหม่-เชียงราย-อุบลอนทุกฝ่ายช่วยกันรักษาบรรยากาศของบ้านเมือง ส่วน นปช.จะนัดชุมนุมที่ประตูท่าแพอาทิตย์นี้ถ้าชุมนุมโดยสงบก็สามารถทำได้  
16 สิงหาคมเวลา 17:57 น. · ลูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 875 คนลูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (367)

ภาพที่ 27 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านการเมือง

ลำดับต่อมาคือ การแสดงความรู้ความสามารถทางด้านเศรษฐกิจ โดยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีระบุได้นำตัวเลขทั้งหมดมาวิเคราะห์และเห็นว่ามียังปัจจัยพื้นฐานที่เป็นตัวที่ทำให้ค่าเงินมีแนวโน้มแข็งขึ้น แต่การเคลื่อนไหวต่างๆ ก็ยังสอดคล้องกับค่าเงินในภูมิภาคอื่นๆ  
02 กันยายนเวลา 22:39 น. · ลูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 620 คนลูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (162)

ภาพที่ 28 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านการเศรษฐกิจ



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีหารือกับคณะกรรมการกองทุนจากบริษัทจัดการกองทุนภายในประเทศ มั่นใจเศรษฐกิจปีนี้เติบโตร้อยละ 6 ยืนยันภาครัฐกระตุ้นการลงทุนต่อเนื่อง มั่นใจเศรษฐกิจไทยขยายตัวต่อเนื่อง  
30 กรกฎาคมเวลา 20:55 น. · ลูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 737 คนลูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (233)

ภาพที่ 29 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านการเศรษฐกิจ



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีระบุ..คลังเตรียมจ้างบริษัทต่างชาติเพื่อความเชื่อมั่นเศรษฐกิจประเทศ โดยกระทรวงการคลังมีแนวคิดที่จะจ้างบริษัทที่ปรึกษาต่างชาติ สหรัฐฯ เพื่อต้องการจะฟื้นความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ  
08 กรกฎาคมเวลา 17:55 น. · ลูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 1,099 คนลูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (573)

ภาพที่ 30 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ด้านการเศรษฐกิจ

## ภาพลักษณ์ทางด้านความคิด

ตารางที่ 6 ตารางสรุปผลภาพลักษณ์ทางด้านความคิดของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

ภาพลักษณ์ทางด้านความคิด	คำตอบ	ร้อยละ
มีวิสัยทัศน์	84	38.36
มีความยุติธรรม	53	24.20
รับฟังความคิดเห็น	44	20.09
มีเหตุผล	38	17.35
<b>รวม</b>	<b>219</b>	<b>100</b>

จากตารางสรุปผล จะเห็นได้ว่า ภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ที่เด่นชัดที่สุดของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ คือ มีวิสัยทัศน์ สามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีระบบสมัครใจมีส่วนช่วยได้มากในการส่งเสริมค่านิยม การรัฐวิสาหกิจที่แก้ไขปัญหาความขัดแย้งในสังคมไทย  
01 สิงหาคม เวลา 21:25 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 1,035 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (223)

ภาพที่ 31 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีตั้งเป้าอีก 7 ปี ระบบสวัสดิการทั้งหมดจะเชื่อมโยงกันชัดเจนและมีความมั่นคงยั่งยืน พร้อมยืนยันการดำเนินการดังกล่าวไม่กระทบฐานะทางการคลังของประเทศ

31 กรกฎาคม เวลา 17:37 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 909 คนถูกใจสิ่งนี้

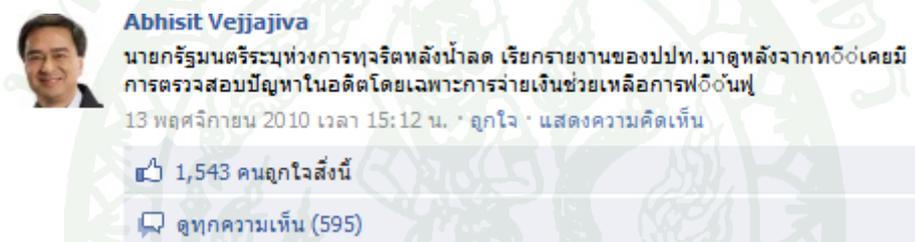
💬 ดูทุกความเห็น (294)

ภาพที่ 32 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์



ภาพที่ 33 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีวิสัยทัศน์

ลำดับต่อมาคือ ภาพลักษณ์ทางด้านความคิดในด้านการมีความยุติธรรม โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



ภาพที่ 34 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีความยุติธรรม



ภาพที่ 35 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีความยุติธรรม



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีมอบกระทรวงพาณิชย์ดูแลอย่าให้มีการฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้า โดยกระทรวงพาณิชย์ก็ได้มีการจับตาดูอยู่ว่ามีสินค้ากลุ่มไหนบ้างที่อาจได้รับผลกระทบจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

[www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th)

media.thaigov.go.th

วันนี้ (31 ส.ค.53) เวลา 08.30 น. ณ ศูนย์แถลงข่าวรัฐบาล ตึกนารีสโมสร ทำเนียบรัฐบาล นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับกรณีที่มีข่าวราคาสินค้าเตรียมปรับตัวขึ้นเพื่อรับ การขึ้นเงินเดือนให้กับข้าราชการในเดือนเมษายนปีหน้าว่า เมื่อวานนี้ (30ส.ค.) กรม.เศรษฐกิจได้ประชุมเรื่องนี้ยาวพอส...

🕒 31 สิงหาคมเวลา 22:18 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

👍 1,019 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (338)

ภาพที่ 36 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการมีความยุติธรรม

ลำดับต่อมาคือ ภาพลักษณ์ทางด้านความคิดในด้านการรับฟังความคิดเห็น โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีร่วมรับฟังผลการประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อร่วมสร้างประเทศน่าอยู่ อยากเห็นสถาบันอุดมศึกษาเข้าไปทำงานในชุมชนมากขึ้น และทำภารกิจหลักในส่วนที่เกี่ยวกับนิสิตนักศึกษาว่าจะต้องสร้างอะไรขึ้นมาเพื่อนำไปสู่การปฏิรูปและการปรองดอง



[www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th)

media.thaigov.go.th

วันนี้ (2 ส.ค.) เวลา 14.00 น. นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี เดินทางมาร่วมรับฟังการประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อร่วมสร้างประเทศน่าอยู่ โดยสถาบันอุดมศึกษา ณ ห้องเซฟไฟร์ ชั้น 2 อาคารคอนเวนชันเซ็นเตอร์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

🕒 03 สิงหาคมเวลา 0:34 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

👍 818 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (308)

ภาพที่ 37 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการรับฟังความคิดเห็น

 **Abhisit Vejjajiva** ส่งไอเดีย คำถาม ข้อเสนอแนะ คำวิจารณ์ ถึงนายกรัฐมนตรีได้ทันที ข้อความยอดนิยมที่ได้จากการโหวตคะแนน จะถูกตอบโดยนายกรัฐมนตรีในส่วนของ "นายกตอบคำถาม" เป็นประจำทุกสัปดาห์



twitter

คุยกับนายกรัฐมนตรี

[www.pm.go.th](http://www.pm.go.th)

เว็บไซต์ [www.pm.go.th](http://www.pm.go.th) เป็นเว็บไซต์ประจำตำแหน่งนายกรัฐมนตรี จัดทำเพื่อเป็นช่องทางให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับรัฐบาล รวมถึงแสดงความคิดเห็นของนโยบายภาครัฐ โดยที่ประชาชนสามารถสมัครสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ส่งมาเป็นข้อความ คลิปวิดีโอ หรือคลิปเสียงก็ได้ โดยผ่านระบบสมาชิกของเว็บไซต์

📅 02 สิงหาคม เวลา 0:32 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

👍 983 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (465)

ภาพที่ 38 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการรับฟังความคิดเห็น



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรี สรุปโครงการ 6 วัน 63 ล้านความคิดผ่านรายการ เชื่อมกันว่า แม้ปัญหาที่ประชาชนร้องเรียนเข้ามาจำนวนมากเป็นความเดือดร้อนส่วนใครเร็วแล้วแต่ก็สะท้อนปัญหาโครงสร้างประเทศ

11 กรกฎาคม เวลา 14:46 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 1,111 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (493)

ภาพที่ 39 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ด้านการรับฟังความคิดเห็น

ภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ

ตารางที่ 7 ตารางสรุปผลภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

ภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ	คำตอบ	ร้อยละ
มีคุณธรรมและจริยธรรม	36	30.77
เป็นประชาธิปไตย	35	29.91
มีความเสียสละ	21	17.95
สุภาพ อ่อนน้อม	16	13.67
มีความอดทน	9	7.69
<b>รวม</b>	<b>117</b>	<b>100</b>

จากตารางสรุปผล จะเห็นได้ว่า ภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ที่เด่นชัดที่สุดของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ คือ มีคุณธรรมและจริยธรรม สามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



ภาพที่ 40 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านมีคุณธรรมและจริยธรรม



ภาพที่ 41 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านมีคุณธรรมและจริยธรรม



ภาพที่ 42 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านมีคุณธรรมและจริยธรรม

ลำดับต่อมาคือ ภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจในด้านการเป็นประชาธิปไตย โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



ภาพที่ 43 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการเป็นประชาธิปไตย



ภาพที่ 44 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการเป็นประชาธิปไตย



ภาพที่ 45 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการเป็นประชาธิปไตย

ลำดับต่อมาคือ ภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจในด้านการมีความเสียสละ โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



**Abhisit Vejjajiva** เมื่อผมมานั่งอยู่ตรงนี้ ความรับผิดชอบ ความคาดหวังของพี่น้องประชาชนที่เกิดขึ้นอันนี้เป็นสิ่งที่ผมต้องแบกรับไว้ทั้งหมด และพร้อมที่จะแบกรับตรงนี้เพื่อคลี่คลายสถานการณ์ให้ประสบความสำเร็จให้ได้

02 พฤษภาคม เวลา 12:23 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 6,955 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (2,334)

ภาพที่ 46 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการมีความเสียสละ



**Abhisit Vejjajiva** หลายคน บอกว่าผมเอาตัวรอด ผมคงอยู่สบาย แต่ประชาชนเดือดร้อน ผมเรียนด้วยความสัตย์จริงครับ ไม่จริงหรือครับ ชีวิตผมก็ถูกคุกคามอยู่ตลอดจนถึงทุกวันนี้ และก็รู้ว่าจะต้องถูกคุกคามต่อไปในระยะเวลาที่ เหลืออยู่ ในการทำงานทางการเมือง หรือแม้กระทั่งเกินเลยไปกว่านั้น แต่ผมยืนยันครับว่าเมื่อผมอาสาแล้ว ผมทำหน้าที่เต็มที่ ถ้าผมกลัว ผมลาออกไปแล้วครับ ถ้าผมอยากอยู่สบายผมลาออกไปแล้วครับ

09 พฤษภาคม เวลา 14:28 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 Tokinava Khung และอีก 13,324 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (4,158)

ภาพที่ 47 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการมีความเสียสละ



**Abhisit Vejjajiva** ครอบครัวผมไม่ได้อยากให้ผมเล่นการเมืองอยู่แล้ว แต่ว่าสิ่งหนึ่งที่เขาได้ย้ำและผมประทับใจมากในช่วงเหตุการณ์ก็คือว่าเมื่อเข้ามาแล้วให้ทำสิ่งที่ถูกต้อง และเป็นประโยชน์กับบ้านกับเมืองส่วนอะไรจะเกิดขึ้นเราก็ต้องยอมรับ

23 พฤษภาคม เวลา 17:34 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 19,091 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (5,842)

ภาพที่ 48 ตัวอย่างข้อความภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ด้านการมีความเสียสละ

## กลุ่มของบุคลิกภาพ

### บุคลิกภาพแบบจริงใจ

ตารางที่ 8 ตารางสรุปผลบุคลิกภาพแบบจริงใจ ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

บุคลิกภาพแบบจริงใจ	คำตอบ	ร้อยละ
มีความจริงใจ	63	33.33
เป็นคนว่าจริงแจ่มใส	39	20.63
เป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์	27	14.29
มีความเป็นต้นแบบที่ดี	16	8.47
มีความดีงาม	15	7.94
มีความซื่อสัตย์	9	4.76
มีความอ่อนไหว	9	4.76
เรียบง่าย / ติดดิน	7	3.70
ให้ความสำคัญกับครอบครัว	4	2.12
<b>รวม</b>	<b>189</b>	<b>100</b>

จากตารางสรุปผล จะเห็นได้ว่า บุคลิกภาพแบบจริงใจ ที่เด่นชัดที่สุดของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ คือ มีความจริงใจ สามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



**Abhisit Vejjajiva** ตัวแทนสมาพันธ์ครู 3 จชต.พอใจหลังนายกรัฐมนตรีพร้อมดูแลเรื่องความปลอดภัย – สวัสดิการ - เงิน พ.ส.ร. ซึ่งจะมีการจัดทำ MOU ระหว่างโรงเรียนและกองกำลังเพื่อดูแลความปลอดภัย



[www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th)  
[media.thaigov.go.th](http://media.thaigov.go.th)

วันนี้ (13 ก.ย.) เวลา 17.00 น. ณ ห้องสีเขียว ตึกไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล นายบุญสม ทองศรีกลาง ประธานสมาพันธ์ครู 3 จังหวัดชายแดนใต้ นำคณะครูจากสมาพันธ์ครู 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวม 32 คน เข้าพบนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี เพื่อขอความอนุเคราะห์จากนายกรัฐมนตรีพิจารณาแนวทางเรื่องสวัสดิการ และ...

📅 14 กันยายน เวลา 0:32 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

👍 1,017 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (299)

ภาพที่ 49 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบจริงใจ ในด้านการมีความจริงใจ



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีเตรียมหาเวลาลงพื้นที่ชายแดนภาคใต้รับฟังปัญหาประชาชน

[www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th)  
media.thaigov.go.th

วันนี้ (7 ก.ย.) เวลา 17.00 น. ที่หอประชุมกองทัพเรือ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ให้สัมภาษณ์ถึงการก่อเหตุการก่อความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีมากขึ้น ในช่วงนี้ ว่า มีการคาดการณ์เอาไว้ว่าเวลาอย่างนี้จะมีกรก่อเหตุที่รุนแรงขึ้นและเป็นการทำ เพื่อตอบโต้ โดยตอนนี้เป้าหมายกลายเป็นเจ้าหน้าที่ของ...

📅 07 กันยายน เวลา 23:18 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

👍 1,181 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (468)

ภาพที่ 50 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบจริงใจ ในด้านการมีความจริงใจ



**Abhisit Vejjajiva** ศอฉ.เตรียมส่งกำลังทหารเสริมตำรวจแต่ละพื้นที่เพื่อดูแลความปลอดภัยให้ประชาชน

[www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th)  
media.thaigov.go.th

พล.ท. ดา วังษ์ รัตนสุวรรณ รองเสนาธิการทหารบกแถลงการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ทหารในการขอคืนพื้นที่เมื่อ วานนี้ ย้ำเจ้าหน้าที่หยุดอยู่กับที่ตั้งแต่ช่วงเย็น ไม่ได้เข้าไปในวัดปทุมฯ เลย

📅 21 พฤษภาคม เวลา 4:09 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

👍 4,641 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (2,072)

ภาพที่ 51 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบจริงใจ ในด้านการมีความจริงใจ

ลำดับต่อมาคือ บุคลิกภาพแบบจริงใจในด้านเป็นคนร่าเริงแจ่มใส โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความและรูปภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 52 บุคลิกภาพเป็นคนร่าเริงแจ่มใสของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 52 “นายกรัฐมนตรีเดินทางจากท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต-สนามบินอยู่  
ตะเภา วันเสาร์ที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ.2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 2 สิงหาคม 2553 เวลา 15.22 น.)



ภาพที่ 53 บุคลิกภาพเป็นคนร่าเริงแจ่มใสของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 53 “H.E.Dr.Hanns Heinrich Schumacher เอกอัครราชทูตสหพันธ์  
สาธารณรัฐเยอรมนีประจำประเทศไทย และ H.E.Mr.Felipe Frydman เอกอัครราชทูตสาธารณรัฐ  
อาร์เจนตินาประจำประเทศไทย เข้าเยี่ยมคารวะนายกรัฐมนตรี ณ ห้องสีม่วง ตึกไทยคู่ฟ้า ทำเนียบ  
รัฐบาล วันศุกร์ที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ 2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 3 กรกฎาคม 2553 เวลา 23.53 น.)



ภาพที่ 54 บุคลิกภาพเป็นคนร่าเริงแจ่มใสของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 54 “นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ตรวจเยี่ยมผลการดำเนินงานตาม  
มาตรการช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมือง ณ บริเวณสยามสแควร์  
กรุงเทพมหานคร วันที่ 20 มิถุนายน 2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 25 มิถุนายน 2553 เวลา 1.11 น.)

ลำดับต่อมาคือ บุคลิกภาพแบบจริงใจในด้านเป็นมีมนุษยสัมพันธ์ โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความและรูปภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 55 บุคลิกภาพในด้านมีมนุษยสัมพันธ์ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 55 “คณะผู้บริหารสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีนำกระเช้าผลไม้เข้าถวายพร นายกรัฐมนตรีเนื่องในวันคล้ายวันเกิดในวันที่ 3 สิงหาคม ณ ห้องโดมทอง ตึกไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล วันจันทร์ ที่ 2 สิงหาคม พ.ศ.2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 3 สิงหาคม 2553 เวลา 19.02 น.)



ภาพที่ 56 บุคลิกภาพในด้านมีมนุษยสัมพันธ์ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 56 “นายกรัฐมนตรีเป็นประธานพิธีเปิดสำนักงานโหนดชุมชน ณ บริเวณลานหน้าอาคารสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ทำเนียบรัฐบาล วันจันทร์ ที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ 2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 6 กรกฎาคม 2553 เวลา 8.09 น.)



ภาพที่ 57 บุคลิกภาพในด้านมีมนุษยสัมพันธ์ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 57 “นายกรัฐมนตรีร่วมพูดคุยกับกลุ่มอาสาสมัครในโครงการ 6 วัน 63 ล้านความคิด ร่วมเดินหน้า ปฏิรูปประเทศไทย ออกอากาศสดรายการเชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์ ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล วันอาทิตย์ที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ 2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 4 กรกฎาคม 2553 เวลา 23.33 น.)

#### บุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ

ตารางที่ 9 ตารางสรุปผลบุคลิกภาพแบบจริงใจ ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

บุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ	ค่าตอบ	ร้อยละ
มีความน่าเชื่อถือ	55	26.83
มีความเป็นผู้นำ	53	25.85
มีความมั่นคง	34	16.59
มีความมั่นใจ	30	14.63
มีความสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น	13	6.34
ทำงานหนัก	12	5.85
มีความชำนาญเฉพาะด้าน	6	2.93
มีความฉลาด	2	0.98
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100</b>

จากตารางสรุปผล จะเห็นได้ว่า บุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ที่เด่นชัดที่สุดของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ คือ มีความน่าเชื่อถือ สามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความ และวีดีโอดังต่อไปนี้



**Abhisit Vejjajiva** รายการสัมภาษณ์นายกรัฐมนตรี: ยืนยันเศรษฐกิจไทยฟื้นตัวอย่างสมดุล (Bloomberg)

**Abhisit Says Thai Recovery Is `Broad-Based And Balanced`**  
www.youtube.com

Oct. 4 (Bloomberg) -- Thai Prime Minister Abhisit Vejjajiva talks about the country's economic recovery and volatility in the nation's foreign-exchange market. He speaks from the Asian-European summit in Brussels with Andrea Catherwood on Bloomberg Television's "The Pulse."

06 ตุลาคม เวลา 8:50 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

1,310 คนถูกใจสิ่งนี้

ดูทุกความเห็น (192)

ภาพที่ 58 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้านมีความน่าเชื่อถือ



**Abhisit Vejjajiva** Repost ไทยคู่ฟ้า Thai Khu Fah วันที่ 16 สิงหาคม รัฐบาลนโยบายแก้ปัญหาหนี้ประชาชนทุกระบบ

03 สิงหาคม เวลา 0:43 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

707 คนถูกใจสิ่งนี้

ดูทุกความเห็น (389)

ภาพที่ 59 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้านมีความน่าเชื่อถือ



**Abhisit Vejjajiva** <http://www.youtube.com/watch?v=PbEjFTLe5fo&feature=related>

เพลงผลงานพรรคประชาธิปัตย์ปี53 2/2  
www.youtube.com

21 กรกฎาคม เวลา 15:40 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

749 คนถูกใจสิ่งนี้

ดูทุกความเห็น (258)

ภาพที่ 60 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้านมีความน่าเชื่อถือ

ลำดับต่อมาคือ บุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถในด้านเป็นมีความเป็นผู้นำ โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความและรูปภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 61 บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นผู้นำของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 61 “นายกรัฐมนตรีและคณะเข้าร่วมประชุม ASEAN-US Leaders' Meeting ณ ห้อง Grand Ballroom ชั้น 3 โรงแรม Waldorf Astoria นครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา วันศุกร์ ที่ 24 กันยายน พ.ศ.2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 26 กันยายน 2553)



ภาพที่ 62 บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นผู้นำของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 62 “นายกรัฐมนตรีร่วมงานพิธีเปิดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่๑๖ ที่กว่างโจว” (ข้อมูล ณ วันที่ 15 พฤศจิกายน 2553)



ภาพที่ 63 บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นผู้นำของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 63 “นายกรัฐมนตรี ร่วมการประชุมผู้นำยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิรวดี - เจ้าพระยา - แม่โขง” (ข้อมูล ณ วันที่ 18 พฤศจิกายน 2553)

ลำดับต่อมาคือ บุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถในด้านมีความมั่นคง โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีเชิญชวนทุกภาคส่วนช่วยกันเดินหน้าปฏิรูปเพื่อประเทศไทย ผ่านทางรายการ“เชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์”



[www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th)

[media.thaigov.go.th](http://media.thaigov.go.th)

นายก รัฐมนตรีเร่งให้ กษ.สำรวจความจำเป็นของเกษตรกรในการเลื่อนทำนาปี ขณะที่คณะกรรมการ 4 ฝ่ายเตรียมเสนอรายชื่อธุรกิจที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรงเข้า ครม. อังคารนี้

📅 21 มิถุนายน เวลา 8:22 น. · ลูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

👍 1,477 คนลูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (473)

ภาพที่ 64 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้านมีความมั่นคง



**Abhisit Vejjajiva** ผมได้มีการเร่งเดินหน้าในเรื่องของแผนปรองดอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งครบทั้ง 5 ข้อนี้ยังมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น เรื่องใหญ่ที่สุดที่ต้องใช้เวลานานที่สุดก็คือเรื่องของการปฏิรูปประเทศไทย ที่มีปัญหาในเรื่องของความเหลื่อมล้ำ ในทางสังคม ในทางเศรษฐกิจ และเรื่องอื่น ๆ มีความคืบหน้าไปมากครับ ที่ปรึกษาของผม 2 ท่านคือ คุณอภริรักษ์ โกษะโยธิน คุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ ได้เข้าทำงานเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง

06 มิถุนายน เวลา 14:14 น. · ลูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 3,642 คนลูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (1,330)

ภาพที่ 65 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้านมีความมั่นคง



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีเป็นประธานการฝึกซ้อมการบริหารวิกฤตการณ์ระดับชาติ เตรียมให้พร้อม ไม่ให้เป็นวิหยาหล้อมคอก



[www.thaigov.go.th](http://www.thaigov.go.th)

media.thaigov.go.th

วันนี้ เวลา 10.45 น. ณ ห้องวีดิตรงการ ชั้น 3 สำนักงานสภาความมั่นคงแห่งชาติ ทำเนียบรัฐบาล นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ประธานสภาความมั่นคงแห่งชาติ เป็นประธานการฝึกซ้อมการบริหารวิกฤตการณ์ระดับชาติ (Crisis Management Exercise : C-MEX - 10) ในกรอบนโยบายการเตรียมพร้อมแห่งชาติ แผนการป้องกันและบรร...

📅 21 สิงหาคม เวลา 1:29 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · แบ่งปัน

👍 1,291 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (348)

ภาพที่ 66 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้านมีความมั่นคง

บุคลิกภาพแบบนำที่ต้นต้น

ตารางที่ 10 ตารางสรุปผลบุคลิกภาพแบบนำที่ต้นต้น ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

บุคลิกภาพแบบนำที่ต้นต้น	คำตอบ	ร้อยละ
มีชีวิตชีวา	11	23.91
มีความกล้าทำทหาย	7	15.22
เป็นหนุ่มสาว	7	15.22
ทันเหตุการณ์	7	15.22
มีจินตนาการ	6	13.04
ทันสมัย	4	8.70
ชอบความร่วมมือ	2	4.35
มีเอกลักษณ์	1	2.17
อิสระ	1	2.17
<b>รวม</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

จากตารางสรุปผล จะเห็นได้ว่า บุคลิกภาพแบบนำที่ต้นต้น ที่เด่นชัดที่สุดของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ คือ มีชีวิตชีวา สามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความ และรูปภาพ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 67 บุคลิกภาพในด้านการมีชีวิตชีวา ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 67 “นายกรัฐมนตรี เยี่ยมชมห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฝ่ายประถม ณ ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ ชั้น 2 อาคารบริการ โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฝ่ายประถม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” (ข้อมูล ณ วันที่ 6 สิงหาคม 2553)



ภาพที่ 68 บุคลิกภาพในด้านการมีชีวิตชีวา ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 68 “คืนนี้ขอลุ้นว่าเมสซีแห่งอาร์เจนติน่าจะยิงได้ไหมครับ ดูฟุตบอลให้สนุก และอย่าลืมเชียร์การพนันเป็นเรื่องผิดกฎหมายครับ” (ข้อมูล ณ วันที่ 17 มิถุนายน 2553)



ภาพที่ 69 บุคลิกภาพในด้านการมีชีวิตชีวา ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 69 “นายกรัฐมนตรีถ่าย Spot ICT ชุมชน ณ ห้องสีม่วง ตึกไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล วันจันทร์ ที่ 13 กันยายน พ.ศ.2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 14 กันยายน 2553)

ลำดับต่อมาคือ บุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้นในด้านมีความกล้าทำทนาย โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความดังต่อไปนี้



**Abhisit Vejjajiva** นายกรัฐมนตรีระบอบทักษิณพหุภาคีประกายเล็กใจ๋ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี เป็นที่ปรึกษาสมเด็จสุรนัย นายกรัฐมนตรีทักษิณ ไทยก็ยินดีที่จะมีการแลกเปลี่ยนทูตกันเหมือนเดิม ขณะนี้กำลังรอการยืนยัน  
23 สิงหาคม เวลา 22:47 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 1,701 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (461)

ภาพที่ 70 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น ในด้านมีความกล้าทำทนาย



**Abhisit Vejjajiva** นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ใจ๋ สัมภาษณ์ถึงกรณีที พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี ออกมาพูดกับส.ส.พรรคเพื่อไทย ว่า เตรียมมีความสุข และเวลาแห่งความสุขใกล้เข้ามาแล้ว ขอให้อดทน คิดว่ามีนัยยะทางการเมืองหรือไม่ ว่า “ไม่ทราบเลยครับ ผมไม่ค่อยเข้าใจครับ” ผู้สื่อข่าวถามว่า คิดว่าความสุขของพรรคเพื่อไทย จะเป็นความสุขของคนไทยหรือไม่ นายกรัฐมนตรี กล่าว่า “ผมสนใจความสุขของคนไทยครับ”  
22 กรกฎาคม เวลา 21:55 น. · ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น

👍 2,692 คนถูกใจสิ่งนี้

💬 ดูทุกความเห็น (743)

ภาพที่ 71 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น ในด้านมีความกล้าทำทนาย



ภาพที่ 72 ตัวอย่างข้อความบุคลิกภาพแบบนำตื่นเต้น ในด้านมีความกล้าทำท่าย

ลำดับต่อมาคือ บุคลิกภาพแบบนำตื่นเต้นในด้านมีความเป็นหนุ่มสาว โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากรูปภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 73 บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นหนุ่มสาว ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ



ภาพที่ 74 บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นหนุ่มสาว ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ



ภาพที่ 75 บุคลิกภาพในด้านมีความเป็นหนุ่มสาว ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

### บุคลิกภาพแบบลึกลับซับซ้อน

ตารางที่ 11 ตารางสรุปผลบุคลิกภาพแบบลึกลับซับซ้อน ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

บุคลิกภาพแบบลึกลับซับซ้อน	คำตอบ	ร้อยละ
มีระดับ	39	65
อ่อนโยน / อ่อนนุ่ม	9	15
อ่อนหวาน	6	10
มีเสน่ห์	5	8.33
หุหุหุ	1	1.67
<b>รวม</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

จากตารางสรุปผล จะเห็นได้ว่า บุคลิกภาพแบบลึกลับซับซ้อน ที่เด่นชัดที่สุดของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ คือ มีระดับ สามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความ และรูปภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 76 บุคลิกภาพในด้านมีระดับ ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 76 “US President Barack Obama (R) chats with Thai PM Abhisit Vejjajiva prior to the Retreat Session 1 at the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) Economic Leaders Meeting(AELM) in Yokohama, Japan, November 13, 2010.” (ข้อมูล ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2553 เวลา 19.43 น.)



ภาพที่ 77 บุคลิกภาพในด้านมีระดับ ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 77 “นายกรัฐมนตรีและคณะเข้าร่วมประชุม ASEAN-US Leaders' Meeting ณ ห้อง Grand Ballroom ชั้น 3 โรงแรม Waldorf Astoria นครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา วันศุกร์ ที่ 24 กันยายน พ.ศ.2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 26 กันยายน 2553 เวลา 21.26 น.)



**ภาพที่ 78** บุคลิกภาพในด้านมีระดับ ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 78 “ศาสตราจารย์ ดร.อมาตยา เชน ผู้ได้รับรางวัลโนเบลสาขาเศรษฐกิจ ปี 2541 เข้าเยี่ยมคารวะนายกรัฐมนตรี ณ ห้องสีม่วง ตึกไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล วันอังคาร ที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ.2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 22 กรกฎาคม 2553 เวลา 0.46 น.)

ลำดับต่อมาคือ บุคลิกภาพแบบลึกกลับซับซ้อนในด้านมีความอ่อนโยน / อ่อนนุ่ม โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความและรูปภาพดังต่อไปนี้



**ภาพที่ 79** บุคลิกภาพแบบอ่อนโยน / อ่อนนุ่ม ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 79 “ผู้มรัก อบอุ่น และอ่อนโยน....นายกรัฐมนตรี ณ กองบิน อำเภอกหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 13 มิถุนายน 2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 15 มิถุนายน 2553 เวลา 0.19 น.)

ลำดับต่อมาคือ บุคลิกภาพแบบลึกกลับซับซ้อนในด้านอ่อนหวาน โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากรูปภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 80 บุคลิกภาพแบบอ่อนหวาน ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ



ภาพที่ 81 บุคลิกภาพแบบอ่อนหวาน ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

### บุคลิกภาพแบบแกร่ง / ลุย

ตารางที่ 12 ตารางสรุปผลบุคลิกภาพแบบแกร่ง / ลุย ของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

บุคลิกภาพแบบแกร่ง / ลุย	คำตอบ	ร้อยละ
ชอบชีวิตกลางแจ้ง	10	71.43
มีความเป็นตะวันตก	3	21.43
คู่ด้น / หัวหาญ	1	7.14
<b>รวม</b>	<b>14</b>	<b>100</b>

จากตารางสรุปผล จะเห็นได้ว่า บุคลิกภาพแบบแกร่ง / ลุย ที่เด่นชัดที่สุดของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ คือ ชอบชีวิตกลางแจ้ง สามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากข้อความ และรูปภาพ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 82 บุคลิกภาพแบบชอบชีวิตกลางแจ้ง ของนาย อภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 82 “เพื่อร่วมเชียร์และเป็นกำลังใจให้กับแฟนบอลทีมชาติฮอลแลนด์และสเปน ภาพเมื่อครั้ง Football Friendly Match PM's Eleven VS Los Diplomáticos สนาม Crystal Football Club, 26 กรกฎาคม 2553” (ข้อมูล ณ วันที่ 12 กรกฎาคม 2553 เวลา 1.06 น.)

ลำดับต่อมาคือ คีอบุคลิกภาพแบบแกร่ง / ลุย แบบมีความเป็นตะวันตก โดยผู้วิจัย สามารถวิเคราะห์และถอดรหัสได้จากรูปภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 83 บุคลิกภาพแบบมีความเป็นตะวันตก ของนาย อภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ

จากภาพที่ 83 นายกรัฐมนตรีเดินทางถึงโรงแรม Plaza Athenee ณ นครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา วันพุธที่ 22 กันยายน พ.ศ.2553 (ข้อมูล ณ วันที่ 22 กันยายน 2553)

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การสร้างภาพลักษณ์ ด้วยการกำหนดบุคลิกภาพ ของนาย อภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ ผ่านเฟซบุ๊ก มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความโดดเด่นภายในภาพลักษณ์ของนายอภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ ผ่านทาง Facebook และ 2) เพื่อศึกษาความโดดเด่นภายในบุคลิกภาพของนายอภิสิตธิ์ เวชชาชีวะผ่านทาง Facebook การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การเก็บข้อมูล โดยได้ทำการบันทึกข้อความบนหน้ากระดานข้อความ (Wall Post) ของนายอภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ มาจัดเก็บลงในโปรแกรมนำเสนอผลงาน (Power Point) แล้วนำข้อความ รูปภาพ และ วิดีโอ ทั้งหมด มาวิเคราะห์ตามทฤษฎีสัญญาวิทยาที่เป็นกรอบในการค้นหาภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของ อภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ ที่ปรากฏใน Facebook 2) การบันทึกข้อมูล ได้นำเอาข้อมูลทั่วไปบน Facebook ของนายอภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ อาทิเช่น วัน , เดือน , ปี เพื่อดูความสอดคล้องกับสถานการณ์บ้านเมืองในขณะนั้น และจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น และ จำนวนผู้แสดงความถูกใจ กับข้อความบน Facebook ของนายอภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ เพื่อหาข้อความที่เผยแพร่ออกมาแล้วสมาชิกใน Facebook เกิดการรับรู้และให้ความสนใจมากที่สุด มาใช้ในการเก็บข้อมูลเบื้องต้น อีกทั้งได้นำเอาทฤษฎีการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของ ลดาวัลย์ บัวเอี่ยม (2543) และ ทฤษฎีในการวัดบุคลิกภาพของ Aaker (1997) มาจัดทำเป็น Coding Sheet แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการนับผลรวมของจำนวนขึ้นแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ยเป็นร้อยละ จากนั้นจึงสรุปผลที่ได้ มาวิเคราะห์หาลักษณะเด่นใน บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ของนายอภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ

### สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถวิเคราะห์ผลการวิจัยได้ตามวัตถุประสงค์ ในการวิจัย 2 ประการดังนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของนายอภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ ผ่าน Facebook และ 2) เพื่อศึกษาบุคลิกภาพที่โดดเด่นของนายอภิสิตธิ์ เวชชาชีวะผ่าน Facebook ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

### 1) ความโดดเด่นภายในภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากการศึกษาหาความโดดเด่นภายในภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ โดยผู้วิจัย ได้วิเคราะห์จากจำนวนข้อความ รูปภาพ และวีดีโอ สามารถสรุปความเด่นชัดทางด้านภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ 3 ลำดับ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ ในด้านสังคม คิดเป็นร้อยละ 55.18
2. ภาพลักษณ์ทางด้านกายภาพ ในด้าน บุคลิกภาพภายนอกดูดี คิดเป็นร้อยละ 60.57
3. ภาพลักษณ์ทางด้านความคิด ในด้าน การมีวิสัยทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 38.36

### 2) ความโดดเด่นภายในบุคลิกภาพของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

จากการศึกษาหาความโดดเด่นภายในบุคลิกภาพของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ โดยผู้วิจัย ได้วิเคราะห์จากจำนวนข้อความ รูปภาพ และวีดีโอ สามารถสรุปความเด่นชัดทางด้านบุคลิกภาพของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ 3 ลำดับ ดังนี้

1. บุคลิกภาพแบบจริงจัง ในด้าน มีความจริงจัง คิดเป็นร้อยละ 33.33
2. บุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ ในด้าน มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 26.83
3. บุคลิกภาพแบบลึกลับซับซ้อน ในด้าน การมีระดับ คิดเป็นร้อยละ 65

### อภิปรายผลการวิจัย

การสร้างภาพลักษณ์ ด้วยการกำหนดบุคลิกภาพ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ผ่าน Facebook มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

#### ประเด็นทางด้านภาพลักษณ์

ประเด็นทางด้านภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่ปรากฏผ่าน Facebook นั้น จะเห็นได้ว่า ภาพลักษณ์ที่เด่นชัดที่สุดคือ ภาพลักษณ์ทางด้านความรู้ โดยนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้แสดงความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาสังคม โดยสามารถวิเคราะห์ได้จาก การมีนโยบายต่าง ๆ ออกมา ตัวอย่างเช่น การแก้ไขปัญหาหนี้นอกระบบ โดยเปิดให้มีการลงทะเบียนผู้มี

หนี้ครอบครัว และรัฐบาลจะเข้าไปช่วยแก้ไข หรือ การเปิดโอกาสให้นิสิตและนักศึกษาได้เข้าร่วมโครงการก้าวแรกสู่การเมือง กับอินเทอร์เน็ทพรรคประชาธิปัตย์ เข้าเรียนรู้การทำงานของพรรคประชาธิปัตย์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อผลิตนักการเมืองรุ่นใหม่และสร้างบุคลากรเพื่อมาทำงานรับใช้ประเทศชาติและประชาชนต่อไป

### ประเด็นทางด้านบุคลิกภาพ

ประเด็นทางด้านบุคลิกภาพของนาย อภิลิทธิ เวชชาชีวะ ที่ปรากฏผ่าน Facebook นั้น จะเห็นได้ว่า บุคลิกภาพที่เด่นชัดที่สุด คือ บุคลิกภาพแบบจริงจัง ในด้านการมีความจริงจังให้กับประชาชน โดยสามารถวิเคราะห์ได้จาก ข้อความ จำนวนมาก ที่ปรากฏผ่าน Facebook ของนาย อภิลิทธิ เวชชาชีวะ โดยข้อความส่วนใหญ่ จะเป็นการแสดงความจริงจังที่มีต่อประชาชน เช่น การโพสต์ข้อความจะลงพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อสอบถามความเป็นอยู่ของประชาชน หรือ การสั่งการให้ ศอฉ. ส่งกำลังทหารและเสริมกำลังตำรวจเพื่อดูแลความปลอดภัยให้กับประชาชน ในช่วงระหว่างเกิดการชุมนุมทางการเมือง

**ประเด็นการสร้างภาพลักษณ์ด้วยการกำหนดบุคลิกภาพสามารถวิเคราะห์ได้จากสัญลักษณ์ประเภท Icon โดยมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการกำหนดบุคลิกภาพผ่าน Facebook**

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของอภิลิทธิ เวชชาชีวะ ผ่าน Facebook นั้น เกิดจากตัวสัญลักษณ์ (sign) เป็นหลัก ในการสะท้อนความเป็นตัวตน บุคลิกลักษณะของนายอภิลิทธิ เวชชาชีวะออกมา โดยเฉพาะ ภาพถ่าย ซึ่งถือว่า ตัวสัญลักษณ์ (Sign) ประเภท Icon ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสัญลักษณ์วิทยาของกาญจนา แก้วเทพ (2543) ที่กล่าวว่า ที่ว่า icon เป็นภาพเหมือนที่ถูกลำมาแสดงแทนของจริงใน Facebook ซึ่งภาพเหล่านี้เป็นการสร้างบุคลิกภาพโดยอาศัยรูปร่างหน้าตา หรือ อุปนิสัยผ่านทางภาพถ่าย ถือว่าเป็นการสื่อสารด้วยอวัจนภาษา มีองค์ประกอบต่างๆดังนี้

- อาการภาษา (body movement) หมายถึง การเคลื่อนไหวของร่างกายและการเคลื่อนไหวของมือ รวมถึงกิริยาอาการ ท่าทาง อากัปกิริยา ซึ่งสามารถบ่งบอกความเป็นตัวเองได้

- เนตภาษา (eye contact) หมายถึงการใช้สายตา รวมถึงการแสดงออกทางหน้าตาที่บ่งบอกความรู้สึกถึงอารมณ์ เช่นหน้ายิ้ม หน้าบึ้ง เป็นต้น
- วัตถุภาษา (object) หมายถึง วัตถุสิ่งของและลักษณะภายนอกต่างๆที่มองเห็นเป็นรูปร่างเช่น การแต่งกาย แสดงฐานะ และบุคลิกของบุคคล

ดังนั้นชี้ให้เห็นว่าตัวสัญลักษณ์ประเภท icon นั้นเป็นสัญลักษณ์ที่นำไปสู่การสร้างความหมายตามที่กำหนดไว้ได้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ในอัลบั้มภาพออนไลน์ (นราธิป วิรุฬห์ชาตะพันธ์, 2548) ที่พบว่า การเล่าเรื่องผ่านสื่ออัลบั้มภาพออนไลน์เป็นการทำงานที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะของ hypertext นั้น ทำให้การเล่าเรื่องในบริบทนี้ประกอบด้วย การเล่าผ่านระบบ สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารที่เต็มรูปแบบ ทำให้เจ้าของภาพออนไลน์นั้นสามารถใช้เล่าเรื่องหรืออธิบายความเป็นตัวตนของปัจเจกบุคคลได้เป็นอย่างดี ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้พบว่า เนื้อหาที่ปรากฏบน Facebook นั้น สามารถเล่าเรื่องราวและสื่อบุคลิกภาพที่อยู่ภายใต้ความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นได้เป็นอย่างดีและเป็นไปตามที่ต้องการเช่นกัน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีทางด้านบุคลิกภาพของ จันท์นิช อัครวนนท์ (2540) ที่ได้กล่าวว่า การแต่งกาย จะต้องแต่งให้ดูดีเหมาะสมกับวัยและตำแหน่งหน้าที่ รวมถึงความสะอาดของเครื่องแต่งกายด้วย อีกทั้ง มารยาทในการสมาคม ไม่ว่าจะเป็นการออกงานในสังคม หรือพูดจากับคนในสังคม จะต้องรู้จักมารยาทในสังคมนั้นๆและประพฤติตัวได้อย่างเหมาะสม

เพราะฉะนั้นการประชาสัมพันธ์ใน Facebook ที่มุ่งใช้กลยุทธ์การกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล ควรให้ความสำคัญกับตัวสัญลักษณ์ (Sign) โดยเฉพาะประเภท icon ที่เป็นภาพเพื่อช่วยกำหนดความหมายที่ต้องการจะสื่อและตรงตามทีกลุ่มเป้าหมายต้องการ

**ช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ มีส่วนทำให้ภาพลักษณ์และบุคลิกภาพเด่นชัดมากขึ้น**

จากการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ จะเด่นชัดที่สุดในช่วง เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง จากการชุมนุมของกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) โดยจะมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารและโน้มน้าวใจเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ประชาชนเกิดการคล้อยตาม โดยภาพลักษณ์ที่เห็นได้เด่นชัดที่สุดในช่วงนั้นคือ

ภาพลักษณ์ทางด้านจิตใจ ในด้าน การมีความเสียสละ และ การมีความอดทน เป็นอย่างมาก ต่อการประทับประคองบ้านเมืองให้เป็นไปในแนวทางที่ดีขึ้น ส่วนทางด้านบุคลิกภาพที่เด่นชัดที่สุดในช่วงเวลานั้นคือ บุคลิกภาพแบบจริงใจ ในด้าน การมีความจริงใจ ต่อประชาชน พร้อมทั้งแสดงความเห็นห่วงเป็นใยต่อเหตุการณ์ความรุนแรงและความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่การชุมนุมโดยรอบ เพื่อสร้างให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในการปฏิบัติงานของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และคณะรัฐบาลในขณะนั้น

**ช่วงเกิดเหตุวิกฤติการณ์ทางการเมือง การประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านกีฬา ทำให้สมาชิกใน Facebook สามารถลดความตึงเครียดทางการเมืองลงได้**

จากการวิจัยพบว่า ในช่วงเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง จากการชุมนุมของกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้มีการเผยแพร่ข้อความและรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับ ประชาชน และ การเมืองเป็นจำนวนมาก ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่อาจเกิดความตึงเครียดทางการเมือง ในช่วงระหว่งนั้นเอง มีการโพสต์เรื่องกีฬา ขึ้นมาโดยนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้เผยแพร่ข้อความ เพื่อ ร่วมเชียร์ฟุตบอลทีมชาติอาร์เจนติน่า ทำให้สมาชิกส่วนใหญ่ เกิดความผ่อนคลายกับข่าวสารโดยมีการแสดงความคิดเห็น และ กตัญญูกับข้อความที่ประชาสัมพันธ์ ออกมาเป็นจำนวนมาก โดยเนื้อหาของประชาชนที่แสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่ในกระทู้ข้อความ จะพูดถึงเรื่องเกี่ยวกับเรื่องกีฬา จะมีเรื่องการเมืองเข้ามาบ้างอย่างประปราย ทำให้สมาชิกใน Facebook ได้รู้สึกอยากมีส่วนร่วมกับความความคิดเห็นดังกล่าวของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

**บุคลิกภาพแบบมีระดับที่แสดงผ่านรูปภาพ สามารถเพิ่มความเชื่อมั่นต่อนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะได้**

จากการวิจัยพบว่า การเผยแพร่บุคลิกภาพ ความมีระดับของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ทำให้สมาชิกเกิดความเชื่อมั่นต่อตำแหน่งหน้าที่นายกรัฐมนตรีและผู้นำทางการเมืองได้ โดยวิเคราะห์ได้จากการแสดงความถูกต้องใจของสมาชิกที่มีต่อรูปภาพที่มีการเผยแพร่ขึ้นสู่ Facebook ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะเป็นจำนวนมาก เช่น การได้พูดคุยกับประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา Barack Obama ทำให้สมาชิกและชาวต่างชาติเห็นถึงความมีระดับของประเทศไทย หรือ การได้พูดคุยกับศาสตราจารย์ ดร.อมาตยา เช่น ผู้ได้รับรางวัลโนเบลสาขาเศรษฐสิก ปี 2541 ทำให้เห็นถึงความสามารถในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจภายในประเทศไทยได้

นอกจากนี้ยังได้สอดคล้องกับ กระบวนการเกิดภาพลักษณ์ของ Kenneth E Boulding (1975) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นเรื่องของความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ เริ่มจากการตีความโดยผ่านทางประสบการณ์ตรงและประสบการณ์โดยอ้อมแทนความหมายเชิงอัตวิสัยของสิ่งต่างๆที่เรารับรู้มา เป็นการตีความหมายหรือสิ่งที่ประทับใจ ภาพที่ปรากฏ(appearance) จะเป็นตัวแทนของการรับรู้(Perception)ในเชิงความหมาย(Interpreted Sensation) ที่ผ่านกระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรรและเกิดการให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ จนเกิดเป็นภาพลักษณ์ขึ้น

รวมถึงแนวคิดเรื่องการบริหารจัดการภาพลักษณ์ของบุคคล พจน ใจชาญสุขกิจ (2548) ที่แสดงให้เห็นถึงการกำหนดบุคลิกภาพของบุคคลที่เหมาะสมและชัดเจนจะมีส่วนช่วยให้เกิดการประทับใจ การจดจำของผู้ที่พบเห็นอีกทั้งทำให้เกิดภาพสะท้อนจนเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้ จากแนวคิดทั้งหมดสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมโยงและสัมพันธ์กันของบุคลิกภาพและภาพลักษณ์

อีกทั้งงานวิจัยเรื่องอัตลักษณ์ที่สร้างบนโฮมเพจของวัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่ในบริบทสังคมไทย และวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในบริบทสังคมอเมริกัน. อรุไนทัย ปันสิระ (2544) ได้มีประเด็นสอดคล้องกันพบว่า ลักษณะของอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นบนโฮมเพจจะนำไปสู่ภาพลักษณ์ของบุคคลนั้นได้ ซึ่งสามารถสนับสนุนความเป็นไปได้ในเรื่องของบริบทการสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ สามารถสร้างเอกลักษณ์ของบุคคลได้จนสามารถสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของบุคคลนั้น กล่าวคือ บริบทการสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์จะต้องเปิดเผยข้อมูลด้านบวกและสะท้อนอัตลักษณ์ทางด้านดี ซึ่งเมื่อผู้รับสารได้สัมผัสกับภาพและข้อความต่างๆ ในโฮมเพจซึ่งมีความคล้ายคลึงกับ Facebook จึงเกิดการรับรู้ในตัวตนของเจ้าของโฮมเพจในด้านดีเชื่อมโยงไปสู่ภาพลักษณ์เชิงบวก

เพราะฉะนั้น การสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตควรมีการกำหนดบุคลิกภาพด้านบวกไว้ชัดเจนเพื่อสร้างการรับรู้เชิงบวกและเชื่อมโยงถึงภาพลักษณ์ในทิศทางบวกเช่นกัน

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการกำหนดบุคลิกภาพของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะผ่าน Facebook” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง ดังนี้

1. ควรขยายขอบเขตการศึกษาในกรณีการศึกษาอื่น ๆ เช่น วงการธุรกิจ วงการบันเทิง หรือวงการการศึกษาเป็นต้นเพื่อให้เกิดพื้นฐานความรู้ใหม่ในการใช้พัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์ในวงการนั้น ๆ
2. ควรมีการศึกษาเชิงลึกในเรื่องของการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่เพื่อให้เกิดวิธีในการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่เพิ่มขึ้น
3. ควรมีการศึกษาเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) ประเภทอื่น ๆ ในการค้นหาภาพลักษณ์และบุคลิกภาพในตัวบุคคล เช่นเว็บไซต์ Hi5 หรือ Myspace เป็นต้น

### การนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง โดยใช้ สื่อ Facebook ซึ่งจัดเป็นสื่อใหม่ ที่เข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้เป็นจำนวนมาก โดยมีประเด็นที่ให้ความสำคัญดังนี้

1. การสร้างภาพลักษณ์ผ่านระบบเครือข่ายสังคมให้มีประสิทธิภาพ ควรมีการกำหนดบุคลิกภาพให้ชัดเจนเพื่อเป็นการถ่ายทอดไปยังกลุ่มเป้าหมายให้รับรู้ในทิศทางเดียวกัน
2. ควรมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้สมาชิกเกิดความสนใจและตามทันข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้น
3. ควรมีปฏิสัมพันธ์ ได้ตอบกับสมาชิกใน Facebook บ้างเพื่อให้เกิดการความใกล้ชิดระหว่างนักการเมืองและสมาชิก ซึ่งส่งผลให้พื้นฐานเสียงในการสนับสนุนต่อไปในอนาคต

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กันยา สุวรรณแสง. 2538. **จิตวิทยาทั่วไป** General psychology. กรุงเทพมหานคร: อักษร  
พิทยา.

กาญจนา แก้วเทพ. 2543. **ความเรียงว่าด้วยสัญญะวิทยา กับ สื่อสารมวลชน ใน มองสื่อ  
ใหม่ มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ: นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์. 2543. **การสื่อสารผ่าน  
คอมพิวเตอร์ในสังคมสารสนเทศ. ใน มองสื่อใหม่มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน  
เพรส โปรดักส์.

เกษม ศิริพันธ์. 2507. **การวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวันในกรุงเทพฯ 14 ฉบับ**.  
พระนคร: แผนกวารสารศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉันทนิช อัสวอนนท์. 2540. **การพัฒนาบุคลิกภาพ**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

ชาติรี เชื้อมโนชาญ. 2549. **สื่อมวลชนท้องถิ่นกับภาพลักษณ์ของนักการเมือง ในเขต  
เทศบาลนครเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการเมืองการปกครอง,  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณัฐจิภา ณ ระนอง. 2548. **การนำเสนอข่าวประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนทางหน้า  
หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวารสารศาสตร์  
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดวงพร จำปาศรี. 2547. **ภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร ที่นำเสนอใน  
หนังสือพิมพ์ไทย**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ,  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธัญญา สีนมหัต. 2552. **สนุกกับ Facebook**. นนทบุรี: ไอดีซี.

ปิยวรรณ คงสาคร. 2542. **การเดินทางบนเครือข่ายเวิร์ลด์ไวด์เว็บ**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พจน์ ใจชาญสุขกิจ. 2548. **CEO PR & Image**. กรุงเทพฯ: สุานมีเดีย เน็ตเวิร์ค.

รุจิพัทธ์ เรืองธำพิงค์. 2549. **อิทธิพลของภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูงที่มีต่อตราสินค้า**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาประชาสัมพันธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลดาวลัย บัวเยี่ยม. 2543. “คุยเฟื่องเรื่องบริหาร: พรรคการเมืองและผู้นำแบบไหนที่คนไทยต้องการ.” **วารสารกรมประชาสัมพันธ์** 5 : 17-18.

วจิภรณ์ อาทรมิตร. 2541. **ภาพลักษณ์ของนักการเมืองสตรีที่ถูกนำเสนอผ่านทางหนังสือพิมพ์**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มพูน. 2541. **ปัจจัยและวิธีการที่หนังสือพิมพ์คัดเลือกข่าวสารและบทความประชาสัมพันธ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. 2551. **ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ: รู้เขารู้เรา**. กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. 2540. “การปฏิรูปการเมืองไทย: ผู้นำการเมืองในทศวรรษหน้า.” **เนชั่นสุดสัปดาห์** เล่มที่ 269: 30.

สมบัติ สนธิราษฎร์. 2539. **การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าวลัดเรียงลำดับความสำคัญของข่าว : ศึกษาเฉพาะข่าวทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ศรศักดิ์ วิชาชีวะ. 2507. **การวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวสารจากหนังสือพิมพ์**. กรุงเทพฯ : สาขาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม. 2548. **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**: เอกสารการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขานิเทศศาสตร์ หน่วยที่ 1-7. . นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เสถียร เขยประทับ. 2540. **การสื่อสารกับการเมือง:เน้นสังคมประชาธิปไตย**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2550. **Branding นักการเมือง**. กรุงเทพฯ: สุานบุ๊คส์.
- อรนุช เลิศจรรยาภักซ์. 2524. “การวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาของข่าวสถานีวิทยุสามสถานีในประเทศไทย เดือนกรกฎาคม – สิงหาคม 2520.” **วารสารศาสตร์** (12 มีนาคม 2524): 16.
- อภิรดี ดันตีสุนทรโรดม. 2551. **การสร้างภาพลักษณ์ด้วยการกำหนดบุคลิกภาพของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะผ่าน HI5**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. 2549. **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณทัย บันลือระ. 2544. **อัตลักษณ์ที่สร้างบนโฮมเพจของวัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่ในบริบทสังคมไทย และวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในบริบทสังคมอเมริกัน**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Aaker, J. L. 1997. “Dimensions of brand personality.” *Journal of Marketing Research* 34(1): 352.

Alexa Internet .1996. **Alexa topsite** (Online).

<http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com>, May 12 , 2011

Brain McNair. 1995. **An introduction to political communication**. London: Routledge.

Cees B.M. van Riel. 1995. **Principle of corporate communication**. London: Prentice Hall.

Crunchbase. 2010. **Facebook** (Online).

<http://www.crunchbase.com/company/facebook>, July 1, 2010.

Nick Gonzalez. 2010. **Global Audience**. July 7, 2010.

Philip Kotler. 1996. **Principles of marketing**. London: Prentice Hall.

## ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ นามสกุล	นายวรวิทย์ ประพรม
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 6 เดือนกันยายน พ.ศ.2529
สถานที่เกิด	จังหวัดพังงา
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต ปีการศึกษา 2551

