

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันสื่อมวลชน เป็นสถาบันหนึ่งที่มีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนไทยอย่างใกล้ชิด ซึ่งมีความผูกพันกันมาด้วยระยะเวลาต่อเนื่องไม่ต่ำกว่า 100 ปีนับตั้งแต่สื่อมวลชนไทยได้กำเนิดขึ้นมา ในยุคปัจจุบันที่เรียกว่าเป็นยุค “โลกาภิวัตน์” นั้น สื่อมวลชนก็ยังมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดความรู้ ความคิดต่างๆ มาสู่ประชาชน สื่อต่างๆ สามารถเข้ามาใกล้ชิดกับประชาชนมากยิ่งขึ้น หาดูหาซื้อได้ง่ายดาย นอกจากนี้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในยุคนี้ ยังทำให้สื่อมวลชนเข้ามาอยู่ในบ้านของประชาชนอย่างสะดวกสบาย การมีงานดาวเทียม หรือเคเบิลทีวี ก็ยังทำให้ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสาร ความบันเทิงต่างๆ จากทั่วโลกได้เหมือนใจคิด

ถ้าพิจารณาจากการดำเนินชีวิตประจำวันของคนไทย จวบจนทุกวันนี้พบว่าประชาชนโดยทั่วไปมีความผูกพันต่อการเปิดรับสื่อมวลชน จนกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในชีวิต โดยเห็นได้จากความข้องเกี่ยวของประชาชนกับสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นด้วยการอ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร การฟังวิทยุ การชม โทรทัศน์ และการชมภาพยนตร์ เป็นต้น

* ภาพยนตร์ในยุคของการสื่อสารไร้พรมแดนจัดเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญในฐานะ “บันเทิงธุรกิจ” ซึ่งนอกจากจะเป็นสื่อที่ให้ความบันเทิงถ่ายทอดความคิดและเผยแพร่วัฒนธรรมแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนในการสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจของชาติอีกด้วย (อรุณ งามดี, 2538 : 5) เพราะในธุรกิจอุตสาหกรรมภาพยนตร์นั้นมีขอบเขตการดำเนินงานที่กว้างขวาง และครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการผลิต (Production) การจัดจำหน่าย (Distribution) และการฉาย (Exhibition) ในแต่ละกระบวนการล้วนแล้วแต่ส่งผลให้เกิดการลงทุน เกิดการหมุนเวียนเงินตราทั้งภายในและต่างประเทศเป็นจำนวนนับร้อยนับพันล้านบาท

นอกจากในด้านธุรกิจแล้ว ภาพยนตร์ก็ยังเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทและอิทธิพลต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อเยาวชนของชาติ กล่าวคือภาพยนตร์สามารถเปลี่ยนแปลงความ

คิดเห็นทัศนคติ และพฤติกรรมของมนุษย์ในระดับหนึ่ง (ปิยกุล เลาว์ณย์ศิริ ,2526:30) ภาพยนตร์ยังเป็นสื่อที่สามารถสอดแทรกข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของความบันเทิงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในเรื่องการถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมและการเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ (ไพบูรณ์ คะเชนทร์พรรค ,2531:1)

สภาวะของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยนั้น มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะภาพยนตร์ไทยที่มีอายุกว่า 70 ปีแล้ว ก็ยังประสบกับปัญหา อุปสรรค นานัปการ ต้องเผชิญกับปัญหาด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ฯลฯ ในอดีตมีภาพยนตร์ไทยผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก แต่ด้วยคุณภาพ เนื้อหาสาระ เทคนิคการถ่ายทำและการแสดงของภาพยนตร์ไทยยังมีคุณภาพที่ไม่เท่าเทียมกับภาพยนตร์ต่างประเทศ จึงทำให้ผู้ชมหันไปชมภาพยนตร์ต่างประเทศกันเป็นส่วนใหญ่ สถานการณ์ของภาพยนตร์ไทยในปี 2537 ที่ผ่านมามักฝ่ายต่างมองว่าภาพยนตร์ไทยยังคงเป็นภาพยนตร์สำหรับกลุ่มคนดูที่เป็นวัยรุ่น ซึ่งสามารถดูได้จากดาราที่มาแสดงในภาพยนตร์แต่ละเรื่องขณะนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นดาราวัยรุ่นมากกว่าดารารุ่นพี่หรือดาราวุโส ที่มีฝีมือลายมือในการแสดงระดับคุณภาพ ประกอบกับการที่ผู้สร้างภาพยนตร์แต่ละรายยังคงมีความกลัวว่าจะไม่ประสบความสำเร็จด้านรายได้ ถ้าไม่ทำภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่น เพราะทุกวันนี้ต่างก็ทราบกันดีว่า กลุ่มคนดูส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นมากกว่ากลุ่มอื่นๆ จึงเป็นเหตุให้ภาพยนตร์ไทยยังคงวนเวียนอยู่กับที่ ไม่มีการพัฒนาไปในทางที่ดี แต่ถ้าผู้สร้างหันมาสนใจใน “เนื้อหา” มากกว่า “ชื่อเสียง” หรือความเป็น “ดารา” ภาพยนตร์วัยรุ่นก็สามารถเป็นภาพยนตร์ที่ดีมีคุณภาพได้ (สตาร์พิคส์ ,2538:162)

สำหรับภาพยนตร์ต่างประเทศนั้นมีเส้นทางที่สดใสกว่าภาพยนตร์ไทยก็จริง แต่ก็มีอยู่ช่วงหนึ่งที่คนดูตามโรงภาพยนตร์ซบเซาลงไป เนื่องมาจากการที่รัฐบาลได้จัดเก็บภาษีภาพยนตร์ต่างประเทศในอัตราที่สูงขึ้น เพื่อเป็นมาตรการจำกัดการนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากทางสหรัฐอเมริกา และนอกจากนั้นการที่คนชมภาพยนตร์น้อยลงก็เพราะการเกิดของ “วีดีโอ” ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่ผู้ชมอย่างกว้างขวาง มีการเปิดศูนย์ให้เช่าวีดีโอทั่วประเทศแต่อย่างไรก็ตามเมื่อพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ได้มีการประกาศใช้ ก็ทำให้ความนิยมเริ่มเปลี่ยนแปลงเพราะผู้ชมไม่สามารถหาภาพยนตร์ใหม่ๆที่เพิ่งฉายในต่างประเทศได้เหมือนเมื่อก่อน เพราะต้องรอให้ภาพยนตร์นั้นออกฉายสักระยะแล้วจึงมีการผลิตเป็นวีดีโอออกมา ผู้ที่เคยลืกลอบอัดจากต้นฉบับก็ลดน้อยลงไป เพราะกลัวมาตรการการลงโทษที่เด็ดขาด ทำให้ผู้ชมเริ่มเบื่อความล่าช้า เพราะวีดีโอที่มีอยู่ก็ไม่ทันสมัย ประกอบกับรัฐบาลจำเป็นต้องลดภาษีภาพยนตร์ต่างประเทศลง เพราะการบีบบังคับจากประเทศมหาอำนาจอย่างสหรัฐอเมริกา จึงเป็นโอกาสอันดีของภาพยนตร์ที่ได้กลับมาเกิดอีกครั้งหนึ่ง

การที่ภาพยนตร์ในโรงได้รับความนิยมอีกครั้งหนึ่ง นั้นยังมียังมีองค์ประกอบ
อื่นๆอีกนั้นคือ “โรงภาพยนตร์” ที่แต่เดิมเป็นโรงหนังรูปแบบเก่ามีขนาดใหญ่ตั้งเป็นโรงเดี่ยวที่
เรียกว่า **Stand alone** เช่น สยาม สกาลา แมคเคนน่า ฯลฯ ยุคต่อมาก็ได้เปลี่ยนตัวเองมาเป็น
มินิเธียเตอร์ที่ผูกตัวเองกับศูนย์การค้า กลายเป็นส่วนประกอบที่ฆ่าเวลาของคนๆที่เดินในห้าง
สรรพสินค้าไป อีกทั้งรูปแบบของมินิเธียเตอร์ในยุคนั้นเป็นรูปแบบของการตัดขอยพื้นที่ที่มี
อยู่ให้กลายเป็นโรงภาพยนตร์ที่ไร้มาตรฐานรองรับไม่ว่าจะเป็นเรื่องของโครงสร้าง การออก
แบบที่นั่งชม ระบบเสียงในโรง ฯลฯ ทำให้คนดูก็ยังรู้สึกไม่ปลอดภัยที่จะไปชม

แต่เมื่อภาพยนตร์กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งหนึ่ง บริษัทที่เป็นตัวแทน
จัดหาภาพยนตร์จากต่างประเทศก็สั่งภาพยนตร์ใหม่ๆคุณภาพดีๆ เข้ามาฉายมากขึ้นโดยฉาย
ในเวลาไล่เลี่ยกับต่างประเทศหรือบางครั้งก็พร้อมๆกับต่างประเทศเลย แหล่งใหญ่ของภาพ
ยนตร์ต่างประเทศคือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีผู้ผลิตรายใหญ่เป็นจำนวนมากจากฮอลลีวูด เช่น
บริษัท ยูไอพี วอร์เนอร์ บราเธอร์ โคลัมเบียพิกเจอร์ และอื่นๆ ผู้ชมจึงชอบที่จะมาชม
ภาพยนตร์ในโรงมากขึ้น เพราะมีภาพยนตร์ที่ทันสมัย ผนวกกับพัฒนาการของโรงภาพยนตร์
ในประเทศไทย ที่ได้มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น มีการออกแบบโรงที่ได้มาตรฐาน ระบบเสียงที่ดี มี
การตกแต่งให้สวยงามผิดกับบรรยากาศเก่าๆ ดังจะเห็นได้จากโรงภาพยนตร์ของเครือ EGV
(Entertain Golden Village) ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของบริษัท Golden Harvest ฮองกง
บริษัท Village Road Show ออสเตรเลีย และบริษัท Entertain Theater Network ประเทศไทย
กลุ่ม EGV ได้ลงทุนและดำเนินกิจการ โรงภาพยนตร์ระบบ Multiplex ในประเทศไทย ซึ่งเป็น
ระบบที่เปรียบเสมือนกับซูเปอร์มาร์เก็ตของภาพยนตร์ คือมีโรงหนังที่เดียวหลายโรงในพื้นที่
เดียวกันให้เลือกชม และมีภาพยนตร์หลากหลายให้เลือก ซึ่งเวลาในการฉายจะเหลื่อมกันทำ
ให้เลือกชมได้สะดวกขึ้น

โรงภาพยนตร์ในเครือ EGV มีการออกแบบที่ได้มาตรฐานสากล โดยการรับรองของ
ทีมงาน THX (Tomlinson Hoiman Experiment) โดย จอร์จ ลูคัส ทอมลินสัน ฮอยแมน และ
ทีมงานของเขาที่กำหนดขึ้นมา ซึ่งจะมีการกำหนดมาตรฐานตั้งแต่ ระบบการฉายภาพ
อุณหภูมิ ชนิดของวัสดุที่ปูพื้น บุผนัง และสิ่งที่สำคัญคือ ระบบเสียง ซึ่งเป็นระบบ DTS
(Digital Theater System) ทำให้ได้ระบบเสียงที่สมบูรณ์แบบ เหมือนเสียงที่อยู่ในเหตุการณ์
จริงรวมทั้งมีระบบป้องกันเสียงสะท้อนของโรงหนังอีกด้วย (วีคเอนด์ ,2538:48)

ขณะนี้ทาง EGV มีโรงภาพยนตร์ในเครืออยู่หลายทำเลด้วยกัน ช่วยให้ผู้ใช้รู้สึก
สะดวกสบายในการเลือกชมมากขึ้น เพราะมีทั้งที่พิวเจอร์ พาร์ค บางแค (บางแค 10)

ซีคอนสแควร์ ศรีนครินทร์ (ซีคอน 14) พิวเจอร์ พาร์ค รังสิต (รังสิต 14) แฟชั่นไอส์แลนด์ รามอินทรา (แฟชั่นไอส์แลนด์ 7) อิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว (ลาดพร้าว 7) และเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า(ปิ่นเกล้า 10)

จากกระแสความแรงของโรงภาพยนตร์ระบบ Multiplex ทำให้มีผู้สร้างโรงภาพยนตร์ ในลักษณะนี้อีกหลายโรง โดยเน้นไปที่ความทันสมัยไฮเทค เช่น มีระบบการจองบัตรเพื่อเลือก ที่นั่งด้วยตนเองโดยใช้วิทยาการสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์มาเป็นตัวช่วย โรงภาพยนตร์ที่ ใช้ระบบการจองดังกล่าว ได้แก่ โรงภาพยนตร์ World Trade Major หรือ Well Major Multiplex รวมทั้งโรงในเครือเมเจอร์ทั้งหมด ซึ่งเป็นเรื่องแปลกใหม่ในการชม เพราะสามารถเลือกที่นั่ง ได้ด้วยตนเอง เพียงแค่สัมผัสที่หน้าจอคอมพิวเตอร์เท่านั้น (ผู้จัดการรายวัน, 2538:30) โรง ภาพยนตร์เหล่านี้มักตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ซึ่งมีข้อได้เปรียบคือ ช่วงกลางวันมีคนหมุนเวียน มากกว่าโรงภาพยนตร์นอกห้าง และผู้ชมมักจะนิยมโรงภาพยนตร์ที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า เพราะสามารถเดินเล่น จับจ่ายสินค้าเพื่อรอเวลาชมภาพยนตร์ได้โดยไม่ต้องไปที่อื่น เพราะ ห้างสรรพสินค้าในปัจจุบันมักจะปรับตัวเองเป็นลักษณะของ One-Stop Shopping ที่มีโรงภาพ ยนตร์เป็น Entertainment Section รวมอยู่ด้วย ซึ่งเข้ากับพฤติกรรมของวัยรุ่นในปัจจุบันนี้

จากองค์ประกอบของโรงภาพยนตร์ที่ทันสมัยขึ้น มีภาพยนตร์คุณภาพดีจำนวนมาก ให้เลือกชมทำให้ธุรกิจภาพยนตร์เติบโตขึ้น แต่องค์ประกอบสำคัญที่ขาดเสียไม่ได้ก็คือ ผู้ชม นั้นเอง ดังที่ได้กล่าวไว้ในตอนต้นว่า กลุ่มผู้ชมหลักก็คือ วัยรุ่น กลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบัน เป็นผู้ที่มีการใช้จ่ายสูง และการดูภาพยนตร์นับว่าเป็นกิจกรรมที่สร้างความบันเทิงใจให้แก่วัยรุ่น มาก ไม่ว่าจะไปดูกับเพื่อนหรือดูคนเดียวก็ตาม เพราะจะทำให้เขาหลีกเลี่ยงจากความยุ่ง เหยิงในชีวิตได้อย่างน่าพอใจ นอกจากนี้ลักษณะของผู้แสดงภาพยนตร์จะมีอิทธิพลต่อวัยรุ่น มาก เขาจะพยายามเลียนแบบในหลายด้าน เช่น การแต่งกาย การพูด ทรงผม รวมทั้งติดตาม เรื่องราวของดาราดูภาพยนตร์จากหนังสือนิตยสารต่างๆด้วย(จิราภรณ์ อารยะรังษฤษฎี, 2527-2531:74)

วัยรุ่นสมัยใหม่มักจะให้ความสนใจและใช้เวลาไปกับการเปิดรับสื่อมวลชนต่างๆเป็น อย่างมาก ทั้งการอ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฟังวิทยุ ชมโทรทัศน์ ซึ่งสื่อมวลชนที่ปรากฏ อย่างแพร่หลายในยุคปัจจุบันนี้ มีการพัฒนาทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพมากขึ้น จะเห็นได้ จากการที่ประชาชนไทยโดยทั่วไปเป็นเจ้าของสื่อมากขึ้น ทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ในด้านคุณภาพนั้นสื่อมวลชนในปัจจุบันได้พัฒนา“เนื้อหา”(content) และ “วิธีการนำเสนอ” (Presentation) และการเจาะกลุ่มเป้าหมาย “Target Audience” ของผู้รับสารอย่างเฉพาะ เจาะจงมากขึ้น (ภักธินดา พันธุมเสน, 2536) ดังที่เราจะเห็นได้จากสื่อมวลชนหลายๆประเภท ทั้ง วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารต่างๆ ได้พากันนำเสนอเนื้อหาที่เจาะกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ

เช่น นิตยสารเกี่ยวกับดาราศาสตร์ ภาพยนตร์ เพลง หรือนิตยสารกีฬา เช่น กอล์ฟ ตกปลา สำหรับรายการทางวิทยุก็มีสถานีที่เน้นข่าวสาร มีการวิเคราะห์ข่าวสำหรับผู้สนใจโดยเฉพาะ รวมทั้งรายการที่รายงานข่าวสารการจราจร เป็นต้น ทางด้านวงการภาพยนตร์ก็เช่นกัน สื่อมวลชนได้มองเห็นช่องทางที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี

สำหรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ในปัจจุบันมีทุกประเภท นับตั้งแต่ รายการทางวิทยุ รายการโทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือแม้แต่รายการทางเคเบิลทีวีก็ยังมีรายการประเภทนี้เช่นเดียวกัน สื่อมวลชนเหล่านี้มักจะเสนอเรื่องราวความเคลื่อนไหวในแวดวงภาพยนตร์ มีการเล่าถึงดาราศาสตร์และภาพยนตร์ที่เขาเหล่านั้นแสดง เบื้องหลังภาพยนตร์เรื่องต่างๆ ชาวซุบซิบในวงการบันเทิง รวมทั้งมีการวิจารณ์ภาพยนตร์ใหม่ที่กำลังจะเข้าฉายอีกด้วย ซึ่งถือเป็นการให้ข้อมูลล่วงหน้าแก่ผู้ที่รับสื่อเหล่านั้น

รายการวิทยุที่เจาะกลุ่มผู้ฟังที่นิยมชมภาพยนตร์นั้น มีรายการที่โดดเด่นและได้รับความนิยมอยู่ 2 รายการ คือ รายการ Radio Vote 93.5 MHz และรายการ 96.5 Entertainment Station

รายการ **Radio Vote** เป็นรายการของบริษัท A-Time Media ซึ่งอยู่ในเครือของบริษัท Grammy Entertainment จำกัด (มหาชน) ลักษณะของรายการนี้คือ ให้ผู้ฟังลงคะแนนเสียง หรือที่เรียกว่า "VOTE" ในช่วงต่างๆของรายการ โดยแบ่งเป็น Magazine Vote , TV. Vote , Advertisement Vote , Song Vote , Actor Vote และ Movie Vote สำหรับช่วงของภาพยนตร์หรือ Movie Vote นั้นจะอยู่ในช่วงเวลา 14.00-16.00 น. ดำเนินรายการโดยคุณวินัย สุขแสวง เนื้อหาของรายการจะเป็นการเล่าให้ฟังถึงภาพยนตร์เรื่องต่างๆที่ผู้ดำเนินรายการ หรือ "ดีเจ" ได้ไปชมมาแล้ว เขาจะวิจารณ์และแสดงความคิดเห็นสอดแทรกไปด้วย เช่น "ผมไปดูมาแล้วนะเรื่องนี้ ผมชอบประมาณ 80% นะสำหรับเรื่อง Casper" บางครั้งดีเจจะได้ข้อมูลมาจากบริษัทที่เป็นตัวแทนส่งภาพยนตร์จากต่างประเทศ มีเบื้องหลังภาพยนตร์ และเรื่องราวความเคลื่อนไหวใหม่ล่าสุด เรื่องของดารานักแสดง ชาววงการบันเทิง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นภาพยนตร์จากต่างประเทศมากกว่า เนื่องมาจากภาพยนตร์ไทยมีน้อย แต่ช่วงใดมีภาพยนตร์ไทยออกฉายและมีผู้ฟังให้ความสนใจ ดีเจก็จะหาข้อมูลมาเล่าให้ฟัง ตลอดทั้งรายการจะให้ผู้ฟังโทรศัพท์มา Vote ให้กับภาพยนตร์ที่ตนเองชื่นชอบ มีทั้ง "Vote หน้าไมค์" หมายถึงการที่ผู้ฟังได้พูดคุยออกอากาศและ "Vote หลังไมค์" ซึ่งหมายถึง ผู้ฟังโทรไปให้คะแนนกับเจ้าหน้าที่เฉยๆโดยมิได้พูดออกอากาศ ดีเจจะนำความคิดเห็นเหล่านั้นมาพูดคุยให้ฟัง เช่น "สำหรับคุณที่ Vote เข้ามาก็มีโลกทั้งใบให้นายคนเดียว นี่เป็นส่วนหนึ่งของหนังไทยนะครั้บ บางคนก็บอกว่าชอบมุกกลิ้งแปลกดี บางคนก็ชอบการจัดแสงหรือชอบเนื้อเรื่อง..." (18 กค.2538 : 14.45 น.) นอกจากนี้จะมีการรายงานผลของรายได้จากภาพยนตร์ฮอลลีวูด (Film Box Office Report) และมีเพลงประกอบภาพยนตร์ (Sound Track) ที่กำลังอยู่ในความสนใจของ

ผู้ฟัง ในบางครั้งจะอธิบายและให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์ระบบใหม่ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ฟัง ว่ามีความทันสมัยและดีกว่าเดิมอย่างไร โดยดีจะกล่าวในแนวที่ว่าผู้ฟังต้องลองไปสัมผัสเองจึงจะรู้จริงว่าเป็นอย่างไร ซึ่งกระตุ้นให้คนเกิดความสนใจและอยากไปทดลองดู

รายการ **96.5 Entertainment Station** เป็นรายการจากบริษัท ฟาติมา รายการนี้มีจุดเด่นคือ ในวันเสาร์และอาทิตย์ จะมีการจัดรายการสดๆในห้องจัดรายการที่ศูนย์การค้า Seacon Square ศรีนครินทร์ ชั้น 4 ซึ่งเป็นชั้นเดียวกับที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ ห้องที่จัดรายการนั้นผู้ที่เดินอยู่ภายนอกสามารถมองเห็นผู้จัดได้อย่างชัดเจน และมีโทรศัพท์สายในให้ผู้เดินอยู่สามารถขอเพลงและพูดคุยได้อีกด้วย เนื้อหาของรายการก็จะพูดคุยถึงภาพยนตร์ในแง่มุมต่างๆ ทั้งวิจารณ์ และเล่าเรื่องย่อ และที่สำคัญรายการนี้จะสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ที่มาเดินอยู่ใน Seacon Square เกี่ยวกับความคิดเห็นที่เขามีต่อภาพยนตร์เรื่องต่างๆ ชอบ/ไม่ชอบอย่างไร ดูเรื่องใดแล้วบ้าง แล้วนำมาออกอากาศกันสดๆเดี๋ยวนั้น นอกจากนั้นก็มีการรายงานอันดับภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม

ทางด้านรายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบเป็นรายการเกี่ยวกับภาพยนตร์อย่างเต็มตัวคือ รายการ แม็กกาซีนหลังเลนส์ ดำเนินรายการโดย คุณมาโนช วัฒนาศิลป์ สุขแสง และคุณเฮนรี่ ทราน ทุกวันศุกร์ทางช่อง 5 เวลา 23.00-24.00 น. โดยแบ่งเนื้อหาของรายการเป็น 4 ช่วงคือ

Weekly Special จะเป็นช่วงพิเศษที่เกี่ยวกับภาพยนตร์แต่ละเรื่อง เบื้องหลังภาพยนตร์ใหม่หรือ เรื่องเกี่ยวกับดาราที่น่าสนใจ เหมือนเป็น Scoop พิเศษประจำสัปดาห์

Soundtrack เป็นการนำเสนอเพลงจากภาพยนตร์ที่กำลังจะฉายหรือกำลังฉายอยู่ และมีคำถามให้ร่วมสนุกชิงรางวัลอีกด้วย

Weekly News เสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการภาพยนตร์ ทั้งไทยและต่างประเทศ

Weekly Fanclub มีคำถามเกี่ยวกับภาพยนตร์มาถามผู้ชม แล้วให้ส่งคำตอบมาชิงรางวัล

รายการแม็กกาซีนหลังเลนส์ มีพิธีกรที่เชี่ยวชาญในเรื่องภาพยนตร์ คือ คุณมาโนช วัฒนาศิลป์ เขามักจะมีข้อคิดเห็นดีๆให้กับผู้ชมเสมอ

นอกจากนี้รายการทาง Cable TV อย่าง IBC ก็มีการเสนอรายการในรูปแบบนี้เช่นเดียวกัน ในชื่อรายการ **Cinema Cinema Cinema** ทาง IBC 3 เวลา 22.00-22.25 น. ทุกวันพฤหัสบดี ซึ่งจะเสนอเบื้องหลังหนังดัง และวงการบันเทิงของฮอลลีวูดเป็นหลัก แม้แต่รายการข่าวก็ยังมีช่วงภาพยนตร์สอดแทรกอยู่ดังเช่นในรายการข่าวช่อง 5 ทุกวันเสาร์

เวลา 19.50 น. เรียกว่าช่วง “ฮอลลีวูดรีพอร์ต” โดยมีผู้ดำเนินรายการคือ คุณมณฑาณี ดันดีสุข เสนอเรื่องของวงการบันเทิงฮอลลีวูดเป็นส่วนใหญ่

สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์นั้น มีหนังสือที่เจาะกลุ่มแฟนภาพยนตร์มาเป็นเวลานานแล้ว เช่น Starpics, Entertain, Filmview, Star & Style และ Cinemax สำหรับคอหนังฝรั่ง และหนังสืออย่างดาราภาพยนตร์และภาพยนตร์บันเทิง สำหรับแฟนหนังไทย เป็นต้น นิตยสารเหล่านี้มีเนื้อหาที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกันมีความแตกต่างกันบ้างในเรื่องรายละเอียดปลีกย่อย แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการรายงานถึงความเคลื่อนไหว เบื้องหลังเบื้องลึกของดารา ภาพยนตร์ เรื่องล่าสุดพร้อมคำวิจารณ์และการให้คะแนน

นอกเหนือไปจากนิตยสารเฉพาะทางเหล่านี้แล้ว ในปัจจุบันนิตยสารอื่นๆก็ได้จัดสรรเนื้อหาสำหรับคอลัมน์เกี่ยวกับภาพยนตร์ด้วยเช่นกัน เช่น นิตยสารแพรว แพรวสุดสัปดาห์ ผู้หญิง เปรี้ยว มติชนสุดสัปดาห์ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ ฯลฯ หรือแม้กระทั่งหนังสือพิมพ์ยักษ์ใหญ่อย่างไทยรัฐ ก็ยังมีคอลัมน์เล็กๆชื่อ “ไปดูมาแล้ว” เป็นการเล่าเรื่องย่อของภาพยนตร์นั้นๆ พร้อมคำติชมบ้างแต่ไม่มากนักเพราะมีข้อจำกัดเรื่องเนื้อหา ทางด้านสื่ออื่นๆนอกเหนือจากนี้จะเป็นการโฆษณาภาพยนตร์ที่เข้าฉายโดยตรง ทั้งการโฆษณาบนป้ายคัทเอาท์ การลงโฆษณาทางโทรทัศน์และทางวิทยุ ซึ่งสื่อเหล่านี้สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้ชมได้ไม่น้อย

จากที่กล่าวมานี้คงแสดงให้เห็นแล้วว่า สื่อมวลชนทุกแขนงในปัจจุบันต่างก็ให้ความสนใจกับการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์เป็นอย่างมาก อาจเป็นด้วยความสนใจของผู้รับที่เพิ่มมากขึ้นหรือเทคโนโลยีที่สมัยใหม่ ที่ทำให้สื่อมวลชนสามารถเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็วทันใจนำข้อมูลมาจากต่างประเทศได้ง่ายดายขึ้น ทำให้เกิดช่องทางใหม่ๆในการรายงานข่าวสารซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ดี และจากการที่สื่อมวลชนได้ให้ความสำคัญกับบทบาทหน้าที่นี้ ทำให้เป็นที่น่าสนใจว่าในความเป็นจริงแล้ว สื่อมวลชนเหล่านี้มีอิทธิพลในการเลือกชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นหรือไม่

ปัญหาคำถามวิจัย

1. วัยรุ่นมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์อย่างไร สื่อใดที่นิยมมากที่สุด
2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นหรือไม่
3. วัยรุ่นมีความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้จากสื่อต่างๆมากน้อยเพียงใด

4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากสื่อมวลชนหรือไม่
5. ความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์หรือไม่
6. วัยรุ่นมีความความเชื่อถือในแหล่งสารและตัวข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้จากสื่อมวลชนอย่างไร
7. ความเชื่อถือในแหล่งสารและข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นหรือไม่
8. ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์กับการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจที่วัยรุ่นมีต่อสื่อที่เกี่ยวกับภาพยนตร์
3. เพื่อศึกษาถึงความเชื่อถือที่วัยรุ่นมีต่อแหล่งสารและข่าวสารที่เกี่ยวกับภาพยนตร์
4. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น
5. เพื่อศึกษาถึงสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่วัยรุ่นนิยมเปิดรับมากที่สุด

สมมติฐานในการวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น
2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากสื่อมวลชน
3. ความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น
4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับความเชื่อถือต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากสื่อมวลชน
5. ความเชื่อถือต่อสื่อที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น
6. ลักษณะทางประชากร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงการตัดสินใจชมภาพยนตร์ทั้งภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศ ที่ฉายตามโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 15-25 ปี และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่ชมภาพยนตร์ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น และในกรุงเทพฯ มีโรงภาพยนตร์เป็นจำนวนมาก อีกทั้งมีภาพยนตร์ใหม่ๆ หมุนเวียนกันมาฉายอยู่เสมอ นอกจากนี้กรุงเทพฯ ยังเป็นศูนย์กลางของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ทำให้มีความหลากหลายในการเก็บข้อมูล

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

สื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ หมายถึง สื่อมวลชน ซึ่งได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ที่เสนอข่าวสารเกี่ยวกับวงการภาพยนตร์ เช่น เบื้องหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการภาพยนตร์ เรื่องย่อและคำวิจารณ์

วัยรุ่น หมายถึง บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 15-25 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ หมายถึง ปริมาณหรือความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากสื่อมวลชนต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

ความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ หมายถึง ความรู้สึกพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ได้รับจากสื่อต่างๆ ในด้านเนื้อหาสาระ ความใหม่ทันสมัยของข่าวสาร ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร และปริมาณข่าวสารที่ได้รับ

ความเชื่อถือต่อข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ หมายถึง ความรู้สึกไว้วางใจหรือเชื่อมั่นได้ในข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ รวมทั้งความเชื่อในความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญของสื่อมวลชนที่เสนอข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์

ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ของวัยรุ่น
2. ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของวัยรุ่นที่มีต่อสื่อเกี่ยวกับภาพยนตร์
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของสื่อมวลชนที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ให้อยู่ในแนวทางที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
4. เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจวงการภาพยนตร์ ในการที่จะนำไปใช้ในการวางแผนการใช้สื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย



ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย