

## บทที่ 5

### ลักษณะและรูปแบบของแฟนชมรมภาพยนตร์ ซีเนคลับ และสตาร์พิกส์ คลับ

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ลักษณะและรูปแบบของสมาชิกชมรมภาพยนตร์ ซีเนคลับ และสตาร์พิกส์คลับโดยศึกษาลักษณะของสมาชิกทั้งสองโดยไม่ได้แยกศึกษา แต่จะเป็นการศึกษาสมาชิกที่ทำกิจกรรมทั้งของ ซีเนคลับ และ สตาร์พิกส์คลับ ที่ดำเนินกิจกรรมทั้งสองควบคู่กันไปด้วยกัน เพื่อให้รู้ถึงปัจจัยที่ทำให้สมาชิกเข้ามารวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน ตลอดจนผลประโยชน์ที่กลุ่มสมาชิกจะได้รับ

Dwight Macdonald (1975:25) กล่าวถึงผู้รับสารและผู้ผลิตสารไว้ว่า "ช่องว่างระหว่างผู้ผลิตสื่อ กับผู้ชมนั้นจะแคบลงในหลายกรณีถ้าผู้ผลิตจะสร้างสรรค์งานใดๆ โดย Share ทัศนียภาพร่วมกับผู้ชมของเขา ในความเป็นจริงแล้วก็คือ ผู้สร้างสรรค์งานส่วนใหญ่ ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนั้นน่าจะมาจากผู้ที่มีสังคมเศรษฐกิจและพื้นฐานทางการศึกษาคลายคลึงกับผู้ชมของเขา จึงสามารถที่จะมีรสนิยมตรงกันได้ ดังเช่นนักดนตรีที่ผลิตงาน เพลงพื้นบ้านก็จะผลิตงานเพื่อสนองวัฒนธรรมพื้นบ้านของผู้ชมของเขาเป็นต้น "

จากจุดนี้โยงมาสู่แนวความคิดของ Janice Radway (1988:36) ที่กล่าวถึงผู้รับสาร ในที่นี้ก็คือแฟนของสื่อ ว่า "แฟนสื่อ จะเกิดความพึงพอใจถ้ามีโอกาสที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมเกี่ยวกับงานต้นแบบทั้งหลายและในบางครั้งก็ข้ามขั้นไปถึงความพยายามที่จะเอาตัวเข้าไปแทรกแซงกับบทความต่างๆที่มีอยู่ในสื่อ เพื่อที่จะห้อมล้อมบทความในลักษณะเดียวกันไว้ เนื่องจากแฟนสื่อเหล่านี้จะเป็นดังเช่นผู้บริโภคคนอื่นๆ ของวัฒนธรรมมวลชน เวลาที่อ่านหนังสือหรือบทความต่างๆ มักจะมีความพึงพอใจในสิ่งเดียวกัน นั่นคือการเข้าไปมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์งานของสื่อ โดยสิ่งเหล่านี้ บรรดาแฟนจะถือว่าเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมที่พวกเขาสร้างมันขึ้น"

สมาชิกของชมรมซีเนคลับและสตาร์พิกส์คลับ เกิดมาจากการเป็นแฟนหนังสือ และเป็นพวกที่รักในการดูหนัง จากแนวความคิดของ Laaksonen ประกอบการวิเคราะห์โดยเน้นที่พฤติกรรมของการที่เข้ามามีส่วนร่วม ว่าบ่อยครั้งแคโทนและเป็นไปในลักษณะใด มากกว่าการศึกษาถึงจิตใจ การจับกลุ่มของผู้บริโภค ที่เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆโดยที่มีสื่อเป็นตัวกระตุ้น ให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้บริโภคในรูปแบบอื่นๆอีก คือการรวมกลุ่มของแฟนที่กระจัดกระจาย ไม่มี

ลักษณะที่แน่นอน ไม่รู้จักกันให้มารวมเป็นสมาชิก (Fan Club) หรืออาจจะกลายเป็นกลุ่มที่จงรักภักดีเลยก็ได้

Joli Jenson (1992:9) จากหนังสือ The Adoring Audience ได้กล่าวถึงลักษณะของแฟนสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบคือ

1. แบบคนเดียว เป็นแบบที่จะแยกตัวจากสังคม จากครอบครัว ชีวิตจะถูกครอบงำอย่างไรก็ตาม ถูกหล่อหลอมโดยสื่อมวลชน
2. แบบกลุ่ม มีลักษณะจงรักภักดีต่อสิ่งที่หลงใหล ความมีชื่อเสียงของดารานักแสดง ซึ่งต่อมาจะเกิดเป็นความจงรักภักดีต่อกลุ่มที่ชื่นชอบสิ่งที่เหมือนกัน อาการเหล่านี้ถือเป็นการโรคติดต่อ

จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์พบว่า ผู้อ่านหรือสมาชิกของชมรมซีเนแมกและสตาร์พิกส์ที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ทั้งสองทีม ได้จัดขึ้นเพื่อสมาชิกของชมรมนั้น มีลักษณะเข้าร่วมกันเป็นกลุ่ม มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันในระยะแรกของการเข้าร่วมอาจมาเพียงคนเดียวหรือสองคนแล้วค่อยๆกลายเป็นกลุ่มเล็กๆ จากนั้น การเข้าร่วมกิจกรรมบ่อยครั้งทำให้เกิดความคุ้นเคยและรวมตัวกันจนกระทั่งเป็นกลุ่มใหญ่ขึ้น จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตทั้งสองชมรมต่างก็กล่าวถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าของหนังสือทั้งสตาร์พิกส์ และ ซีเนแมกนั้น จะเน้นที่กลุ่มนักเรียนตั้งแต่มัธยมไปจนกระทั่งถึงคนทำงาน สมาชิกเหล่านี้มีความสนใจกับกิจกรรมที่ทางชมรมทั้งสองจัดขึ้นเนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้มีข้อจำกัดใดๆในการเข้าร่วมกิจกรรม และยังได้ทำในสิ่งที่ตนสนใจและมีความชื่นชมเหมือนกันนั่นคือการได้ชมภาพยนตร์รอบพรีวนั่นเอง นอกจากจะเป็นกลุ่มของสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมของชมรมแล้ว ช่องทางที่ทำให้สมาชิกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในการชมภาพยนตร์รอบพรีว กับชมรมซีเนคลับ และสตาร์พิกส์คลับนั้น สมาชิกส่วนใหญ่มีความสนใจและติดตามในหนังสือทั้งสองเล่ม และได้ซื้อหนังสือทั้งสองอ่านมาเป็นเวลานาน ถึงแม้ว่าบางคนอาจจะซื้อหนังสือ สตาร์พิกส์ อ่านก่อนเป็นเวลานานกว่าที่จะมี กิจกรรมเสริมตัวนี้เพิ่มเข้ามาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตสื่อกับผู้รับสาร จะได้มีโอกาสได้รู้จักหน้าค่าตากัน ทีมผู้ผลิตก็มีโอกาสในการบริการลูกค้าของตนเพื่อก่อให้เกิดความประทับใจ และเกิดการติดตามในกิจกรรมต่อสมาชิกของเขาเหล่านั้น เป็นเสมือนเปิดโอกาสให้สมาชิกได้-

ทำความเข้าใจกับทีมงานที่ผลิตสื่อหนังสือเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่พวกเขาชื่นชอบและติดตามผลงานมาโดยตลอด

"เป็นแฟนหนังสือ สตาร์พิกส์ มาเป็นเวลากว่า 10 ปี  
 ตอนแรก สตาร์พิกส์ ไม่มีโปรแกรมแบบนี้ในช่วงของการขายแรกๆ  
 เรื่องแรกที่ฉายก็ประมาณ ปี 2534 เรื่อง Backdraft การบอกข่าวของ  
 หนังสือเล่มนี้จะพิมพ์ไปแทรกไว้ในหนังสือ เพื่อบอกว่าจะมีหนังสือเรื่อง  
 อะไรหรือฉายที่โรงไหนเวลาใด .....ส่วนหนังสืออื่นๆ เช่น Entertain  
 หรือซีเนแมก นั้นก็ซื้อมาตั้งแต่ฉบับแรก โดยเฉพาะ Entertain นั้นจะ  
 ซื้อมาเป็นเวลา 10 ปี ขึ้นไปเช่นกัน วิธีการทราบข่าวคราวของการร่วม  
 กิจกรรมในช่วงแรกๆนั้นจะทราบจากหนังสือโดยส่วนใหญ่ ปัจจุบัน  
 เพื่อนๆที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันก็โทรศัพท์มาบอกข่าวเรื่องกิจกรรมทั้งสอง  
 หรือกิจกรรมอื่นๆ ให้ทราบเพื่อที่จะได้ไปรวมตัวกันและไปดูด้วยกัน  
 บางครั้งก็ไปทำกิจกรรมอื่นๆ หลังจากเลิกกิจกรรมชมรมแล้ว  
 (สมยศ ราชนิยม : สัมภาษณ์)

จากบทสัมภาษณ์ข้างบนนี้แสดงให้เห็นว่า สมาชิกของ สตาร์พิกส์และซีเนแมกนั้นเป็นพวก  
 ที่เรียกว่า "แฟนสื่อ" ไม่ว่าจะเป็นที่สื่อหนังสือ หรือสื่อภาพยนตร์ จากการสังเกตของผู้วิจัยและจาก  
 การสัมภาษณ์โดยส่วนใหญ่ของสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมนั้น รักการดูหนังเป็นอย่างมาก จากการ  
 วิเคราะห์ตามเหตุผลข้างต้น กลุ่มสมาชิกของชมรม ซีเนแมก และ สตาร์พิกส์ น่าที่จะถูกจัดอยู่ใน  
 กลุ่มของ Medium Audience ตามแนวความคิดของ McQuail ได้จำกัดความของแฟนกลุ่มนี้ว่า  
 "เป็นกลุ่มที่มีความจงรักภักดี ต่อสื่อชนิดนั้นๆ อย่างจริงจัง อาจเกิดจากการกระตุ้นของสื่อหรือ  
 เหตุผลเชิงพาณิชย์ เช่นการโฆษณาชวนเชื่อ แฟนกลุ่มนี้จะติดช่อง ติดสถานี ติดหนังสือ  
 หรือแมกกาซีนต้องซื้อเป็นประจำ ดังตัวอย่างที่ยกให้ดูดังกล่าว เพราะในช่วงแรกๆของการขาย  
 หนังสือสตาร์พิกส์ก็ยังไม่มีการชมรมดูภาพยนตร์ คุณสมยศซื้อหนังสือมาก่อนที่มีการ  
 ชมภาพยนตร์รอบพริ้ว ดังนั้นจึงเป็นข้อแสดงที่เด่นชัดว่าตัวหนังสือเอง เป็นสินค้าที่ได้รับความสนใจ  
 และต้องการของ "ตลาด" ตลาดในที่นี้ก็คือผู้อ่านหนังสือของทั้งสองชมรม ส่วนกิจกรรมที่จัดขึ้น  
 มาโดยทีมผู้ผลิตหนังสือทั้งสองทีมนั้น เป็นตัวกระตุ้นให้สมาชิกหรือผู้อ่านสนใจ

ในหนังสือทั้งสองเล่มเพิ่มขึ้น ซึ่งโยงไปสู่การขยายตลาดของหนังสือทั้งสองฉบับ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับคุณภาพในด้านกาบริการ ความสนุกเพลิดเพลินของกิจกรรมของชมรมฯ ที่ทำให้บรรดาสมาชิก หรือ "แฟนชมรม" เกิดการติดใจในระยะยาว จนเกิดการจับกลุ่มพูดคุยกัน และสร้างความคุ้นเคยซึ่งกันและกัน หรือที่เรียกว่า "Fan Talk" ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นที่สำคัญของหนังสือทั้งสองเล่ม หนังสือซีเนแมกได้เปิดช่องทางให้สมาชิกในการมีส่วนร่วมของการทำกิจกรรม ของ ซีเนคลับมาตั้งแต่ครั้งที่ทีมงาน ยังคงทำหนังสือแอนเตอร์เทนอยู่ ทางทีมงานก็ริเริ่ม ทำ ENTERTAIN CLUB มาเป็นเวลา 5 ปี เรียกได้ว่าแอนเตอร์เทนคลับเป็นต้นแบบของซีเนคลับ

โดยจุดมุ่งหมายของผู้จัดก็คือต้องการที่จะให้ผู้ที่มิ วสนิยมเดียวกัน และชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน ได้มารวมกลุ่มกันและทำกิจกรรมในสิ่งที่พวกเขาชื่นชอบด้วยกัน นั่นคือการได้ดูหนังร่วมกัน หรือแม้กระทั่งการเล่นเกมส์ด้วยกัน แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากทีมงานของซีเนคลับ เป็นทีมงานที่ยึดหลักของการตลาดเพื่อความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันจึงพยายามที่จะรักษากลุ่มสมาชิกเก่าของตนไว้ และพยายามทำให้กลุ่มสมาชิกแอนเตอร์เทนคลับในปีที่ 5 ไม่รู้สึกว่ตนเองถูกทอดทิ้งเมื่อเริ่มกิจกรรมของซีเนคลับ ตั้งแต่ซีเนแมก เริ่มผลิตและจำหน่ายหนังสือเล่มแรกในเดือน มีนาคม 2537 ทีมผู้จัดกิจกรรมจึงถือโอกาสติดต่อกับสมาชิกเก่าให้มาทำกิจกรรมร่วมกัน รวมทั้งให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเก่าได้เป็นสมาชิกของซีเนคลับจนกระทั่งถึงเดือนพฤษภาคม 2537 โดยไม่ต้องมีเงื่อนไขใดๆ ในขณะเดียวกันก็พยายามชักชวนให้สมาชิกใหม่ หรือกลุ่มซึ่งเป็นผู้่านกลุ่มใหม่ ไดม่าเข้าร่วมกิจกรรมของซีเนคลับ โดยสามารถตัดบัตรที่อยู่ในหนังสือมาเข้าร่วมกิจกรรมได้โดยไม่มีข้อจำกัดใดๆ เช่นกัน

ทางด้านหนังสือสตาร์พิคส์ถึงแม้ว่าจะเริ่มกิจกรรมของคลับ หรือชมรมสำหรับผู้รักการดูหนังช้ากว่า ซีเนแมก แต่กิจกรรมก็ได้รับการต้อนรับจากสมาชิกอย่างดี กิจกรรมที่จัดนั้นนอกจากเป็นการส่งเสริมการขายแล้ว ก็ยังส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้่านชัดเจนขึ้นจากการทำกิจกรรมหลายๆครั้ง และการจัดกิจกรรมที่มีความถี่กว่า จึงทำให้สมาชิกแต่ละคนไม่มีความขัดเคืองกัน ทำให้สมาชิกหันมาคุยกัน การแสดงความคิดเห็น ก็จะเป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น จนกระทั่งเกิดการสร้างกลุ่มเพื่อนใหม่ หรืออาจจะชักชวนให้เพื่อนคนอื่นที่ยังไม่เคยร่วมกิจกรรมมาร่วมสนุกด้วย ถือว่าเป็นการขยายวงของลูกค้านไปในตัว

จากแนวความคิดของ Robert Escarpit (1975: 69) ได้พูดถึงการรวมตัวของกลุ่ม "Group set" ว่าเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน และไม่รู้ตัวว่ามีคนที่มีลักษณะความชอบที่คล้ายกัน จนกระทั่งื่อนำมาเผยแพร่ สื่อทำให้เกิด "การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) " กันระหว่างคนในกลุ่ม และก่อให้เกิดกลุ่มใหม่ขึ้น โดยที่สื่อเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม ให้กับผู้รับสาร โดยผู้รับสารมีโอกาสที่จะเลือกรับสารหรือสื่อที่ตนคิดว่า "เหมาะสมและถูกใจ" เพื่อเพิ่มคุณค่าในแง่ของสติปัญญาและกลายเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มต่อไป

"เข้าร่วมกิจกรรมกับ สตาร์พิคส์ มาตั้งแต่ 3 ปีที่แล้ว คือปี 2535 เริ่มจากการซื้อหนังสือ และมีโปรแกรมแทรกอยู่ในหนังสือ.....กับการเป็นสมาชิกของ Cine Club ของหนังสือ ซินแมก นั้น เกิดจากการชักชวนของคนในที่มงานของCinemag เอง ..... การเข้าร่วมกิจกรรมตั้งแต่แรกก็เนื่องจากชอบภาพยนตร์เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ตอนที่เริ่มทำกิจกรรมมาครั้งแรกมาคนเดียวแล้วภายหลังก็เริ่มมีกลุ่มจากการพูดคุยกับคนที่มาดูหนังด้วยกัน และมีการนัดหมายมาเจอกันในการดูหนังรอบต่อไป กิจกรรมหลังจากดูหนังรอบพรีวิแล้วมักจะมีการพูดคุยวิพากษ์วิจารณ์หนังที่ดูกันในกลุ่ม มีการนัดไปไปดูหนังด้วยกัน ทวีติโอหนังเก่าคลาสสิกยุคปี 1960 เรื่อยมาดูด้วยกันมีการติดต่อกันทางโทรศัพท์ เจอกันเวลามีกิจกรรม นอกจากนั้นมีการเก็บของที่ระลึกจากภาพยนตร์บ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แชนด์บิล ซึ่งปัจจุบันกระแสการคลังโคไล้ในการสะสมแชนด์บิลมีมากยิ่งขึ้นทุกวัน

(ประเสริฐ จินาวงศ์ : สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่า ตัวสื่อหนังสือทั้งสองเล่มมีส่วนอย่างมากในการทำให้สมาชิกของตน ซึ่งถือได้ว่าเป็นแฟนชมรมมารวมตัวกัน เพื่อทำกิจกรรมที่ตัวเองรัก แล้วยังมีโอกาสได้มีเพื่อนใหม่ที่ต่างก็มีรสนิยมความชอบ เหมือนๆกัน และสมาชิกเหล่านี้มีความกระตือรือร้นที่อยากจะเข้าร่วมกิจ-

<sup>1</sup> ดูคำอธิบายแชนด์บิลที่ภาคผนวก

กรรมของชมรมทั้งสองอย่างมาก บัจฉัยหลักนอกจากภาพยนตร์ที่นำมาฉายแล้ว ก็คือเพื่อนที่พบจากการทำกิจกรรม เป็นแรงกระตุ้นอีกหนึ่งประการที่ผลักดันให้สมาชิกมารวมตัวกันเป็นกลุ่มการแจ้งข่าวสารถึงการทำกิจกรรมในครั้งนั้นนั้นนอกจากจะได้รับการแจ้งข่าวจากทีมผู้จัดการกิจกรรม จากหนังสือ แล้ว สมาชิกเอง หรือ แฟนชมรมเอง จะเป็นผู้บอกข่าวสารที่ดี ให้กันและกัน ไม่ว่าจะเป็นการนัดแนะเพื่อทำกิจกรรมสิ่งใดเมื่อได้เจอจะเจอหน้ากัน

ส่วนใหญ่ที่ผู้วิจัยได้พบเห็นก็คือ การแลกเปลี่ยนแฮนด์บิล หรือ การเก็บแฮนด์บิลไว้ให้เพื่อนกลุ่มเดียวกัน การจองที่ให้เพื่อนในกลุ่มภายในโรงภาพยนตร์ การเก็บของที่ทีมงานผู้จัดการกิจกรรมแจกให้กับเพื่อนในกลุ่ม หรือแม้กระทั่งในบางครั้ง ทางทีมงานสตาร์พิกส์ซึ่งมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมที่เร็วกว่าการผลิตหนังสือ และกลุ่มสมาชิกไม่สามารถที่จะซื้อหนังสือเพื่อตัดบัตรในหนังสือมาร่วมกิจกรรม ก็จะมีการแจกบัตรดูภาพยนตร์ฟรีของครั้งหน้าให้แก่สมาชิกภายในโรงภาพยนตร์ก่อนที่จะเริ่มกิจกรรมอื่นๆ การลู่เพื่อนในกลุ่มให้เล่นเกมส์ ก่อนกิจกรรมการดูภาพยนตร์รอบฟรีวีว ตรงนี้สื่อมีส่วนในการสร้างความผูกพันและการสานความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำกิจกรรมของชมรมทั้งสอง โดยพยายามที่จะจัดกิจกรรมให้ได้ทุกๆเดือน เพื่อให้บรรดาแฟนชมรม หรืออีกนัยคือสมาชิกชมรมฯ ได้มีโอกาสพบปะกัน ได้บ่อยครั้งเข้า กิจกรรมที่ผลักดันโดยทีมผู้ผลิตหนังสือทั้งสองมีส่วนอย่างมากในการช่วยเปลี่ยนลักษณะนิสัยของสมาชิกเกี่ยวกับพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ของสมาชิกในชมรมให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น คือทำให้เกิดความกล้าและมีทัศนคติในการรวมกลุ่มกับสมาชิก เพื่อมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมด้วยกันของบรรดาแฟนชมรมของตนไปในทิศทางที่ดีขึ้น ก่อนหน้านี้คุณปัญญรัตน์ วีระไพบุลย์ เป็นคนที่มีความชอบภาพยนตร์ แต่ไม่ชอบไปชมภาพยนตร์ตามโรงภาพยนตร์ เมื่อประมาณ 3 ปีที่ผ่านมา ก่อนการเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมภาพยนตร์ทั้งสอง และชอบที่จะดูวีดีโอที่บ้านมากกว่า เพราะคิดว่าเป็นการเสียเวลาอย่างมากที่จะออกมาดูหนัง หลังจากทีหนังสือซีเนแมก และ สตาร์พิกส์ซึ่งคุณปัญญรัตน์ได้จัดกิจกรรม ชมภาพยนตร์รอบฟรีวีวกับชมรมทั้งสอง โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกของชมรมได้ทำความคุ้นเคยกับทีมงานที่ผลิตหนังสือแล้วยังได้ร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อนสมาชิกด้วยกัน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะจัดในช่วงเช้าของวันเสาร์-อาทิตย์ จึงทำให้มีเวลาที่จะเข้าร่วมกิจกรรมได้

การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดของคุณปัญญรัตน์คือ ถึงแม้ว่าภาพยนตร์บางเรื่องที่เขาต้องการที่จะชม แต่ทางคลับไม่ได้จัด ก็จะเริ่มไปชมเองตามโรงภาพยนตร์แทนที่จะนั่งชมทางวีดีโอ

พฤติกรรมในการดูภาพยนตร์ตรงนี้เปลี่ยนแปลงไป เมื่อมีสื่อเป็นตัวกระตุ้นให้เขามีส่วนร่วมกับกิจกรรม และทำให้เขามีกลุ่มเพื่อนที่มีความชอบที่คล้ายคลึงกันมารวมตัวกัน เพื่อทำกิจกรรมอื่นๆที่นอกเหนือจากกิจกรรมที่ทางคลับได้นำมาเสนอให้กับสมาชิกของ คลับได้มีส่วนร่วมกันสร้างความบันเทิงและความคุ้นเคยซึ่งกันและกัน

"การเข้าร่วมกิจกรรมมีผลทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวเขาและสมาชิกคนอื่นอื่นเป็นไปในลักษณะที่กล้าพูดกับคนแปลกหน้ามากขึ้น เพราะการที่สมาชิกได้เจอกันบ่อยครั้งเข้าจากที่ไม่รู้จักกันเลยก็เลยมีความคุ้นเคยกันมากขึ้นหลังจากได้ร่วมกิจกรรมของชมรมฯ แต่ละครึ่ง นอกจากนั้นยังได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องของภาพยนตร์จากกลุ่มคนที่มีความสนใจเดียวกัน และในแง่ของตัวเอง นิสัยส่วนตัวเป็นคนขี้อาย แต่เมื่อเข้าร่วมกิจกรรมบ่อยครั้งเข้า ทำให้ตัวเองมีความชัดเจนลดน้อยลงทำให้ตัวเองเป็นคนกล้าแสดงออกเพิ่มมากขึ้น"

Joli Jensen กล่าวถึงกลุ่มแฟนในลักษณะนี้ว่าเป็น "กลุ่มแฟนที่มีความหลงใหลและมีความจงรักภักดีต่อกลุ่มที่หลงใหลในสิ่งเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีลักษณะจงรักภักดีต่อความมีชื่อเสียงของดาราและรายการ จากหนังสือ The Adoring Audience กล่าวถึงคำจำกัดความเกี่ยวกับ "แฟน (Fan)" และ "Fandom" ไว้ว่า "แฟน" เป็นกลุ่มของคนที่ยินยอมและหลงใหลได้ปลื้มในเรื่องของชื่อเสียงและความโด่งดัง(celebrity) กลุ่มคนเหล่านี้จะถูกเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบของความโด่งดังที่ผ่านมาถึงกลุ่มของตนโดยสื่อมวลชน เป็นลักษณะอาการทางสังคม ที่สามารถแยกย่อยได้ 2 ลักษณะคือ บุคคลที่หลงใหลและชื่นชอบอยู่ตามลำพัง ( Obsessed Loner) กลุ่มสมาชิกที่อยู่ร่วมกันอย่างเป็นกลุ่ม และสามารถเชื่อมโยงและผูกพันกันได้อย่างลึกซึ้ง และสามารถขยายวงของสมาชิกออกไปได้ (Diffusionable Group) ตามความเข้าใจร่วมกัน เกี่ยวกับชีวิตที่ทันสมัย กลุ่มแฟนแต่ละกลุ่มมีแรงจูงใจที่สัมพันธ์กันเกิดจากความเข้าใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งร่วมกัน (Assumption) ที่เกี่ยวข้องกับความทันสมัยของแต่ละบุคคลใน

กลุ่ม "Fandom" เป็นลักษณะของกลุ่มชนผู้คลั่งไคล้ เป็นลักษณะอาการทางจิตวิทยาพยายามที่จะเรียกร้องความสนใจต่างๆขึ้น เพื่อทดแทนสิ่งใดที่ขาดและพึงจะต้องมีในชีวิตที่ทันสมัย เมื่อนำแนวความคิดนี้มาเปรียบเทียบกับกลุ่มสมาชิกของชมรมภาพยนตร์ทั้งสอง คือกลุ่มแฟนของ

ชมรมซีเนคลับ และสตาร์พิคส์ คลับนี้ เป็นกลุ่มแฟนที่เกิดจากการชอบในสิ่งเดียวกัน และอ่านหนังสือเล่มเดียวกัน และคลั่งไคล้ในสิ่งเดียวกันคือ ภาพยนตร์และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากภาพยนตร์ตามกระแสการเติบโตของตลาด ภาพยนตร์ต่างประเทศ ในประเทศไทยในปัจจุบัน ทำให้เกิดภาวะของการแข่งขันของสื่อหนังสือที่เกี่ยวกับภาพยนตร์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นทีมผู้ผลิตหนังสือ แต่ละทีมจึงต้องหากกลยุทธ์ที่จะดึงดูดให้ผู้อ่านของตนติดอยู่กับสินค้าของตนในระยะเวลา ยาวนาน นอกจากคุณภาพที่ต้องคอยปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาสาระแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหันมามองถึงกิจกรรมเสริมที่จะช่วยให้สมาชิกเกิดความผูกพันกับตัวสินค้า นั่นคือการเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่ทางทีมผู้ผลิตสื่อเป็นคนจัดให้และยังเปิดโอกาสให้สมาชิก แสดงความคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์งานของตน หรือแม้กระทั่งสามารถที่จะเขียนวิจารณ์ภาพยนตร์ที่ชมกับคลับของตนลงในหนังสือได้ โดยสละพื้นที่ว่างเปิดคอลัมน์ให้กับสมาชิก ได้มีอิสระกับงานเขียนตามความสามารถและความถนัด อย่างเช่นในคอลัมน์ "พื้นที่นี้ของคุณ" ในหนังสือสตาร์พิคส์ที่เปิดให้กับนักวิจารณ์อิสระที่เป็นแฟนหนังสือสตาร์พิคส์ "Preview Theater" คอลัมน์เล็กๆ ที่ให้สมาชิกชมรม สตาร์พิคส์ พูดถึงภาพยนตร์ที่ไปดูร่วมกับชมรมเป็นบทความสั้นๆ หรือ คอลัมน์ "เวทีวิจารณ์" ที่ควบคุมโดยคุณมงคลชัย ชัยวิสุทธิ เพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกของหนังสือ หรือแฟนชมรม ซีเนคลับ ได้เขียนวิจารณ์ภาพยนตร์ที่ตนเองชื่นชอบโดยบทความเหล่านั้น จะได้รับคำแนะนำจากนักวิจารณ์หนังสืออาชีพ อย่างคุณมงคลชัย รวมทั้ง "Cine Club" คอลัมน์สำหรับเป็นสื่อกลางระหว่างทีมผู้จัดกิจกรรมและแฟนชมรม ซึ่งสามารถใช้พื้นที่นี้ในการประกาศข่าวส่งต่อถึงสมาชิกด้วยกันรวมทั้งเป็นการรายงานข่าวคราวความเคลื่อนไหวของการทำกิจกรรมทั้งที่ทำผ่านมาแล้วและ กิจกรรมครั้งหน้า โดยที่ทีมผู้ผลิตทั้งสองตระหนักถึง "ความทะเยอทะยานของบรรดาสมาชิกของตน ที่อยากจะมีผลงานการเขียน ไว้ในหนังสือที่ตนติดตามผลงานอยู่เป็นประจำ การเห็นชื่อของตัวเองในหน้าหนังสือ ถือว่าเป็นสิ่งที่ทำให้เกิด เชื่อมมั่นในตัวเองถึงความสามารถและพรสวรรค์ของบรรดาแฟนฯทั้งหลาย เป็นการสร้าง Self-esteem ของบรรดาแฟน ซึ่งจะตรงกับแนวความคิดเรื่อง "Textual Poachers ของ Michele de Certeau (1984:27) ได้กล่าวไว้ว่า "วัฒนธรรม "แฟน" เป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนและหลากหลายมิติ มีรูปแบบของการเข้าร่วมหลายระดับ และมีความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของในสื่อต่างๆ อาทิ สื่อหนังสือ ก็มีความรู้สึกว่าคุณเป็นเจ้าของเจ้าของบทความนั้นๆในหนังสือ และจะต้องมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และจะเป็นปากเสียงแทนชุมชน (Community) หรือกลุ่มของตัวเอง de Certeau ยังกล่าวอีกว่า



"Fandom" ในฐานะเป็นกลุ่มชนย่อยๆ ที่มีความพิเศษเฉพาะตนถ้ามองในแง่ของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคก็จะเรียกได้ว่า "กลุ่มชนเหล่านี้จะเป็นกระบอกเสียงแทนชุมชนหรือกลุ่มของตนในการวิพากษ์วิจารณ์ถึงกิจกรรมหลายอย่างของผู้ผลิตสื่อทำให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งกิจกรรมหลายๆอย่างจะมุ่งไปความสนใจ ไปสู่ขั้นตอนของการสร้างวัฒนธรรม ที่เหมาะสมของตนขึ้นมา " แฟนหนังสือ มักจะเป็นพวกที่มีการศึกษาดี เป็นกลุ่มที่มาจากชนชั้นกลาง และรู้จักการใช้เวลาของตนอย่างเป็นประโยชน์ เป็นกลุ่มที่สร้างการตีความหมายของบทความต่างๆ ที่ตนเองอ่านอย่างประณีตบรรจง " สมาชิกบางกลุ่ม(ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นสมาชิกทั้งของซีเนคลับ และสตาร์พิกส์คลับ) เป็นกลุ่มที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยกลุ่มสมาชิกนี้ชอบการอ่านหนังสือมากและในเวลาเดียวกันก็อยากจะทำเปลี่ยนแปลงบทบาทของตนเองมากเป็นผู้เขียนเรื่องให้คนอื่นอ่าน หรือเป็นเจ้าของบทความของตัวเอง ในบางครั้งการเขียนหนังสือ ยังไม่แพร่หลายมากถ้าเป็นหนังสือที่ผลิตขึ้นเพื่ออ่านกันในกลุ่ม แต่ในบางครั้ง เพื่อนในกลุ่มเดียวกันวันดีคืนดี ก็มีบทวิจารณ์ลงในหนังสือ สตาร์พิกส์ บ้าง หรือ ซีเนแมก บ้างเป็นบางครั้งจากการสัมภาษณ์สมาชิกบางคน ได้ตั้งกลุ่มที่รักการเขียนหนังสือเกี่ยวกับภาพยนตร์ ชื่อ "Film Team" จากการสัมภาษณ์ คุณเทพพล สังขทรัพย์กล่าวถึงผลงานของ "Film Team" หนังสือจุลสารที่ทำขึ้นแฉกเฉพาะกลุ่ม(ซึ่งผู้วิจัย ก็ได้รับแฉกมาเป็นบางเล่มหลังจากที่ได้ทำความรู้จักกับกลุ่มนี้ และมีการแลกเปลี่ยนแนวคิดกันและเริ่มมีความสนทนารวมจนได้รับการยอมรับในกลุ่มแล้ว) กล่าวถึงหนังสือจุลสารของตนว่า

" หนังสือเล่มนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดจากการรวมตัวกันของสมาชิกชมรมภาพยนตร์ ของทั้ง Cine Club และ สตาร์พิกส์ Club เพราะสมาชิกกลุ่มฟิล์มทีมนี้จะไปดูภาพยนตร์ของทุกชมรมที่จัด ไม่ว่าจะ Cine Club, สตาร์พิกส์ Club, IBC, Fox Warner, M Line ซึ่งเป็นชมรมของ Media of Media และ แมกกาซีนหลังเลนส์ หรือแม้กระทั่งรอบสื่อมวลชนในบางครั้ง เพื่อที่จะได้ดูหนังฟรีและได้รับของที่ระลึกจากภาพยนตร์ ซึ่งมีค้ำทางจิตใจสำหรับพวกเราทุกคน เนื่องจากตนเองเป็นคนสนใจในเรื่องราวของภาพยนตร์อย่างจริงจัง หลังจากเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมและสามารถรวบรวมกลุ่มเพื่อนที่มีความชอบในการดูหนังเหมือนกันและชอบสะสม Handbills

เหมือนกัน ประมาณ 13 คน โดยมีที่ปรึกษาในกลุ่มเช่น Poster Cat (นามแฝงของอาจารย์วิฑูรย์ อาจารย์จากโรงเรียน ทวีธาภิเศก )

เป็นผู้ให้คำปรึกษาแก่กลุ่ม ตลอดจนได้รับการสนับสนุนจากคุณ สมเกียรติ เตชะกรียงไกร ผู้นำกิจกรรมของ สตาร์พิคส์ Club เป็นผู้ให้ข้อมูลทางด้านภาพยนตร์ที่น่าสนใจ ได้จัดทำจุลสาร ขนาด Tabloid ชื่อ Film Team แจกเฉพาะสมาชิกในกลุ่ม และผู้ที่สนใจ โดยเริ่มต้นทำเล่มแรกเมื่อเดือน กุมภาพันธ์ 2538 จนกระทั่งปัจจุบัน เป็นเล่มที่ 5 การออกจุลสารนี้จะออกตามความสะดวก ของสมาชิก เมื่อมีเวลาว่างตรงกัน ข้อมูลที่บรรจุในหนังสือ ได้มาจากการศึกษา นิตยสารต่างๆรวมกับความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มหรือ บางทีก็แปลมาจากบทความต่างประเทศ ภายในเล่มจะบรรจุเนื้อหาเกี่ยวกับหนัง ไม่ว่าจะเป็น "Coming Attraction. เป็นการแนะนำภาพยนตร์ที่ น่าสนใจ Movies Handbills lists ประจำเดือน ที่ออกมา เพื่อให้สมาชิก ได้ทามาสะสมให้ครบการจับผิดใบปิดหนัง บทความเกี่ยวกับหนังทั้งในแง่ บวกและลบ และความรู้เกี่ยวกับศัพท์บางอย่างของภาพยนตร์และบทวิจารณ์หนังที่กำลังฉายอยู่ในขณะนั้น"

(ทศพล สังขทรัพย์ : สัมภาษณ์)

จากบทสัมภาษณ์คุณทศพลจะเห็นได้ว่า กิจกรรมของชมรมทั้งสองก่อให้เกิดการรวมกลุ่มของ สมาชิกที่มีความชอบคล้ายคลึงกัน รวมตัวกันทำกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากกิจกรรมการชมภาพยนตร์ร่วมกัน กลุ่มสมาชิกเช่นนี้เป็นแฟนที่ตรงกับแนวความคิดของ Henry Jenkins (1992:278) ที่กล่าวถึงแนวคิดเรื่อง "Fandom" ในลักษณะของแฟนที่ไม่สนใจแยกแยะระหว่างผู้อ่านและผู้เขียน กลุ่มแฟนจะไม่บริโภคเรื่องราวต่างที่ถูกผลิตขึ้นก่อน (Pre-produced) เขาเหล่านั้นจะผลิตเรื่องราว ในกลุ่มของเขาเองนอกจากนั้นยังผลิต นวนิยาย ศิลปะภาพพิมพ์ เพลง วีดีโอ และการแสดงต่างๆ ด้วยตัวเอง และไม่ต้องการที่จะลอกเลียนแบบใคร Jonh Fiske (1989) ได้กล่าวเอาไว้ในเรื่องของ วัฒนธรรมราษฎร์ หรือวัฒนธรรมชาวบ้าน (Popular Culture) ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการมี

ส่วนร่วมของแฟนต่อการผลิต โดยกล่าวไว้ว่า "แฟนจะผลิตผลงานอันทรงคุณค่าของแฟนเป็นผลิตภัณฑ์แบบ (Textual Productivity) แฟนจะตีราคาคุณค่าของของหรือ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้เทียบเท่ากับผลิตผลจากวัฒนธรรมทางการ (Official Culture) ในแง่มุมนี้ ผลิตผลที่กำเนิดจากแฟน ไม่ว่าจะเป็นการเล่น หรือสินค้าต่างๆ แฟนจะไม่ผลิตสิ่งเหล่านี้เพื่อเงิน ในทางเศรษฐกิจ ผลผลิตสินค้า ที่ผลิตโดยบรรดาแฟนๆ จะมีราคาในตัวเอง และราคาจะขึ้นอยู่กับข้อจำกัดของวัตถุที่นำมาผลิต ว่าจะเป็นวัตถุที่ทำให้บรรดาแฟนๆ เข้าถึงการผลิตได้มากน้อยแค่ไหน อาทิ กลุ่มแฟนของ Madonna ได้ทำวิดีโอ การแสดงของตนขึ้นมา โดยใช้เครื่องอัดวิดีโอของพวกเขาเองผลิตผลงานขึ้นมา เป็นต้น วัฒนธรรมของแฟนจะไม่พยายามที่จะส่งสินค้าของตนไปขายยังนอกชุมชนของตน พวกนี้จะมีผลิตสินค้าเพื่อขายในวงสังคมที่แคบ (Narrowcast) มากกว่าที่จะผลิตเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในวงกว้าง (Broadcast Text) ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด เช่นการผลิตเสื้อกรีนเป็นรูปการ์ตูนหรือหนังเรื่องที่บรรดาแฟนโปรดปราน แล้วขายในกลุ่มแฟนด้วยกันเอง ตรงนี้จะส่งผลประโยชน์ให้กับทีมงาน ที่ผลิตหนังสือ ทั้งสองเล่มตรงที่สามารถที่จะจับจุดขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องภาพยนตร์ให้กับแฟนชมรมของตนได้ โดยที่บรรดาแฟนๆ จะไม่รู้สึกรู้ว่าตัวเองถูกเอาเปรียบจากทีมผู้ผลิตหนังสือทั้งสอง เพราะพวกเขาจะภูมิใจกับของที่ได้เป็นเจ้าของ เป็นของที่สามารถนำไปเอาวดคนอื่นได้"

การรวมกลุ่มของแฟนชมรมภาพยนตร์สตาร์พิคส์และ ซีนเนแมกอีกลักษณะก็คือ การเข้ามาทำความรู้จักหลังจากที่มีความคุ้นเคยจากการทำกิจกรรมร่วมกันบ่อยๆ จนทำให้มีความสนิทสนมกัน และนอกจากนั้นก็ยังมีสิ่งที่ชื่นชอบและของสะสมในสิ่งเดียวกัน ดังนั้นจึงมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนสิ่งของเกี่ยวกับภาพยนตร์เกิดขึ้น ที่เห็นโดดเด่นที่สุดก็จะเป็นการแลกเปลี่ยน แชนด์บิล<sup>3</sup>

กระแสของการสะสมแชนด์บิลเริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ ในระยะเวลา ช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทำให้สิ่งที่เคยเป็นของที่ไม่มีราคาและไม่มีค่าในสายตาของหลายๆคนเมื่อได้รับการแจก เมื่ออ่านแล้วก็จะ โยนทิ้งเป็นขยะ เป็นของที่สามารถหยิบได้มากเท่าที่ตัวเองจะหยิบได้โดยที่ไม่มีพนักงานคนไหนว่าหรือกักเอาไว้ไม่ให้ มีหลายขนาด และมีความสะดวกขึ้นอยู่กับภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ สมัยก่อนเป็นของที่หาได้ตามโรงภาพยนตร์ทั่วไป ปัจจุบัน แชนด์บิลเป็นสื่อโฆษณาที่นักสะสมต้องการและพยายามที่หาเป็นเจ้าของให้ครบทุกเรื่องจนกระทั่งมีการจัดตั้งชมรมแชนด์บิล

<sup>3</sup>

ดูรายละเอียดของแชนด์บิลและ Handbill Lists ที่ภาคผนวก

เพื่อแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งชมรมย่อยนี้จะอยู่ภายใต้การจัดกิจกรรมของชมรมภาพยนตร์ มีสมาชิกหลาย ๆ คน ที่สะสมมาเป็นเวลานานและมีสมาชิกที่เริ่มให้ความสนใจเนื่องจากททกระแสของความนิยม ไม่ไหว ดังนั้น สมาชิกบางคนในชมรมภาพยนตร์ ที่เก่งในการตามล่าแฮนด์บิล จะกลายเป็นคนที่ทุกคนจะต้องทำความรู้จักให้ได้เพื่อที่จะได้ขอแบ่งปันจากกลุ่มแฟนกลุ่มนี้ ทำให้ผู้ที่ไม่เคยมีความสำคัญเลยในสายตาของคนที่ทำางานร่วมกัน หรือสมาชิกในบ้าน หรือแม้กระทั่งเพื่อนกลุ่มที่ก่อนจะเข้ามาทำกิจกรรม กลายเป็นขวัญใจของเพื่อนสมาชิกไป เนื่องจากเป็นเจ้าของแฮนด์บิลจำนวนมากและหลายเรื่องในมือ นอกจากนั้นก็ยังมีเครือข่ายตามโรงภาพยนตร์ต่างๆเท่าที่ความสามารถจะไปถึง ไปทำความรู้จักกับเขา เพื่อที่จะพยายามหาแฮนด์บิลมาให้กับเพื่อนสมาชิกคนอื่น และแน่นอนเก็บไว้ในCollection ของตัวเองด้วย อย่างเช่นคุณนรรมน อารีย์

“การดูหนังแต่ละครั้งกับCine Club หรือ สตาร์พิคส์ อย่างแรกเลย เราจะได้เพื่อนเพิ่ม มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการชมหนังแต่ละครั้ง มีหลายกลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรม ที่จะเป็นผู้เก็บของที่ระลึกจากหนังเช่น Handbills ที่ทางเจ้าของหนังทำขึ้นเพื่อโปรโมตหนังของตัวเอง ซึ่งเป็นสื่อโฆษณาในราคาถูก และหาเก็บได้จากโรงหนัง หรือการที่เจ้าของหนังนำมาแจกตามศูนย์การค้า และแหล่งชุมชน เช่นบริเวณถนนสีลมสยามสแควร์ การทำกิจกรรมก็จะเป็นแหล่งที่พบปะของเพื่อนฝูงที่ชอบในสิ่งเดียวกัน แต่ละคนจะได้พูดถึงหนังที่ตนเองชื่นชอบ และแน่นอนที่ตนเองก็เป็นผู้สะสมแฮนด์บิลคนหนึ่ง และเก็บมานานแล้ว ประกอบกับภายหลังเมื่อตัวเองมีเวลาก็จะไปหาแฮนด์บิล ตามแหล่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงหนัง Secom Square ที่ถนนศรีนครินทร์ โรงหนัง MGM ที่ เดอะมอลล์ รามคำแหง อิมพีเรียลลาดพร้าว บริษัทวอร์เนอร์ ฯลฯ ซึ่งตนเองก็พยายามที่จะทำความรู้จักกับพนักงานขายตั๋ว คนตรวจตั๋ว ในโรงภาพยนตร์ (Checker) ผู้จัดการโรงภาพยนตร์ เพื่อให้ได้ แฮนด์บิลหรือ One Sheet ของภาพยนตร์เรื่องโปรดมาไว้เป็นเจ้าของนอกจากนั้นก็ก็นำมาให้กับบรรดาเพื่อนๆหลายๆคนที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันเนื่องจากพวกเขาก็สะสม

เช่นกัน และอย่างไรก็ตามในบางครั้งที่มีผู้จัดกิจกรรมก็จะนำมาแจก  
ซึ่งทำให้ตนไม่ค่อยพลาดในการทำกิจกรรมในแต่ละครั้ง

(นรมน อารีย์: สัมภาษณ์)

**สรุป ลักษณะของแฟนชมรมภาพยนตร์ของหนังสือสตาาร์ทพิคส์และซีเนแมก**

1. ลักษณะของแฟนชมรมภาพยนตร์ของสตาาร์ทพิคส์ และ ซีเนแมกนั้น เป็นลักษณะของ "แฟนสื่อ" ที่อาจจะกล่าวได้ว่า สื่อที่พูดถึงคือ สื่อภาพยนตร์ และสื่อหนังสือ เนื่องจากทั้งผู้จัดกิจกรรมและ สมาชิกหรือแฟนของชมรมทั้งสองมีความชื่นชอบที่เหมือนกันคือ "ภาพยนตร์" โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาพยนตร์ขอลิสต์ชื่อดังที่สมยศ ราชนิยมได้กล่าวไว้ " เป็นแฟนหนังสือสตาาร์ทพิคส์มาเป็นเวลากว่า 10 ปี .....ส่วนหนังสือเอนเตอร์เทนหรือสตาาร์ทพิคส์นั้นจะซื้อมาตั้งแต่เล่มแรก....."

2. แฟนกลุ่มนี้ เป็นแฟนที่ชอบแสดงความคิดเห็น และวิพากษ์วิจารณ์ ในลักษณะของการวิจารณ์กันในกลุ่มเฉพาะ ซึ่งบางครั้งอาจจะดึงเอาทีมงานผู้ผลิตไปเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มด้วยในบางครั้ง จากผลตรงนี้จะป็นประโยชน์ ต่อ ทีมผู้ผลิตที่จะถ่ายทอดการผลิตงานที่จะสนองความต้องการของผู้บริโภคของตนเอง เพราะการมีความสัมพันธ์กันโดยตรงกับกลุ่มแฟนชมรมของต้นนี้สามารถทำให้ทีมผู้จัดได้เห็นหน้าค่าตาแฟนหนังสือของตนเอง และได้รู้กลุ่มเฉพาะของแฟนกลุ่มของตนเอง

3. แฟนสื่อหนังสือนี้ จะมีความเป็นเจ้าของสื่อตัวนี้ และอยากที่จะมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์งานกับหนังสือที่พวกเขาติดตามอ่านผลงาน ในการมีส่วนร่วมนั้นนอกจากการร่วมกิจกรรมชมภาพยนตร์รอบพรีวีวแล้ว การร่วมสนุกการเล่นเกมส์ ก็ยังพยายามหาโอกาสให้ตนได้มีส่วนร่วมในการเขียนบทความวิจารณ์ ภาพยนตร์ลงในหนังสือ หรือ แม้แต่การแสดงความคิดเห็นนิดๆหน่อยๆก็จะสร้างความสำคัญให้กับตัวเองอย่างมาก

4. การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มทำให้เกิดวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มเกิดขึ้นนั่นคือการได้ทำกิจกรรมกับบรรดาแฟนที่มีความชื่นชอบใน สิ่งเดียวกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน และมีการแลกเปลี่ยนสิ่งของที่สะสมในลักษณะเดียวกัน การกระทำจะกระทำกับกลุ่มที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกันมากกว่า กลุ่มที่เพิ่งรู้จักกันใหม่ๆ

5. สมาชิกบางกลุ่มจะมีลักษณะของแฟนผู้มีความทะเยอทะยานที่จะสร้างงานเขียนของตน ขึ้นมาเพื่อที่จะแพร่หลายกันในเฉพาะกลุ่มของตน เป็นกลุ่มแฟนที่มีความสนใจในสื่อหนังสือ พอๆกับการเข้าร่วมกิจกรรม และเป็นกลุ่มที่คลั่งไคล้ในการเก็บสะสมของที่ระลึกจากภาพยนตร์ อย่างไรก็ตามกลุ่มนี้ไม่ใช่กลุ่มที่ปิดตัวเองและไม่เปิดโอกาสให้สมาชิกคนอื่นๆได้มาเข้าร่วมกับกลุ่มของเขา คือไม่ได้จำกัดว่ากลุ่มของเขาจะไม่สามารถขยายออกไปได้

6. ลักษณะของสมาชิกบางคนก็จะมีลักษณะว่าการเข้าร่วมการทำกิจกรรมกลุ่มทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ ไปได้ตามความต้องการของกลุ่ม หรือ การที่จะกลมกลืนกับกลุ่มได้ก็ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างของตัวเอง

7. สมาชิกหรือแฟนของชมรมจะเป็นกลุ่มสมาชิกที่เป็นปากเสียงให้กับกลุ่มของตน และมีอิทธิพลอย่างมากต่อการผลิตหนังสือของหนังสือ สตาร์พิคส์ และ ซีเนแมก เพราะเป็นกลุ่มที่จะให้ความคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์ให้สอดคล้องตามประสบการณ์ คำนิยม และ จริยธรรม ตลอดจนการอบรมของตัวสมาชิกเองมากกว่าที่เป็นการออกความคิดเห็นตามหลักทฤษฎี

8. ลักษณะที่โดดเด่นอีกลักษณะหนึ่งของแฟนชมรมภาพยนตร์ของตนคือ มีความเป็นผู้นำทางด้านความคิด (Opinion Leader) ของกลุ่มในชุมชนที่ตนอยู่ อาทิ ที่บ้าน หรือที่ทำงาน แฟนชมรมภาพยนตร์จะมีความภูมิใจในตัวเอง ที่มีความรู้และความสามารถในการวิพากษ์วิจารณ์ ภาพยนตร์ต่างๆ ที่ตนสนใจได้อย่างถ่องแท้ เนื่องจากเป็นผู้ที่สนใจและศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับภาพยนตร์อย่างจริงจัง และประกอบกับการเป็นแฟนของสื่อหนังสือที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ ที่มีเนื้อหาสาระที่ตนสามารถนำไปพูดบอกต่อได้ ตลอดจนจากการที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมการชมภาพยนตร์รอบพรีวิว ทั้งหนังสือ สตาร์พิคส์ และซีเนแมก ทำให้พวกเขาเหล่านั้นมีโอกาสที่ได้ชมภาพยนตร์ดังๆหลายเรื่องก่อนใครๆ ในที่ทำงาน หรือที่บ้าน หรือแม้แต่คนในสังคมที่เกี่ยวข้องกับเขา ดังนั้น บรรดาแฟนชมรมภาพยนตร์ของหนังสือทั้งสอง จึงมักจะเป็นผู้ที่แนะนำภาพยนตร์ต่างๆที่น่าสนใจให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับเขาอยู่เสมอ แต่ก็มิใช่ว่าบางครั้งก็เกิดความขัดแย้งกับคนในสังคมของเขาก็นอกเหนือจากบรรดาแฟนชมรมมาด้วยกัน ในเรื่องของความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วย เมื่อไปชมภาพยนตร์ที่แฟนชมรมมา แนะนำแต่กลับบอกว่าไม่ดี ทั้งๆที่ภาพยนตร์เรื่องนั้นมีรางวัลเป็นประกัน ตรงจุดนี้จะเห็นได้ว่า ในบางครั้งสถานะภาพของการเป็นผู้นำความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์ก็ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับคนรอบข้างเสมอไป เพราะมุมมอง และระดับการศึกษาที่แตกต่าง รวมไปถึง การชม

ภาพยนตร์ที่แตกต่างกันในด้านความรู้เกี่ยวกับการชมภาพยนตร์ ความเคยชินของคนทั่วไปที่ไม่ใช่แฟนชมรมภาพยนตร์ ก่อให้เกิดความขัดแย้งได้ในบางครั้ง

9. การสรุปถึงกลุ่มแฟนของชมรมภาพยนตร์ของสตาร์พิกส์ และ ซีนคลับ ในแง่ของ Demographic (อาชีพ,อายุ , การศึกษา ฯลฯ) ซึ่งได้ผลจากการแจกแบบสอบถามให้แก่บรรดาสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งทีม สตาร์พิกส์และ ซีนคลับ เป็นจำนวน 200 คน โดยแบ่งแจกให้กับชมรม ทั้งสองฝ่ายละ 100 คน สามารถที่จะแบ่งให้เห็นชัดตามตารางต่อไปนี้:-

ลักษณะกลุ่มแฟนชมรมของสตาร์พิกส์	ลักษณะกลุ่มแฟนชมรมของซีนแมก
1. ถ้าเปรียบเทียบอัตราของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมของสตาร์พิกส์คลับจะเห็นว่ามีเพศชายเข้าร่วมกิจกรรมในอัตราที่มากกว่าเพียงเล็กน้อย นั่นคือเป็นผู้หญิง 45.16 เปอร์เซ็นต์ : ผู้ชาย 54.84 (ข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม จากจำนวน 100 คน)	1. ถ้าเปรียบเทียบอัตราของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมชมรมภาพยนตร์ของซีนแมกจะเห็นว่าผู้เข้าร่วมทำกิจกรรมจะมีอัตราของเพศชายมากกว่าเพศหญิง นั่นคือเป็นเพศหญิงร้อยละ 44.83 เปอร์เซ็นต์ : ผู้ชาย 55.17 เปอร์เซ็นต์(ข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม จากจำนวน 100 คน)
2. อายุโดยเฉลี่ยของสมาชิกชมรมกลุ่มใหญ่ที่สุดอยู่ในระดับอายุ 21- 25ปีกลุ่มรองลงมาคือระดับอายุประมาณ 26-30 ปีขึ้นไป	2. อัตราโดยเฉลี่ยของอายุของสมาชิกที่เข้าร่วมกับซีน คลับ โดยส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในราว 15-25 ปี และกลุ่มที่รองลงมาคือ อายุประมาณ 26-30 ปีขึ้นไป
3. อาชีพของแฟนชมรมที่เข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุดได้แก่พนักงาน รองลงมาคือลูกจ้างไม่ระบุรายละเอียดของงานและพนักงานบริษัท	3. อาชีพของแฟนชมรมซีนคลับที่เข้าร่วมโดยส่วนใหญ่คืออาชีพนักศึกษารองมาคือพนักงานบริษัทเอกชนและรัฐวิสาหกิจรวมทั้งลูกจ้างที่ไม่รับอาชีพอีกในอัตราที่เท่ากับพนักงานรัฐวิสาหกิจ
4. วิธีการเข้าร่วมกิจกรรมของแฟนสตาร์พิกส์คลับโดยส่วนใหญ่จะมาจาก การซื้อหนังสือเป็นประจำเพื่อตัดบัตรในหนังสือมาเข้าร่วมกิจกรรม ที่รองลงมาคือ การได้บัตรฟรีจากเพื่อนที่เข้าร่วมกิจกรรมอยู่ก่อน ไม่มีใครที่สมัครเป็นสมาชิกประจำของหนังสือเลย ดังนั้นตรงจุดนี้สามารถที่จะสรุปได้ว่ากลุ่มสมาชิกของสตาร์พิกส์คลับ จะเป็นชนชั้นในระดับกลางของสังคมที่มีความสามารถที่จะซื้อหนังสือเป็นประจำในแต่ละปีก็ได้ แต่ยังไม่มีการสั่งเพียงพอที่จะสมัครเป็นสมาชิกประจำรายปี ซึ่งจะต้องเสียเงินจำนวนมากในเวลาเดียว	4. วิธีการเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิกชมรมภาพยนตร์ของซีนคลับ โดยส่วนใหญ่จะมีความคล้ายคลึงกับสตาร์พิกส์คลับ คือใช้วิธีการซื้อเป็นประจำ หรือติดตามข้อมูลและข่าวสารในการทำกิจกรรมในครั้งหน้า ส่วนวิธีที่รองลงมาคือ การสมัครเป็นสมาชิกรายปีของหนังสือซึ่งกลุ่มนี้จะไม่ต้องนั่งกังวลกับปัญหาการซื้อหนังสือไม่ทันที่แมง และมีสิทธิพิเศษมากมายที่ทางทีมงานเสนอให้ในลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ จึงทำให้สรุปได้ว่าสมาชิกของซีนคลับ นั้นเป็นกลุ่มชนที่รวมทั้งชนชั้นกลางซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้ารายใหญ่และกลุ่มชนที่มีรายได้สูงพอประมาณ มาเข้าร่วมประปราย ส่วนใหญ่จะเป็นแฟนกิจกรรมที่เหนียวแน่นและติดตามมาตั้งแต่ครั้งยังเป็นแอนเตอร์เทนคลับ

5. ประเภทของภาพยนตร์ที่ชอบดู คือภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยเฉพาะภาพยนตร์จากฮอลลีวูด รองลงมาคือ ภาพยนตร์ไทยคุณภาพ และภาพยนตร์จีนฮ่องกง	5. ประเภทของภาพยนตร์ที่ชอบดู คือภาพยนตร์ต่างประเทศ และรองลงมาคือภาพยนตร์ไทยคุณภาพและอันดับสุดท้ายคือ ภาพยนตร์จีน ฮ่องกง
6. การเลือกชมภาพยนตร์ของสมาชิกจำนวนมากที่สามารถดูหนังได้ทุกประเภท โดยไม่เกี่ยงชนิดของภาพยนตร์และรองลงมา พิจารณาจากผู้แสดงและผู้กำกับเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ มีจำนวนมากที่เลือกที่จะชมภาพยนตร์จากประเภทของภาพยนตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์ชีวิตหนักๆ(Drama Movies), ภาพยนตร์รักโรแมนติก (Romantic Movies) ,มีบางส่วนที่เลือกชมภาพยนตร์สยองขวัญ (Horror Movies) ภาพยนตร์ตลกจะเป็นชนิดสุดท้ายที่สมาชิกจะเลือกดู ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของตัวเอง	6. การเลือกชมภาพยนตร์ของกลุ่มสมาชิกชมรมภาพยนตร์ของซีเนแมก กลุ่มใหญ่จะไม่เลือกดู สามารถดูได้ทุกประเภทที่ทางชมรมจัดให้ชม ส่วนกลุ่มที่รองลงมาในอัตราที่ใกล้เคียงกันคือเลือกที่จะดูภาพยนตร์รักโรแมนติก นอกจากนั้นก็ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจจากการดูชื่อผู้แสดงและผู้กำกับในการเลือกชมภาพยนตร์ชีวิตเป็นอันดับที่สี่ของเกณฑ์ในการเลือกชมภาพยนตร์ของแฟนซีเนคลับ นำประหลาดใจที่อัตราของสมาชิกที่เลือกชมภาพยนตร์สยองขวัญ มีจำนวนมากกว่าผู้ที่เลือกชมภาพยนตร์บู๊ (Action Movies)

### ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของสมาชิก

1.ปัจจัยจากการตัวสื่อภาพยนตร์ ที่บรรดาสมาชิกทุกคนต่างเป็นคนที่รักการดูหนัง การที่ซื้อหนังสือ สตาร์พิกซ์และ ซีเนแมก มาอ่านเนื่องจากเป็นหนังสือ ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ และต้องการที่จะเห็นภาพและกล่าวได้ว่าตัวหนังสือ เป็นเครื่องมือในการเลือกและการตัดสินใจในการเลือกชมภาพยนตร์ของสมาชิกด้วย

2.ปัจจัยในเรื่องของการชื่นชอบที่มผู้ผลิตหนังสือทั้งสอง และจากการที่บรรดาที่มผู้ผลิตต่างก็กล่าวว่าการทำกิจกรรมนั้นเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้อ่าน ให้มีความแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น ตลอดจนบรรดาแฟนจะมีโอกาสในการที่จะเสนอความคิดเห็น และบอกถึงสิ่งที่ตนเองต้องการจะให้บรรจุในหนังสือ แก่ที่มผู้ผลิต อีกด้วย

3.ปัจจัยจากตัวเพื่อนสมาชิกด้วยกันเอง เมื่อสมาชิกแต่ละคนได้เข้าร่วมกิจกรรมบ่อยครั้งขึ้นจากบุคคลก็จะกลายมาเป็นกลุ่มและกลุ่มเล็กก็จะกลายมาเป็นกลุ่มที่ใหญ่ขึ้น และมีกิจกรรมรองหลังจากเสร็จกิจกรรมกับชมรมทั้งสองแล้ว ทำให้เกิดการติดใจ และอยากที่จะเข้าร่วมกับกลุ่มทุกครั้ง เพราะจะได้เจอเพื่อนที่มีความชอบเหมือนกัน ได้แลกเปลี่ยนทัศนคติกับผู้ที่มีความรู้ความสนใจใกล้เคียงกัน เพราะไม่ใช่เป็นเรื่องง่ายที่จะนำเอาคนจากหลากหลายที่มารวมตัวกัน และทำกิจกรรมร่วมกัน และได้ความร่วมมือน้อย่างดี ถ้าคนเหล่านั้นไม่มีรสนิยมเดียวกัน



4. ปัจจัยในเรื่องของความต้องการทราบข่าวสาร หรือความเคลื่อนไหวในการจัดกิจกรรม ครั้งต่อไปของกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือ สตาร์ทอัพส์ และการทำกิจกรรมของชมรมมักจะ บอกข่าวสารครั้งต่อไปในการทำกิจกรรมแต่ละครั้งล่วงหน้า

5. ปัจจัยในเรื่องของความเป็นผู้มีสิทธิพิเศษเหนือจากคนอื่นๆไป ในเรื่องของเอกสิทธิ์ (Privilege) ของสมาชิกที่จะได้ชมภาพยนตร์รอบปฐมทัศน์ ฟรี ก่อนใครและสามารถนำไปพูดอวด ได้ นอกจากนั้นก็ยังมีสิทธิพิเศษในเรื่องของรางวัลของแจกรางวัลที่ทางทีมงานได้เสนอให้ ไม่ว่าจะเป็นการ แลกไปสเตอร์ ที่ต้องนำบัตรจากหนังสือ มาแลก และไม่ต้องการที่จะเสียเวลาไปแลกที่อื่นแล้วยังได้ เข้าร่วมกิจกรรมเป็นของแถม

**ผลประโยชน์ของสมาชิกที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมภาพยนตร์ของซีเนแมก และสตาร์ทอัพส์**

1. การได้รู้จักกับทีมผู้ผลิตหนังสือทั้งสองอย่างใกล้ชิด และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กับทีมงานได้อย่างเป็นอิสระ

2. ได้มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนสมาชิกคนอื่นที่ไม่เคยได้รู้จักกันมาก่อน แต่สามารถพูดคุยได้ ง่ายขึ้นหลังจากที่มีการร่วมกันทำกิจกรรมบ่อยครั้ง และเกิดความสนุกและความบันเทิงจากการได้ ร่วมกิจกรรม กับเพื่อนสมาชิกที่มีรสนิยมที่เหมือนกัน และมีความชอบเดียวกัน

3. สามารถที่จะทราบข่าวสารของกิจกรรมต่างๆของชมรมฯได้อย่างต่อเนื่อง

4. สิทธิพิเศษของการเข้าเป็นสมาชิก ไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมเล่นเกมสล็อตเพื่อชิงรางวัลที่เป็น ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ที่ตนชื่นชอบ หรือการชมภาพยนตร์รอบปฐมทัศน์ที่หลากหลายเรื่องผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของชมรมจะไม่ได้สิทธิพิเศษนี้ หรือถ้าภาพยนตร์ที่นำมาฉายเป็นภาพยนตร์ตลาด สมาชิกก็จะได้ชมในลักษณะที่ไม่มีการ "เซ็นเซอร์"

5. ได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรม หรือบางครั้งก็สามารถที่จะส่ง-  
บทความที่ตนเองเขียนวิจารณ์เกี่ยวกับภาพยนตร์ไปลงยังหนังสือของทั้งสองฉบับได้ซึ่งเป็นการ ฝึกฝนไปในตัว

## สรุป ลักษณะแฟนชมรมภาพยนตร์ของหนังสือสตาร์พิคส์และซีเนแมก

### ลักษณะที่ 1

- ลักษณะของแฟนชมรมภาพยนตร์ของหนังสือสตาร์พิคส์ และซีเนแมกจะเป็นลักษณะของ "แฟนสื่อ (Media Fandom) และมีการรวมตัวของกลุ่มที่เกิดจากการกระตุ้นของสื่อหนังสือ
- เป็นลักษณะของกลุ่มแฟนที่จงรักภักดีต่อสิ่งที่ตนหลงใหลและหลังจากนั้นก็จะมีเกิดความจงรักภักดีกับกลุ่มที่ตนหลงใหลในสิ่งเดียวกัน
- เนื่องจากลักษณะเด่นอีกอย่างของแฟนชมรมภาพยนตร์ที่เกิดจากการเป็นแฟนสื่อหนังสือ กลุ่มแฟนของสื่อหนังสือนี้จะเรียกว่า "Textual proachers" เป็นกลุ่มแฟนที่มีความรู้สึกเป็นเจ้าของเจ้าเข้าเจ้าของบทความในสื่อต่างๆ แลอยากที่จะมีส่วนร่วมในการผลิตสื่ออื่นๆ ตลอดจนการสร้างสรรค์สื่อ เพื่อสนองความต้องการของตนเองและภายในกลุ่มของตน

### ลักษณะที่ 2 : เป็นลักษณะของแฟนที่แบ่งย่อยจากช่องทางที่เข้ามาเป็นแฟนชมรม

- เป็นแฟนประจำจากการสมัครเป็นสมาชิกของนิตยสารรายปีของหนังสือ
- เป็นแฟนประจำของทั้งหนังสือและกิจกรรมกลุ่มจากการซื้อหนังสือเป็นประจำ
- เป็นแฟนชั่วคราวจากการซื้อหนังสือเฉพาะบางเล่มที่มีการแทรกบัตรดูหนังฟรีภายในเล่ม
- เป็นแฟนที่ไม่ได้ลงทุนแต่รู้จักกับทีมผู้ผลิตสื่อ จึงสามารถขอสิทธิพิเศษมาเข้าร่วมกิจกรรม แต่จะไม่สามารถเข้าร่วมเล่นเกมหรือแข่งขันเพื่อของรางวัลใดๆ นอกจากได้ชมภาพยนตร์รอบพรีเมียมฟรี

### ลักษณะที่ 3 การจำแนกลักษณะของแฟนจากลักษณะทาง Demographic

- แฟนที่เข้าร่วมกิจกรรมของชมรมภาพยนตร์ทั้งของสตาร์พิคส์และซีเนแมก เมื่อเปรียบเทียบแล้วจะเห็นว่ามียุทธอายุของเพศชายมากกว่าเพศหญิง
- อายุโดยเฉลี่ยของกลุ่มแฟนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีอายุประมาณ 15-30 ปีขึ้นไป

- อาชีพหลักส่วนใหญ่ของแฟนชมรมที่เข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุดคือ นักศึกษารองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างที่ไม่ระบุอาชีพ มีนักเรียนเข้าร่วมด้วยแต่เป็นจำนวนน้อย

- กลุ่มแฟนชมรมของหนังสือสตาร์พิคส์และซีเนแมก จะเป็นกลุ่มของผู้ที่มีฐานะตั้งแต่ปานกลางจนถึงผู้ที่มีฐานะดี เพราะจะมีกำลังซื้อที่เพียงพอกับการซื้อหนังสือเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มแฟนชมรมทั้งสองจะเป็นแฟนของภาพยนตร์ต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์ฮอลลีวูด โดยอัตราของแฟนที่นิยมชมภาพยนตร์ชีวิตหนักๆ (Dramatic Movies) มีมากพอๆกับผู้ชื่นชอบภาพยนตร์รักโรแมนติก (Romantic Movies) และมีบางกลุ่มที่เป็นประเภทไม่เกี่ยวต่อประเภทของภาพยนตร์ที่ทางชมรมทั้งสองนำมาเสนอในช่วงของการทำกิจกรรม



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย