หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โปสเตอร์หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า"ใบปิด"นั้น คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งที่ถูกผลิตขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อใช้ประกาศเหตุการณ์ บอกเล่ารายละเอียดต่างๆ เพื่อส่งเสริมการบริการ การขายสินค้าและเพื่อสนับสนุนความคิดต่างๆ ลักษณะโดยทั่วไปของโปสเตอร์จะมีรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า บรรจุเนื้อหาทั้งด้านแนวตั้งและแนวนอน เนื้อหาภายในของโปสเตอร์ประกอบด้วยองค์ประกอบสองส่วนคือ ภาพและข้อความ โดยทั้งสองส่วนจะต้องมีความสัมพันธ์กัน ปกติแล้วภาพในโปสเตอร์จะมีบทบาทสำคัญในการสื่อถึงเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอส่วนข้อความเป็นเพียงส่วนขยายเพื่อช่วยอธิบายสิ่งที่ภาพไม่สามารถนำเสนอได้

ภาพที่ปรากฏในโปสเตอร์มีทั้งที่เป็นรูปวาดหรือรูปพิมพ์ แบบที่ออกมาเป็นการประสานกันระหว่างการออกแบบที่เด่น สี และข้อความซึ่งตั้งใจจะให้สะดุดตา ติดไว้ตามทางคนสัญจรไปมา หน้าสำนักงาน ร้านค้า ข้างทางหลวง ริมทางรถไฟ หน้าโรงภาพยนตร์และอื่นๆ (อภิชาติ โพธิ์ไพโรจน์, 2518:119) ตรัสวิน จิติเดชารักษ์(2530:115)ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับโปสเตอร์ว่า จะต้องประกอบด้วยลักษณะ 4 ประการดังนี้คือ

1. ต้องเป็นแผ่นโดดๆ ที่สามารถปะลงบนพื้นผิวใดๆ ได้
2. จะต้องมีข้อความ ไม่เพียงแต่มีรูปภาพเท่านั้น
3. จะต้องแสดงไว้ในที่สาธารณะ
4. จะต้องผลิตขึ้นเป็นจำนวนมาก

โปสเตอร์ถูกจัดอยู่ในงานประเภทพาณิชย์ศิลป์ ที่นำศิลปะเข้ามาประยุกต์ใช้เป็นโครงสร้างพื้นฐานในชิ้นงาน ศิลปะนั้นได้แก่ศิลปะแขนงจิตรกรรม และแขนงวรรณกรรม (วิรัตน์ พิชญไพบูลย์, 2528:69) ความแตกต่างในการผสมผสานศิลปะทั้งสองแขนงนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการนำโปสเตอร์นั้นๆ ไปใช้งาน

โปสเตอร์เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาเป็นเวลานานแล้ว และนับวันยิ่งทวีบทบาทมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากราคาไม่แพงนักเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโฆษณาอื่นๆ และง่ายต่อการติดประกาศ ในปัจจุบันโปสเตอร์ได้ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจที่สำคัญมากประเภทหนึ่ง (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2531:34) นอกจากนี้แล้วโปสเตอร์ยังถูกนำไปใช้เพื่อกิจกรรมอื่นๆ อีก อาทิ เพื่อการโฆษณาชวนเชื่อหรือการโจมตีทางการเมือง เพื่อใช้เป็นโปสเตอร์ในงานนิทรรศการต่างๆ เป็นต้น

ไม่ว่าโปสเตอร์จะถูกจัดทำด้วยจุดประสงค์ใดๆ ก็ตาม สิ่งที่เป็นจุดร่วมกันของโปสเตอร์ทุกยุคทุกสมัยคือ สามารถสะท้อนภาพสังคมในขณะนั้นได้ส่วนหนึ่ง เช่น ค่านิยมในสังคม เหตุการณ์ในขณะนั้น รวมถึงรูปแบบและความนิยมในการออกแบบของแต่ละยุค ซึ่งถือได้ว่าเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีประโยชน์ต่อการศึกษา ทั้งในแง่ของการศึกษาศิลปะ และการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2531:35)

จากความสำคัญดังกล่าวทำให้มีผู้ให้ความสนใจเก็บสะสม และค้นคว้าถึงประวัติความเป็นมา (ในกรณีที่โปสเตอร์นั้นๆ มีความเก่าแก่มาก) กระแสความสนใจดังกล่าวเริ่มขึ้นในประเทศแถบตะวันตกก่อน โปสเตอร์ที่นิยมเก็บสะสม ได้แก่ โปสเตอร์ละคร โปสเตอร์ภาพยนตร์ และโปสเตอร์การเมือง (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2531:35) นอกจากจะให้ความสนใจกับโปสเตอร์ในประเทศของตนแล้ว ชาวตะวันตกได้แผ่ขยายความสนใจมาสู่โปสเตอร์ของประเทศอื่นๆ ด้วย ดังเช่นกรณีของGillbert Brownstone ที่เข้ามาศึกษาโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ในปีพ.ศ.2522 และเขียนหนังสือชื่อ Affiches De Cinema Thai หรือ Thai Movie Posters ในหนังสือเล่มนี้ Gillbert Brownstone ได้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยว่า

โปสเตอร์หนังไทยนั้นมิได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศเลย เพราะเป็นศิลปะที่มาสู่โลกของโปสเตอร์เมื่อเติบโตแล้วโดยมีลักษณะเอกเทศและอิสระอย่างสมบูรณ์ ไม่ได้เกี่ยวข้องกับกลุ่มหรือสกุลจิตรกรรมใดๆ ทั้งสิ้น...ภาพโปสเตอร์ในประเทศไทยมักจะมีมาตรฐานด้านศิลปะเหนือตัวภาพยนตร์เองเสียด้วยซ้ำ...ในขณะที่ภาพโปสเตอร์ในตะวันตกหรือโปสเตอร์ที่ได้รับอิทธิพลจากภาพโปสเตอร์ตะวันตกจะเข้าสู่เป้าหมายและก่อให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทันที ภาพโปสเตอร์หนังไทยจะเป็นรูปที่ได้รับการเลือกเฟ้นมาเพราะความคล้ายคลึงกับสิ่งอื่น กับใครคนหนึ่ง หรือกับความทรงจำในจิตไร้สำนึก การที่จะดูออกว่ารูปคืออะไรจำเป็นในที่สุด แต่ความเข้าใจในรูปทันทีรู้สึกว่ามีความสำคัญรองลงไปหรืออาจไม่จำเป็นเลย ในสายตาของชาวตะวันตกภาพโปสเตอร์เหล่านี้ทั้งขำขัน ทั้งน่ากลัว ทั้งดึงดูดความสนใจด้วยแบบฉบับพิเศษของตัวเอง ซึ่งน่าจะได้รับการพิจารณาว่าเป็นศิลปะและไม่ใช่เป็นศิลปะโปสเตอร์เท่านั้น

โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยหรือใบปิดหนังไทย คือ โปสเตอร์ประเภทหนึ่งที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อโฆษณาภาพยนตร์ไทย โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยนี้ ได้รับความสนใจและถูกจัดเก็บมากกว่าโปสเตอร์ประเภทอื่นๆ ทั้งจากภาคเอกชนและรัฐบาล ในภาคเอกชนได้จัดเก็บโปสเตอร์ใน 2 ลักษณะ คือ เพื่อการค้า(ร้านค้าที่จัดเก็บมากที่สุด คือร้านใหญ่จัดทำ อาคารบำเพ็ญบุน) และเพื่อสะสมเป็นรายบุคคล ในส่วนของภาครัฐบาลนอกจากการจัดเก็บโปสเตอร์ภาพยนตร์ทั้งไทยและต่างประเทศไว้ที่หอภาพยนตร์แห่งชาติ กรมศิลปากรแล้ว เมื่อวันที่ 3-20 ธันวาคม พ.ศ.2527 หอภาพยนตร์แห่งชาติได้ริเริ่มจัดนิทรรศการเกี่ยวกับโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยขึ้นเป็นครั้งแรก ในการจัดในครั้งนั้นประกอบด้วยการจัดนิทรรศการโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยที่น่าสนใจและการจัดสัมมนาโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยในด้านต่างๆ มีผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมชมนิทรรศการและรับฟังการสัมมนาพอสมควร เนื้อหาในการสัมมนาในครั้งนั้นเน้นหนักในประเด็นความเป็นศิลปะหรือไม่อย่างไรของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย (โดม สุขวงศ์, สัมภาษณ์, 17 ตุลาคม 2535)

หลังจากการสัมมนาสิ้นสุดลง ประกอบกับกระแสการอนุรักษ์ศิลปะวัฒนธรรมของชาติที่เริ่มมีขึ้นเป็นระยะๆ ทำให้หลายฝ่ายเริ่มหันมาให้ความสนใจโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยด้วย

เช่นกัน โดยสังเกตจากบทความที่ตีพิมพ์อย่างต่อเนื่องในหนังสือ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ประเด็นที่นิยมศึกษายังคงเน้นหนักในเรื่องความเป็นศิลปะของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย อาทิ ชวนะ ภวกานันท์(2527),โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย:ศิลปะที่ไม่ควรมองข้าม ตรัสวิน จิตติเดชารักษ์(2530),โปสเตอร์หนังไทย สมชาติ บางแจ้ง(2535),ย้อนรอยที่มาโปสเตอร์หนังไทย รัตนา กิติกร(2536),ใบปิดหนังไทยงานศิลป์ที่รอการชื่นชม และภัทรา เฮงประดิษฐ (2536),ศิลปะบนใบปิดหนัง

ดังที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นว่าโปสเตอร์มิได้มีคุณค่าในทางศิลปะเพียงประการเดียว เท่านั้นโปสเตอร์ยังมีคุณค่าในทางสื่อมวลชนอีกประการหนึ่งด้วย โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยจึงมิได้ควรค่าแค่การศึกษาหรือสนใจเพียงแค่ความเป็นศิลปะหรือไม่เท่านั้น โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยในฐานะของสื่อมวลชนก็เป็นสิ่งที่สมควรนำมาศึกษาไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน งานวิจัยชิ้นนี้ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าวจึงได้หยิบยกประเด็นนี้ขึ้นมาศึกษาโดยละเอียด โดยเน้นศึกษาเจาะลึกที่ตัวโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยเป็นสำคัญ. ในส่วนของผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้นมิได้เน้นวิเคราะห์เพียงแต่นำมาเป็นส่วนประกอบเสริมเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจในตัวสื่อเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

ในงานวิจัยนี้ได้แบ่งการศึกษาวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วนหลัก ในส่วนแรกประกอบด้วยบทวิเคราะห์ภาพยนตร์ไทย ประวัติความเป็นมาและกระบวนการผลิตของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ในส่วนนี้บทความหลายชิ้นได้เกริ่นนำไว้บ้างแล้วแต่ยังไม่เพียงพอ ผู้วิจัยจึงได้นำเอาแนวคิดหลักๆ เหล่านั้นมาศึกษาเพิ่มเติมโดยละเอียดในบางประเด็นเพื่อให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ส่วนที่สองถือได้ว่าเป็นหัวใจหลักของงานวิจัยชิ้นนี้ เพราะได้นำโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยมาวิเคราะห์อย่างละเอียดในมุมมองของสื่อมวลชน ในส่วนที่สองนี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วนใหญ่ๆ คือ วิเคราะห์โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย กับ วิเคราะห์พัฒนาการ "ภาษาโปสเตอร์" ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย : วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาระหว่างปีพ.ศ.2500-2534

เมื่อนำผลการวิจัยทั้งสองส่วนมาผสานกันจะช่วยให้เกิดความเข้าใจ และมองเห็นภาพโดยรวมของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยในลักษณะที่เป็นระบบและลึกซึ้งมากกว่าข้อเขียนที่ผ่านมา และเมื่อนำไปประกอบกับงานวิจัยสื่อประเภทอื่นจะช่วยให้เกิดความเข้าใจถึงการสื่อสารโดยองค์รวมมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเข้าใจถึงประวัติความเป็นมา และ กระบวนการผลิตโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย
2. เพื่อทราบถึงพัฒนาการรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาใน"ภาษาโปสเตอร์"ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ระหว่างปีพ.ศ.2500-2534
3. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการ "ภาษาโปสเตอร์"ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ระหว่างปีพ.ศ.2500-2534

ขอบเขตของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาพัฒนาการ "ภาษาโปสเตอร์"ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย :วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา ระหว่างปีพ.ศ.2500-2534 ทั้งนี้เพราะในช่วงเวลาดังกล่าวมีข้อมูลหลักคือ โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยที่จัดเก็บอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ ส่วนโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยก่อนหน้านั้นมีปรากฏอยู่บ้างแต่ขาดหายไปในบางปี จึงไม่นำมาศึกษาวิเคราะห์แต่ค้นคว้ามาประกอบการศึกษาในส่วนของประวัติความเป็นมาเท่านั้น

เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยชิ้นแรกที่ศึกษาโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ทำให้จำเป็นต้องศึกษาในมุมกว้าง เพื่อเป็นพื้นฐานความเข้าใจให้แก่ผู้วิจัยท่านอื่นที่ต้องการจะศึกษาโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยในประเด็นอื่นต่อไป ยกเว้นแต่ในประเด็นหลักคือ พัฒนาการ"ภาษาโปสเตอร์" ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยที่จะนำมาวิเคราะห์โดยละเอียด

อนึ่งช่วงเวลาที่นำมาศึกษาวิเคราะห์มีความยาวนานถึง 35 ปี โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยในช่วงการศึกษามีมากกว่า 2,500 แผ่น จึงจำเป็นต้องเลือกกลุ่มตัวอย่างมาทำการศึกษา โดยมีหลักเกณฑ์การเลือกดังนี้

1. ต้องเป็นโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยที่เป็นผลงานของช่างเขียนโปสเตอร์ ที่มีงานเขียนติดต่อกันไม่ต่ำกว่า 5 ปี และต้องมีผลงานไม่น้อยกว่า 50 ชิ้น หากไม่เข้าเกณฑ์ในข้อนี้ให้พิจารณาหลักเกณฑ์ในข้อต่อไป

2. ต้องเป็นโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยที่เป็นผลงานของจิตรกรที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ หากไม่เข้าเกณฑ์ในข้อนี้ให้พิจารณาในข้อต่อไป

3. ต้องเป็นโปสเตอร์ที่ใช้โฆษณาภาพยนตร์ไทยที่ได้รับรางวัล หรือภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้ หากไม่เข้าเกณฑ์ในข้อนี้ให้พิจารณาในข้อต่อไป

4. ต้องเป็นโปสเตอร์ที่ใช้โฆษณาภาพยนตร์ไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ.2400-2505 (ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงปีดังกล่าวโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยมีปริมาณน้อยมากจึงจำเป็นต้องนำเอามาศึกษาทั้งหมด โดยไม่ต้องผ่านการคัดเลือกตามหลักเกณฑ์)

หลังจากคัดเลือกโดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ได้โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยที่ผ่านหลักเกณฑ์เพื่อนำมาวิเคราะห์ จำนวน 500 แผ่น โดยแยกออกเป็นโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยแนวบู๊จำนวน 154 แผ่น โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยแนวชีวิตจำนวน 242 แผ่น โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยแนวตลกจำนวน 45 แผ่น โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยแนวผีจำนวน 35 แผ่น โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยแนวโป๊จำนวน 12 แผ่นและโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยแนวอื่นๆ 12 แผ่น

นิยามศัพท์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้คำศัพท์อธิบายงานวิจัยซึ่งอาจแตกต่างไปจากภาษาเขียนทางวิชาการอยู่บ้าง จึงขออธิบายคำศัพท์เหล่านั้นเพื่อให้เป็นที่เข้าใจร่วมกันดังนี้

1. โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย (Thai movie poster) หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นแผ่นกระดาษโดดๆ รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีหลายขนาด แต่ขนาดปกติที่นิยมผลิตในปัจจุบันคือ 54x78 ซ.ม. มีทั้งแนวตั้งและแนวนอน ผลิตขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทย ภายในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยจะประกอบด้วยภาพ และ ข้อความที่ผสมผสานกัน

เพื่อประกาศและบอกรายละเอียดเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย สถานที่พบเห็นคือสถานที่ติดประกาศหน้าโรงภาพยนตร์ต่างๆ ตามรั้วของวิกเร่ และตามสถานที่ในแหล่งชุมชนต่างๆ ที่มีผู้สัญจรไปมาหนาแน่น

2. พัฒนาการของ"ภาษาโปสเตอร์"(Development of"Poster Language") หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของภาษาที่ใช้สื่อสารในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยที่เป็นไปตามลำดับของกาลเวลา

3. ภาษาโปสเตอร์ (Poster language) หมายถึง สิ่งที่โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยสื่อสารกับผู้ชมภาพยนตร์ไทย ประกอบด้วย รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อบอกเล่าและโฆษณาโน้มน้าวใจ เกี่ยวกับภาพยนตร์ที่นำเสนอ อาทิ แนวของเรื่อง ดาราแสดง ทีมงาน ฯลฯ แก่ผู้ชมภาพยนตร์ไทยเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจและตัดสินใจเข้าชมภาพยนตร์ไทยในท้ายที่สุด

ภาษาโปสเตอร์ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการคือ

2.1. รูปแบบการนำเสนอ(Presentation) หมายถึง กลวิธีในการนำทั้งภาพและข้อความมาผสมผสานกันในรูปแบบและเทคนิคต่างๆ เพื่อใช้ในการสื่อสาร รูปแบบการนำเสนอแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบหลัก คือ รูปตัดปะ และ รูปเขียน

2.1.1. รูปตัดปะ คือ รูปที่เกิดจากการนำรูปถ่ายที่ได้มาจากฟิล์มภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ มาคัดเลือกตัดเฉพาะรูปที่ต้องการ หลังจากนั้นนำมาจัดเป็นองค์ประกอบตามความคิดที่จินตนาการไว้แล้วจึงนำไปปะติดบนกระดาษที่ใช้ทำโปสเตอร์

2.1.2. รูปเขียน คือ รูปที่ช่างเขียนโปสเตอร์เป็นผู้สร้างสรรค์ขึ้นตามจินตนาการของตนผสมผสานกับความต้องการของผู้ว่าจ้างและแนวเนื้อหาของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ

2.2. เนื้อหา(Content) หมายถึงตัวสารของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยที่ประกอบด้วยภาพ ข้อความ และอื่นๆ อาทิ สี การจัดตำแหน่งของภาพ ฯลฯ เป็นต้น เนื้อหาของ"ภาษาโปสเตอร์" มีลักษณะคล้ายคลึงกับคำที่ประกอบขึ้นเป็นประโยคเพื่อใช้สื่อสารทั้งในภาษาพูดและภาษาเขียน เนื้อหาของ"ภาษาโปสเตอร์"สามารถแบ่งได้ออกเป็น 5 แนว คือ แนวปู

แนวชีวิต แนวตลก แนวผี แนวโป๊และแนวอื่นๆ

2.2.1 แนวบู๊ คือ แนวที่มีเนื้อหาเน้นหนักทางด้านการต่อสู้ในทุกรูปแบบ ภาพที่ปรากฏมักแสดงด้วยแอ็คชั่นการต่อสู้หรือเตรียมการต่อสู้หรือภาพเหตุการณ์ที่เกี่ยวเนื่องกับการต่อสู้ สีในโปสเตอร์ภาพยนตร์แนวบู๊มักเน้นสีร้อนแรง อาทิ สีแดง สีเหลือง เป็นต้น

2.2.2 แนวชีวิต คือ แนวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตในแง่มุมต่างๆ อาทิ เกี่ยวกับปัญหาครอบครัว เกี่ยวกับความรัก เป็นต้น ภาพที่ปรากฏมักเป็นภาพที่แสดงความรู้สึกและอารมณ์หลายรูปแบบ ทั้งรัก สุข ยิ้ม โศกเศร้า ฯลฯ สีที่นิยมใช้ในโปสเตอร์ภาพยนตร์แนวชีวิตมักเป็นสีโทนเย็น

2.2.3 แนวตลก คือ แนวที่นำเสนอเนื้อหาที่สนุกสนาน เพิ่มความสดใสและเสียงหัวเราะให้แก่ชีวิต ภาพและเหตุการณ์ที่ปรากฏมักเน้นภาพที่สามารถสื่ออารมณ์ดังกล่าวในข้างต้นได้ โทนสีมักเป็นสีที่สดใสเพื่อให้สอดคล้องกับบรรยากาศและแนวของเนื้อหา

2.2.4 แนวผี คือ แนวที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความน่าสะพรึงกลัว ความลึกลับของสิ่งที่มองไม่เห็น สิ่งที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่ามีจริงหรือไม่ อาทิ ไสยศาสตร์มนตร์ดำประเภทต่างๆ ภูติผีปีศาจ เป็นต้น โปสเตอร์ภาพยนตร์แนวนี้มักประกอบภาพของเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับพิธีกรรม ความน่ากลัว และมักนิยมใช้โทนสีเย็นผสมกับสีดำเพื่อเพิ่มความลึกลับน่ากลัวให้มีมากยิ่งขึ้น

2.2.5 แนวโป๊ คือ แนวที่มีเนื้อหาหลักเกี่ยวกับกามารมณ์ในรูปแบบต่างๆ ภาพที่นำเสนอมักเป็นภาพผู้หญิงเปลือยในอาการและท่าทางต่างๆ ในบางภาพอาจเป็นภาพเปลือยคู่ ระหว่างชาย-หญิง หรือ ภาพเปลือยหมู่ของผู้หญิง

2.26 แนวอื่นๆ คือ แนวที่มีเนื้อหาแตกต่างจาก 5 แนวข้างต้น ซึ่งได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับนิทานพื้นบ้าน วรรณคดี หรือเนื้อหาที่นำเรื่องของต่างประเทศเข้ามาผสมผสาน ภาพและเหตุการณ์ที่ปรากฏในเนื้อหาแนวอื่นๆ นั้นจะมีลักษณะที่แปลกตาอย่างเห็นได้อย่างชัดเจน อาทิ ภาพยักษ์ ภาพการแต่งกายแบบไทยโบราณ ในนิทานพื้นบ้าน วรรณคดี หรือภาพดาราไทยแต่งกายแบบจีนโบราณถือดาบหรือภาพตัวละครในจินตนาการของการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีactionการต่อสู้ที่แปลกไปจากactionของดาราในแนวบู๊

ปัญหานำวิจัย

1. โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยมีประวัติความเป็นมาและกระบวนการผลิตอย่างไร

2. พัฒนาการรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาใน"ภาษาโปสเตอร์"ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ระหว่างปีพ.ศ.2500-2534 มีลักษณะอย่างไร

3. ปัจจัยอะไรบ้างมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการ "ภาษาโปสเตอร์" ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย และ มีอิทธิพลอย่างไร

ข้อตกลงเบื้องต้น

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะพัฒนาการ "ภาษาโปสเตอร์" ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยเท่านั้น การวิเคราะห์จะไม่รวมถึงผู้ส่งสารและผู้รับสาร นอกจากนี้แล้วในประเด็นที่เกี่ยวกับความเป็นศิลปะหรือไม่ของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยนั้น ในงานวิจัยชิ้นนี้ไม่ได้เน้นศึกษา หากแต่เพียงกล่าวถึงบ้างเพื่อชี้ชวนให้ผู้สนใจท่านอื่นได้นำไปศึกษาในลักษณะเจาะลึกต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงประวัติความเป็นมาและกระบวนการผลิตของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย

2. เพื่อทราบถึงพัฒนาการ "ภาษาโปสเตอร์" ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพัฒนาการดังกล่าว

3. ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยในมุมมองของสื่อสารมวลชนที่ลึกซึ้งและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

4. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวางรากฐาน พร้อมกับเป็นข้อมูลเบื้องต้น ให้กับผู้วิจัยอื่นๆ ที่สนใจและต้องการศึกษาโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยในประเด็นที่แตกต่างจากงานวิจัยชิ้นนี้ อาทิ ภาพลักษณ์ของตัวละคร ที่ปรากฏในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย เป็นต้น

5. ผลที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถนำไปประกอบกับงานวิจัยชิ้นอื่นๆ ที่เกี่ยวกับสื่อมวลชน เพื่อทำให้เห็นภาพรวมของสื่อที่ใช้ในงานสื่อสารมวลชนได้

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง พัฒนาการ"ภาษาโปสเตอร์"ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย : วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา ระหว่างปีพ.ศ.2500-2534 เป็นงานวิจัยที่ต้องนำเอาแนวคิดหลายแนวเข้ามาประยุกต์ผสมผสานกัน ซึ่งได้แก่ แนวคิดทางด้านการสื่อสาร แนวคิดทางด้านการโฆษณาและแนวคิดทางศิลปะ มาประกอบกันเป็นแนวทางในการวิเคราะห์

แนวคิดหลักที่นำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์นั้น มี 3 แนวคิด คือแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสารโฆษณาในภาพยนตร์ไทย แนวคิดเกี่ยวกับการจัดหน้าโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์ และหลักการวาดในงานจิตรกรรม ทั้ง 3 แนวคิดจะถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นกรอบกว้างๆ ในการศึกษาวิเคราะห์ถึงพัฒนาการของ"ภาษาโปสเตอร์" ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีทฤษฎี หรือแนวคิดใดที่อธิบายถึงภาพรวมของการสื่อสารในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยได้ทั้งหมด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องนำแนวคิดดังกล่าวมาปรับใช้ในเบื้องต้น

รายละเอียดของแนวคิดทั้ง 3 มีดังนี้

1. <u>แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสารโฆษณาภาพยนตร์ไทย</u> แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสารโฆษณาภาพยนตร์ไทยนั้น ชวนะ ภวกานันท์(2528) กล่าวไว้ในงานวิจัยเรื่องบทบาทของสารโฆษณาที่มีต่อภาพยนตร์ไทยว่า ธุรกิจภาพยนตร์ไทยต้องอาศัยบทบาทของสารโฆษณาในการทำหน้าที่จูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ อยากรู้อยากเห็น จนกระทั่งเกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการที่ทำการโฆษณานั้น

สารโฆษณาของภาพยนตร์ไทยมักอยู่ในรูปแบบที่ผู้สร้าง นายทุนและผู้กำกับต้องการเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เพราะบุคคลเหล่านั้นจะยึดถือผลงานของผู้ที่เคยประสบความสำเร็จมาก่อนเป็นแบบอย่างโดยไม่คำนึงถึงความคิดของงานการโฆษณากับการแสดงออกในงานโฆษณาที่เข้าถึงผู้บริโภคภาพยนตร์ตามกลุ่มเป้าหมายของตนอย่างแท้จริง หลังจากที่ได้ศึกษาและ

วิเคราะห์อย่างลึกซึ้งแล้ว ชวนะ ภวกานันท์ ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับสารโฆษณาภาพยนตร์ไทยว่า เป็นลักษณะเฉพาะตัวที่มิได้ลอกเลียนหรือได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศ และมีปัจจัยหลายปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง อาทิ

(1) ปัจจัยทางด้านแหล่งเงินทุนของการสร้างภาพยนตร์ไทยในแต่ละเรื่อง ได้แก่ สายหนัง บริการ แหล่งทุนอิสระ

(2) ปัจจัยทางด้านบทภาพยนตร์ เป็นเสมือนแบบแปลนหรือพิมพ์เขียวสำหรับการสร้างงานโฆษณา การวางโครงสร้างสารโฆษณาและกลยุทธสร้างสรรค์

(3) ปัจจัยทางค่านิยมในดาราผู้แสดงนำ เป็นสิ่งที่ยอมรับกันมานานจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะในรูปแบบของ"ดาราคู่ขวัญ" การประชันบทบาทของดาราชั้นนำของวงการบันเทิง และการสร้างภาพพจน์ให้เกิดแก่ดาราผู้แสดงนำ

(4) ปัจจัยทางภาพพจน์ของผู้กำกับการแสดง ผลงานในอดีตจะเป็นสิ่งที่สร้างภาพพจน์ให้แก่ผู้กำกับแต่ละคน ว่าเป็นผู้กำกับที่ถนัดแนวภาพยนตร์แบบไหนซึ่งจะมีส่วนสำคัญที่ช่วยในการตัดสินใจเข้าชม

โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยก็เป็นหนึ่งในหลายๆ รูปแบบของสารโฆษณาภาพยนตร์ไทยที่การกำหนดแนวทางหรือวางรูปแบบการโฆษณาต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยดังกล่าวเช่นกัน แต่อาจจะมีความแตกต่างจากข้อสรุปข้างต้นอยู่บ้าง ทั้งนี้เนื่องจากชวนะ ภวกานันท์ เน้นการศึกษาที่สื่อหนังสือพิมพ์ กับนิตยสาร แต่ในงานวิจัยชิ้นนี้เน้นที่สื่อโปสเตอร์เพียงอย่างเดียว อีกประการหนึ่ง โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของตัวสื่อหรือลักษณะการใช้งาน ทำให้การสร้างโฆษณาของโปสเตอร์มีความแตกต่างกับสื่อตัวอื่นอยู่บ้าง เช่น ทางด้านการนำเสนอเนื้อหาหรือทางด้านการแสดงถึงความยิ่งใหญ่ของภาพยนตร์ ซึ่งโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยจะสามารถสร้างสิ่งเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี

2. <u>แนวคิดเรื่องการจัดหน้าโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์</u> แนวคิดเรื่องการจัดหน้าโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ในงานวิจัยชิ้นนี้เน้นการจัดหน้าโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ตัวอื่น ทั้งนี้เนื่องจากโฆษณาในนิตยสารมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับโฆษณาของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย กล่าวคือ โฆษณาในนิตยสารส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายที่การให้ความ

บันเทิง สร้างสรรค์จินตนาการ ต้องการกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความต้องการและเร่งเร้าให้เกิดความอยากได้ในผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ปรากฏในโฆษณาดังกล่าว(ปัจจยา วุฒิประสิทธิ์, 2534 :54) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกันจะพบว่าโฆษณาในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยมีจุดมุ่งหมายในการให้ความบันเทิง สร้างสรรค์จินตนาการและต้องการกระตุ้น ให้ผู้ชมภาพยนตร์เกิดความต้องการและเร่งเร้าให้เกิดความรู้สึกอยากชมภาพยนตร์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอเช่นเดียวกัน อีกทั้งโฆษณาในนิตยสารและโฆษณาในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยต่างก็เน้นการใช้ภาพ และข้อความเพื่อการสื่อสารเหมือนกัน

ในแนวคิดเรื่องการจัดหน้าโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์นี้ ได้แบ่งองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดออกเป็น 3 ประการ คือ (ปัจจยา วุฒิประสิทธิ์, 2534:54-57)

1. ภาพประกอบ ภาพคือสิ่งที่สำคัญที่สุดในงานโฆษณาทั้งนี้เพราะภาพช่วยดึงดูดความสนใจให้แก่งานโฆษณาทั้งชิ้น และสามารถสื่อสารสารโฆษณาไปอย่างผู้อ่านได้ดีและรวดเร็ว นอกจากนั้นภาพยังอาจกระตุ้นเร้าความรู้สึกและปฏิกริยาตอบสนองในทางที่ดีจากผู้อ่านได้ด้วย ภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญในการจับความสนใจลำดับแรกของผู้อ่าน

ได้มีการศึกษาโดยLucus et al.(อ้างในปัจจยา วุฒิประสิทธิ์, 2534 :57) พบว่าการใช้ภาพมีอิทธิพลต่อความสนใจของผู้อ่านมากกว่าการใช้ข้อความโฆษณาเพียงประการเดียว ภาพที่แสดงผลของการใช้สินค้ามีประสิทธิภาพดีกว่าภาพแสดงเฉพาะตัวสินค้า ภาพคนได้รับความสนใจมากกว่าวัตถุ เป็นต้น นอกจากนั้นยังศึกษาพบว่าภาพที่เรียบง่ายจะดึงดูดความสนใจผู้อ่านมากกว่าภาพที่ซับซ้อน

การใช้ภาพประกอบเพื่อให้เกิดผลในการสื่อสาร และเพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้และสนใจสิ่งที่นำเสนอจะต้องมีหลักเกณฑ์ในการเลือกใช้ มิเช่นนั้นผลอาจเกิดในทางตรงกันข้ามและอาจทำให้องค์ประกอบอื่นๆ ของโฆษณานั้นได้รับผลกระทบในทางไม่ดีไปด้วย

หลักเกณฑ์ที่ควรพิจารณาในการเลือกใช้ภาพเพื่อการโฆษณามีดังนี้

(1.1) ภาพที่เลือกใช้จะต้องมุ่งไปที่ความสนใจที่มีต่อตัวเองของมนุษย์ หลักเกณฑ์ข้อนี้เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้ภาพ หลักเกณฑ์นี้พัฒนามาจากแนวคิดทางด้านจิตวิทยาผู้บริโภคที่ว่ามนุษย์มีความสนใจใน"ตนเอง"มากกว่าสิ่งอื่น ทำให้มนุษย์ให้ความสนใจกับสิ่งที่เกี่ยวพันกับตนเอง ใกล้ชิดกับตนเอง หรือสิ่งที่เป็นจริงในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นภาพของ

เหตุการณ์ หรือสิ่งที่ตนเคยให้ความสนใจหรือความประทับใจที่มีมาในวัยเด็กเมื่อมีภาพเหตุการณ์ดังกล่าวถูกนำมาเสนอผู้บริโภคก็จะเกิดความรู้สึกคุ้นเคย เข้าใจ สนใจ ซึ่งอาจจะรวมถึงทัศนคติที่มีต่อสิ่งที่นำเสนอด้วย

(1.2) ภาพที่เลือกใช้ควรต้องแสดงให้เห็นทั้งหมด หรือบางส่วนของผลิตภัณฑ์ หลักเกณฑ์ในข้อนี้มีความสำคัญเช่นกันเนื่องจากผู้อ่านส่วนใหญ่เมื่ออ่านโฆษณาก็ต้องการเห็นภาพสินค้าซึ่งในที่นี้ก็คือเนื้อเรื่องของภาพยนตร์ ผู้ชมภาพยนตร์ไทยย่อมต้องการทราบว่า เรื่องที่ตนเองต้องการจะชมนั้นเป็นอย่างไร แนวของเรื่องเน้นไปทางไหนและน่าสนใจเพียงไร ซึ่งถ้าหากภาพที่เลือกมานั้นสามารถตอบสนองความต้องการในจุดนี้ได้ถือได้ว่าการเลือกภาพประกอบประสบความสำเร็จไปเกือบครึ่งแล้ว

(1.3) ภาพที่เลือกใช้จะต้องสัมพันธ์กับตัวผลิตภัณฑ์และข้อความโฆษณา ในกรณีของภาพยนตร์ไทยที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีหลายประเภท อาทิ บู๊ ชีวิต ตลก ผี โป๊และอื่นๆ ทำให้การเลือกภาพจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงการเลือกให้สัมพันธ์และสอดคล้องกับแนวของเรื่องไม่ว่าจะเป็นภาพที่สื่อโดยตรงหรือภาพที่สื่อผ่านสัญญลักษณ์

(1.4) ภาพที่เลือกใช้จะต้องถูกต้อง ชัดเจน และสมเหตุสมผล สำหรับหลักเกณฑ์ในข้อนี้โดยส่วนมากแล้วมีไว้เพื่อป้องกันมิให้ผู้จัดทำโฆษณากล่าวสิ่งที่เกินจริงหรือไม่สอดคล้องกับพื้นฐานความเข้าใจและประสบการณ์ของผู้อ่าน ซึ่งถ้าหากว่าผู้อ่านได้พิสูจน์แล้วไม่เป็นจริงดังภาพแสดง จะมีผลโดยตรงต่อการสื่อสารคือทำให้ผู้อ่านขาดความเชื่อถือและมีทัศนคติไม่ดีต่อสินค้านั้นๆ ต่อไปในอนาคต

ถึงแม้ว่าการใช้ภาพประกอบจะเลือกได้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์แล้วก็ตาม แต่ถ้าองค์ประกอบอื่นไม่ประสานกันก็อาจทำให้การสื่อสารนั้นไม่สัมฤทธิ์ผลได้ นอกจากการใช้ภาพประกอบแล้ว โครงสร้างภายในของการจัดภาพโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ยังประกอบด้วยการใช้ตัวอักษร และท้ายสุดคือการใช้สี

2. การใช้ตัวอักษร(Typograpy) การใช้ตัวอักษรก็เป็นองค์ประกอบที่มีส่วนช่วยกระตุ้นความสนใจในการอ่าน ตัวอักษรควรมีความเหมาะสม (Suitabilty) และชัดเจน อ่านง่าย (Legibility) ความเหมาะสมของตัวอักษรคือ การเลือกใช้ตัว

อักษรให้เหมาะสมกับองค์ประกอบอื่นๆ ในโฆษณาทั้งชิ้น ซึ่งได้แก่ การเลือกตัวอักษรให้สอดคล้องกับเนื้อหาหรือบรรยากาศที่นำเสนอ เป็นต้น ส่วนความชัดเจนของตัวอักษรนั้น หมายถึง การเลือกใช้ตัวอักษรที่มีขนาดพอเหมาะกับการอ่านออกง่าย นอกจากนี้การทำตัวหนา ตัวเอน หรือทำตัวอักษรให้เป็นลวดลาย ก็ช่วยทำให้เกิดผลต่อการเน้นเช่นกัน แต่ควรใช้เฉพาะที่ต้องการเน้นจริงๆ เพราะการใช้ตัวอักษรที่แปลกหรือแตกต่างตลอดทั้งชิ้นงานโฆษณาอาจทำให้เกิดความสับสนขึ้นได้

3. สีในโฆษณา สีก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในการโฆษณาสีมักเป็นจุดแรกที่สดุดตาโดยเฉพาะสีที่อยู่ในวรรณะสีร้อน สีช่วยเน้นสิ่งโฆษณาให้ดูสมจริงสีช่วยกระตุ้นความรู้สึกของผู้อ่าน สีช่วยให้ผู้อ่านโยงความสัมพันธ์เข้ากับความคิดบางประการได้ และสุดท้ายคือสีมีผลต่อความทรงจำของผู้อ่าน บทบาทของสีที่กล่าวมาในข้างต้นทำให้ในการโฆษณาแต่ละครั้ง จำเป็นต้องคำนึงถึงการเลือกใช้สีไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการเลือกองค์ประกอบอื่นๆ

จากการศึกษาของนักจิตวิทยาพบว่า สีส้ม สีแดง และสีน้ำเงิน เป็นสีที่ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด สีส้มดึงดูดความสนใจของผู้ชายได้มากกว่าผู้หญิง สีแดงดึงดูดความสนใจผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย สีที่ทำให้มีความรู้สึกว่ามองดูใกล้คือสีแดง นอกจากนี้ยังพบว่าความชอบที่มีต่อสีอาจเปลี่ยนแปลงไปตามวัย ในวัยเด็กสีที่เป็นที่ชื่นชอบคือสีแดง เหลือง เขียว และน้ำเงินตามลำดับ เมื่อเติบโตขึ้นสีที่ชอบจะเปลี่ยนเป็น สีน้ำเงิน แดง เขียว ม่วง ส้ม และเหลืองตามลำดับ

อย่างไรก็ดี จากการศึกษาทดลองในเรื่องสีที่เหมาะกับสินค้าและโฆษณา พบว่า สีที่ทำให้สินค้าขายดีคือสีจำพวกแม่สี คือ สีแดง สีเขียวและสีน้ำเงิน ทั้งนี้เนื่องจากแม่สีเป็นสีที่มีคุณสมบัติในการจับความสนใจได้อย่างรวดเร็ว

ดังที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นว่า สีมีผลต่อความรู้สึกทำให้ผู้อ่านโยงความสัมพันธ์เข้ากับความคิดบางประการได้ อาทิ

สีแดง ใช้แสดงความหมายแทนความตื่นเต้น การต่อสู้ อำนาจ ความกล้าหาญ ความเกลียดและความกลัว

สีน้ำเงิน ใช้แสดงความหมายเกี่ยวกับท้องฟ้าและน้ำ ซึ่งหมายถึงความสงบอดทน ความเศร้า ความสุภาพ

สีเหลือง หมายถึงความสนุกสนานร่าเริง

สีส้ม ใช้แสดงถึงความสุขเปรียบได้กับสีของทองคำ ซึ่งให้ความหมายเกี่ยวกับเงินทองและความมั่นคง

สีเขียว ใช้แสดงความหมายแทนความเขียวของต้นไม้ใบหญ้า ป่าไม้ ซึ่งเป็นความสด ความอุดมสมบูรณ์ สีเขียวมักทำให้เกิดความรู้สึกสงบ ไม่กระตือรือร้น มีความพอใจในสิ่งที่ตนมีอยู่

สีน้ำตาล ใช้เมื่อหมายถึงเปลือกไม้ ความแห้งแล้ง

สีชมพู เป็นสีที่เป็นกลางแสดงถึงอารมณ์ที่สดใส อ่อนหวาน น่ารัก หรือตกอยู่ในห้วงของความรัก เป็นสีที่ทำให้เกิดความรู้สึกอ่อนโยน เหมาะกับผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย

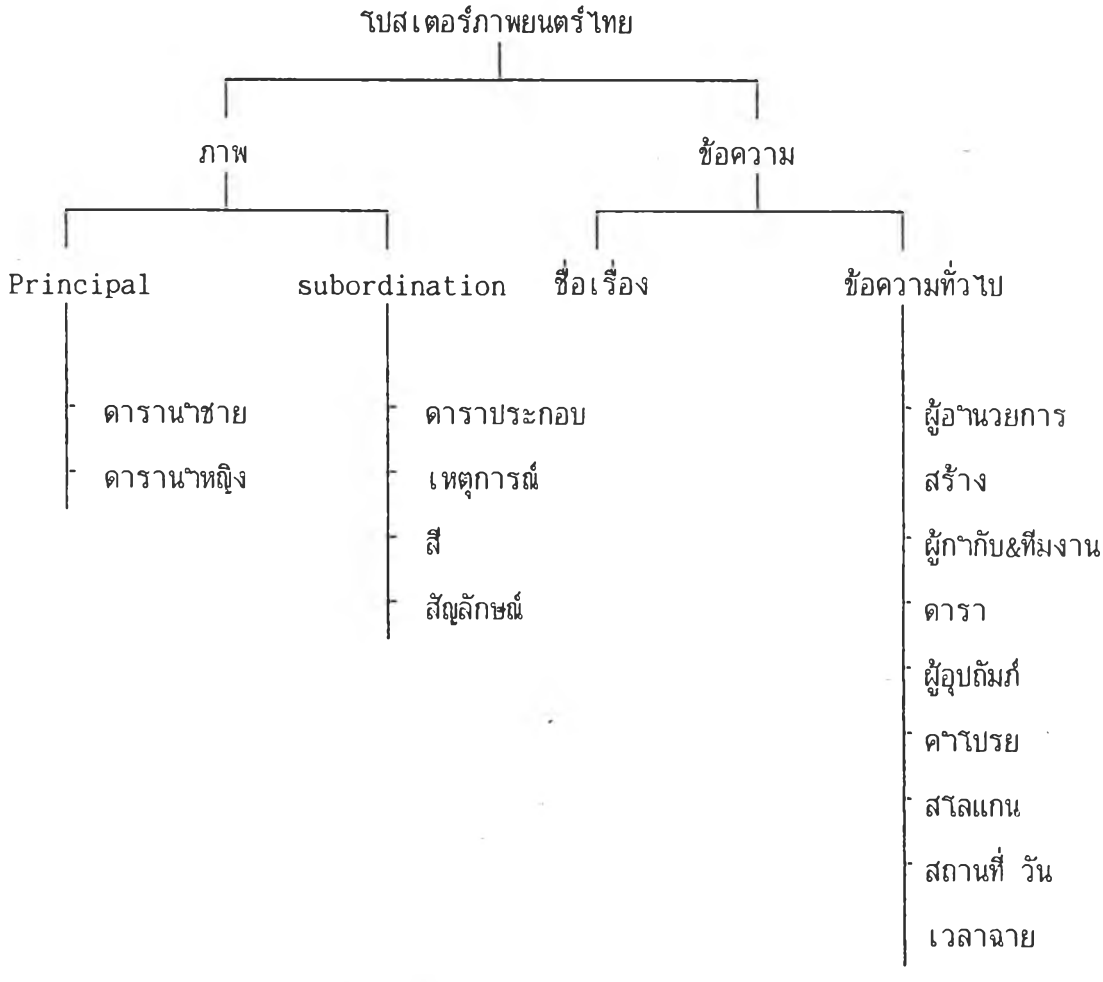
สีดำ ทำให้เกิดความรู้สึกลึกลับ น่ากลัว ทำให้นึกถึงความตาย ความเปล่าเปลี่ยวอ้างว้างเงียบสงัด

นอกจากนี้การใช้สีบางสีร่วมกันอาจทำให้กลายเป็นสัญญลักษณ์ได้ เช่น สีแดงกับสีเขียว ทำให้นึกถึงสีของคริสต์มาส เป็นต้น การใช้สีในการโฆษณาไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว มีเพียงแนวทางกว้างๆ ที่ช่วยในการตัดสินใจเท่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้จัดทำว่าควรเลือกใช้สีใดจึงจะเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพที่สุด

3. <u>หลักการวาดในงานจิตรกรรม</u> หลักการวาดในงานจิตรกรรมนี้ น.ณ ปากน้ำ (2534 :12-20)ได้ให้หลักกว้างๆ ไว้ดังนี้ ภาพในงานจิตรกรรมที่ดีจะต้องประกอบด้วยส่วนอันเป็นประธาน (Principal) ส่วนประกอบหรือสิ่งแวดล้อม (Subordination) หรือที่เรียกว่าส่วนรอง และจะต้องบริบูรณ์ด้วยเส้นตั้ง(Opposition) กับเส้นนอน(Transition) รวมถึงสภาวะของมวลสองประการ คือ สองข้างเท่ากัน(Symmetry) กับสองข้างไม่เท่ากัน (Asymmestry) อย่างใดอย่างหนึ่ง

โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยเป็นงานแขนงจิตรกรรม ประเภทหนึ่งเช่นกัน จากหลักการวาดในงานจิตรกรรมข้างต้น เมื่อนำมาเป็นกรอบประยุกต์ใช้กับโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยจะพบว่าโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยมีโครงสร้างดังนี้

แผนภูมิที่ 1.1 แสดงโครงสร้างของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "พัฒนาการ"ภาษาโปสเตอร์"ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย : วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา ระหว่างปีพ.ศ.2500-2534 เป็นงานวิจัยที่ผสมผสานระหว่าง การวิจัยเชิงประวัติศาสตร์ (Historical approach) กับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยมุ่งศึกษาถึงพัฒนาการรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาใน"ภาษาโปสเตอร์"ของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ที่ผู้จัดทำโปสเตอร์ได้ส่งผ่านสื่อโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยไปยังผู้ชมภาพยนตร์ไทย ผลการวิจัยที่ได้คือลักษณะพัฒนาการของรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของ"ภาษาโปสเตอร์"ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ว่ามีรูปแบบและเนื้อหาอะไรบ้างอย่างไร ภายใต้ผลการวิจัยที่ได้นั้นจะเป็นสิ่งที่ทำให้เห็นภาพรวมของการสื่อสารของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยในมุมมองของสื่อสารมวลชนที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

<u>วิธีวิจัย</u>

ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยประกอบด้วย 2 วิธีที่สำคัญคือ

(1) รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) บุคคลที่อยู่ในวงการหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวงการภาพยนตร์ไทย และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยได้แก่ ผู้จัดทำ ผู้ผลิต ผู้ค้าปลีก และผู้จัดเก็บ

(2) รวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับงานวิจัย และรวบรวมโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยซึ่งเป็นข้อมูลหลัก

เมื่อได้ข้อมูลมาทั้งหมดแล้วนำมาจำแนกโดยแบ่งเป็นข้อมูลที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย กับข้อมูลเกี่ยวกับโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย และเสนอโดยการบรรยายตามแนวการวิเคราะห์ ซึ่งได้แก่ ความเป็นมาของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย พัฒนาการ"ภาษาโปสเตอร์"ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยและปัจจัยที่มีอิทธิพล ดังที่กล่าวไว้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) ได้แก่

1.1 บันทึกการสัมภาษณ์บุคคลที่อยู่ในวงการ หรือเกี่ยวข้องกับวงการภาพยนตร์ไทย และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ได้แก่

1.1.1 ช่างเขียนโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย อาทิ เปี่ยก โปสเตอร์ ชวนะ บุญชู ทองดี ภาณุมาศ และจำนงค์ ถาดกิ่ง

1.1.2 ผู้ผลิต เช่น ยุวนิตย์ เตชะยัน แห่งร้านทาร์ซานบล็อคและการพิมพ์

1.1.3 ผู้ค้าปลีก คือ ใหญ่ โสภณทวีทรัพย์ เจ้าของร้านใหญ่จัดทำ

1.1.4 ผู้จัดเก็บ คือ คุณณฤมล หนูล้อมทรัพย์ บรรณรักษ์หอภาพยนตร์แห่งชาติ กรมศิลปากร

1.1.5 นักวิชาการภาพยนตร์ไทย คือ คุณสมชาติ บางแจ้ง คุณโดม สุขวงศ์

1.2 การรวบรวมภาพโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ในการรวบรวมโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยนั้นได้แบ่งขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ขั้นตอนคือ

1.2.1 รวบรวมรายชื่อภาพยนตร์ไทย ที่ฉายในโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่ง ตั้งแต่ปีพ.ศ.2498-2534 จากหนังสือพิมพ์สารเสรี พิมพ์ไทย ไทยรัฐและนิตยสารดาราภาพยนตร์ โดยนำรายชื่อมาทั้งหมดมาเปรียบเทียบกับรายชื่อโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยที่จัดเก็บไว้ที่หอภาพยนตร์แห่งชาติเพื่อจะได้ทราบว่ามีข้อมูลหรือไม่ หลังจากที่ได้รายชื่อของข้อมูลที่มีอยู่แล้วนำมาคัดเลือกตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1.2.1.1 เป็นภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลหรือเป็นภาพยนตร์ที่ทำรายได้หรือทั้งสองอย่าง ถ้าไม่ใช่ให้พิจารณาในข้อต่อไป

1.2.1.2 เป็นโปสเตอร์ ที่เขียนโดยจิตรกรที่ได้รับการยอมรับ และมีชื่อเสียง ถ้าไม่ใช่ให้พิจารณาในข้อต่อไป

1.2.1.3 เป็นโปสเตอร์ของช่างเขียนโปสเตอร์ที่มีงานเขียนติดต่อกันไม่ต่ำกว่า 5 ปี และต้องมีผลงานไม่น้อยกว่า 50 ชิ้น ถ้าไม่ใช่ให้พิจารณาในข้อต่อไป

1.2.1.4 เป็นโปสเตอร์ของภาพยนตร์ ที่จัดทำในช่วงปีพ.ศ.2400-2505

1.2.2 เมื่อได้รายชื่อโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ที่ผ่านการคัดเลือกตามหลักเกณฑ์แล้ว นำมาเก็บรวบรวมตามตารางดังนี้

ตารางที่ 1.1 ตารางบันทึกข้อมูลโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยที่ผ่านการคัดเลือกโดยแยกตามประเภทของภาพยนตร์ไทย

ปี	ชื่อภาพยนตร์/เกณฑ์ที่ผ่าน	บู๊	ชีวิต	ตลก	ผี	เบ็ด	อื่นๆ
2502	ไอ้แก่น/ *						
	* แทนภาพยนตร์ที่ทำรายได้						

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source) ได้แก่

2.1 บทความ ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยจำนวน 28 ชิ้น ที่เกี่ยวกับโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย จำนวน 7 ชิ้น

2.2 บทสัมภาษณ์ช่างเขียนโปสเตอร์จากหนังสือพิมพ์ 1 ชิ้น จากนิตยสาร 1 ชิ้น

2.3 หนังสือ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ สาระนิพนธ์ ที่เกี่ยวเนื่องกับภาพยนตร์ไทยและโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยในด้านประวัติความเป็นมา กระบวนการผลิต อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของภาพยนตร์ไทย ประวัติและผลงานของช่างเขียนโปสเตอร์

<u>วิธีการเก็บข้อมูล</u>

(1) การเก็บข้อมูลเอกสารใช้วิธีการถ่ายเอกสารและจดบันทึก

(2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกใช้วิธีการตั้งคำถาม และบันทึกด้วยเทปคาสเซ็ท

(3) กระบวนการผลิตใช้วิธีการถ่ายภาพและบันทึกเทปคาสเซ็ท

(4) โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยใช้วิธีการถ่ายภาพ จากนั้นนำมาจัดเก็บเป็นระบบตามลำดับปีพุทธศักราช และตามประเภท

<u>การตรวจสอบข้อมูล</u>

1. ตรวจสอบกับข้อมูลเอกสาร ในกรณีที่มีเอกสารที่มีข้อมูลเหมือนกันมาเทียบเคียง

2. ตรวจสอบกับบันทึกการสัมภาษณ์ ในกรณีที่มีบันทึกการสัมภาษณ์บุคคลอื่นที่ให้ข้อมูลในเรื่องเดียวกัน หรือในกรณีที่มีบันทึกการสัมภาษณ์ของบุคคลเดียวกันมากกว่า 1 ครั้ง ในช่วงเวลาต่างกัน

<u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u> การวิเคราะห์ข้อมูลนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของภาพยนตร์ไทย อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และโปสเตอร์กับการโฆษณาภาพยนตร์ไทย ซึ่งได้วิเคราะห์โดยการรวบรวมข้อมูลทั้งจากการสัมภาษณ์และเอกสาร มาวิเคราะห์เรียบเรียงแล้วจึงนำเสนอข้อเท็จจริงที่ได้จากข้อมูล ผลจากการวิเคราะห์จะเป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นข้อมูลที่จะช่วยในการวิเคราะห์ส่วนอื่นต่อไป

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา และกระบวนการผลิตโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 2 นี้คล้ายคลึงกับการวิเคราะห์ ในส่วนที่ 1 คือ เป็นการรวบรวมข้อมูลนำเสนอข้อเท็จจริง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการศึกษาวิเคราะห์โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยต่อไป

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์พัฒนาการ"ภาษาโปสเตอร์":รูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหาในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 3 นี้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะและพัฒนาการรูปแบบการนำเสนอของ"ภาษาโปสเตอร์"ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ระหว่างปีพ.ศ.2500-2534

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ลักษณะและพัฒนาการเนื้อหาที่นำเสนอของ "ภาษาโปสเตอร์"ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย ระหว่างปีพ.ศ.2500-2534

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพัฒนาการ"ภาษาโปสเตอร์"ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย นั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์รวมกับผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ 3 มิได้นำมาแยกวิเคราะห์ดังเช่นส่วนอื่นๆ