

การใช้สื่อและโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางภาพยนตร์

เมื่อขั้นตอนการถ่ายทำภาพยนตร์สำเร็จลงแล้ว ผู้สร้างภาพยนตร์จะต้องดำเนินการ “โฆษณาและประชาสัมพันธ์” ซึ่งต่างมีบทบาทและมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและทัศนคติของ สังคมและผู้คนเป็นอันมาก เพื่อให้บริษัทสร้างภาพยนตร์ หรือเจ้าของโรงภาพยนตร์ รวมถึง ภาพยนตร์ที่เป็นสินค้าของตนเอง ให้เป็นที่ผู้คนในสังคมได้รู้จักมากยิ่งขึ้น ด้วยการใช้อุปกรณ์ ต่าง ๆ เป็นเครื่องมือเผยแพร่ข่าวสาร โฆษณาให้กับประชาชนได้รับทราบ ซึ่งมีดังนี้

1.การจัดกิจกรรมหน้าโรงภาพยนตร์

ในยุคแรก ๆ ที่เป็นยุคเริ่มต้นของการสร้างภาพยนตร์ไทย ซึ่งมีกระบวนการสร้าง ภาพยนตร์สมัครเล่น หรือที่เรียกว่า “หนังบ้าน” แต่ทว่ากลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในยุคนี้ กลับทำกันอย่างยิ่งใหญ่ ใหญ่โตมหาศาล อาทิ จัดฉายรอบปฐมทัศน์ , มีการรายการแสดงดนตรี ละคร ระบาย หรือการแสดงเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ เป็นพิเศษบนเวทีก่อนการฉายภาพยนตร์เป็นต้น

กิจกรรมการแสดงก่อนการฉายภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ครั้งแรกของประเทศไทยได้ว่า เริ่มเกิดขึ้นพุทธศักราช 2440 เมื่อนายเอส.จี.มาร์คอฟสกี (S.G.Marchovsky – Proprietor) ชาวอเมริกัน ได้เป็นผู้บุกเบิกนำภาพยนตร์เรื่องแรกของโลกที่ผลิตโดย โอกุส และ หลุยส์ ลูมิแอร์ (Aygust and Louis Lumiere) เข้ามาฉายในประเทศไทยเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 10-12 มิถุนายน 2440 ณ โรงละครหม่อมเจ้าอลังการ ก่อนการฉายภาพยนตร์มีแถวประกอบ สลับกับการแสดง มายากลโดยผู้เชี่ยวชาญ นามว่า “มอริส” ซึ่งเป็นนักมายากลที่มีชื่อเสียงมากในแถบประเทศตะวันตก ขณะนั้น

ภาพยนตร์เรื่อง “ช้าง” ของบริษัทพาราเมาท์แห่งฮอลลีวูด กำกับโดย นายมีเรีย ซี คูเปอร์ (Merian C Cooper) แม้จะเป็นภาพยนตร์ที่ผลิตโดยชาวต่างชาติ แต่มาถ่ายทำที่ประเทศไทยมีคน ไทยเป็นนักแสดงนำ เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่จัดให้มีกิจกรรมก่อนการฉายและระหว่างการฉาย ภาพยนตร์เรื่องนี้ กล่าวคือ ที่หน้าโรงภาพยนตร์พัฒนากร ได้มีการโฆษณาชักจูงให้คนไปดู ภาพยนตร์เรื่องนี้ด้วยวิธีการที่แปลกใหม่ คือ มีการนำช้าง ๆ มาแห่ป่าวประกาศให้มหาชนทราบ ซึ่งเป็นความคิดเห็นของนายเชียวซองฮวัน ผู้จัดการของบริษัทภาพยนตร์พัฒนากร ผู้นำภาพยนตร์ เรื่องนี้เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ของตนเอง

สำหรับกิจกรรมหน้าโรงภาพยนตร์ ฝ่ายผู้สร้างภาพยนตร์หรือบริษัทถ่ายภาพยนตร์ใช้วิธีการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยหลากหลาย ด้วยวัตถุประสงค์ดังนี้

1.1 กระตุ้นความสนใจ เริ่มตั้งแต่ช่วงเวลาแรก ๆ ของประเทศไทยที่ภาพยนตร์เข้าก่อน

การฉาย จะมีแถวบรรเลงที่หน้าโรงภาพยนตร์เสมือนเป็นการโหมโรงเรียกความสนใจจากผู้คนให้มาซื้อบัตรชมภาพยนตร์ คล้ายกับการแสดงของสื่อพื้นบ้านดั้งเดิม เช่น ลิเก ละคร ที่มีเสียงมโหรีปี่พาทย์บรรเลงเรียกคนทั้งใกล้และไกลให้เตรียมตัวหอบลูกจูงหลานมาดู

1.2 สร้างความประทับใจ การที่ผู้ชมไปชมภาพยนตร์แต่ละเรื่องนั้น นอกจากจะด้วยเหตุผลของความต้องการชมตัวภาพยนตร์แล้ว บางครั้งอาจได้รับแรงจูงใจจากผู้สร้างภาพยนตร์หรือบริษัทค่ายภาพยนตร์จัดกิจกรรมหน้าโรงภาพยนตร์ เช่น ให้ดารามาร้องเพลงก่อนฉายภาพยนตร์ มีการพ็อนบนเวที มีวงดนตรีมาบรรเลงและการจัดประกวดร้องเพลงขึ้น เป็นต้นซึ่งล้วนแต่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้ชมจนต้องไปอุดหนุนเข้าแถวซื้อบัตรชมภาพยนตร์กันอย่างเนืองแน่น

2. ป้ายโฆษณายักษ์

มีการจัดทำป้ายโฆษณาที่เรียกว่า “คัดเอาท์” เขียนภาพพระบายสีด้วยมือขนาดมหึมาหรือขนาดยักษ์ ติดตั้งอยู่ที่โรงภาพยนตร์ที่จะเข้าโปรแกรมฉายและยังติดตั้งตามริมถนน สีแยกหรือวงเวียนหลายจุดในกรุงเทพฯ และมักจะติดตั้งประชันกับภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ ทั้งภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยเฉพาะสำหรับภาพยนตร์ไทย ซึ่งแต่ละเดือนจะมีโปรแกรมภาพยนตร์ไทยเข้าฉายอย่างน้อย ถึง 4-5 เรื่อง ของแต่ละบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย จึงทำให้มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้น



ภาพที่ 7.4 : แสดงป้ายขนาดใหญ่ติดหน้าโรงภาพยนตร์

ที่มา : <http://www.9anant.com>

ป้ายโฆษณาภาพยนตร์เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีบทบาทอย่างยิ่งในช่วงเวลานั้น โดยปกติโรงภาพยนตร์ทุกแห่งจะมีช่างเขียนป้ายประจำโรง ทำหน้าที่เขียนป้ายโฆษณาโรงภาพยนตร์ ซึ่งนอกจากจะเขียนข้อความแล้ว หากเป็นรายการฉายภาพยนตร์ที่เด่นดัง ทางโรงภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะให้เขียนป้ายเป็นรูปดารานักแสดงนำหรือฉากเด่นจากภาพยนตร์เรื่องนั้นด้วย เพื่อไว้ใช้ประดับหน้าโรงภาพยนตร์หรือรอบ ๆ โรงภาพยนตร์ รวมถึงประดับที่รถแห่ประจำโรงภาพยนตร์ด้วย สำหรับในกรุงเทพฯ มีการจัดทำป้ายโฆษณาภาพยนตร์ขนาดใหญ่มาก โดยเฉพาะป้ายโฆษณาภาพยนตร์ไทย ซึ่งนอกจากจะทำไว้ติดตั้งที่โรงภาพยนตร์ที่จะฉายเรื่องนั้นแล้ว ยังมีการจัดทำป้ายยักษ์ใหญ่หุ้มหีมาไปติดวางหน้านับเดือนตามริมถนนในย่านสาทรนชนที่เต็มไปด้วยผู้คน เช่น บริเวณสี่แยกหรือวงเวียน ซึ่งมีอยู่มาก ซึ่งแต่ละจุดจะมีป้ายมาประชันกันหลายเรื่อง เกิดการแข่งขันภาพที่สะดุดตา ป้ายเหล่านี้จัดทำโดยช่างเขียนผู้มีฝีมือที่ชำนาญและวาดได้อย่างสวยงาม เป็นที่สะดุดตาและตื่นตาตื่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติ และมีการทุ่มงบประมาณค่าโฆษณาป้ายยักษ์กันสูงมาก ทั้ง ๆ ที่งบประมาณในการผลิตภาพยนตร์เรื่องนั้นทุนต่ำ บางเรื่องผู้สร้างหรือบริษัทค่ายภาพยนตร์จ่ายเงินค่าโฆษณา โดยเฉพาะค่าทำป้ายยักษ์สูงกว่าค่าลงทุนสร้างภาพยนตร์เรื่องนั้นเสียอีก



ภาพที่ 7.5 : แสดงป้ายภาพยนตร์ไทยขนาดใหญ่ติดริมถนน

ที่มา : <http://www.manager.co.th>

3. ไบปิด

ภาพยนตร์ไทยทุกเรื่องจะต้องมี “ไบปิด” หรือ “โปสเตอร์” ถือเป็นสื่อโฆษณาอีกประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง แต่ทว่าเป็นที่น่าเสียดายไบปิดภาพยนตร์ไทยในช่วงยุคก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้เกิดสูญหายไปหมดสิ้นคงเห็นได้แต่ภาพถ่ายที่ทิ้งให้เห็นเป็นหลักฐาน เช่น ในฉากของภาพยนตร์ไทยบางเรื่องในยุคนั้น มีไบปิดภาพยนตร์ไทยประดับอยู่ตามกำแพงรั้วและบนฝาผนังห้อง เป็นต้น

นับตั้งแต่ภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกของประเทศไทย “นางสาวสุวรรณ” ถือกำเนิดขึ้น พุทธศักราช 2466 ไบปิดภาพยนตร์เรื่องนี้ก็ถือกำเนิดขึ้นด้วยเช่นกัน พร้อมกับภาพยนตร์อีกหลาย ๆ เรื่องต่อมา พุทธศักราช 2489 -2500 ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ไบปิดภาพยนตร์ของไทยในยุคนั้นส่วนใหญ่เป็นงานพิมพ์จากต้นฉบับที่ทำจากรูปถ่ายตัดปะและเขียนด้วยตัวอักษรศิลป์ โดยใช้แม่พิมพ์กดบล็อก พิมพ์สี่แถวหรือ 2 สีเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีบางชิ้นที่พิมพ์ผสม 4 สี

หลังพุทธศักราช 2500 เป็นต้นมา จึงมีการทำไบปิดภาพยนตร์มีการพัฒนาขึ้นเป็นงานภาพเขียนระบายสีแบบเสมือนจริง พิมพ์แยกสีโดยระบบออฟเซต ซึ่งทำให้มีคุณภาพใกล้เคียงภาพจริงมากและด้วยช่วงเวลานั้น ภาพยนตร์ไทยมีการสร้างออกฉายปีละประมาณ 70 – 80 เรื่องนั้นหลากหลายประเภท อาทิ แนวรัก , แนวตลก , แนวบู๊หรือต่อสู้ แนวผีและสยองขวัญ , แนววรรณคดีและนิทาน เป็นต้นแต่ทั้งนี้หากมองในภาพรวมของภาพยนตร์ไทยอาจกล่าวได้ว่า ส่วนใหญ่ทุกเรื่องจะมีการผสมผสานครบทุกรสชาติ ดังนั้น ไบปิดภาพยนตร์ไทยจึงเสมือนเป็นภาพสะท้อนของภาพยนตร์ไทย ซึ่งไบปิดส่วนใหญ่ทุกไบจะมีการแสดงรายละเอียดของเหตุการณ์หลากหลายที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์ผสมกัน ภาพยนตร์ไทยจึงมีรสชาติที่กลมกล่อมดูสนุกสนาน ทั้งนี้ทางโรงภาพยนตร์จะใช้ไบปิดประกาศเอาไว้ในตู้กระจกตามหน้าโรง หรืออาจจะใช้ปิดแสดงไว้ตามป้ายหรือกระดานประกาศริมทาง ตามรั้วผนังกำแพงและตามร้านค้าแฟลและร้านข้าวแกงย่านชุมชน

นับตั้งแต่พุทธศักราช 2513 เป็นต้นมา การออกแบบไบปิดภาพยนตร์ยังคงนิยมการวาดภาพระบายสีอย่างดูฉลาดสวยงาม ด้วยสีโปสเตอร์ผสมกับสีอากิลิติก พร้อมกับบรรจุเรื่องราวรายละเอียดของเหตุการณ์ในภาพยนตร์จำนวนมาลงในภาพ คล้ายกับกับการวาดภาพเขียนลงบนผนังโบสถ์ของไทย ในยุคนี้ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นช่างเขียนไบปิดภาพยนตร์ได้รับความนิยมอย่างมาก จนในที่สุดช่างเขียนไบปิดภาพยนตร์กลายเป็นอีกอาชีพที่เกิดขึ้นในสังคมไทย และหลายคนที่ประกอบอาชีพนี้เริ่มมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในสังคมแต่ก็มีภาพยนตร์บางเรื่องลงทุนจ้างจิตรกรที่มีชื่อเป็นผู้วาดแบบไบปิดให้



ภาพที่ 7.6 : แสดงใบปิดภาพยนตร์ไทย

ที่มา : <http://www.thaifilm.com>

1. หนังสัณ

มีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “โซว์การ์ด” หรือ “ลือบี่การ์ด” ของภาพยนตร์ แต่คนไทยเรียกกันติดปากว่า “หนังสัณ” เป็นอีกสื่อหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการดึงดูดผู้คนในเข้ามาชมภาพยนตร์เรื่องนั้นเมื่อมีโปรแกรมเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ดังกล่าว ซึ่งโรงภาพยนตร์เกือบทุกแห่งจะต้องมีการจัดสรรพื้นที่สำหรับติดใบปิดและติครูปโซว์ หรือโซว์การ์ด ส่วนใหญ่จะทำเป็นตู้กระจกสำเร็จสำหรับติดตั้งหนังสัณ หรืออาจจะจัดทำเป็นตู้หรือแท่นฐานสำหรับติดหนังสัณเรื่องนั้นเป็นพิเศษ ให้ผู้ชมเด่นสะดุดตาระหว่างเดินมาซื้อบัตรชมภาพยนตร์ และสร้างความพิเศษแก่ภาพยนตร์ของตนทั้งนี้ภาพยนตร์บางเรื่องทางโรงภาพยนตร์หรือเจ้าของภาพยนตร์ อาจมีการตกแต่งเพิ่มเติมอย่างสวยงามอลังการ เช่น ทำเป็นหุ่นสามมิติมีกลไกเคลื่อนไหวได้

ในระยะแรก ๆ หนังสัณจะเป็นการใช้รูปถ่ายขาวดำขนาด 12 นิ้ว เป็นพื้นแล้วระบายสีรูปถ่ายด้วยมือให้สวยงามอย่างธรรมชาติ พร้อมกับมีการฉีกใส่ช่องพลาสติกเพื่อความสวยงามและคงทน หนังสัณ 1 เรื่องจะใช้รูปถ่ายประมาณ 10 – 12 รูปต่อภาพยนตร์ 1 เรื่อง พร้อมกับมีการเขียนชื่อเรื่องภาพยนตร์ ทีมงานและนักแสดงไว้ตามสมควร ต่อมาหลังจากปีพุทธศักราช 2515 การจัดพิมพ์หนังสัณมีการเปลี่ยนแปลงเป็นงานพิมพ์สีสี่แทนรูปถ่ายที่ต้องระบายสีด้วยมือ



ภาพที่ 7.7 : แสดงหนังแผ่นหรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “โซว์การ์ด”
ที่มา : <http://osaoldbook2.tarad.com>

5. แข็งความ

สำหรับการลงแข็งความในหน้าหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารต่าง ๆ ถือเป็นสื่อโฆษณาภาพยนตร์ที่มีความจำเป็นอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นการใช้พื้นที่ของหนังสือพิมพ์และนิตยสารเพื่อแจ้งความหรือประกาศให้ผู้อ่านหนังสือทราบถึงภาพยนตร์เรื่องนั้น หรือความเคลื่อนไหวของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ ช่วงเวลาการนำภาพยนตร์ของสองพี่น้องลูมิแอร์มาฉายครั้งแรกในประเทศไทยได้ว่าในหน้าโฆษณาภาษาไทยได้ลงข้อความว่า

ขอแจ้งความให้ท่านทั้งหลายทราบทั่วกันว่า การละเล่นซึ่งเรียกว่า ซิเนมาโตแกรฟ คือรูปที่สามารถกระดิกแลทำท่าต่าง ๆ ได้ โดยคำขอขอรายกฎจะเล่น 3 คืน ติด ๆ กัน คือ วันพฤหัสบดี วันศุกร์ และวันเสาร์ ตรงกับวันที่ 10, 11, 12 เดือนมิถุนายน ที่โรงละครหม่อมเจ้าอลังการ จะมีแถววงเป่าด้วย พรอเฟสเซอร์ หมอริศ ผู้ชำนาญในการเล่นนี้ในทวีปตะวันตก ประตู่โรงจะเปิดเวลา 2 ทุ่ม ตรงกับ 8 โมงฝรั่ง ราคาห้องหนึ่งที่มีเก้าอี้หลายตัวบอกซ์ ราคา 10 บาท ชั้นที่หนึ่งราคา 3 บาท ชั้นที่สองราคา 2 บาท ชั้นที่สามราคา 1 บาท ชั้นที่สี่คือที่นั่งวงเวียน 2 สลึง เด็กที่ต่ำกว่า 10 ขวบ จะเรียกเอาราคาแค่ครึ่งเดียว

ภาพยนตร์อีกเรื่องหนึ่ง คือ “หลงทาง” ถือเป็นภาพยนตร์ไทยอีกเรื่องที่สร้างประวัติศาสตร์ให้วงการภาพยนตร์ไทยอีกครั้งกับการเป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกที่พูดได้ ผลิตโดยสองพี่น้องตระกูลลิวต์ ซึ่งทางหนังสือพิมพ์ศรีกรุงได้ลงความเห็นจากกระแสการตอบรับของผู้ชมในการฉายครั้งแรกของภาพยนตร์เรื่องนี้ว่าประสบความสำเร็จอย่างงดงาม มีผู้คนเบียดเสียดเบียดชิดเข้าชมเต็มทั้ง 2 รอบ ไม่มีแม้แต่จะยืนดู หลายรายเข้าชมไม่ได้ต้องกลับไป สุภาพบุรุษสุภาพสตรีทุกชนชั้นทั้งไทยและต่างประเทศไทยที่ได้รับชมต่างได้รับความพอใจและรู้สึกประทับใจทั่วหน้า สังเกตได้จากมีเสียงปรบมือดังกระหือรืออยู่บ่อย ๆ ระหว่างการฉายภาพยนตร์ไทยทุกม้วน บางคนถึงกับขอเข้าดูความวิเศษพิสดารของเครื่องฉายภาพยนตร์ที่ห้องฉาย

อย่างไรก็ตาม แม้ภาพยนตร์เรื่องนี้จะมีเสียงชื่นชมอย่างมากในฐานะที่เป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกที่พูดได้ แต่ในทางขณะเดียวกันมีผู้ชมบางกลุ่มกลับไม่พอใจหนังเรื่องนี้ เนื่องจากมีหลายฉากที่ตัวละครชายหญิงแสดงบทบาทและตะแคงเนื้อต้องตัวกัน พร้อมกับฉากดื่มสุรา ซึ่งในยุค

นั้นประเทศไทยยังไม่เป็นที่ยอมรับแต่ก็สามารถสร้างกระแสให้กับคนในสังคม โดยเฉพาะข่าว
เสีย ๆ หาย หรือ ข่าวค่อนข้างไปในเชิงลบ กลับสร้างกระแสให้กับภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ได้เป็น
อย่างยิ่ง เหมือนกับภาพยนตร์เรื่องนี้

ก้าวสู่พุทธศักราช 2506 – 2510 การลงแข่งความในหน้าหนังสือพิมพ์รายวัน เกิดการ
ประชันแข่งขันกันราวกับการประชันป้ายคัดเอาที่ยักษ์กลางเมือง โดยเฉพาะ “ไทยรัฐ” และ
“เดลินิวส์” หนังสือพิมพ์รายวันยักษ์ใหญ่ระดับชาติ หรือ บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์รายต่าง ๆ ที่มี
กำลังทุนทรัพย์ต่างแข่งขันกันทุ่มเงินซื้อเนื้อที่เต็มหน้าหนังสือพิมพ์รายวันเพื่อโฆษณา
ภาพยนตร์ของตน นำมาสู่สถานการณ์ “สงครามโฆษณา” ซึ่งผู้ที่ได้รับประโยชน์กลับไม่ใช่
บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ แต่เป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ ในที่สุดต้องมีการเจรจาขอสงบศึกทำสัญญา
เลิกแข่งขันกัน



ภาพที่ 7.8 : แสดงการแข่งความฉายภาพยนตร์ลงในหนังสือพิมพ์
ที่มา : จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย 2544:9

6. วารสารภาพยนตร์

ช่วงระหว่างที่ภาพยนตร์นางสาวสุวรรณเข้าฉาย เมื่อพุทธศักราช 25466 ซึ่งเป็นภาพยนตร์
ไทยเรื่องแรกของประเทศไทย ได้มีการเรียบเรียงเรื่องของภาพยนตร์เรื่องนี้ จัดพิมพ์เป็นหนังสือ
โดยนาย ต.เง็กชวนเป็นผู้ดำเนินการพิมพ์ด้วยกระดาษอย่างดี สีสวย มีรูปหน้าปก และรูปแทรก
หลายรูป จำหน่ายราคาเล่มละ 25 สตางค์

ขณะเดียวกันหากกล่าวถึงธุรกิจทางด้านวารสารภาพยนตร์ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ คงไม่มี
ใครรู้จักสยามภาพยนตร์บริษัท จำกัด ผู้ดำเนินกิจการ โรงภาพยนตร์และการค้าภาพยนตร์ยักษ์
ใหญ่ของประเทศในช่วงเวลานั้น ได้มีการตีพิมพ์วารสารออกจำหน่ายชื่อ “ภาพยนตร์สยาม” เป็น
วารสารรายสามวัน ออกตามการเปลี่ยนโปรแกรมใหม่ของโรงภาพยนตร์ ถือเป็นวารสาร
ภาพยนตร์ฉบับแรกของประเทศไทย หลังจากนั้นจึงหยุดไป ต่อมาได้มีบริษัทกิจการคู่แข่งของ

สยามภาพยนตร์ คือ บริษัทสยามนิรมายภาพยนตร์ ออกวารสาร “นิรมายภาพยนตร์” มาแข่งขันบ้าง แต่จัดพิมพ์ได้ไม่กี่ฉบับก็เลิกไปก่อน

หลังพุทธศักราช 2475 ประเทศไทยอยู่ในช่วงของเปลี่ยนแปลงการปกครอง บริษัทสหคินิมา จำกัด ได้เข้ามาทำธุรกิจการค้าและจัดฉายภาพยนตร์ของประเทศจนสามารถครองตลาดการค้าภาพยนตร์อันดับต้นๆของประเทศ ได้ตีพิมพ์วารสาร “ภาพยนตร์สาร” ออกเผยแพร่ระยะเวลาหนึ่ง ต่อมาจึงเปลี่ยนเป็นออกวารสาร “ประมวญภาพยนตร์” จัดเป็นสื่อสัมพันธ์ระหว่างบริษัทภาพยนตร์กับแฟนภาพยนตร์เป็นอย่างดี ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีการผลิตนิตยสารเกี่ยวกับภาพยนตร์หลายฉบับและมีความหลากหลายมากกว่าเดิม ส่วนใหญ่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของวงการภาพยนตร์และดารานักแสดงเป็นสำคัญ อาทิ ตู๊กตาทอง ดาราไทย สตาร์พิค ภาพดารา โลกดารา ดาราภาพยนตร์ จักรวาลดาว แดนดารา ฯลฯ

หลังจากนั้นช่วงระหว่างปีพุทธศักราช 2512 – 2517 บริษัทผู้ดำเนินการโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งในย่านสยามสแควร์ ประกอบด้วย สยาม ลิโด สกาลาคือ บริษัทสยามมหรสพ ได้จัดทำวารสารเล่มบาง ๆ รายเดือนแจกสำหรับผู้ชมภาพยนตร์ เป็นสื่อสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้าชมภาพยนตร์

ปัจจุบันประเทศไทยมีโรงภาพยนตร์อันทันสมัยหลายค่ายหลายเครือ ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้ทางเจ้าของโรงภาพยนตร์ต่าง ๆ เปลี่ยนมาจัดทำวารสารในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ โฮมเพจของคนในอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นสื่อสัมพันธ์กับลูกค้าในสถานการณ์โลกที่แปรเปลี่ยนไป



ภาพที่ 7.9 : แสดงวารสารทางภาพยนตร์

ที่มา : <http://osaoldbook2.tarad.com>

7. สมุดภาพยนตร์ไทย

สมุดภาพยนตร์ไทยในที่นี้คือ เป็นหนังสือประกอบภาพยนตร์หรือบางทีก็เรียกว่า “คู่มือชมภาพยนตร์” เป็นหนังสือเย็บเล่มอย่างนิตยสาร ปกพิมพ์สีสวยงาม ภายในเล่มมีเรื่องราวเบื้องหน้าเบื้องหลังการถ่ายทำ รูปจากภาพยนตร์ เนื้อและโน้ตเพลงในภาพยนตร์ บทสัมภาษณ์ผู้สร้างและผู้แสดง คำนิยม และที่ขาดไม่ได้คือ การเล่าเรื่องสังเขปของภาพยนตร์เรื่องนั้น จัดเป็นสื่อสิ่งพิมพ์อย่างหนึ่งที่เจ้าของหรือผู้สร้างภาพยนตร์ มีวัตถุประสงค์ผลิตขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือส่งเสริมภาพยนตร์ของตนเอง

8. ของที่ระลึกและของสะสม

สำหรับบรรดาผู้ที่ชื่นชอบภาพยนตร์กลุ่มหนึ่งส่วนใหญ่มักเลือกเก็บสะสมสิ่งของที่ระลึกจากภาพยนตร์ ซึ่งอาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่เจ้าของภาพยนตร์หรือผู้สร้างภาพยนตร์เรื่องนั้นผลิตออกจำหน่ายหรือแจกแลกเปลี่ยนตาม โปรโมชันที่ได้ตั้งไว้ หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่บรรดาผู้ชื่นชอบภาพยนตร์เลือกหาสะสมเองตามความสนใจ ช่วงพุทธศักราช 2466 มีการฉายภาพยนตร์นางสาวสุวรรณ ซึ่งเป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกของประเทศไทย มีการผลิตสินค้าของระลึกและของสะสมเป็นสื่อเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาขณะนั้น คือ น้ำหอมออกมาชนิดหนึ่งเรียกชื่อสินค้าชนิดนี้ว่า “น้ำหอมนางสาวสุวรรณ” ซึ่งมีการออกแบบฉลากขวดน้ำหอมเป็นรูปผู้หญิงใส่เสื้อคอกลมคว้านแขนยาวคลุมไหล่ สวมสร้อยประคำเส้นยาว กำลังยิ้มเห็นฟัน ออกวางขายที่ร้าน ต. เง็กชวน ที่บางลำภู จนถึงรัชสมัยรัชกาลที่ 7 สินค้าน้ำหอมยี่ห้อนี้ได้หายจากตลาดไปในที่สุด ถึงแม้ว่าจะมีการวางขายได้ไม่นาน แต่ทว่าสินค้าชนิดนี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงเทคนิคและวิธีการรูปแบบใหม่ที่นอกจากจะอาศัยหนังสือพิมพ์แล้ว การนำสินค้าที่เกี่ยวข้องกับตัวละคร หรือภาพลักษณ์ของภาพยนตร์มาทำเป็นของที่ระลึกให้ผู้คนที่รู้จักมากขึ้น หรือที่เราเรียกกันติดปากว่าในยุคนี้ว่า “ของพรีเมียม” (Premium)

หลังจากนั้นพุทธศักราช 2470-2480 กรุงเทพฯ มีโรงภาพยนตร์ประมาณสิบกว่าโรง ต้องคอยแข่งขันกันให้ประชาชนได้เข้าชมโรงภาพยนตร์ของตนเอง อาทิ ช่วงใกล้เทศกาลปีใหม่ทำปฏิทินแจกบ้าง หรือบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ผลิตแก้วน้ำนำตราบริษัทพิมพ์ลงด้วยกาแฟหรือจานชามพิมพ์ จัดทำโปสการ์ดรูปดารานาง เพื่อเป็นของที่ระลึกและสมนาคุณแก่ลูกค้าของตนเป็นต้น

โดยเฉพาะพุทธศักราช 2470 ถือเป็นช่วงกิจการสร้างภาพยนตร์ไทยถือกำเนิดขึ้น

ประกอบกับเป็นยุคที่บริษัทผลิตบูหรี่กำลังนิยมแจก“รูปยาซิกาเรต” ซึ่งมีลักษณะรูปพิมพ์เล็กๆ จัดพิมพ์จำนวนหลายร้อยชุด หนึ่งในนั้น มีชุดดารารายไทยจากเรื่อง “ใครดีใครได้” นอกจากนี้เจ้าของภาพยนตร์ ส่วนใหญ่จะพิมพ์สูจิบัตรเล็ก ๆ คล้ายสมุดพกประจำหนังนั้นแจกแก่ผู้ซื้อตั๋วชมภาพยนตร์ด้วยในรูปแบบของบัตรปฏิทิน บัตรตารางสอนสำหรับนักเรียน หรือมีการจัดทำของเล่นจำพวกตุ๊กตาหรือหุ่นจำลอง เพื่อจำหน่ายหรือแลกแจกแถมกับภาพยนตร์บางเรื่อง ในขณะที่บรรดาผู้ที่ชื่นชอบภาพยนตร์กลุ่มหนึ่งที่หลงใหล คอยติดตามชมผลงานภาพยนตร์ของดารานักแสดงนั้น และจะขอรูปและลายเซ็น โดยใช้วิธีการเขียนจดหมาย หรือบริษัทสร้างภาพยนตร์อาจจัดกิจกรรมที่ดารานั้นสังกัดแจกรูปดารารายและลายเซ็นแก่แฟน ๆ ที่ติดต่อขอ ถือเป็นโอกาสพิเศษสำหรับร้านถ่ายรูปบางร้านที่จะจัดพิมพ์รูปถ่ายแบบต่าง ๆ ของดารายอดนิยมทั้งหลาย ออกจำหน่ายด้วย หายรายได้พิเศษนอกจากการถ่ายรูปให้กับผู้คนตามปกติ สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและของสะสมขายให้กับเด็ก ๆ นั้น จะจัดพิมพ์เป็นไฟรูปดารารายไทยหรือรูปจากฉากภาพยนตร์ที่กำลังได้รับความนิยมขณะนั้น บางรายก็ผลิตเป็นของเล่นแบบเสียงไซโครหรือการพนัน

สินค้าอีกอย่างหนึ่งในธุรกิจภาพยนตร์ที่บรรดาผู้ที่ชื่นชอบภาพยนตร์นิยมซื้อหาและสะสม คือ แผ่นเสียงหรือเทปเสียงเพลงจากภาพยนตร์ ซึ่งปัจจุบันแผ่นเสียง เทปเสียงเพลง ไม่มีการวางจำหน่ายแล้ว แต่เปลี่ยนเป็นแผ่นซีดี ดีวีดี แทนและปัจจุบันยังมีการผลิตเป็นดีวีดีออกเซ็ทออกจำหน่ายหลากหลายมากมายสำหรับนักสะสม

9. วิทยุโทรทัศน์

วิทยุโทรทัศน์ถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทย พุทธศักราช 2498 รัฐบาลไทยภายใต้ผู้นำจอมพล ป.พิบูลย์สงคราม นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ได้ให้ความสนใจสื่อใหม่ของโลก และสามารถจัดตั้งสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทยและภูมิภาคได้สำเร็จ มีชื่อว่า “สถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 4 บางขุนพรหม” หลังจากนั้นเป็นต้นมาบรรดาผู้สร้างภาพยนตร์ไทย หรือ บริษัทถ่ายภาพยนตร์ต่างก็ใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ในสังกัดของตนเองให้กับผู้ชมทางบ้านโดยตรง



ภาพที่ 7.10 : แสดงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ทางวิทยุโทรทัศน์
ที่มา : <http://pantip.com>

10.โทรทัศน์

โทรทัศน์เข้ามามีบทบาทสำคัญกับภาพยนตร์ไทย โดยถูกใช้เป็นโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยทางอ้อมควบคู่กับสื่อวิทยุกระจายเสียง กล่าวคือ รายการทางวิทยุกระจายเสียงจะร่วมมือกับค่ายภาพยนตร์ หรือบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์มอบบัตรชมภาพยนตร์เรื่องนั้นฟรีให้กับแฟนรายการ โดยต้องโทรศัพท์มาที่รายการในช่วงเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ทางเจ้าของรายการจะยินยอมให้ค่ายภาพยนตร์ หรือบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ นำสปอร์ตโฆษณาภาพยนตร์เรื่องนั้นออกอากาศโดยไม่เสียค่าโฆษณาเพื่อแลกกับบัตรชมภาพยนตร์ที่แจกให้กับแฟนรายการ เสมือนเป็นการรักษาแฟนรายการไปในตัวทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวพัฒนามาจากการที่ผู้ฟังโทรมาขอเพลงจากผู้จัดรายการวิทยุ

อย่างไรก็ตามในช่วงเวลานั้นโทรทัศน์ในประเทศไทยยังเป็นโทรทัศน์บ้านที่ติดตั้งใช้ในอาคารเท่านั้น และต่อมาเริ่มมีการพัฒนาจากโทรทัศน์บ้าน มาเป็นโทรทัศน์เคลื่อนที่ หรือที่เรียกกันว่า “มือถือ” มีลูกเล่นและเทคนิคมากกว่าโทรทัศน์บ้าน ดังนั้นรูปแบบการแจกบัตรชมภาพยนตร์ก็เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ต้องโทรศัพท์เข้าไปทางรายการวิทยุ เปลี่ยนเป็นให้ผู้ฟังส่งข้อความ (SMS) ตามเงื่อนไขที่ทางรายการกำหนดผ่านทางมือถือผู้ฟัง โดยตรง



ภาพที่ 7.11 แสดงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่
ที่มา : <http://www.majorcineplex.com>

11. สื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์ จัดเป็นสื่อที่ทันสมัยและเข้ามามีบทบาทอย่างมากในปัจจุบันกับทุกสาขาอาชีพซึ่งมีการใช้กันอย่างแพร่หลายภายใต้การพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสำหรับประเทศไทยเริ่มมีการเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศเป็นครั้งแรกพุทธศักราช 2538 หลังจากนั้นเป็นต้นมาประเทศไทย เริ่มมีการนำสื่อออนไลน์มาใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ กันอย่างกว้างขวางในรูปแบบต่างๆ รวมถึงวงการภาพยนตร์ไทย กล่าวคือ ผู้สร้างภาพยนตร์ หรือ บรรดาบริษัทถ่ายภาพยนตร์ รวมถึงเจ้าของโรงภาพยนตร์ต่างก็หันมาให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์กันมากขึ้น ทำให้รูปแบบกิจกรรมจากการใช้สื่อเดิมเปลี่ยนเป็น อาทิ ผู้ชม เจ้าของภาพยนตร์ เจ้าของ โรงภาพยนตร์ และทีมงานนักแสดง มีการสื่อสารโดยตรง อาจให้นักแสดงมาพิมพ์หรือคุยโต้ตอบกันกับแฟน ๆ , มีข้อมูลทั้งภาพนิ่ง ไปสเตอร์ หรือ ภาพเคลื่อนไหวรายงานเบื้องหลังการถ่ายทำ , มีภาพยนตร์ตัวอย่างให้ชมก่อนในโรงภาพยนตร์ มีการประกาศข่าวสารกิจกรรมร่วมสนุกกับทีมงานนักแสดง และมีการถ่ายทอดสดกิจกรรม เป็นต้น



ภาพที่ 7.12 แสดงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ผ่านทางสื่อออนไลน์

ที่มา : <http://www.9tana.com>

คุณสมบัติของสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทย

จากที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า สื่อที่ใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ทั้ง 2 ประเภทความหลากหลายของวัตถุประสงค์ในการใช้ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมตามช่วงเวลาและสถานการณ์ของประเทศไทยในขณะนั้น บางสื่อก็สูญหายไปแล้ว ในขณะที่ก็มีบางสื่อยังคงถูกนำมาใช้จนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม แม้สื่อแต่ละประเภทมีคุณสมบัติที่ต่างกันทำให้มีข้อได้เปรียบและข้อจำกัดที่แตกต่างกันออกไป แต่ไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใดก็ตามต่างก็มีคุณสมบัติร่วมกันคือ

1. เป็นสื่อที่เข้าถึงคนกลุ่มใหญ่ได้อย่างกว้างขวางในเวลาเดียวกันที่เรียกว่าเป็นสื่อมวลชน
2. เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมในฐานะผู้บริโภคเป้าหมายได้ด้วยราคาที่ประหยัดเมื่อคิดเฉลี่ยต่อหัว เพราะถ้าเปรียบเทียบการเข้าถึงด้วยวิธีอื่น ๆ ที่ไม่ใช่วิธีการโฆษณาแล้วจะเสียค่าใช้จ่ายสูงมากกว่า

3. เนื้อหาของสื่อบอกได้ว่าสื่อประเภทใดเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้ชมในฐานะผู้บริโภคกลุ่มใด เพราะฉะนั้นผู้โฆษณาจึงสามารถเลือกสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ ด้วยคุณสมบัติต่าง ๆ เหล่านี้ของสื่อโฆษณาทำให้มีผู้นิยมใช้สื่อโฆษณากันมากขึ้น ผู้โฆษณาจึงกลายเป็นผู้อุปถัมภ์รายใหญ่ของระบบสื่อสารมวลชนในทุก ๆ สังคมที่เป็นสังคมแบบเศรษฐกิจทุนนิยม เพราะมีผลต่อเนื่องไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ชมกับการตัดสินใจเดินทางมารับชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์

สรุป

ภาพยนตร์ถือว่าเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษชนิดหนึ่งต่างจากสินค้าทั่วไป คือ ผู้ออกทุนหรือเจ้าของภาพยนตร์ยังไม่เห็นสินค้าที่เป็นสำเร็จรูป และเมื่อกระบวนการผลิตเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว

ต้องนำออกขายสู่สาธารณชนตามโรงภาพยนตร์ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่าย นอกจากนี้ยังต้องใช้เงินมากมายในการวางแผนการใช้สื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

ภาพยนตร์เรื่องหนึ่งจะประสบความสำเร็จทางการค้าหรือไม่นั้น เราอาจจะพิจารณาจากจำนวนผู้เข้าชม ซึ่งมีส่วนทำให้ภาพยนตร์เรื่องนั้นทำรายได้เป็นที่น่าพอใจหรือผิดหวัง ทั้งรายได้ที่มาจากค่าเข้าชม และค่าเช่าหรือการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ อย่างไรก็ตามจำนวนผู้ชมที่มีต่อภาพยนตร์เรื่องนั้น ไม่สามารถเป็นเครื่องชี้วัดให้กับภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ ทั้งในอดีตและอนาคตได้เสมอ เพราะภาพยนตร์เป็นสินค้าชนิดเดียวที่ซื้อขายกัน โดยไม่มีโอกาสเห็นตัวสินค้าจึงมีความไม่แน่นอนของอุปสงค์ (Demand) กล่าวคือ มีความไม่แน่นอนของความต้องการ อัตราการเลี้ยงจึงอยู่ในอัตราที่สูงตามไปด้วย เนื่องจากสายพานการผลิตภาพยนตร์จะถูกควบคุมด้วยกลุ่มบุคคลถึง 4 ระดับที่เชื่อมโยงกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ประกอบด้วย ผู้กำกับภาพยนตร์ถูกควบคุมโดยผู้สร้าง (นายทุน) ผู้สร้างถูกควบคุมโดยสายหนัง (ผู้จัดจำหน่าย) สายหนังถูกควบคุมโดยผู้ฉาย (โรงภาพยนตร์) และผู้ฉายถูกควบคุมโดยผู้ชมในสิ่งที่พวกเขาต้องการ ด้วยเหตุนี้ภาพยนตร์จึงถูกสร้างขึ้นเพื่อพยายามสนองความต้องการของผู้ชมให้ได้มากที่สุด หรือเพื่อให้ความบันเทิงโดยสามารถสอดแทรกสาระไปยังผู้ชมได้ในเวลาเดียวกัน นอกจากการใช้สื่อที่เจาะกลุ่มเป้าหมายโดยตรงก็คือเป็นกลยุทธ์อีกอย่างที่จะทำให้ภาพยนตร์เป็นที่รู้จักของผู้ชมในสังคมมากขึ้น

คำถามทบทวน

1. สายภาพยนตร์ในการซื้อขายภาพยนตร์ไทยแบ่งออกได้เป็นกี่สาย และแต่ละสายประกอบด้วยจังหวัดใดบ้าง
2. จงอธิบายวิธีการซื้อขายภาพยนตร์ไทยระบบสายภาพยนตร์
3. กากหนัง คืออะไร
4. หนังเย็น คืออะไร
5. หนังเร่ คืออะไร
6. จงยกตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยอย่างน้อย 3 ชนิด พร้อมระบุข้อดีและประโยชน์จากการนำสื่อดังกล่าวมาใช้
7. สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยที่ดีควรมีคุณสมบัติอย่างไร
8. ในความคิดเห็นของนักศึกษา คิดว่า สื่อประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ใดชนิดใดที่มีบทบาทและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดในยุคปัจจุบันนี้ เพราะเหตุใด

เอกสารอ้างอิง

จำเริญลักษณ์ ชนะวังน้อย (2544). ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทย ตั้งแต่แรกจนถึงสมัย
สงครามโลกครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ 2544
โตม สุขวางศ์ และ สวัสดิ์ สุวรรณปักษ์ (2545). ร้อยปีหนังไทย บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง
แอนด์พับลิชชิ่ง กรุงเทพฯ

ชนาทิพย์ ฉัตรภูติ (2547) **ตำนานโรงหนัง**. เวลาดี กรุงเทพฯ

รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม (2546). **นักสร้าง สร้างหนัง หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**
กรุงเทพฯ

วิสูตร พูลวรลักษณ์ และ ทศนีย์ จันทร (2553). **การบริหารงานโรงภาพยนตร์ การบริหารงาน**
ภาพยนตร์ หน่วยที่ 1-7 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี

เว็บไซต์

www.ThaiWorldView.com

www.hilighddd.com

www.Mthai.com

<http://www.manager.co.th>

<http://www.thaifilm.com>

<http://osaoldbook2.tarad.com>

<http://osaoldbook2.tarad.com>

<http://pantip.com/topic>

<http://www.majorcineplex.com>

<http://www.9tana.com>