

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน (Animation) ได้รับความนิยม และเป็นที่น่าสนใจอย่างมากในกลุ่มผู้ชม เพราะถือได้ว่าเป็นสื่อให้ความบันเทิง เนื้อหาสนุก เข้าใจง่าย ภาพสวยงาม สามารถนำพาผู้ชมไปสู่โลกแห่งจินตนาการ ที่แปลกแตกต่างกันออกไป จากสภาพความเป็นอยู่ที่แท้จริง การชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันในแต่ละเรื่องของผู้ชมนั้นยังสามารถที่จะช่วยให้ผู้ชมผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียนและการทำงาน อีกทั้งยังได้รับสาระและความบันเทิง ผู้ชมสามารถที่จะนำข้อคิดและคติต่าง ๆ ที่ได้จากการชมแอนิเมชันมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ด้วย

เมื่อกล่าวถึงภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน ประชาชนส่วนใหญ่มักนึกถึงเรื่องราวที่สร้างความประทับใจจากความสนุกสนาน ความตื่นเต้น หรือความสะเทือนใจที่มาจากดำเนินเรื่องราวของตัวการ์ตูน ซึ่งถูกทำให้เคลื่อนไหวได้ราวกับมีชีวิต โลกของการ์ตูนแอนิเมชัน ไม่จำเป็นต้องสร้างให้เหมือนจริง แต่ต้องสร้างให้เป็นโลกที่คนดูสัมผัสได้ เพื่อให้ผู้ชมเชื่อในสิ่งที่เห็น ทั้งตัวละครและเรื่องราว แล้วรู้สึกคล้อยตามไปกับโลกของจินตนาการ เช่น ช้างบินได้ สัตว์หรือของเล่นพูดได้ ซึ่งเรื่องราวอาจพาผู้ชมไปในห้วงอวกาศ ดินแดนที่สาบสูญ ได้ทะเล โลกแห่งเทพนิยายหรือโลกปีศาจหรืออาจไปได้ไกลกว่านั้นก็ได้ (จรรยาพร ปรปักษ์ประลัย, 2548, หน้า 110) ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน จึงสามารถทำอะไรได้หลายอย่างที่ในโลกของความเป็นจริงไม่มีวันเกิดขึ้น หรือทำในสิ่งที่เกินความสามารถของนักแสดงที่เป็นคนหรือสัตว์จริง ๆ ได้ดังคำพูดที่ว่า ทุกอย่างล้วนเกิดขึ้นได้ในโลกของแอนิเมชัน

การสร้างภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน ที่เกิดจากจินตนาการอย่างไม่มีขอบเขตให้มีชีวิตขึ้นมาจากแผ่นกระดาษหรือจอคอมพิวเตอร์นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย การทำภาพยนตร์

การ์ตูนแอนิเมชัน ต้องอาศัยศิลปะและความคิดสร้างสรรค์อย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น การเขียน บทภาพยนตร์ที่ต้องการความชัดเจนกว่าภาพยนตร์ประเภทอื่น ๆ การออกแบบ ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวละคร ฉากมุกกล้อง หรือเสียงประกอบ ซึ่งต้องคำนึงถึงความ- สมจริงและความเหมาะสมกันเนื้อเรื่อง ทุกขั้นตอนต้องอาศัยเวลาและความอดทนของ แอนิเมเตอร์ การทำอยู่ไม่น้อย โดยเฉพาะภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน ที่สร้างด้วยเทคนิค 3 มิติ ซึ่งต้องอาศัยหุ่นจำลอง ตัวละคร ฉาก และข้าวของต่าง ๆ ขึ้นมาในรูปแบบ 3 มิติ แล้วนำมาประกอบเข้าด้วยกัน มีการวางมุกกล้อง จัดแสงและอื่น ๆ ในลักษณะเดียวกับที่ ใช้คนแสดงเลยทีเดียว

ตลาดการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นตลอดเวลา ทำให้ผู้ผลิตแอนิเมชัน ต้องมีกลยุทธ์ใน การสร้างสรรค์งานภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน ให้มีความโดดเด่น เป็นที่ประทับใจและ เป็นที่จดจำ การสร้างความน่าสนใจและความเชื่อให้กับผู้ชม ซึ่งงานภาพยนตร์การ์ตูน แอนิเมชัน ปัจจุบันมีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ล้วนมีเนื้อหาและการออกแบบที่มีรูปแบบ เฉพาะที่สร้างความแตกต่างและสร้างเอกลักษณ์ให้เกิดขึ้น ผู้สร้างสรรค์งานภาพยนตร์ การ์ตูนแอนิเมชัน จะมีความรู้ ทางเทคนิคการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียว ไม่พอ ต้องอาศัยความรู้ความสามารถด้านศิลปะด้วย เช่น การใช้แสง สี รูปทรง เส้น พื้นผิว ต่ออารมณ์ของภาพยนตร์และตัวละคร ณ สถานการณ์ในเวลาหนึ่ง ๆ ให้สัมพันธ์ กับเนื้อเรื่องนั้น ๆ

อุปสรรคด้านการผลิตที่มีขั้นตอนการทำงานที่ย่างยากซับซ้อน ละเอียดย่อน ใช้ ทีมงานจำนวนมาก และลงทุนสูง เมื่อผลงานสำเร็จออกมา คำถามที่เกิดขึ้นกับผู้สร้าง ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน คือ ภาพยนตร์ของพวกเขาจะสามารถกุมหัวใจคนดูได้ หรือไม่ คนดูจะนั่งดูจนจบเรื่องกับหนังที่ใช้คอมพิวเตอร์ทำขึ้นทั้งเรื่องหรือไม่ เรื่องราว จะสร้างความสนใจให้พวกเขาหรือไม่ และที่สำคัญที่สุดคือ คนจะมาดูภาพยนตร์เรื่องนี้ หรือไม่ จึงเป็นหน้าทีของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดในการสร้างการรับรู้ให้แก่ ผู้ชมสร้างความนิยมหรือสร้างกระแสให้กับภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน (จรรยาพร ปรปักษ์ประลัย, 2548, หน้า 115)

ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน เป็นสื่อที่กำลังได้รับความนิยม และเป็นที่ยอมรับใน กลุ่มวัยรุ่น และบุคคลหลากหลายอาชีพในระดับหนึ่งก็ตาม แต่มีการพบว่า มีภาพยนตร์

การ์ตูนแอนิเมชันหลายเรื่องที่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร อาจเกิดมาจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน เช่น ขาดการโฆษณาที่ดี เนื้อหาของภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันไม่เป็นที่น่าสนใจ รวมถึงนักแสดงหรือตัวละคร การเลือกชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน ความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน หรืออาจมาจากลักษณะประชากร เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ศาสนา สังคม หรือฐานะทางเศรษฐกิจ ซึ่งลักษณะเหล่านี้ อาจมีผลต่อการชมภาพยนตร์เช่นกัน

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ในด้านที่จะทำการศึกษา คือ พฤติกรรมการชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน องค์ประกอบของภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน มีส่วนช่วยใน การตัดสินใจเข้าชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันมากน้อยเพียงใด ดังมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของประชาชน ในเขตบางกะปิที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันของประชาชน ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันของประชาชน ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา โดยจะทำการศึกษา เฉพาะภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันที่มีกำหนดฉายทางโรงภาพยนตร์ในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน พ.ศ. 2554 จำนวน 5 เรื่อง คือ ราพันเซล เจ้าหญิง ผมหาวกับโจรซ่าจอมแสบ (Rapunzel) แรนโก (Rango) กระต่ายชูเปอร์จัมพ์ (Hop) ริโอ (Rio) มาร์ส นีดส์ มัมส์ (Mars Needs Moms) โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 400 คน ที่เข้าชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันในช่วงเวลาที่ศึกษาในเขตบางกะปิเท่านั้น

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครต่างกัน
2. พฤติกรรมการชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครต่างกัน
3. องค์ประกอบของภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครต่างกัน
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันของประชาชนในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครต่างกัน

คำจำกัดความ

ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน หมายถึง ภาพยนตร์การ์ตูนราพันเซล เจ้าหญิงผมยาว กับโจรซ่าจอมแสบ (Rapunzel) แรนโก (Rango) กระต่ายชูเปอร์จัมพ์ (Hop) ริโอ (Rio) มาร์ส นีดส์ มัมส์ (Mars Needs Moms) เป็นการแสดงภาพเคลื่อนไหวด้วยการฉายภาพนิ่งหลาย ๆ ภาพต่อเนื่องกันด้วยความเร็วสูง ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้านกราฟิกช่วยในการสร้าง คัดแปลง ให้แสงและเงาเฟรม ตลอดจนการประมวลผล การเคลื่อนที่ต่าง ๆ ออกมาเป็นรูปแบบแอนิเมชัน

พฤติกรรมกรเลือกรับชมภาพยนตร์ หมายถึง ความถี่ในการรับชมภาพยนตร์ ระยะเวลาในการรับชม ลักษณะการรับชม สถานที่รับชม และสาเหตุของการรับชม

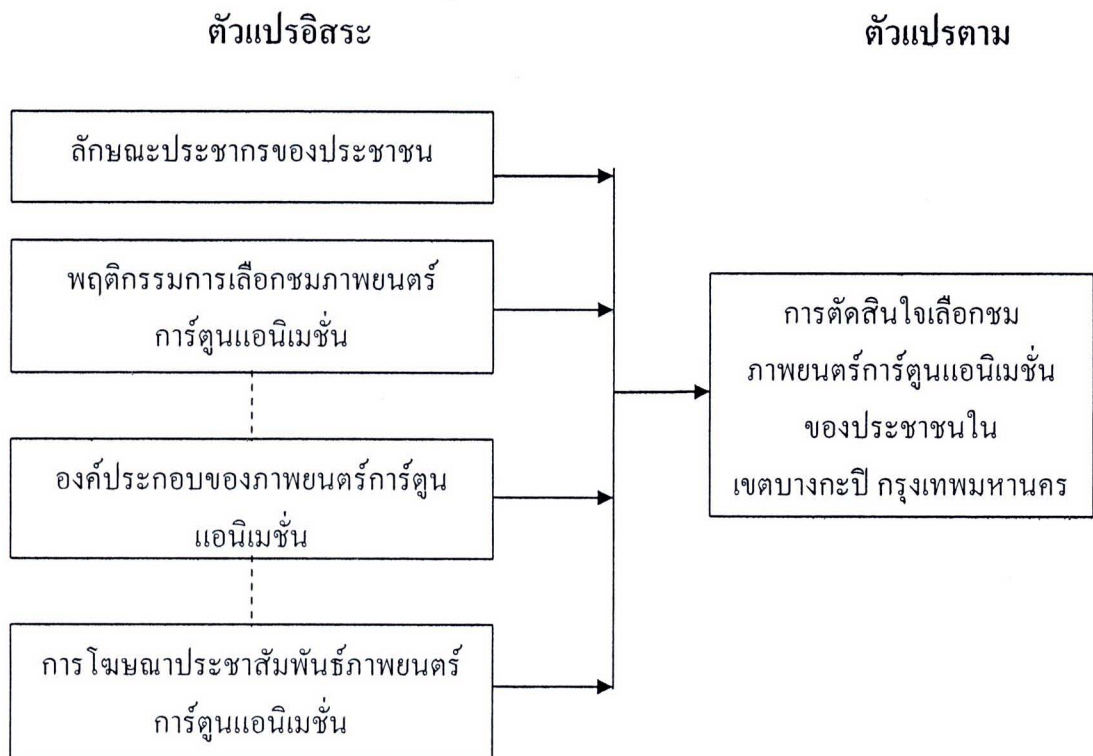
องค์ประกอบของภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน หมายถึง แนวคิดหลัก แก่นเรื่อง แนวเรื่อง รูปแบบลักษณะ การเล่าเรื่อง การเคลื่อนไหวแสดงอารมณ์ การออกแบบตัวละคร ฉาก แสง สีและเสียงประกอบของภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจถูกต้อง เป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดเกี่ยวกับภาพยนตร์เรื่องที่จะออกฉาย เพื่อให้ผู้ชมรู้จักและชักจูงใจให้ผู้ชมไปชมภาพยนตร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยจะศึกษาตัวแปรอิสระ ด้านลักษณะประชากร พฤติกรรมกรเลือกชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน องค์ประกอบของภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันของประชาชน ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลการวิจัยที่ได้ จะสามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันที่จะนำมาฉายหรือสร้างภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน เพื่อให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
2. ผลการวิจัยที่ได้ จะสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการผลิตภาพยนตร์ และโรงภาพยนตร์จัดบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
3. ผลการวิจัยที่ได้ จะสามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันที่สามารถดึงดูดใจผู้ชมให้ไปชมภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันมากยิ่งขึ้น