



ความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
การครอบงำทางวัฒนธรรมของอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

เสริมสุข วงศ์วิวัฒน์

	วพ302.2343
<b>30A0153299</b>	ส926ค
Title : ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับ ศูนย์สนเทศและหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
พ.ศ. 2545

ISBN : 974-9554-07-8

**OPINIONS OF UNIVERSITY STUDENTS TOWARDS  
AMERICAN CULTURAL DOMINATION IN HOLLYWOOD FILMS**

**SERMSUK WONGWIWUD**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements**

**for the Degree of Master of Arts**

**Department of Business Communication Arts**

**Graduate School, Dhurakijpundit University**

**2002**

เลขทะเบียน.....	0153299
วันลงทะเบียน.....	4 ส.ค. 2546
เลขเรียกหนังสือ.....	วพ 302.2343 สพ 60 A

**ISBN : 974-9554-07-8**



## ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครองจำทางวัฒนธรรมอเมริกัน  
ในภาพยนตร์ ฮอลลีวูด

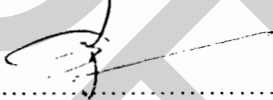
เสนอโดย นายเสริมสุข วงศ์วิวัฒน์

สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

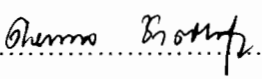
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว

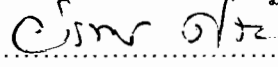
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

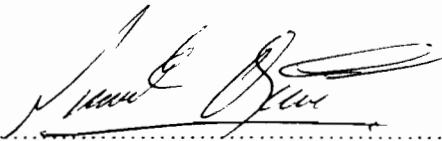
  
..... ประธานกรรมการ  
(อาจารย์อรุณ งามดี)

  
..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
(ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

  
..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ  
(ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ)

  
..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย  
(รศ.อรรถัย ศรีสันติสุข)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

  
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รศ.ดร.สมพงษ์ อรพินท์)

วันที่ ๒๐ เดือน ๐๖, พ.ศ. ๒๕๖๕

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยร่างกาย แรงใจ ความกรุณา ความร่วมมือจาก บุคคลหลายฝ่าย ทั้งคณาจารย์และบุคคลอีกหลายท่านที่ผู้วิจัยขอกล่าวขอบคุณมา ณ ที่นี้ สำหรับผู้วิจัย การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ไม่ใช่เรื่องง่ายนัก หลายครั้งที่รู้สึกท้อแท้และหยุดชะงักไป แต่สุดท้ายด้วย กำลังใจจากครอบครัวและบุคคลรอบข้าง ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถฝ่าฟันอุปสรรคไปได้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็น อย่างสูง ที่กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ทางด้านวิชาการที่เป็นประโยชน์ พร้อมทั้งช่วยแก้ไข ปัญหา ช่วยตรวจทาน อ่าน รวมไปถึงการแก้ไขครั้งแล้วครั้งเล่า ตลอดระยะเวลาของการจัดทำ วิทยานิพนธ์เล่มนี้ด้วยดีเสมอมา ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์อรุณ งามดี ที่กรุณาเสียสละเวลา มา เป็นประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ที่ได้ให้คำแนะนำและชี้แนะแก่ผู้วิจัยด้วยความเมตตา เป็นอย่างยิ่ง รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณกรรมการวิทยานิพนธ์อีกสองท่าน คือ ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ และ รศ. อรทัย ศรีสันติสุข กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย ซึ่งได้ให้คำแนะนำอันทรงคุณค่ายิ่งกับผู้วิจัย รวมไปถึงครูบาอาจารย์ทุกท่านที่ได้ชี้แนะสั่งสอนให้ ความรู้ตลอดมา อันเป็นรากฐานของความสำเร็จในครั้งนี้

ความสำเร็จอีกส่วนหนึ่งเกิดจากกำลังใจจากเพื่อนและมิตรสหายของผู้วิจัยเองที่คอยเป็น กำลังใจ ไล่ถามถึงความคืบหน้าด้วยความห่วงใยตลอดมา และขอขอบพระคุณพี่ ๆ เจ้าหน้าที่บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตทุกท่านที่ช่วยเหลือและให้คำปรึกษา ทำให้ผู้วิจัยได้รับความ สะดวกตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สุดท้ายนี้เหนือสิ่งอื่นใด ขอกราบขอบพระคุณและมอบความดีทั้งมวลของผลงานวิจัยนี้ แก่ บิดา มารดา และพี่สาว ผู้มีพระคุณยิ่งและเป็นกำลังใจอันสำคัญที่ดีเสมอมา และขอขอบคุณ แรงใจที่สำคัญจากเพื่อน ๆ ที่ให้กำลังใจและคำแนะนำดี ๆ ที่มีให้เสมอมา

เสริมสุข วงศ์วิวัฒน์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
นิยามศัพท์.....	7
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ทฤษฎีประชากรศาสตร์.....	9
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและการเรียนรู้.....	12
ทฤษฎีจิตวิทยาวัยรุ่น.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์.....	17
แนวคิดจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมและโลกาภิวัตน์.....	23
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	31
ประชากร.....	31
กลุ่มตัวอย่าง.....	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	34
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย.....	35
วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
การวัดตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน.....	36
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	38
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังทางประชากรศาสตร์.....	39
ตอนที่ 2 ข้อมูลเรื่องพฤติกรรม的开รับวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์ ฮอลลีวูด.....	46
ตอนที่ 3 ข้อมูลเรื่องความคิดเห็นนักศึกษาต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและวัฒนธรรม อเมริกันในการครอบงำวัฒนธรรม.....	56
ตอนที่ 4 ข้อมูลเรื่องความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	59
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน.....	63
ตอนที่ 6 ข้อมูลเพื่อสรุปความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	74
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	81
สรุปผลการวิจัย.....	82
อภิปรายผลการวิจัย.....	87
ข้อจำกัดการวิจัย.....	93
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	94
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	94
บรรณานุกรม.....	97
ภาคผนวก.....	101
แบบสอบถาม.....	102
ประวัติผู้เขียน.....	108

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร.....	32
2	จำนวนและร้อยละแบบสอบถามที่ต้องใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างสถาบันการศึกษา.....	33
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด ในหนึ่งเดือน.....	39
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	40
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	41
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา.....	42
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมหาวิทยาลัยที่ศึกษา.....	43
8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะวิชาที่ศึกษา.....	44
9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	45
10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	46
11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการ ชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	47
12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเริ่มชม ภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	48
13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาในการชม ภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	49
14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทโรงภาพยนตร์ ที่ใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	50
15	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่นักศึกษาชอบชม ภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	51
16	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่นักศึกษาชอบไป ชมภาพยนตร์ด้วย.....	52

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
17	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นนักศึกษาต่อทำเลที่ตั้งของโรงภาพยนตร์.....	53
18	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสื่อมวลชนที่นักศึกษาได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	54
19	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่นักศึกษาชอบชม.....	55
20	จำนวนและร้อยละค่าเฉลี่ยความคิดเห็นนักศึกษากลุ่มตัวอย่างต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและวัฒนธรรมอเมริกัน.....	57
21	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันที่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเสนอต่อผู้ชม.....	59
22	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันผ่านสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสิ่งปกติในสังคมไทย.....	60
23	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	61
24	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อประโยชน์ ความหมาย ความสำคัญของวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	62
25	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับความคิดเห็นนักศึกษา.....	64
26	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการที่นักศึกษาเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	65
27	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกบริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	66
28	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของภาพยนตร์นักศึกษากลุ่มตัวอย่างชอบชม.....	67



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
29	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับความเหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	68
30	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับความเหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	69
31	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักศึกษาที่แตกต่างกันกับความคิดเห็นนักศึกษา.....	70
32	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักศึกษาที่แตกต่างกันกับความคิดเห็นนักศึกษา.....	70
33	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยของนักศึกษาที่แตกต่างกันกับความคิดเห็นนักศึกษา.....	71
34	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างชั้นปีที่ศึกษาของนักศึกษาที่แตกต่างกันกับความคิดเห็นนักศึกษา.....	72
35	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษาที่แตกต่างกันกับความคิดเห็นนักศึกษา.....	73
36	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	74
37	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	76
38	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	77
39	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด.....	78

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม.....	35

DPU

ชื่อวิทยานิพนธ์	ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด
ชื่อนักศึกษา	นายเสริมสุข วงศ์วิวัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2545

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อเนื้อหาทางวัฒนธรรมและการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด เพื่อให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อเนื้อหาและการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด เพื่อผลการศึกษาจะได้เรียนรู้วิเคราะห์วัฒนธรรมอเมริกันและเทคนิควิธีการถ่ายทอดวัฒนธรรมและครอบงำวัฒนธรรมไปทั่วโลก การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสำรวจ (Survey Research)

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงภาพยนตร์ในช่วงหนึ่งเดือนที่ผ่านมา เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 - 22 ปี ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 และศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์โดยศึกษาในคณะอื่น ๆ ที่ไม่ระบุในแบบสอบถาม และมีระดับรายได้ 3,001 - 4,000 บาทต่อเดือนโดยเฉลี่ย

พฤติกรรมการเปิดรับวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดเพื่อความบันเทิงและเป็นการสันทนการยามว่าง โดยให้ความสนใจชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดน้อยกว่าเดือนละครั้ง เริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมานานมากกว่า 4 ปี ช่วงเวลาที่นักศึกษาสนใจในการรับชมภาพยนตร์คือหลังจากเวลา 18.00 น.ไปแล้ว สำหรับโรงภาพยนตร์จะนิยมไปชมในโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในห้างสรรพสินค้า เช่น EGV นักศึกษาชอบไปชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดโดยไม่มีกำหนดวันที่แน่นอน นิยมไปชมภาพยนตร์กับกลุ่มเพื่อนสนิทและคิดว่าทำเลที่ตั้งโรงภาพยนตร์ควรอยู่ในศูนย์การค้าจะเหมาะสมที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และมีพฤติกรรมเลือกรับชมภาพยนตร์ประเภทตลกขบขันเป็นส่วนใหญ่จำนวนมากที่สุด

ความคิดเห็นนักศึกษาคือต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดในการครอบงำวัฒนธรรมพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในทางลบต่อการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันไปทั่วโลก ด้วยมีความพึงพอใจและ

เห็นด้วยกับวัฒนธรรมอเมริกันที่เผยแพร่ในประเทศไทยอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยน้อย ส่วนความคิดเห็นต่อประเด็นภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพได้รับความนิยมนจากผู้ชม เป็นการส่งเสริมการครอบงำทางวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในทางบวกอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยน้อย และสุดท้ายความคิดเห็นกระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมจากตะวันตกสู่ประเทศไทย

ทางด้านความคิดเห็นต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่า นักศึกษาให้การยอมรับต่อวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูดจะเห็นด้วยมากกว่าภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความเหมาะสมในแง่เนื้อหาการนำเสนอภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสิ่งปกติในสังคมไทยและเห็นความหมายความสำคัญและมีประโยชน์ต่อนักศึกษา แต่ส่วนที่ไม่เห็นด้วยกับการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันที่ เขวชนรุ่นหลังมักรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติด้านต่าง ๆ แล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงประเพณีวัฒนธรรมไทยไปเลียนแบบต่างชาติไม่สมควรอย่างยิ่ง

จากการทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า

1. การเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่ามีเพียงประเภทของภาพยนตร์ที่นักศึกษาชอบชมที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษา มี เพศ และมหาวิทยาลัย ของนักศึกษาเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

Thesis Title	Opinions of university students towards American cultural domination In Hollywood films
Name	Sermsuk Wongwiwud
Thesis Advisor	Dr. Asawin Nedpogaeo
Department	Business Communication Arts
Academic Year	2002

## ABSTRACT

This research has the following objectives: 1) to study exposure behavior of university students towards cultural content and American cultural domination in Hollywood films; 2) to obtain opinions of the students towards the content and the domination of American culture in Hollywood films; 3) to learn about and to analyze American culture and the strategies used in cultural transmission and cultural domination throughout the world. This study is a questionnaire-based survey research.

The study finds that most of the sampled students who have seen Hollywood films in theatres in the past month are female, aged between 20-22 years. Most are junior students in an undergraduate program at Kasetsart University. They study in the Faculties or Schools which are not listed in the survey questionnaire. The average monthly income of the samples is 3,001-4,000 baht.

As for the students' exposure behavior to American culture in Hollywood films, the study finds that most of the samples watch Hollywood films for entertainment and recreational purposes. The frequency in viewing Hollywood films is less than once a month and most have viewed the films for more than four years. The most favorite time in viewing the film is after 6.00 pm. With regard to the venue in viewing the film, most of the sampled students indicated Multiplex theatres located in department stores like the EGV theatre chain as their most visited venue. There is no specific time of the week for viewing the film. They like to see the movie with close friends and feel that the best location for a movie theatre is in a department store. Most of the samples listed televisions as their most used source of information about films and most selected comedy as their favorite genre for films.

In terms of their opinion about the cultural domination of Hollywood films, it is found that the samples have negative view about the international domination of American culture. Most also showed a low mean of acceptance of the widespread circulation and influence of American culture in Thailand. Meanwhile, the sampled population showed a low mean of positive view towards Hollywood films as an effective and popular form of mass medium in promoting cultural domination. Furthermore, the mean for their opinion about the influence of globalization in intensifying western cultural domination in Thailand is found to be at the low/intermediate/high level.

In the samples who showed acceptance of American culture in Hollywood films, they rated the presentation of content in Hollywood as appropriate and that Hollywood films are quite commonplace in Thai society. They also saw the significance and usefulness of the films to students. However, in the samples that disagree with the cultural domination of American culture, they viewed the cultural absorption of younger local generation youth and their tendency to discard traditional Thai culture in favor of western models as highly inappropriate.

Regarding the testing of hypothesis in this study to see the relationship between variables, the research has these findings:

- 1) only the type or genre of films has a statistically significant relationship with the students' opinion towards the domination of American culture;
- 2) socio-demographic characteristics of the students have a statistically significant relationship with their opinion towards the domination of American culture.

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของแต่ละชนชาติ มีความแตกต่างกันไปตามภูมิศาสตร์ และประวัติศาสตร์ของกลุ่มมนุษย์กลุ่มชนต่าง ๆ ทั่วทุกส่วนของโลก วิถีชีวิตของคนกลุ่มหนึ่ง สังคมหนึ่ง มีแบบแผนแนวทางปฏิบัติเป็นแบบเฉพาะของตนเอง แสดงถึงความรู้สึกนึกคิดซึ่งจะได้รับการยอมรับ เข้าใจ ปฏิบัติร่วมกัน ของคนในสังคมนั้นเป็นเวลายาวนาน สังคมไทยเองก็มีวัฒนธรรมไทยเป็นของตนเองมาตั้งแต่โบราณนานมา สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ไทย วิถีการดำเนินชีวิตแบบไทยที่ผ่านยุคสมัยมีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องจนปัจจุบันวัฒนธรรมอเมริกันและวัฒนธรรมตะวันตกได้เผยแพร่มาสู่ประเทศไทย และภูมิภาคเอเชียมาตั้งแต่ยุคตะวันตกล่าอาณานิคมไปทั่วโลก ประเทศไทยเองเป็นชาติในเอเชียที่ไม่เคยตกเป็นอาณานิคมของตะวันตก การล่าอาณานิคมไม่ใช่เรื่องทางการเมืองหรือการยึดอำนาจทางการเมืองเท่านั้น หนทางที่จะสถาปนาอำนาจที่มั่นคงเหนือดินแดนที่ถูกยึดครอง คือ การครอบงำทางวัฒนธรรม

การดำเนินชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน จะมีความผูกพันกับการเปิดรับสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และภาพยนตร์ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันที่ประเทศไทยเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำยิ่งเปิดโอกาสในการให้วัฒนธรรมตะวันตกสามารถเข้ามาครอบงำทัศนคติ ความคิดของประชาชน วัฒนธรรมและการสื่อสารนั้นมีความหมายเท่าเทียมกัน แม้ว่าวัฒนธรรมและการสื่อสารเป็นคนละอย่าง แต่ก็ เป็น 2 สิ่งที่แยกกันไม่ได้ ในยุคปัจจุบันเป็นยุคแห่ง “อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม (Culture Industry) โดยมีสื่อมวลชนสมัยใหม่เป็นตัวจักรสำคัญในการกลั่นวัฒนธรรมให้แก่สังคม (กาญจนา แก้วเทพ, 2539 : 10)

ภาพยนตร์ถือได้ว่าเป็นเอกสารทางสังคม ภาพที่แสดงออกถึงความเป็นไปทางสังคม ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ ศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียม ประเพณี ของผู้คนแต่ละสังคมแต่ละเชื้อชาติทั้งหมดรวมอยู่ในภาพยนตร์ เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า ภาพยนตร์หรือ “หนัง” นั้น ถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2438 เมื่อพี่น้องลูมิแอร์นำประดิษฐ์กรรมใหม่ที่มีชื่อว่า ซิเนมาโตกราฟ ออกฉายแก่สาธารณชนและเก็บค่าเข้าชมเป็นครั้งแรก

แรก ณ ได้ดูร้านกาแฟในกรุงปารีส (โคม สุขวงศ์, 2533 : 5) แต่ที่จริงแล้ว ความฝันว่าด้วยการสร้างภาพให้เคลื่อนไหวได้มีมาก่อนหน้านั้น ดังที่ปรากฏในรูปของเล่นต่าง ๆ ซึ่งใช้หลักการที่เรียกว่า การเห็นภาพติดตา เช่น Thaumatrope แผ่นกระดาษด้านหนึ่งเป็นรูปกรง อีกด้านหนึ่งเป็นรูปนกเมื่อหมุนเชือกให้ภาพพลิกไปมาเร็ว ๆ จะเห็นเป็นภาพนกอยู่ในกรงได้ หรือ Zoetrope ชุดภาพที่ใส่อยู่ในกล่องทรงกลม ซึ่งติดอยู่บนแกนหมุนเมื่อมองเข้าไปตามช่องแล้วหมุนจะเห็นเป็นรูปเคลื่อนไหวได้ เป็นต้น

ในช่วงที่ยังไม่เกิดภาพยนตร์นั้น มีนักประดิษฐ์หลายคนพยายามที่จะบันทึกภาพเคลื่อนไหวด้วยกล้องถ่ายภาพนิ่ง หนึ่งในผู้บุกเบิกก็คือ เฮ็คเวิร์ด ไมย์บริด ซึ่งรับทำพนักเจ้าของคอกม้าแห่งหนึ่งเพื่อพิสูจน์ข้อเท็จจริงที่ว่า ในเวลาที่ม้าวิ่ง จะมีช่วงขณะหนึ่งที่ขาของม้าลอยขึ้นจากพื้นทั้ง 4 ขา เขาได้ทดลองโดยการถ่ายภาพม้าวิ่งด้วยกล้อง 12 ตัว นำสไลด์มาติดบนวงล้อแล้วฉายด้วยเมจิกแลนเทิร์น ซึ่งเป็นเครื่องฉายสไลด์ชนิดหนึ่งที่มีอยู่ในเวลานั้น นอกจากจะพิสูจน์ได้ว่าสมมุติฐานนั้นเป็นจริง ยังเห็นภาพม้าเคลื่อนไหวได้เหมือนจริงอีกด้วย

กลุ่มนักประดิษฐ์ของโทมัส อัลวา เอดิสัน ก็เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีบทบาทในยุคบุกเบิกของภาพยนตร์ แต่บุคคลที่เป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการประดิษฐ์ คือ วิลเลียม ดิกสัน ผู้ช่วยคนหนึ่งของเขา ดิกสันได้พัฒนากล้องที่เรียกว่า คิเนโตกราฟ โดยใช้ฟิล์มเซลลูโลยด์ ของ จอร์จ อีสต์แมน ซึ่งออกใหม่ในขณะนั้น หนังสือแรกที่ถ่ายทำ คือ Fred Otto's Sneeze จากนั้นนำมาฉายดูในเครื่องฉายที่เรียกว่า คิเนโตสโคป ซึ่งเป็นเครื่องถ้ามองที่ดูได้ที่ละคน ทั้งนี้เป็นไปตามความคิดของเอดิสันที่เชื่อว่า การดูได้ที่ละคนจะสร้างความอยากรู้อยากเห็นให้คนยอมจ่ายเงินค่าดู แต่เอดิสันคิดผิด เพราะสิ่งที่ทำให้หนังของพี่น้องลูมิเอร์ได้รับการยกย่องให้เป็นหลักหมยที่หนึ่งแห่งประวัติศาสตร์ภาพยนตร์โลกนั้น ก็คือการทำที่เขาพัฒนาให้ฉายขึ้นจอใหญ่และดูได้ ทีละมาก ๆ จนทำให้ภาพยนตร์เป็นมหรสพสาธารณะที่สร้างวัฒนธรรมร่วมของคนทั่วโลกในช่วงกว่าศตวรรษที่ผ่านมา

กล่าวสำหรับประเทศไทยก่อนที่ภาพยนตร์จะเดินทางมาถึงประเทศไทย คนไทยมีมหรสพท้องถิ่นชนิดหนึ่งที่มีลักษณะเป็นการแสดงแบบฉายแสงขึ้นจอ ซึ่งรู้จักกันเป็นอย่างดีคืออยู่นั้นคือหนังตะลุง ด้วยเหตุนี้จึงได้ใช้คำว่า “หนัง” มาเรียกลักษณะการแสดงแบบฉายแสงขึ้นจอชนิดอื่น ๆ ด้วย เช่น ใช้คำว่า “หนังตาย” เรียกการฉายภาพนิ่งขึ้นจอด้วยเมจิกแลนเทิร์นและเมื่อภาพยนตร์เข้ามาฉายครั้งแรก ก็เรียกว่า “หนัง” เช่นกัน แต่เดิมเคยมีความเชื่อว่า ญี่ปุ่นเป็นชาติแรกที่นำหนังเข้ามาในสยามเมื่อประมาณ พ.ศ. 2447 – 2448 คาดกันว่าความเชื่อนี้น่าจะเนื่องมาจากในยุคแรก ๆ คำว่า “หนังญี่ปุ่น” เป็นคำที่เราใช้เรียกแทนภาพยนตร์ทั่วไปความเชื่อ “ทฤษฎีญี่ปุ่น” นี้ยังปรากฏอยู่ในข้อเขียนเกี่ยวกับภาพยนตร์หลายเล่ม รวมทั้งหนังสืออ้างอิงและเอกสารทางราชการ



หลายชิ้นที่ยังใช้กันอยู่ในปัจจุบัน จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2525 โคม สุขวงศ์ (2525 : 6-35) ได้เสนอข้อเขียน “85 ปีภาพยนตร์ในประเทศไทย” ซึ่งทำทนายความเชื่อกัน โดยอ้างถึงหลักฐานเก่าแก่ที่สุดเกี่ยวกับการฉายหนังในฐานะมหรสพสาธารณะในประเทศไทย ปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์บางกอกไทม์ วันที่ 9 มิถุนายน 2440 ดังนี้

“ขอแจ้งความให้ท่านทั้งหลายทราบทั่วกันว่า การละเล่นซึ่งเรียกว่า ซิเนมาโทรแกรฟ คือรูปที่สามารถกระดิกแลทำท่าทางต่าง ๆ ได้ โดยคำขอของราษฎร จะเล่น 3 คืนติด ๆ กัน คือ คืนวันพฤหัสบดี วันศุกร์ และวันเสาร์ ตรงกับวันที่ 10, 11, 12 เดือนมิถุนายน ที่โรงละครหม่อมเจ้าอลังการจะมีวงแตรเป่าด้วย พรอพเตเซอร์ หมอริศ ผู้ชำนาญในเล่มนี้ในทวีปตะวันตก ประตุโรงจะเปิดเวลา 2 ทุ่ม ตรงกับ 8 โมงฝรั่ง ราคาห้องหนึ่งที่มีเก้าอี้หลายตัว (บอซ) ราคา 10 บาท ชั้นที่หนึ่งราคา 3 บาท ชั้นที่สอง ราคา 2 บาท ชั้นที่ 3 ราคา 1 บาท ชั้นที่ 4 คือนั่งที่วงเวียน 2 สลึง เด็กที่อายุต่ำกว่า 10 ขวบ จะเรียกเอาราคาแค่ครึ่งเดียว”

และมีข้อความในหน้าภาษาอังกฤษที่ใจความใกล้เคียงกัน โดยมีชื่อ นายเอส. จี. มาร์คอฟสกี เป็นผู้ลงแจ้งความ จากหลักฐานที่นำมาอ้างข้างต้น คนไทยได้ดูหนังมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2440 และคนที่นำเข้ามานั้นก็เป็นผู้ฝรั่ง ไม่ใช่ญี่ปุ่นอย่างที่เข้าใจกันแม้ข้อความที่ว่า “โดยคำขอของราษฎร” จะทำให้เกิดข้อกังขาว่า อาจมีการฉายหนังก่อนหน้าวันที่ 10-12 มิถุนายน แต่อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2438 จนมาถึง พ.ศ. 2440 ไม่ปรากฏหลักฐานว่ามีการจัดฉายภาพยนตร์ใด ๆ ก่อนหน้าการฉายหนังที่โรงละครหม่อมเจ้าอลังการ หากมีการฉายก่อนหน้านั้นจริง ก็น่าจะเป็นการฉายดูเป็นการภายใน ซึ่งนั่นก็เป็นสิ่งที่ต้องค้นคว้าหาคำตอบกันต่อไป

ในหนังสือพิมพ์บางกอกไทมส์ วันที่ 11 มิถุนายน พ.ศ. 2440 ได้รายงานถึงปฏิกิริยาของคนดูในคอลัมน์ข่าวเบ็ดเตล็ดว่า “การเล่นที่เรียกว่า ปารีเจิน ซิเนมาโทรแกรฟ อันได้เล่นที่โรงละครหม่อมเจ้าอลังการแปลกประหลาดน่าดูจริง รูปประดาน้ำกับรูปศรีต่อม้วยทำเห็นจริงมีคนชอบมาก แล้วตัวละครที่ชำนาญในการเล่นได้ออกมาแสดงการเล่นต่างเป็นที่จริงน่าชมทุกอย่าง มีเจ้านายขุนนางแล ประชาชนชายหญิงได้ไปชมประมาณ 600 กว่า...” อนุมานจากคำว่า “ปารีเจิน ซิเนมาโทรแกรฟ” หน้าที่ฉายในคืนนั้นน่าจะเป็นประติมากรรมของพี่น้องลูมิแอร์ และหน้าที่ฉายก็น่าจะเป็นชุดมิหลายเรื่อง แต่จากหลักฐานระบุชื่อของหนังได้เพียง 2 เรื่อง คือ ประดาน้ำ และ ศรีต่อม้วย ซึ่งก็ตรงกับชื่อหนังในบัญชีของ ลูมิแอร์ แต่ชื่อของนายเอส. จี. มาร์คอฟสกีไม่ได้อยู่ในบัญชีรายชื่อคนฉายหนังของลูมิแอร์ที่ส่งไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เขาอาจจะเป็นพ่อค้าแรกที่ซื้อหนังของลูมิแอร์มาฉายอีกต่อหนึ่ง เพราะในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2440 ลูมิแอร์ได้เริ่มจำหน่ายอุปกรณ์ของเขาให้แก่คนทั่วไป กลุ่มคนดูในวันนั้นเป็นกลุ่มคนดูที่หลากหลาย มีตั้งแต่เจ้านาย ขุนนาง และประชาชนชายหญิง ราคาค่าเข้าชมที่ต่างกันมาก ตั้งแต่

ชั้นหนึ่ง 3 บาท จนถึงต่ำสุด 2 สตึง ก็พอจะบอกถึงความแตกต่างทางเศรษฐกิจของคนกลุ่มนั้นได้เช่นกัน และที่สำคัญคน 600 คนนี้เองที่เป็นคนไทยกลุ่มแรกที่มีโอกาสรู้จักกับภาพยนตร์ก่อนใคร เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2440 (โคม สุขวงศ์, 2533 : 3-4)

★ ภาพยนตร์ในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนจัดเป็นเครื่องมือในการครอบนำวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญและยังเป็นสิ่งที่ให้ความบันเทิง ถ่ายทอดความคิด และเผยแพร่วัฒนธรรมตะวันตกที่สำคัญภาพยนตร์อเมริกัน ได้ขยายตัวไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว อิทธิพลภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีอิทธิพลต่อสังคมที่ลึกซึ้งและมากมายมากกว่าตอบสนองด้านบันเทิง อิทธิพลทางวัฒนธรรมของฮอลลีวูด ส่งผลกระทบต่อสังคมโลก สังคมไทย ในการไหลบ่าทางวัฒนธรรม กลืนกินสังคมนิยมวัฒนธรรมไทยอย่างรวดเร็ว โดยเราไม่ทันรู้ตัว โดยส่งผลทั้งด้านบวกและด้านลบ มีการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้ดู ผู้ชม มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การลงทุนมากมายมหาศาล เพื่อสร้างให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกได้ดูสิ่งที่ทันสมัย แปลกตา อัตราในการรับชมภาพยนตร์ของกลุ่มผู้ชมที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านเนื้อหาภาพยนตร์โรงฉายภาพยนตร์ที่เปิดใหม่ ทั้งทันสมัย ทั้งใหม่ ภาพยนตร์อเมริกันขยายตัวไปทั่วโลกอย่างรวดเร็วและเป็นเวลานานมาก มีการทำเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอเมริกัน นอกจากเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจแล้วยังเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่วัฒนธรรมอเมริกัน กล่าวได้ว่า “ในบรรดาศิลปะทั้งปวงสำหรับเราแล้วภาพยนตร์มีความสำคัญสูงสุด” ขณะเดียวกันรัฐมหาอำนาจในด้านเสรีนิยมอย่างสหรัฐอเมริกา ก็เข้ามามีบทบาทสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของตนในโลก ดังนั้น ไม่ว่าจะป็นรัฐที่ยึดถือลัทธิสังคมนิยมหรือเสรีนิยมเป็นสรณะก็ตามต่างก็พิจารณาว่าภาพยนตร์เป็นส่วนหนึ่งของอุดมการณ์ (บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา, 2538 : 26)

จากการสื่อสารระหว่างประเทศที่ไม่สมดุลที่เรียกกันว่าจักรวรรดินิยมทางการสื่อสารหรือ จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมนี้เอง ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือทางอุดมการณ์ในการถ่ายทอดความคิดต่าง ๆ ตามกระแสร่ำด้านข่าวสาร และโลกาภิวัตน์ ดังนั้น ภาพยนตร์จึงเป็นเครื่องมืออีกชนิดของลัทธิจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมดังเช่นภาพยนตร์ฮอลลีวูดกำลังถ่ายทอดวัฒนธรรมอเมริกันไปทั่วโลกอยู่ขณะนี้ กลุ่มวัยรุ่นโดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจภาพยนตร์ ทั้งในอดีตและปัจจุบันสื่อภาพยนตร์มีบทบาทและได้รับความนิยมนอย่างมาก สื่อภาพยนตร์มีศักยภาพในการสร้างโลกมายา ภาพมายาอย่างสมจริงสมจัง ดึงดูดความสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งส่งผลให้กลุ่มนักศึกษาได้รับการเผยแพร่วัฒนธรรมจากภาพยนตร์อเมริกัน และการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันอย่างไม่รู้ตัว ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นสามารถ ซึมซับและยอมรับการเปลี่ยน

แปลงทางด้านความคิดและพฤติกรรม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมไทย

จากที่กล่าวมาจะแสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันสื่อภาพยนตร์อเมริกันมีศักยภาพอิทธิพลในการชักจูงโน้มน้าวทัศนคติ ความคิด ของนักศึกษาเป็นอย่างมาก เนื่องด้วยพฤติกรรมเลียนแบบของนักศึกษาที่ซึมซับวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด จึงส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมไทย ทำให้น่าสนใจว่าในความเป็นจริงแล้ววัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีผลกระทบต่อวัฒนธรรมไทยอย่างไร ภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีการเสนอเนื้อหาเชิงวัฒนธรรมอเมริกันในด้านใดบ้าง และการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันถูกแสดงออกมาในลักษณะอย่างไรบ้างในความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัย

### ปัญหาคำวิจัย

1. นักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูดอย่างไร
2. นักศึกษามีความคิดเห็นต่อเนื้อหาทางวัฒนธรรมอเมริกัน และการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูดอย่างไร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูดของนักศึกษา
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นนักศึกษาต่อเนื้อหาทางวัฒนธรรมอเมริกัน และการครอบงำในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

### สมมติฐานการวิจัย

1. การเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูด มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อความเหมาะสมของเนื้อหาทางวัฒนธรรมและการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

1. งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ซึ่งวัฒนธรรมอเมริกันมีอิทธิพลครอบงำวัฒนธรรม ชักงูงโน้มน้าว ความคิดเห็น นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ศึกษาภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่เข้าฉายตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2545 - 30 มิถุนายน 2545 ศึกษาภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ในกรุงเทพมหานคร ศึกษาภาพยนตร์ฮอลลีวูดในภาพรวมทั้งระบบทั้งหมด ไม่เลือกศึกษาเฉพาะเจาะจงภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งภาพยนตร์ส่วนใหญ่ได้รับความนิยมนจากผู้ชมมีเนื้อหาแปลกแหวกแนว เสนอภาพสังคมวัฒนธรรมอเมริกันชัดเจนทั้งด้านบวก และด้านลบ ตัวอย่างภาพยนตร์ 10 เรื่อง เช่น ภาพยนตร์เรื่อง SPIDER MAN , MOSTER. INC, AMERICAN PIE 2 / WE WERE SOLDIERS, OCEAN'S ELEVEN, BEHIND ENEMY LINES, SPY GAME, SHALLOW HALL, THE ONE, CAPTAIN CORE LLIS, MANDOLIN

2. ศึกษาเฉพาะภาพยนตร์ฮอลลีวูดไม่รวมถึงภาพยนตร์จากประเทศอื่น ๆ เช่น ฝรั่งเศส เยอรมัน ญี่ปุ่น อินเดีย เกาหลี ฮองกง ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่ฉายในกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของระบบสื่อสารมวลชนในประเทศ และยังมี ความหลากหลายในการเก็บข้อมูลได้มาก

3. กลุ่มประชากรในการวิจัย คือนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 17 – 25 ปี จำนวน 400 คนที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร คือ

- 1) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 3) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- 4) มหาวิทยาลัยมหิดล
- 5) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร
- 6) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- 7) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการศึกษา ทำให้ทราบความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด
2. ผลของการศึกษา ทำให้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูดในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อวัฒนธรรมไทย
3. ผลของการศึกษาอาจเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิเคราะห์เทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดใช้ถ่ายทอดวัฒนธรรมและครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันไปทั่วโลก
4. เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาเชิงวัฒนธรรมของภาพยนตร์ในประเด็นที่กว้างและลึกซึ้งมากขึ้นในอนาคต

## นิยามศัพท์

**วัฒนธรรมอเมริกัน** หมายถึง วิถีการดำรงชีวิตและค่านิยมชีวิตของชาวอเมริกันที่ยอมรับกันในสังคม ซึ่งเกิดจากรากฐานความคิดหลักของชาวอเมริกันนั่นคือ การมีอิสระเสรี ทั้งความคิดและการกระทำ มีเสรีภาพ ภราดรภาพ ความเสมอภาค และความเท่าเทียมกันทุกคน

**วัฒนธรรมตะวันตก** หมายถึง วิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมตะวันตกหมายรวมถึง พฤติกรรมแสดงออกทั้งกาย วาจา ใจ อันเนื่องมาจากแผนความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และการปฏิบัติสืบต่อกันมาแบบตะวันตก

**วัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์อเมริกัน** หมายถึง ภาพยนตร์อเมริกันที่แนวคิดและกลวิธีในการสร้างและนำเสนอเนื้อหาเป็นเรื่องราววัฒนธรรมอเมริกัน ซึ่งอาจรวมถึงวัฒนธรรมตะวันตกอื่น ๆ ด้วย

**การครอบงำทางวัฒนธรรม** หมายถึง การที่วัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งประเทศหนึ่งแพร่เข้าสู่สังคมหนึ่ง ทำให้เกิดการปรับวัฒนธรรมเข้าหากัน โดยอาศัยสื่อมวลชนประเทศต่าง ๆ โดยที่ฝ่ายรับวัฒนธรรมจะเต็มใจหรือไม่เต็มใจก็ได้

**ภาพยนตร์** หมายถึง การประสานการเล่าเรื่องด้วยภาพและเสียงเข้าด้วยกันโดยการคัดเลือกเลือกภาพและเสียงที่มีความหมายที่ผู้สร้างต้องการ มีผลให้การเล่าเรื่องแต่เพียงขึ้นมา มีความคล้ายกับเรื่องจริง รวมทั้งการนำเสนอภาพยนตร์จากเรื่องจริงที่สร้างขึ้น

**ภาพยนตร์ฮอลลีวูด** หมายถึง ภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาในเมืองฮอลลีวูด เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกในปัจจุบันภาพยนตร์ที่มาจากฮอลลีวูดได้รับการยอมรับจากผู้ชมจนมีชื่อเสียงรู้จักกันทั่วโลก

**ความคิดเห็น** หมายถึง การแสดงเหตุผลของนักศึกษาต่อภาพยนตร์ ซึ่งอาจจะออกมาเชิงเห็นด้วย/ไม่เห็นด้วย ชอบ/ไม่ชอบ เข้าใจ/ไม่เข้าใจ มากน้อยเพียงใด ซึ่งการวิพากษ์วิจารณ์ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งพร้อมเหตุผล การวิพากษ์วิจารณ์อันหมายถึงความพึงพอใจและความเข้าใจวัตถุประสงค์ของภาพยนตร์

**ทัศนคติ** หมายถึง ความรู้สึกทางจิตใจ ของบุคคลในด้านบวกหรือลบที่มีต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล และเป็นแนวโน้มที่จะทำให้เกิดการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมในทางสนับสนุนหรือต่อต้านสิ่งนั้น ๆ

**การเปิดรับวัฒนธรรม** หมายถึง การที่สังคมประเทศหนึ่งมีการยอมรับเปิดรับวัฒนธรรมที่แตกต่างจากอีกสังคมหรือประเทศเข้าสู่สังคมของตนเกิดการปรับวัฒนธรรมเข้าหากัน

**การเปิดรับข่าวสาร** หมายถึง การให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนที่เผยแพร่ข่าวสารให้ข้อมูลและรับรู้ข่าวสารรวมทั้งความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร

**นักศึกษามหาวิทยาลัย** หมายถึง บุคคลที่มีอายุในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย คืออายุระหว่าง 17 – 25 ปี ทั้งเพศชายและหญิง กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย

**ลักษณะทางประชากรศาสตร์** หมายถึง เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการรอบำทางวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ

1. ทฤษฎีประชากรศาสตร์
2. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสื่อและการเรียนรู้
3. ทฤษฎีจิตวิทยาวัยรุ่น
4. แนวความคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์
5. แนวคิดจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม และ แนวคิดโลกาภิวัตน์
6. วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ทฤษฎีประชากรศาสตร์

แนวคิดทฤษฎีประชากรศาสตร์เชื่อว่าคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ซึ่งการสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ ดังนั้นนักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรแตกต่างกันจึงน่าจะแตกต่างกันด้วย เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างต่างกัน จากผลการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน ดังนี้คือ

1. เพศ พบว่า มีความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชาย คือเพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมนอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า หากดูโทรทัศน์เพศชายมักนิยมดูรายการข่าวและกีฬา

2. อายุ พบว่า ในวัยเด็กจะดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าสื่ออื่น ๆ และจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น การ์ตูน เพลง วิทยุรุ่นและวิทยุหนุ่มสาวก็เช่นกันจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิงโดยจะฟัง

เพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์ และจะเปิดรับนิยายสารและภาพยนตร์มากกว่าวัยอื่น ๆ วัยผู้ใหญ่การเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุและหนังสือพิมพ์มีมากพอ ๆ กัน แต่เมื่อถึงช่วง 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุการทำงาน 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้น

3. การศึกษา พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรซึ่งเกี่ยวกับการรับสาร ซึ่งอธิบายได้ว่า การเลือกเปิดรับสื่อมวลชนและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กันในทางลบกับการเปิดรับข่าวสารและเรื่องราวเกี่ยวกับสาธารณชน และมีความสัมพันธ์กันในทางลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านบันเทิงจากสื่อ พบว่า คนที่มีการศึกษาน้อยจะฟังวิทยุมากกว่าคนที่มีการศึกษาสูงและพบว่า ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงจะใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้มีการศึกษาน้อย

4. รายได้ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน โดยพบว่าผู้มีรายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง พบว่า คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงเป็นคนที่ได้รับเนื้อหาสารจากสื่อมวลชนมากที่สุด

เช่นเดียวกับที่ ดร. ปรมะ สตะเวทิน (2533 : 112-118) ได้กล่าวว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่าง ๆ ร่วมกันย่อมจะมีทัศนคติและพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น ได้แก่

1. อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่า คนที่มีอายุมาก สาเหตุที่มีความแตกต่างกันเนื่องจากคนที่ต่างรุ่นต่างวัยมีประสบการณ์ชีวิตแตกต่างกันจึงทำให้มีทัศนคติ ความรู้สึกรู้สึกคิดและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากกว่ามักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง ในการฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่มีอายุมากกว่ามักจะฟังรายการที่หนัก ๆ ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่

2. เพศ ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมายและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมาก และมักจะใช้สื่อสารมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหรือเรื่องราวที่หนัก ๆ เช่น อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น



4. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงกว่าจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อยมักใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

Defleure (1966 : 645-644) ได้เสนอทฤษฎีที่กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสาร และเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา และสังคมที่มีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ซึ่งได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ 3 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งมีหลักการพื้นฐาน ที่ว่ามนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคลซึ่งความแตกต่างนี้ มาจากลักษณะความแตกต่างทางกายภาพในแต่ละบุคคล และความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการเติบโตและการเรียนรู้ในภาวะแวดล้อมที่ต่างกัน ทำให้คิดเห็น ทักษะ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่ได้กำหนดกระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อ และการเลือกจดจำข่าวสาร ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน

2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) กล่าวได้ว่าประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมสื่อสารมวลชน ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อต่าง ๆ คล้ายคลึงกัน

สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้นได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิฐานะ เป็นต้น

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม โดยความสัมพันธ์กับกลุ่มปฐมภูมิ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิด เช่น เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลในครอบครัว จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้หรือการตีความข่าวสารจากสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิ

## 2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและการเรียนรู้

### 2.1 ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงบ่อย ๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับ และนั่นก็คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

กระบวนการเลือกสรร พีระ จิตรโสภณ (2532 : 635-640) เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (Klapper, 1960 : 5)

1. การเลือกเปิดรับข่าวสาร หรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง หรือเลือกชมวิทยุโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง นอกจากความคิดความรู้ดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้วมีปัจจัยทางด้านสังคม และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ เป็นต้น

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้วก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคน อาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดิวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปจึงมีได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือตามสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมใน

ส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า และบุคคลจะยอมรับ หรือปฏิเสธสื่อและข่าวสารก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของบุคคลนั้นอันได้แก่ Willbur Schramm (1976 : 121-122) กล่าวว่า ความเหงา อันเป็นเหตุทางจิตวิทยาโดยตรง ที่เชื่อว่าคนเราโดยปกติย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกกับการวิตกกังวล หวาดกลัว และเมินเฉยจากสังคม หรือความชอบและความพยายามที่จะร่วมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่มีโอกาส ทั้งนี้อาจไม่สามารถที่จะติดต่อกับสังสรรค์กับบุคคลอื่นได้โดยตรง ดังนั้นสิ่งที่ดีที่สุดก็คือ การอยู่กับสิ่งต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร ซึ่งแท้จริงแล้วคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อแก้เหงา ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ โดยประเภทสื่อต่าง ๆ หรือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ตามปกติแล้วมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่อยู่ใกล้ตนเองมากที่สุด ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำ นอกจากนั้นพฤติกรรมการอยากรู้อยากเห็นอาจเป็นความอยากรู้อยากเห็นในแง่ต่าง ๆ เกี่ยวกับ เหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม หรืออาจเป็นผลกระทบต่อผู้อื่น ในแง่ของงานวิจัยนี้ก็อาจเป็นไปในลักษณะของการอยากรู้อยากเห็นในเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อตนเองโดยตรง โดยที่ต้องการอยากรู่ว่าสิ่งที่ตนเองได้กระทำลงไปนั้น ได้ส่งผลกลับมากระทบต่อตนเองอย่างไรบ้าง เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ต่อไปเป็นต้น

ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นผู้มีความเห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุผล เพื่อให้ได้ข่าวสารมาเสริมความเด่นชัดให้ตนและเพื่อให้ข่าวสารที่ช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสุขสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณค่าในทางปฏิบัติทางจรโลงจิตใจ หรือแม้แต่ความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชนและสื่อประเภทอื่น ๆ

เป็นลักษณะของสื่อต่าง ๆ โดยทั่วไปคือ นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบที่ไม่สามารถเห็นได้เด่นชัด เช่น ความคิด ความหวัง ความกลัว ฯลฯ เป็นต้น จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อและสื่อแต่ละอย่างมีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่สามารถสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจในการรับข่าวสารต่าง ๆ ด้วย

### 3. ทฤษฎีจิตวิทยาวัยรุ่น

#### ความหมายของ “วัยรุ่น”

คำว่า “วัยรุ่น” ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า “adolescence” มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “adolescere” ซึ่งหมายถึง “การก้าวไปสู่วุฒิภาวะ” (to grow into maturity) เมื่อมีความหมายดังนี้ เรื่องของวัยรุ่น จึงควรเน้นหนักการศึกษาด้านกระบวนการของการพัฒนาทางด้านทัศนคติ ความเชื่อ และการปรับตัวทางด้านสังคมของบุคคลจากวัยเด็กไปสู่ผู้ใหญ่

ในแง่ของกฎหมายไทย จะยอมรับบุคคลตั้งแต่อายุ 18 ปีบริบูรณ์ว่าบรรลุนิติภาวะและในกฎหมายอเมริกัน ให้บุคคลบรรลุนิติภาวะตอนอายุ 18 ปี ในสังคมที่ด้อยความเจริญ ไม่ได้คิดว่าขั้นพัฒนาการ PUBERTY และ ADOLESCENCE จะต่างกันคือจากขั้น PUBERTY เด็กจะขึ้นไปสู่ขั้นผู้ใหญ่เลย โดยไม่มีวัยรุ่น เด็กจะได้รับการยอมรับเป็นผู้ใหญ่ถ้าหากสืบพันธุ์ มีลูกหลานได้

#### ช่วงอายุที่จัดอยู่ในวัยรุ่น

นักจิตวิทยาพัฒนาการ แบ่งช่วงชีวิตมนุษย์ออกเป็นวัยต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ได้จัดวัยรุ่นอยู่ในช่วงอายุ 12 – 20 ปี ได้แบ่งละเอียดออกไปดังนี้คือ

- วัยเด็กตอนปลาย หรือวัยเตรียมเข้าสู่วัยรุ่น หญิง 11 – 13 ปี ชาย 13 – 15 ปี
- วัยรุ่นตอนต้น หญิง 13 – 15 ปี ชาย 15 – 17 ปี
- วัยรุ่นตอนกลาง หญิง 15 - 18 ปี ชาย 17 - 19 ปี
- วัยรุ่นตอนปลาย หญิง 18 - 20 ปี ชาย 19 - 21 ปี

แบ่งว่า ผู้อยู่ในวัยรุ่น คือ ผู้อยู่ในช่วงอายุ 12 – 19 ปี สำหรับเด็กหญิง 13 – 19 ปี สำหรับเด็กชายอายุ 20 ปี เป็นตอนเริ่มต้นของวัยผู้ใหญ่ หรือตามแนวคิดของนักจิตวิทยาไทย ผู้หนึ่ง ประมวล ดิคคินสัน (2520 : 6) ซึ่งมีความเห็นว่า ช่วงเวลาความเป็นวัยรุ่นของคนเรานั้น ยาวนานพอสมควร จึงควรแบ่งพัฒนาการออกเป็น 2 ระยะ ตามความเด่น คือ วัยรุ่นระยะแรก ก่อนไปทางเด็กมากกว่าผู้ใหญ่ การเปลี่ยนแปลงในพัฒนาการทุกทางมีมาก กับวัยรุ่นระยะหลัง ก่อนไป ทางผู้ใหญ่มากกว่าเด็ก ลักษณะการเปลี่ยนแปลงเริ่มอยู่ตัว วัยรุ่นระยะแรกอยู่ในช่วงอายุ 12 – 14 ปี วัยรุ่นระยะหลังหรือวัยรุ่นตอนปลายเริ่มตั้งแต่อายุ 14 ปี ขึ้นไปสู่ความเจริญเต็มที่ตอนอายุราว 22 – 25 ปี (ประมวล ดิคคินสัน, 2520 : 26)

ลักษณะของวัยรุ่นที่สังเกตได้อย่างเด่นชัดคือ

1. อารมณ์เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ บางครั้งคือมากบางครั้งร่วมมือและรับผิดชอบดี
2. มักเป็นกังวลเกี่ยวกับอนาคต
3. หมกมุ่นในเรื่องในวงสังคม โดยเฉพาะเรื่องเพศตรงข้าม
4. เกรงว่าจะไม่อยู่ในความนิยมของเพื่อน กลัวคนหัวเราะเยาะในเรื่องที่ไม่เหมือนคนอื่น

อื่น

5. รู้สึกไวต่อความคิดเห็นของผู้อื่น
6. ยุ่งและกังวลเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตาตนเองเป็นอย่างมาก
7. แสดงความเป็นอิสระแก่ตัว แต่มักกลับมาพึ่งผู้ใหญ่เพื่อการสนับสนุนทางใจ
8. ครูและหัวหน้ากลุ่มมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นมากกว่าพ่อแม่
9. ต้องการรับผิดชอบ แต่การวินิจัยยังไม่แน่นอน
10. ต้องการหาเงินใช้เอง
11. มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ แต่ไม่ค่อยเข้าใจอย่างลึกซึ้ง
12. มีปฏิริยาตอบสนองต่อความรับผิดชอบ และความร่วมมือของเพื่อน ๆ
13. ซื่อสัตย์ต่อเพื่อน

นอกจากนี้ยังพบว่าวัยรุ่นมีความต้องการพิเศษ คือ

1. ต้องการให้เพื่อนกลุ่มเดียวกันยอมรับว่าตนเป็นหนึ่งในนั้นเหมือนกัน
2. ต้องการที่จะมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องความสัมพันธ์ และทัศนคติทางเพศอย่างถูกต้อง
3. ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการยอมรับในรูปร่างหน้าตาของเขา
4. ต้องการโอกาสที่ได้ดำเนินการรับผิดชอบ และตัดสินใจเอง
5. ต้องการโอกาสที่จะหาและเก็บเงินเอง
6. ต้องการโอกาสและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ร่วมกันกับเพื่อนต่างเพศ
7. ต้องการให้มีการช่วยเหลือในการเลือกกิจกรรมที่จะทำในวันหยุด และในการพักผ่อน

ระยะยาว

8. ต้องการให้มีการทำกิจกรรมเป็นกลุ่ม ตลอดงานงานที่มีส่วนรับผิดชอบในกลุ่ม
9. ต้องการความช่วยเหลือในการสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิกอื่น ๆ ของครอบครัวใน

ลักษณะที่เป็นผู้ใหญ่ขึ้น

10. ต้องการการแนะนำที่มีเมตตา และความเห็นอกเห็นใจ ไม่ยอมรับการขู่ขู่ที่จะมาทำลายเสถียรภาพ

11. ต้องการการยอมรับที่อบอุ่น และด้วยความเข้าใจ เพื่อให้ได้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว

12. ต้องการการแนะนำในกิจกรรมที่ออกกำลัง

13. ต้องการความช่วยเหลือ เพื่อให้เข้าใจว่า เหตุใดตนจึงมีความรู้สึกและประพฤตินั้น และความสนใจของวัยรุ่น ยังเกี่ยวเนื่องกับความต้องการของวัยรุ่นอย่างใกล้ชิด ซึ่งวัยรุ่นมีความสนใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสนใจในการเลือกอาชีพ
2. ความสนใจในการเลือกคบเพื่อนเพศเดียวกัน และต่างเพศ
3. ความสนใจในการศึกษาเล่าเรียน
4. ความสนใจในการใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ
5. ความสนใจในการเล่นกีฬาและการทำงาน
6. ความสนใจต้องการทดลองค้นคว้า หาเหตุผลด้วยตนเอง
7. ความสนใจในการสร้างอนาคต มีครอบครัวและปกครองตนเอง

### 3.1 ทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคม

ทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคมของ อีริกสัน (1984 : 60-71) อธิบายพัฒนาการด้านบุคลิกภาพของมนุษย์ตั้งแต่วัยทารกจนถึงวัยรุ่น โดยแบ่งเป็น 8 ขั้น ดังต่อไปนี้

1. **ขั้นพัฒนาความไว้วางใจกับความไม่ไว้วางใจ** ระเบียบนี้เป็นระเบียบของการพัฒนาความไว้วางใจ การเลี้ยงดูที่ดีและเพียงพอจะทำให้เด็กเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นในสภาพแวดล้อม แต่ถ้าได้รับการเลี้ยงดูไม่ดีพอก็จะทำให้เด็กเป็นคนขี้กลัวหรือระแวงในสภาพแวดล้อม

2. **ขั้นความเป็นตัวของตัวเองกับความอายและความสงสัย** ระเบียบนี้เด็กจะพยายามดิ้นรนที่จะเป็นตัวของตัวเองโดยการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ที่แสดงความเป็นตัวของตัวเอง ระเบียบนี้ถ้าพ่อแม่เข้มงวดเกินไป ไม่ยอมให้เด็กเป็นตัวของตัวเอง ก็จะทำให้เด็กเกิดความอายและความสงสัยในใจในการควบคุมตนเอง

3. **ขั้นพัฒนาความคิดริเริ่มกับความรู้สึกผิด** เป็นระยะที่เด็กมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนสิ่งต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อม ถ้าเด็กไม่มีอิสระในการค้นหาจะทำให้เด็กเกิดความไม่สบายใจเกี่ยวกับเรื่องที่ไม่สามารถจะเรียนรู้ได้ ซึ่งจะเป็นผลกระทบกระเทือนต่อจิตใจของเด็ก

4. **ขั้นพัฒนาความขยันขันแข็งกับความรู้สึกด้อย** เป็นระยะที่เด็กต้องการทำสิ่งต่าง ๆ ให้บรรลุซึ่งความสำเร็จ ดังนั้น เด็กในระยะนี้จึงพยายามแข่งขันเพื่อให้ประสบผลสำเร็จ

ถ้าการแสดงนั้นเกิดความล้มเหลว ก็จะทำให้เด็กมีปมด้อยและความหือออยที่จะทำในสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในอนาคต

5. **ขั้นพัฒนาความมีเอกลักษณ์กับความสับสน** เด็กอยู่ในขั้นที่เด็กวัยรุ่นซึ่งจะพยายาม เรียนรู้หน้าที่และความต้องการของตนเองในสังคม ถ้าการเรียนรู้ตัวเองประสบความสำเร็จล้มเหลว เด็กจะเกิดการสับสนเกี่ยวกับหน้าที่และความต้องการของตนเองที่แท้จริง และจะเป็นผลต่อบุคลิกของเด็กโดยจะทำให้เด็กเกิดความสับสนและมีพฤติกรรมที่เป็นปัญหา

6. **ขั้นพัฒนาความรักใคร่ใกล้ชิดกับความโดดเดี่ยว** ผู้ที่มีบุคลิกภาพในขั้นนี้คือผู้ใหญ่ตอนต้นซึ่งจะมีความรู้สึกรักใคร่ชอบพอกับเพศตรงข้ามอย่างผู้ใหญ่ ถ้าใครไม่มีความรักแบบนี้จะเป็นผลให้เกิดการแยกตัวจากกลุ่มเพื่อนกับสังคม

7. **ขั้นพัฒนาความมั่นคงเป็นหลักให้ผู้อื่นกับความเฉื่อยชา** ในระยะวัยกลางคนงานที่สำคัญคือการเป็นพ่อเลี้ยงลูกเติบโตในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าบุคคลใดไม่สามารถเป็นพ่อแม่ที่ดีได้ก็จะเกิดความรู้สึกไม่มีความสุขและรู้สึกผิดต่อการกระทำของตนเองตลอดเวลา

8. **ขั้นพัฒนาความภูมิใจกับความสิ้นหวัง** ระยะนี้เป็นระยะของวัยชรา ซึ่งเป็นระยะที่บุคคลจะมองย้อนกลับไปยังสิ่งที่ได้กระทำมาในอดีต โดยถ้าสิ่งที่ได้ทำมาในอดีตเป็นสิ่งที่ดีงาม บุคคลจะมีความสุข แต่ถ้าสิ่งที่ได้ทำมาในอดีตเป็นสิ่งที่ไม่ดีก็จะเกิดความขมขื่น เกิดความเสียดายในชีวิตเพราะไม่สามารถกลับไปทำใหม่ได้

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์

##### ความหมายของภาพยนตร์

วอลท์ ดิสนีย์ กล่าวถึงความหมายภาพยนตร์ในเชิงวิทยาศาสตร์การผลิตภาพยนตร์ว่า ภาพยนตร์คือผลงานสร้างสรรค์ทางวิทยาศาสตร์ เพื่อให้ผู้ชมได้สัมผัสในสิ่งที่แปลกใหม่จากชีวิตจริง

หนังสือวิทยาศาสตร์สำหรับประชาชน ได้ให้ความหมายของภาพยนตร์ในเชิงของวิทยาศาสตร์ว่า ภาพยนตร์คือ ภาพนิ่งที่สามารถเคลื่อนไหวได้โดยอาศัยหลักการคงค้างของประสาทตาของมนุษย์ ซึ่งเมื่อนำภาพนิ่งที่มีความเปลี่ยนแปลงทีละน้อยเรียงกัน และให้ปรากฏแก่สายตาครั้งละภาพจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จะทำให้มนุษย์มองเห็นภาพ ณ จุดที่มองเห็นว่าภาพนิ่งหลายภาพที่เปลี่ยนไปเป็นภาพเดียวกันที่เคลื่อนไหวได้

หนังสือสารานุกรมบริทานิกา ได้ให้ความหมายของภาพยนตร์ในเชิงวิทยาศาสตร์ว่า ภาพยนตร์คือกระบวนการบันทึกภาพด้วยแสงและสีโดยใช้กระบวนการทางเคมี และบันทึกเสียง เพื่อนำเสนอภาพและเสียงแก่ผู้ชมด้วยกระบวนการวิทยาศาสตร์ประยุกต์

หนังสือสารานุกรมบริทานิกา กล่าวว่า ความหมายของภาพยนตร์ว่า “เป็นเครื่องมือ ถ่ายทอดศิลปะผสมผสานระหว่างศิลปะการถ่ายภาพ ศิลปะการแสดง ศิลปะการดนตรี และ ศิลปะอื่น ๆ บันทึกลงบนแผ่นฟิล์มเพื่อนำเสนอแก่ผู้ชม”

หนังสือศัพท์ของสมาคมเทคโนโลยีสื่อสาร การศึกษาได้ให้ความหมายของภาพยนตร์ ในเชิงการสื่อสารว่า ภาพยนตร์คือ สื่อการถ่ายทอด ความรู้ ทักษะ ทักษะ แนวคิด และความบันเทิงแก่ผู้ชม

ภาพยนตร์นั้นได้รับการยกย่องให้เป็นงานศิลปะ แต่ความจริงประการหนึ่งก็คือ นอกเหนือจากการเป็นงานศิลปะแล้ว ภาพยนตร์ยังจัดเป็นงานด้านสื่อสารมวลชน และถือเป็นสื่อสารมวลชนที่ขึ้นหน้าขึ้นตาเป็นสากล และใหญ่โตที่สุดของโลกอีกด้วย (โคม สุขวงศ์, 2526 : 7) ได้มีผู้ให้ความหมายของภาพยนตร์ไว้หลายแนวคิด แต่พอสรุปได้ว่าความหมายของภาพยนตร์ในเชิงศิลปะและความหมายของภาพยนตร์ในเชิงวิทยาศาสตร์ ในแนวของศิลปะหนังสือ “โลกของภาพยนตร์และการผลิตภาพยนตร์” ได้ให้ความหมายของภาพยนตร์ว่า “ภาพยนตร์ไม่ใช้การบรรยายซ้ำของเดิมด้วยวาจา แต่เป็นการใช้ศิลปะการออกแบบและรูปทรงเพื่อผลิตผลของอารมณ์”

### ความสำคัญของภาพยนตร์

ในวงการภาพยนตร์สหรัฐฯ มีการถกเถียงมานานพื้นฐานแห่งการถกเถียงกันคือการยึดมั่นในความคิดความเชื่อที่มีต่อภาพยนตร์แตกต่างกันอย่างตรงกันข้าม ฝ่ายหนึ่งบอกว่าภาพยนตร์เป็นความบันเทิง มีหน้าที่มอบความเพลิดเพลินแก่ผู้ชม เชื่อว่าภาพยนตร์เป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้ชม “หลีกหนี” จากเรื่องราวในชีวิตอีกฝ่ายหนึ่งบอกว่า ภาพยนตร์ควรสะท้อนปัญหาสังคมให้ผู้ชมรับทราบมากกว่าเพียงแต่ความบันเทิง (กฤษดา เกิดดี, 2541 : 137-138)

ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือสำคัญสิ่งหนึ่งในฐานะสื่อที่สามารถเปลี่ยนแปลงสังคมในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ภาพยนตร์ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากภาพยนตร์สามารถนำเอาภาพและเสียงของศิลปวัฒนธรรมจากแหล่งหนึ่งไปสู่ประชาชนในแหล่งอื่น ๆ เช่น การนำเอาศิลปวัฒนธรรมด้านดนตรี และการแสดงของประเทศทางแถบตะวันตกไปสู่สายตาผู้ชม ภาพยนตร์ในประเทศทางแถบเอเชีย เช่น ประเทศไทย ทำให้เกิดการเลียนแบบแฟชั่นการแต่งกาย การแสดงออกด้านพฤติกรรมของการดำเนินชีวิตและศิลปวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ



2. ภาพยนตร์มีความสำคัญในด้านการศึกษา โดยการถ่ายทอดความรู้ เนื่องจากภาพยนตร์สามารถนำเอาความรู้ที่อยู่ห่างไกล หรือความรู้ที่ไม่สามารถเห็นได้ด้วยตาเปล่ามาศึกษาได้อย่างดี ทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจในความรู้ด้านต่าง ๆ นั้นได้อย่างดี เช่น การศึกษาเรื่องอวกาศ หรือการศึกษาสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงเร็วหรือช้า ให้ช้าหรือเร็วขึ้นพอที่จะศึกษาได้อย่างชัดเจน

3. ภาพยนตร์มีความสำคัญต่อกิจกรรมทหารและความมั่นคงของประเทศ โดยในทางการทหารใช้ภาพยนตร์เพื่อบันทึกวิธีการรบ ภูมิประเทศ และสถานที่ตั้งทางการทหารของข้าศึก เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้ใช้ภาพยนตร์บันทึกเหตุการณ์เพื่อการประเมินกำลังข้าศึกและประเมินผลการปฏิบัติการรบของฝ่ายตน ดีกว่ารายงานด้านวจาหรือการเขียนรายงาน

4. ภาพยนตร์มีความสำคัญต่อกิจการแพทย์ นอกจากจะใช้ภาพยนตร์เพื่อการเผยแพร่ความรู้ทางการแพทย์และสาธารณสุขแล้ว ภาพยนตร์ถูกนำมาใช้ในการบันทึกอาการของผู้ป่วยเพื่อการวินิจฉัยโรค และถ่ายทอดการปฏิบัติการทางการแพทย์จากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่งเพื่อการพัฒนาการแพทย์ได้อย่างดี

5. ภาพยนตร์เพื่อกิจการสารสนเทศ นับเป็นการเปลี่ยนแปลงสังคมจนการค้นคว้าข้อมูลและการตัดสินใจของประชาชนในสังคม เช่น การศึกษาค้นคว้าด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมด้านอื่น ๆ ปัจจุบันเราสามารถค้นคว้าหาข้อมูลได้จากศูนย์ภาพยนตร์แห่งชาติซึ่งกำลังอยู่ระหว่างดำเนินการจัดตั้งให้สมบูรณ์ และเมื่อเสร็จสมบูรณ์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองจะสามารถค้นคว้าได้จากศูนย์ภาพยนตร์แห่งชาติของประเทศไทยในอนาคตอันใกล้

6. ภาพยนตร์มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่เหตุการณ์หรือองค์การ ตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงการประชาสัมพันธ์ระดับชาติ เช่น การประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งภาพยนตร์จะให้ความรู้ ทักษะ แก่ผู้ชมใกล้เคียงสถานการณ์จริงมากที่สุดกว่าสื่ออื่น ๆ

7. ภาพยนตร์นับว่ามีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของสังคม ภาพยนตร์บางเรื่องที่เรียกว่าภาพยนตร์เงินล้าน ซึ่งหมายถึงภาพยนตร์ที่มีจำนวนผู้ชมจำนวนมาก จะสามารถโน้มน้าวพฤติกรรมของสังคมตั้งแต่การแต่งกาย บุคลิกของตัวแสดงจะทำให้ผู้ชมหลายคนกระทำตาม ในประวัติภาพยนตร์ไทยราวปี 2502 มีภาพยนตร์ซึ่งพระเอกของเรื่องจะเดินคอเอียงตลอดเวลาทำให้ผู้ชมหลายร้อยคนนิยมเดินคอเอียงเพื่อให้เหมือนพระเอกในภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสำคัญของภาพยนตร์ต่อภาวะของสังคมภาษาที่ใช้ในภาพยนตร์ มักจะมีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาในชีวิตประจำวันของประชากรในสังคมอย่างยิ่ง

## หัวใจสี่ห้องของภาพยนตร์

### บทภาพยนตร์

ถ้าการจรดปากกาเขียนอักษรตัวแรกคือจุดเริ่มต้นของงานวรรณกรรม การปิดพู่กันลงบนผืนผ้าคือการถือกำเนิดของภาพเขียน การสร้างสรรค์ศิลปะแขนงที่เจ็ดนี้ก็จะเริ่มต้นขึ้นที่บทภาพยนตร์ ซึ่งเปรียบเป็น “พิมพ์เขียว” ของภาพยนตร์ โดยมีคนเขียนบทเป็นสถาปนิกผู้ออกแบบและมีผู้กำกับเป็นผู้รับเหมาก่อสร้าง ยุทธนา มุกดาสนิท ผู้กำกับภาพยนตร์ชื่อดังเคยกล่าวไว้ว่า “เราไม่อาจสร้างภาพยนตร์ที่ดีจากบทที่เลวได้” (ชลิดา เอื้อบำรุงจิตร, 2540 : 134-137)

ผู้เขียนบทภาพยนตร์อาจจะเป็นผู้กำกับหรือนักเขียนอิสระที่นำบทภาพยนตร์นั้นมาเสนอหรือ “ขาย” ให้แก่ผู้อำนวยการสร้าง ซึ่งเป็นผู้ให้เงินทุนในการนำบทนั้นมาสร้างเป็นภาพยนตร์ บทภาพยนตร์แบ่งออกเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ คือ บทที่เขียนจากความคิดริเริ่ม หรือแรงบันดาลใจจากเรื่องราวต่าง ๆ รอบตัวซึ่งจะเป็นเรื่องที่เขียนขึ้นสำหรับการนำมาทำเป็นภาพยนตร์โดยเฉพาะ อีกประเภทหนึ่งคือบทที่เขียนขึ้นจากวรรณกรรมหรือที่เรียกว่าบทดัดแปลง บทภาพยนตร์ส่วนมากจะอยู่ในประเภทหลัง เพราะวิธีการบรรยายและพรรณนาของวรรณกรรมที่มุ่งให้ผู้อ่านเห็นภาพนั้น ทำให้นำมาปรับปรุงหรือดัดแปลงสำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์ได้ง่ายขึ้น บทดัดแปลงนี้มีความยากอยู่ที่การทำให้วรรณกรรมหรือนวนิยายซึ่งมีขนาดยาวกลายมาเป็นบทภาพยนตร์ที่เมื่อนำมาทำเป็นภาพยนตร์แล้วมีความยาวเพียงสองสามชั่วโมง บางครั้งคนเขียนบทต้องดัดแปลงให้นวนิยายที่มีความยาวสามหน้ากลายเป็นบทภาพยนตร์ที่จบลงภายในหน้าเดียว

เมื่อได้ที่มาของบทภาพยนตร์ซึ่งจะชี้ให้เห็น โครงเรื่องและแนวคิดหลักของภาพยนตร์แล้ว ผู้เขียนจะต้องค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ภาพยนตร์มีความสมจริงสมจังและมีเหตุผลน่าเชื่อถือ จากนั้นจึงลงมือเขียนซึ่งเป็นขั้นตอนที่ผู้เขียนบทสร้างภาพยนตร์ขึ้นมาในความคิดของตนก่อน แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นตัวหนังสือซึ่งทีมงานแต่ละฝ่ายจะใช้เป็นแนวทางในการทำงานทั้งในขั้นตอนการถ่ายทำ และหลังการถ่ายทำ เช่น การตัดต่อ การบันทึกเสียง การทำเทคนิคพิเศษ เป็นต้น

บทภาพยนตร์ที่ดีนั้นต้องบอกให้ชัดว่ากำลังพูดถึงเรื่องอะไร และมุ่งไปในแนวทางนั้นไม่ควรเฉไฉไปเรื่องอื่นเพราะจะทำให้ประเด็นของหนังเสีย นอกจากนี้บทที่ดีควรอธิบายองค์ประกอบของฉากอย่างละเอียด เพื่อให้ง่ายต่อการตีความและการถ่ายทำ แต่บทที่มีความละเอียดจนเกินไปก็อาจเป็นตัวจำกัดจินตนาการและการสร้างสรรค์ของทีมงานได้ เพราะต้องทำทุกอย่างให้เป็นไปตามบทที่เขียนไว้ การมีบทที่ดีจะส่งผลให้ภาพยนตร์มีคุณภาพด้วย ดังนั้นผู้อำนวยการสร้างจึงต้องให้ความสำคัญกับการสรรหาบทภาพยนตร์ โดยพิจารณาบทอย่างลึกซึ้ง หากเห็นว่า

บทภาพยนตร์นั้นยังไม่ดีพอ ก็พร้อมที่จะให้งบประมาณเพื่อทำขึ้นมาใหม่ จนกว่าจะได้  
บทภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ

### ภาพ

“ภาพ” เป็นเสมือนประตูที่เชื่อมระหว่างโลกมายากับโลกแห่งความเป็นจริงเป็น  
ช่องทางที่นำพาผู้คนให้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราวและสัมผัสถึงความรู้สึกในโลกใบนั้น

และดูเหมือนว่า “ภาพ” จะเป็นจุดหมายปลายทางของทีมงานทุกฝ่าย เพราะการทำงาน  
ในแต่ละขั้นตอนล้วนแต่มุ่งให้ภาพที่จะบันทึกลงบนแผ่นฟิล์มนั้นมีความสมบูรณ์ ทีมงานทุกคน  
ล้วนแต่มีส่วนสำคัญต่อการสร้างสรรค์ภาพที่ปรากฏอยู่บนจอ ทั้งฝ่ายจาก อุปกรณ์ระดับจาก  
ฝ่ายเครื่องแต่งกาย ฝ่ายแสง ฯลฯ แต่ผู้ที่มีบทบาทมากที่สุดก็คือ นักแสดงและผู้กำกับภาพ

นักแสดงหรือที่เรียกกันว่า “ดาราร” นั้นเป็นเสมือนจุดดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาชมภาพยนตร์  
เขาและเธอทำให้จินตนาการของผู้ชมกลายเป็นจริงขึ้นมา เป็นเจ้าชาย-เจ้าหญิงเป็นนางในดวงใจ  
เป็นชายในฝันของใครหลาย ๆ คน

ผู้สร้างภาพยนตร์หลายคนมองว่านักแสดงที่มีรูปร่างหน้าตาดีอาจจะมีโอกาสได้รับ  
ความนิยมจากผู้ชมมากกว่า แต่นั่นไม่ใช่ส่วนสำคัญ เทคนิคการแสดงและการสวมบทบาทต่างหาก  
ที่มีผลต่อการได้รับความนิยมและการยอมรับในระยะยาว

ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์ภาพอีกคนหนึ่งก็คือผู้กำกับภาพ (ในวงการ  
ภาพยนตร์ไทย ผู้กำกับการแสดงมักจะสวมบทบาทนี้เสียเอง) โดยมีดากล้องเป็นผู้ถ่ายทอด  
จินตนาการของผู้กำกับภาพออกมา ดังนั้นดากล้องจึงต้องทำงานร่วมกับผู้กำกับอย่างใกล้ชิด โดย  
มากทั้งสองคนนี้จะทำงานร่วมกันมานานจนรู้ใจกัน ดากล้องจะรู้ว่าผู้กำกับต้องการให้ภาพออกมา  
เป็นอย่างไร ผู้กำกับก็จะรู้ว่าดากล้องทำอะไรให้ตนได้บ้าง

ภาพที่ดีนั้นไม่ได้มีแต่ความสวยงามอย่างเดียว แต่จะต้องสามารถถ่ายทอดความคิดหลัก  
ที่ภาพยนตร์ต้องการนำเสนอได้ ซึ่งต้องอาศัยการตีความและวิเคราะห์บทบาทยนตร์จนเข้าใจอย่าง  
ถ่องแท้ของทีมงานทุกฝ่าย โดยเฉพาะดากล้องหรือผู้กำกับภาพ ซึ่งต้องเป็นผู้ที่สามารถนำเทคนิค  
มาผสมผสานกับศิลปะได้อย่างลงตัว

### การกำกับการแสดง

งานของผู้กำกับภาพยนตร์เริ่มต้นจากการเขียนบทหรือในกรณีที่ไม่ได้เขียนบทเองก็จะ  
เลือกบทที่มีคนเสนอเข้ามาแล้วนำมาตีความให้แตกจนเข้าใจเรื่องราวและเป้าหมายของเรื่อง รวมทั้ง  
ความเป็นมาและนิสัยใจคอของตัวละครแต่ละตัว เมื่อตกลงกับผู้อำนวยการสร้างว่าจะทำภาพยนตร์

ขึ้นจากบทนั้นแล้ว ผู้กำกับก็จะรวบรวมทีมงาน ซึ่งโดยมากจะเป็นผู้ที่ทำงานร่วมกันมานาน โดยเฉพาะผู้ช่วย ผู้กำกับและดักลิ่ง เมื่อได้ทีมงานแล้วก็มาถึงขั้นตอนการถ่ายทำ ซึ่งผู้กำกับจะเป็นผู้ควบคุมและประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ เพื่อสื่อสิ่งที่เป็นตัวหนังสือออกมาให้เป็นภาพบนจอ เมื่อการถ่ายทำสิ้นสุดลงหรือ “ปิดกล้อง” แล้ว ผู้กำกับจะเข้าไปทำงานร่วมกับคนตัดต่อซึ่งเป็นกระบวนการหลังการถ่ายทำ หรือในบางครั้งผู้กำกับก็จะเป็นคนตัดต่อเอง

กล่าวกันว่าผู้กำกับภาพยนตร์นั้นมีหน้าที่คล้ายกับวาทยกรของวงดนตรี ซึ่งจะเป็นผู้ควบคุมให้เสียงจากเครื่องดนตรีแต่ละชิ้นสอดประสานกลมกลืนกันและสื่อความหมายตามบทเพลงที่วาทยกรได้ตีความออกมา วาทยกรที่รู้จักหรือเล่นดนตรีเป็นก็จะสื่อสารกับนักดนตรีได้ง่ายว่าต้องการให้เสียงออกมาเป็นอย่างไร เมื่อพบว่ามิชชั่นบร็อกก็สามารถบอกได้ทันทีว่าควรจะทำอะไรตรงจุดไหน ในทำนองเดียวกัน ผู้กำกับที่ดีจึงควรมีความรู้ด้านเทคนิคการถ่ายทำและการทำงานของอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น การใช้กล้อง การจัดแสง การบันทึกเสียง การแสดง ฯลฯ เพราะจะทำให้การทำงานง่ายขึ้น

จุดที่ยากของงานกำกับภาพยนตร์คือการประสานงานและทำความเข้าใจกับคนจำนวนมากในกองถ่าย เพื่อให้งานออกมาตามต้องการ อีกจุดหนึ่งอยู่ที่การทำให้ความคิดซึ่งมีลักษณะเป็นนามธรรมปรากฏขึ้นบนจอแล้วคนเข้าใจความคิดนั้น ส่วนความรู้ด้านเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสารความคิดตรงนั้นออกมาเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้ไม่ยาก จอห์น ฮุสตัน ผู้กำกับชาวอเมริกันให้บทสรุปของงานด้านกำกับภาพยนตร์ว่า “ส่วนที่สำคัญที่สุดของการกำกับคือการแสดงก็คือ ความคิดที่ต้องการจะแสดงออก ส่วนด้านเทคนิคเป็นเพียงวิธีการที่จะทำให้ความคิดนั้นออกมาเป็นรูปเป็นร่างที่เห็นได้ชัดเจนขึ้นเท่านั้น”

### การลำดับภาพหรือการตัดต่อ

งานตัดต่อ คือ การเอาฟิล์มที่ถ่ายทำแล้วมาเรียงกันเป็นลำดับเรื่องราวตามที่บทภาพยนตร์กำหนดไว้ เพราะการถ่ายทำภาพยนตร์จะไม่บันทึกภาพตามลำดับเหตุการณ์แต่จะนำเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสถานที่เดียวกันมาถ่ายพร้อมกันเพื่อความสะดวก รวมทั้งเป็นการประหยัดเวลาและงบประมาณโดยทั่วไปภาพยนตร์ของต่างประเทศที่มีความยาว 90 นาทีจะใช้ฟิล์มในการถ่ายทำถึง 3 แสนฟุต แต่เมื่อนำมาตัดต่อแล้วจะเหลือเพียง 8,000 ฟุตเท่านั้น

นอกจากการเรียงลำดับภาพที่ถ่ายให้ออกมาเป็นเรื่องราวแล้ว การตัดต่อยังช่วยตกแต่งหรือแก้ไขข้อบกพร่องทุก ๆ ด้านที่เกิดขึ้นในขั้นตอนต่าง ๆ เหมือนกับบรรณาธิการที่ตรวจแก้ต้นฉบับเพื่อให้ผลงานมีความสมบูรณ์มากที่สุด ก่อนจะนำงานเขียนชิ้นนั้นไปตีพิมพ์ อดิเรก วัฏลีลา หรือ “อังกิลา” ผู้กำกับภาพยนตร์เปรียบการทำงานตัดต่อไว้ว่า “เป็นการช่วยชีวิตหนังครั้งสุดท้าย”

แต่การตัดต่อจะทำให้คุณภาพของหนังดีขึ้นได้แค่ไหนขึ้นอยู่กับขั้นตอนการถ่ายทำด้วย เพราะถึงแม้ว่าคนตัดต่อจะเก่งแค่ไหน แต่ถ้าถ่ายทำมาไม่ดีก็ช่วยอะไรไม่ได้มากนัก

ศิลปะของการตัดต่อนั้น นอกจากจะลำดับภาพให้ออกมาเป็นเรื่องราวแล้ว ยังมีบทบาทอย่างมากในการเร้าอารมณ์ของคนดูโดยใช้จังหวะของการตัดภาพที่ฉับไวหรือเชื่องช้า การตัดต่อยังช่วยในการสื่อความหมายด้วย เช่น ภาพของหม้อต้มกาแฟที่กำลังเดือดถูกตัดแทรกเข้ามาขณะที่ตัวละครกำลังได้เตียงกันด้วยอารมณ์รุนแรง สื่อความหมายว่าอารมณ์ของตัวละครกำลังเดือดพล่าน เหมือนกับกาแฟในหม้อ โดยไม่ต้องแสดงภาพสีหน้าของตัวละครให้เห็น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ชมไม่เกิดความเบื่อหน่ายอีกด้วย

การตัดต่อนั้นเกี่ยวข้องกับการประกอบเสียงเพลงในแผ่นฟิล์มด้วย กล่าวคือจะต้องจัดการให้เสียงและภาพปรากฏขึ้นพร้อมกันบนแผ่นฟิล์ม เสียงในภาพยนตร์จะถูกบันทึกลงบนเส้นเสียงซึ่งมีทั้งหมด 3 เส้น คือ เสียงบทสนทนา เสียงดนตรี (Sound Tracks) และเสียงประกอบ (Sound Effect) เส้นเสียงทั้งหมดจะถูกนำไปแปลงเป็นสัญญาณออปติคเพื่อบันทึกลงบนฟิล์ม จากนั้นก็จะได้ฟิล์มที่มีทั้งภาพและเสียงที่ใช้ฉายตามโรงภาพยนตร์ทั่วไป

## 5. แนวคิดจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมและโลกาภิวัตน์

### 5.1 แนวคิดจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม

เฮร์เบิร์ต ไอ. ชิลเลอร์ (Herbert I. Schiller) คือผู้ที่ริเริ่มบุกเบิกความรู้ในแขนงนี้ งานเขียนเรื่อง Mass Communication and American Empire (1969) และ Communication and Cultural Domination (1976) ของเขาถือเป็นหนังสือคลาสสิกที่มีอิทธิพลต่องานเขียนในสำนักเดียวกันยุคต่อ ๆ มา ข้อเสนอหลักจากชิลเลอร์เป็นการวิเคราะห์สภาพของระบบสื่อสารมวลชนอเมริกัน และความสัมพันธ์ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจสังคมอเมริกันและนานาชาติ จากการวิเคราะห์โครงสร้างและนโยบายของระบบสื่อสารมวลชนอเมริกัน ชิลเลอร์ชี้ให้เห็นว่าระบบการสื่อสารมวลชนอเมริกันเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการผลิตแบบมือใครยาวสาวได้สาวเอา โดยกลุ่มพันธมิตรทหาร-นักอุตสาหกรรม (Military-Industrial Complex) ร่วมมือกันวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ และใช้นโยบายเศรษฐกิจการเมืองระหว่างประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจแบบตลาดเสรี (Free Enterprise) ให้ขยายตัวไปสู่ทั่วทุกมุมโลก การทำให้ระบบการสื่อสารกลายเป็นระบบการค้าตลอดทั้งระบบ (Global Commercialization of Communication Systems) ส่งผลให้สหรัฐอเมริกากลายเป็นจักรวรรดิทางสื่อ (Media Empire) ที่มีอิทธิพลครอบงำวัฒนธรรมอื่น ๆ (Media Imperialist) ชิลเลอร์วิเคราะห์ว่าการเร่งพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศใหม่ ๆ (Communication

and Information Technology) เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจที่ช่วยให้ระบบเศรษฐกิจอเมริกันสามารถขยายตัวแสวงหาตลาดใหม่ ๆ และเพิ่มขนาดของกำไรมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ความพยายามในการดำรงโครงสร้าง และวิธีการผลิตทางเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเสรีกำลังส่งผลให้เกิดวิกฤติหลายด้านท่ามกลางการถดถอยอย่างหนักของภาวะเศรษฐกิจในช่วงทศวรรษที่ 1990 เช่น การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตเข้ามาทดแทนแรงงานเพื่อเพิ่มผลผลิตทำให้เกิดภาวะคนว่างงานสูงขึ้น การพ่ายแพ้ในการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ การแปรรูปกิจการและบริการภาคสาธารณะให้เป็นกิจการเอกชน ทำให้ประชาชนต้องสูญเสียผลประโยชน์จากกิจการและบริการของภาคสาธารณะที่เคยได้รับ ในอีกด้านหนึ่ง รัฐและสื่อสารมวลชนก็ใช้ วิธีการโฆษณาชวนเชื่อสนับสนุนการในการหว่านล้อมให้ชาวอเมริกันเชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและสังคมข่าวสารข้อมูล (Information Society) เป็นทางออกของวิกฤติทั้งปวงที่สังคมอเมริกันกำลังประสบอยู่ และจากการที่ภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชนเปิดเนวรุกโดยอาศัยการขยายตลาดสินค้า สื่อสารมวลชนและสารสนเทศ (Media and Information Product) ไปทั่วโลกก็ก่อให้เกิดการครอบงำทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และอุดมการณ์แบบอเมริกันอย่างรุนแรง (อุบลรัตน์ ศิริวุศักดิ์, 2542 : 35-36)

ในยุคต่อ ๆ มา ซิลเลอร์ได้พัฒนาทฤษฎีว่าด้วย “จักรวรรดินิยมวัฒนธรรม” ให้เหมาะกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ดังเช่นที่ปรากฏในหนังสือของเขาชื่อ Culture Inc. (1989) ซึ่งเป็นการเน้นย้ำว่าประเทศสหรัฐอเมริกาคือทุนนิยมที่ครอบงำโลก รวมทั้งบทความชื่อ The Global Commercialization of Culture (1990) ซึ่งกล่าวถึงวัฒนธรรมที่ถูกทำให้เป็นกระบวนการพาณิชย์ระดับโลก และ Not Yet the Post-Imperialist Era (1991) ที่อธิบายว่ายุคจักรวรรดินิยมยังไม่ได้ผ่านพ้นไป ซิลเลอร์นอกจากจะอธิบายเรื่องการที่ข้อมูลข่าวสารและวัฒนธรรมถูกทำให้กลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรม (The Industrialization of Information and Culture) ภายใต้ระบบเศรษฐกิจโลก (Global Economy) แล้ว เขายังได้พยายามเชื่อมโยงให้เห็นผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิทธิเสรีภาพของภาคประชาชนว่า ในระบบที่ข้อมูลข่าวสารและวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า ผู้ที่มีสิทธิเสรีภาพในการแสดงออกทางความคิดเห็นมากกว่าคนกลุ่มอื่นทั้งหมดในสังคมคือกลุ่มบริษัทสื่อข้ามชาติ (International Media Corporation) และธุรกิจเอกชนด้านสื่อ เพราะกลุ่มผู้ผลิตและกระจายสื่อได้ทำหน้าที่ที่แปรอารมณ์ ความรู้สึก และความคิดออกมาเป็นภาษาสื่อในรูปแบบต่าง ๆ และนำมาขายเป็นสินค้า สิ่งที่เคยเป็นภาษาและวัฒนธรรมของสาธารณชน (Public Expression) จึงแปรเปลี่ยนไปเป็นภาษาและวัฒนธรรมของบริษัทเอกชน (Corporate Expression) และยิ่งไปกว่านั้น ข้อมูลข่าวสารสาธารณะต่าง ๆ และระบบการศึกษาที่ถือว่าเป็นบริการภาคสาธารณะก็จะถูกแปรรูปไปเป็นธุรกิจเอกชน (Privatization and Commercialization) ซึ่งย่อมจะส่งผลเรื่องความเท่าเทียม

กันของปัจเจกบุคคลในการได้รับ/เข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้อันเป็นปัจจัยพื้นฐานของการดำรงชีวิตในปัจจุบัน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2542 : 35-40)

บทบาทของบริษัทสื่อข้ามชาติขนาดใหญ่ (Multinational Corporation) จะมีทั้งแข่งขันและร่วมมือกันในกิจกรรมการสื่อสารของโลก ภาพของการแลกเปลี่ยนไหลเวียนของสารระหว่างประเทศจึงไม่ใช่ภาพมิติเดียวที่มีการไหลไปไหลกลับอย่างเป็นระเบียบเหมือนแต่ก่อนอีกต่อไป หากแต่เป็นภาพที่เต็มไปด้วยความสับสนปนเป แหล่งผลิตสารมีอยู่ทั่วโลก และการไหลของสารมีลักษณะมากทิศหลายทาง (Multi-Directional Flow) ท่ามกลางภูมิทัศน์ของการสื่อสารโลกที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นนี้ ทฤษฎีจักรวรรดินิยมการสื่อสาร และจักรวรรดินิยมวัฒนธรรมจึงถูกหยิบยกขึ้นมาถกเถียงอีกครั้ง (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 165-166)

ซิลเลอร์เห็นว่าสหรัฐอเมริกาไม่ใช่นักแสดงที่โดดเด่นอยู่บนเวทีโลกแต่เพียงลำพังคนเดียว มีผู้มีบทบาทอย่างแท้จริงคือองค์กรสื่อขนาดมหึมาจำนวนไม่มากที่แผ่อิทธิพลและโครงข่ายครอบคลุมโลกอยู่ในขณะนี้ องค์กรเหล่านี้ไม่มีสัญชาติที่แน่นอน แต่เป็นบริษัทข้ามชาติที่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างอยู่ตลอดเวลา บนพื้นฐานของการร่วมมือกันและแข่งขันกันอยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามซิลเลอร์เชื่อว่าฐานอันแข็งแกร่งขององค์กรเช่นที่ว่านี้ส่วนใหญ่ที่สุดยังอยู่ในสหรัฐอเมริกา และสินค้าวัฒนธรรมที่ผลิตจากอเมริกาก็ยังเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้ประเทศมากเป็นอันดับสองรองจากอุตสาหกรรมเครื่องบินและอวกาศ โดยในยุค 1990 ประเทศต่าง ๆ จ่ายเงินซื้อสินค้าบันเทิงของอเมริกาปีละ 7.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ และรายได้เหนือรายจ่ายสุทธิทางการค้าของอุตสาหกรรมกระจายเสียงของอเมริกาอยู่ที่ปีละ 2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ อเมริกาจึงยังคงเป็นผู้ส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมรายใหญ่ที่สุดของโลกอยู่ดีนั่นเอง (วิภา อุตมฉันท, 2541 : 80 – 86)

กล่าวโดยสรุป ซิลเลอร์เชื่อว่าระบบสื่อสารมวลชนและสารสนเทศของสหรัฐอเมริกาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการช่วยธำรงระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเสรีเอาไว้ โดยด้านหนึ่งผลิตสินค้าที่นำรายได้มาสู่บรรษัทอเมริกาขนาดใหญ่ และอีกด้านหนึ่งอาศัยเนื้อหาสาระและรูปแบบของสินค้าสื่อในการถ่ายทอดอุดมการณ์และค่านิยมแบบอเมริกัน เพื่อสร้างความนิยมให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า

## 6. แนวความคิดโลกาภิวัตน์

### ความหมายของโลกาภิวัตน์

โลกาภิวัตน์เป็นกระบวนการพัฒนาในระดับโลก คือ การเคลื่อนตัวหรือการพัฒนาของทุนในระดับโลก ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ประมาณศตวรรษที่ 15 – 16 (การขยายตัวของ การสะสมทุนการค้า และการล่าอาณานิคมในช่วงระหว่างปี 1500 ถึง ปี 1750) ได้กลายเป็นเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาทุนอุตสาหกรรมในยุโรป และการกำเนิดของทุนได้นำไปสู่การเชื่อมโยงของเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมระหว่างทวีปสี่ทวีปเข้าด้วยกัน คือ ยุโรป อเมริกา แอฟริกา และเอเชีย โดยมียุโรปเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาของระบบทุน จะเห็นได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระบบสังคมเศรษฐกิจโลกกลายเป็นโลกาภิวัตน์ คือความหมายของพลังทุน และพัฒนาการที่ก้าวไกลของเทคโนโลยี (ธงชัย สันติวงษ์ : 2539, 12)

**พลังทุนเติบโตใหญ่** ทำให้การแข่งขันยิ่งทำได้ง่าย รายใหญ่มีพลังทุนที่จะขยายต่อไปทั่วโลกได้ ส่วนรายย่อยก็ถูกเปลี่ยนไป ขณะที่บางส่วนถูกกระทบแพ้ไปนั้น บางส่วนก็ได้รับโอกาสใหม่ ๆ จากการขยายตัวของการค้าโลกที่เปิดกว้างและเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมากมายด้วย

**เทคโนโลยีก้าวไกล** ทำให้องค์กรที่รู้จักนำมาใช้อย่างเหมาะสมสามารถทำงานได้อย่างสะดวกสบาย ได้คุณภาพ และราคาถูก ทำให้ชนะคู่แข่งได้ไม่ยากในพื้นที่ฐานสำคัญของการผลิต การขาย แล้วลามต่อไปถึงการแข่งบริการและแข่งสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น บริการธนาคาร ทางโทรศัพท์

ในส่วนพัฒนาการของระบบเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ และเครือข่ายธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนในยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้ประชากรในประเทศต่าง ๆ สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารความบันเทิงจากทั่วทุกมุมโลกได้สะดวก รวดเร็ว และชัดเจน (แม้ในสภาพที่เป็นจริงจะไม่ได้เป็นไปอย่างเท่าเทียมกันจากทั่วทุกมุมโลก) ผ่านระบบต่าง ๆ อาทิ ระบบดาวเทียม ระบบเคเบิลใยแก้ว อินเทอร์เน็ต ฯลฯ จนมีคำกล่าวว่าจะขณะนี้ประเทศต่าง ๆ เปรียบเสมือนเป็นสมาชิกของ “หมู่บ้านโลก” สมาชิกในสังคมโลกมีโอกาสติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกขึ้น โดยไม่มีพรมแดนในเชิงภูมิศาสตร์เป็นอุปสรรคต่อพฤติกรรมกรการบริโภคข้อมูลข่าวสารของบุคคล ทุกวันนี้ข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศกลายเป็นเรื่องระหว่างชาติเช่นเดียวกับเงิน รัฐบาลในประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่มีการปกครองระบบเผด็จการยังควบคุมรายการข่าวสารต่าง ๆ อยู่ก็นับวันจะหมดประสิทธิภาพลง การที่ข้อมูลข่าวสารกลายเป็นสิ่งที่ไม่มีความหมายนับได้ว่าเป็นต้นเหตุสำคัญของการล่มสลายของระบบคอมมิวนิสต์และอาณาจักรโซเวียต



ราชการโฆษณา หรือราชการละคร ต่างบรรจุข้อมูลข่าวสารพอ ๆ กับราชการข่าวที่ผ่านขั้นตอนการควบคุมอย่างละเอียด ผู้บริโภคข่าวสารในนานาประเทศต่างซึมซับวัฒนธรรมของประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างสหรัฐอเมริกา บางประเทศอย่างเช่นญี่ปุ่น ฝรั่งเศสพยายามคุ้มครองวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมของตนไว้ ด้วยการปิดกั้นข่าวสารบางประเภทเพื่อไม่ให้เข้าถึงประชาชน แต่ความพยายามดังกล่าวก็ไร้ผล เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่เปิดช่องทางให้บุคคลหลีกเลี่ยงการควบคุมแบบรวบอำนาจในด้านสารสนเทศได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ นานา ไม่ว่าจะเป็นการมีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว โทรสาร โทรศัพท์ วิดีโอเทป ตลอดจนเครื่องรับโทรทัศน์ที่สามารถรับสัญญาณภาพจากดาวเทียม การปิดกั้นช่องทางสารสนเทศจึงเป็นไปได้ยากต่อไป

โลกาภิวัตน์ ก็คือการเคลื่อนตัวหรือการพัฒนาของทุนในระดับโลกซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ประมาณศตวรรษที่ 15 ถึง 16 คลื่นลูกแรกแห่งพัฒนาการของทุนก็คือการปฏิวัติทางการค้าและเงินตรา และการขึ้นของศูนย์กลางของระบบเศรษฐกิจสินค้าและเงินตราในยุโรปตะวันตก ซึ่งเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับวิกฤติการณ์ของระบบศักดินาในยุโรป (วิกฤติการณ์ของระบบศักดินาเกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 13 ถึง 13) ยุค ศรีอาริยะ (2537 : 6-8) พลังคลื่นการปฏิวัติทางการค้านำไปสู่ความต้องการสินค้า วัตถุดิบ เงิน และทอง นำไปสู่การเชื่อมตัวทางการค้าระหว่างยุโรปตะวันตกกับยุโรปตะวันออก และระหว่างยุโรปกับเอเชียนำไปสู่การค้นพบทวีปอเมริกาเมื่อปี 2035 (1492) และการเข้าสู่ทวีปแอฟริกา เมื่อประมาณปี 1987 (1444) นำไปสู่การค้นพบวิธีการในการสะสมทุนและสร้างกำไรแบบใหม่ นั่นก็คือการล่าอาณานิคมและการปล้นชิงทรัพยากรและความมั่งคั่งจากดินแดนรอบนอก พร้อมกันนี้ได้เกิดรัฐในรูปแบบรัฐอาณานิคม (Empire States รัฐที่มีขอบเขตอำนาจเกินกว่าเขตแดนของประเทศตนเอง) ขึ้นในยุโรปตะวันตก

การปล้นชิงทองและเงินในอเมริกากลางและอเมริกาใต้ และการล่าทาสในแอฟริกาคือหัวใจที่สำคัญของการพัฒนาการของทุนยุโรป การปล้นชิงทรัพยากรที่มีค่าและการค้าทาสก่อให้เกิดกำไรมหาศาลแก่ทุนทรัพย์กลางในช่วงศตวรรษที่ 17 บริษัท East India มีกำไรเฉลี่ยประมาณ 100 เปอร์เซ็นต์ การค้าทาสในอเมริกาใต้สร้างกำไรมากกว่า 300 เปอร์เซ็นต์ในช่วงศตวรรษที่ 16 ทางแอฟริกาเกือบ 1 ล้านคนถูกส่งลงเรือไปอเมริกาตัวเลขนี้เพิ่มขึ้นเป็น 2.75 ล้านคนในศตวรรษที่ 17 และเพิ่มขึ้นเป็นถึง 7 ล้านคนในศตวรรษที่ 18

ในศตวรรษที่ 16 ถึง 17 ทองและเงินที่ได้มาจากการสร้างระบบเหมืองแร่ และการใช้แรงงานแบบบังคับแบบทาสในทวีปอเมริกาได้กลายเป็นที่มาอันสำคัญของระบบการเงินตราของยุโรป กลายเป็นรายได้ที่นำมาใช้ในการลงทุน การสร้างอาวุธ กระตุ้นการผลิตทางด้านหัตถกรรม และนำไปสู่การขยายตัวทางการค้าระหว่างยุโรปกับเอเชีย ในศตวรรษที่ 17 การล่าอาณานิคม

ได้ขยายตัวเข้าสู่เอเชีย อังกฤษได้เข้ายึดอินเดียเป็นเมืองขึ้น ขณะเดียวกัน อินเดียซึ่งก็ถูกยึดครองโดยเนเธอร์แลนด์และโปรตุเกส เกิดการตั้งหลักแหล่งใหม่ของคนยุโรปในอเมริกาเหนือ ทูนิยุโรปเริ่มไปตั้งศูนย์การค้าในแอฟริกาตะวันตก

กล่าวอย่างสรุปก็คือ การขยายตัวของการสะสมทุนและการค้า และการล่าอาณานิคม ในช่วงระหว่างปี 2043 (1500) ถึงปี 2293 (1750) ได้กลายเป็นเงื่อนไขที่สำคัญของการพัฒนาทุนอุตสาหกรรมในยุโรป จะเห็นได้ว่ากำเนิดของทุนได้นำไปสู่การเชื่อมโยงของเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมระหว่างทวีปเข้าด้วยกัน คือ ยุโรป อเมริกา แอฟริกา และเอเชีย โดยมียุโรปเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาของระบบทุนโลก นี่คือนี่มาของสิ่งที่เรียกว่า โลกาภิวัตน์ (Globalization)

ในยุคโลกาภิวัตน์ ระบบสารสนเทศไร้พรมแดนที่ทรงพลังยิ่งใหญ่นี้ได้ทำหน้าที่เป็นศูนย์โฆษณาชวนเชื่อ และศูนย์ผลิตจิตวิญญาณ (ความฝัน ค่านิยม ความเชื่อ) โลกาภิวัตน์ ซึ่งมีตลาดเงิน และตลาดทุนโลกเป็นหัวใจของระบบ ดังนั้น ระบบสารสนเทศไร้พรมแดนทั้งหมดจึงกลายเป็นเครื่องมือทรงพลังที่สุดในการสร้างภาพมายา และสร้างกระแสเสนอความยิ่งใหญ่สูงสุด และความรุ่งเรืองของระบบทุนนิยมโลกและระบบตลาดเสรี

นอกจากนี้ ระบบสารสนเทศไร้พรมแดนยังถูกใช้เป็นเครื่องมือของสงครามทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง และทางวัฒนธรรม กล่าวอย่างสรุปคือ

**ประการแรก** การใช้สื่อไร้พรมแดนเป็นเครื่องมือในการเสนอแบบวัฒนธรรมโลกใหม่ โดยมี Hollywood และแบบวัฒนธรรมการบริโภคนิยมเป็นหัวใจของวัฒนธรรมโลก วัฒนธรรมนี้กำลังแพร่ขยายออกไปทั่วโลก ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการครอบและการทำลายวัฒนธรรมระดับชาติและท้องถิ่นลง

**ประการที่สอง** การใช้สื่อเป็นเครื่องมือของการดำเนินสงคราม (การเมือง) ตัวอย่างเช่น สื่อในการทำลายภาพพจน์ของรัฐฝ่ายตรงข้าม เช่น อเมริกาได้ใช้สื่อในการทำลายภาพของผู้นำอิรักว่า เป็นศัตรูของชาวโลก และเป็นปีศาจ ซาดาน เป็นต้น

**ประการที่สาม** การใช้สื่อไร้พรมแดน เป็นเครื่องมือในการทำสงครามเศรษฐกิจ และการแสวงหากำไรของทุนเก็งกำไรไร้พรมแดน

การแสวงหากำไรแบบไร้พรมแดนในยุคปัจจุบันก็คือ การปั่นค่าเงินและการปั่นหุ้น สื่อไร้พรมแดนกลายเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่สุด (ยุค ศรีอาริยะ, 2541 : 47)

## 7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปริญญา จิตศิริตนากกร (2538) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ (ฮอลลีวูด) ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การสื่อสารการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์อเมริกัน (ฮอลลีวูด) ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร นิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานครชอบเข้าชมภาพยนตร์อเมริกัน (ฮอลลีวูด) ในโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่ง โดยมีได้ให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ ชอบเข้าชมกันเป็นกลุ่ม ในช่วงเวลาบ่ายของวันเสาร์-อาทิตย์

ผจงจิตต์ สุขุมนัส (2538) ศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตกของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนสามารถเลือกรับรู้ข่าวสารจากสื่อสารทุกประเภท อาทิเช่น สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสิ่งโน้มน้าวใจประเภทต่าง ๆ เพื่อโน้มน้าวใจให้ประชาชนเข้ากิจการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตกประเภทนั้น ๆ แตกต่างกัน สื่อเฉพาะกิจที่สามารถ โน้มน้าวใจให้ประชาชนเข้าถึงร้านฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตกมากที่สุด คือ “โฆษณา ณ แหล่งขาย” สื่อมวลชน ที่สามารถโน้มน้าวใจให้ประชาชนเข้าถึงร้านฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตกมากที่สุด คือ “โทรทัศน์” สิ่งโน้มน้าวใจประเภทอื่น ๆ ที่สามารถโน้มน้าวใจให้ประชาชนเข้าถึงร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตกมากที่สุด คือ “รสชาติอาหารคิปปาก” และ “มีการตกแต่งร้านที่ดี และมีสัญญาณลึกลับประจำร้านที่โดดเด่น” สื่อบุคคลที่สำคัญที่สุดของกิจการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตก คือ “มีผู้บริหารที่มีเทคนิคในการบริหารที่ดี” พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตก ประชาชนส่วนใหญ่นิยมเข้า “ร้าน เอ แอนด์ คับบลิว” บ่อยที่สุด

ฉัตรชัย จันทศรี (2544) ศึกษาเรื่อง การถ่ายทอดวัฒนธรรมอเมริกันของภาพยนตร์อเมริกันฮอลลีวูด พบว่า แก่นความคิดของภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีลักษณะเป็นสากล โดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับมนุษย์และสิ่งรอบตัว จึงทำให้เนื้อหาต่าง ๆ ของภาพยนตร์อเมริกันฮอลลีวูดเป็นเรื่องที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และมีส่วนทำให้ภาพยนตร์อเมริกันฮอลลีวูดได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ลักษณะวิถีชีวิตของความเป็นอยู่ของตัวละครในภาพยนตร์อเมริกันฮอลลีวูด มีการแสดงออกถึงสภาพของสังคมที่มีความเจริญทางด้านวัตถุอย่างสูง โดยภาพยนตร์อเมริกันฮอลลีวูดหลายเรื่องเน้นความสำคัญของสถาบันครอบครัวเป็นพิเศษ ตัวละครส่วนใหญ่ดำเนินชีวิตตามแนวทางของความฝันแบบอเมริกัน และตัวละครเหล่านี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เกิดความถูกต้องชอบธรรมแก่ตนเอง และสังคม

ในส่วนของวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม พบว่า ค่านิยมที่พบมากได้แก่ ค่านิยมเกี่ยวกับครอบครัว, ค่านิยมเกี่ยวกับมิตรภาพ, ค่านิยมเกี่ยวกับความรับผิดชอบ, ค่านิยมเกี่ยวกับความกล้าหาญ, ค่านิยมเกี่ยวกับการช่วยเหลือผู้อื่น ฯลฯ ส่วนอุดมการณ์ที่พบได้แก่ อุดมการณ์มนุษยนิยม, อุดมการณ์ย้อนกลับสู่สามัญ, อุดมการณ์ปัจเจกชนนิยม, อุดมการณ์ชาตินิยม, อุดมการณ์ทุนนิยม และอุดมการณ์อเมริกันนิยม โดยภาพยนตร์อเมริกันฮอลลีวูดนั้นถือเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่มีการผลิตวัฒนธรรม และผลิตซ้ำวัฒนธรรมเหล่านี้ เพื่อให้เกิดการสืบทอดวัฒนธรรมอเมริกันต่อ ๆ ไป

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อศึกษาความคิดเห็น ทศนคติ ความพึงพอใจ แรงโน้มแน้วใจจากวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ที่ทำให้นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและ สังคมไทย รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงใหม่ of วัฒนธรรมโลก ดังมีรายละเอียดในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

#### ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 17 – 25 ปี ที่ศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครตามสถาบันการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. มหาวิทยาลัยมหิดล
5. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร
6. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
7. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ คือ นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้ วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และสุ่มแบบกำหนดสัดส่วน

จำนวนตัวอย่าง สำหรับการกำหนดจำนวนตัวอย่างจะใช้วิธีเปิดตารางของทาโร่ ยามาเน (Taro Yamane, 1973 : 50-60) โดยให้มีความระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% และมีความคลาดเคลื่อนระหว่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 0.05 พบว่า ขนาดประชากรเกิน 1 แสนคนขึ้นไปและสำหรับประชากรไม่จำกัดจำนวนคือ 400 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาตามคณะต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลาย

จากข้อมูลรายงานการสำรวจสถาบันอุดมศึกษาของรัฐสังกัดทบวงมหาวิทยาลัยปีการศึกษา 2544 ศูนย์สารสนเทศ สำนักนโยบายและแผนอุดมศึกษา สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย มีจำนวนประชากรกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับอุดมศึกษาสังกัดทบวงมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 109,711 คน จากค่าความเชื่อมั่น 95% กลุ่มตัวอย่างจะมีความคลาดเคลื่อนไม่น้อยกว่า 5% หรือ ( $E = 0.05$ ) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยเชิงสำรวจ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยสุ่มแบบบังเอิญ

ตารางที่ 1 แสดงค่าจำนวนร้อยละ นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ในปีการศึกษา 2544 โดยจำแนกตามมหาวิทยาลัยและเพศในระดับปริญญาตรี

สถาบัน	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ	รวม
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	7672	6.99	10419	9.50	18091
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	7458	6.80	10128	9.23	17586
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	11758	10.72	11122	10.14	22880
มหาวิทยาลัยมหิดล	5174	4.72	12039	10.97	17213
มศว. ประสานมิตร	5361	4.89	6166	5.62	11527
สถาบันเทคโนโลยีพระนครเหนือ	7841	7.15	3663	3.34	11504
สถาบันเทคโนโลยีลาดกระบัง	9124	8.32	1786	1.63	10910
รวมนักศึกษาทุกสถาบันเป็นจำนวนทั้งสิ้น					109711

ที่มา : รายงานการศึกษาสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2544  
ศูนย์สารสนเทศ สำนักงานนโยบายและแผนอุดมศึกษา สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย

ในการสุ่มตัวอย่างใช้แบบสอบถาม 400 ชุด แบ่งตามเกณฑ์และสถาบัน ส่วนนักศึกษาแต่ละสถาบันทั้งชายและหญิง เมื่อเทียบอัตราส่วนของนักศึกษาทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 0.37 จะได้กลุ่มตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละแบบสอบถามที่ต้องใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากสถาบันการศึกษาทั้งสิ้น 7 สถาบัน

สถาบัน	ชาย	ร้อยละ	จำนวน	หญิง	ร้อยละ	จำนวน	รวม
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	7672	6.99	28	10419	9.50	38	18091
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	7458	6.80	27	10128	9.23	37	17586
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	11758	10.72	43	11122	10.14	41	22880
มหาวิทยาลัยมหิดล	5174	4.72	19	12039	10.97	44	17213
มศว. ประสานมิตร	5361	4.89	20	6166	5.62	22	11527
สถาบันเทคโนโลยี พระนครเหนือ	7841	7.15	29	3663	3.34	13	11504
สถาบันเทคโนโลยี ลาดกระบัง	9124	8.32	32	1786	1.63	7	10910
รวม	54388	49.57	199	55323	50.43	201	109711

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยและทีมงานคณะวิจัยอีก 3 คน เป็นผู้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเอง ก่อนลงมือเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างภาคสนาม ผู้วิจัยจะชี้แจงกับคณะวิจัยทุกคนให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้เข้าใจกันอย่างแน่ชัดและทั่วถึง มีการซักซ้อมทำความเข้าใจกันเป็นอย่างดี สถานที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการปฏิบัติงานภาคสนาม คือ ภายในมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ช่วงเวลาในการทำการสำรวจเก็บข้อมูลวิจัย คือ 15 มิถุนายน – 31 กรกฎาคม 2545 ศึกษาภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่ออกฉายในประเทศไทยตั้งแต่ มกราคม 2545 – 30 มิถุนายน 2545 จำนวน 10 เรื่อง SPIDER MAN, MONSTER. INC, AMERICAN PIE 2, WE ARE SOLDIERS, OCEAN'S ELEVEN, BEHIND ENEMY LINES, SPY GAME, SHALLOW HALL, THE ONE, CAPTAIN CORE LLIS' MANDOLIN

## ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษาต่อความเหมาะสมของเนื้อหาทางวัฒนธรรมอเมริกันและการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ตัวแปรอิสระ : การเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ตัวแปรตาม : ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อความเหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันและการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ตัวแปรอิสระ : ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตัวแปรตาม : ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ภาพที่ 1

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม





## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถาม 1 ชุดจะมีคำถามทั้งหมด 30 ข้อ จะประกอบด้วยคำถามปลายปิดเป็นส่วนใหญ่ คำถามปลายเปิดจะใช้ในส่วนข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสาร บทความ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ รวมทั้งได้รับคำปรึกษาแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยแบ่งโครงสร้างออกเป็นดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง ภูมิหลังและสภาพเศรษฐกิจ สังคม ของกลุ่มตัวอย่างเป็นคำถามปลายปิด เช่น เพศ อายุ มหาวิทยาลัย ระดับรายได้ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาารเปิดรับวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด ในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 10 ข้อ เช่น พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของนักศึกษา เหตุผลในการชมภาพยนตร์ของนักศึกษา

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด และวัฒนธรรมอเมริกันที่เป็นเครื่องมือของการรอบำทางวัฒนธรรม เป็นคำถามปลายปิด จำนวน 8 ข้อ เช่น ความชอบ/ไม่ชอบในเนื้อหาของวัฒนธรรมอเมริกัน และองค์ประกอบอื่น ๆ ในภาพยนตร์ต่อความคิดเห็นของนักศึกษา

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็นข้อเสนอแนะที่มีต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด 4 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิดให้กลุ่มเป้าหมายแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่

## การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

หลังจากเสร็จสิ้นจากกระบวนการสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจำนวน 15 ชุด ไปทำการทดสอบ (Pre test) กับกลุ่มนักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะต่าง ๆ ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach มีการกำหนดค่าความเชื่อมั่นให้ได้สูงกว่า 0.75 มีสูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \sum \frac{v_1}{v_+} \right)$$

K คือ จำนวนข้อสอบ  
 V1 คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ  
 V+ คือ ความแปรปรวนคะแนนรวมการทดสอบทั้งหมด  
 จากการทดสอบความเชื่อมั่น ได้ค่า  $\text{Alpha} = 0.8014$   
 ได้ค่า  $\text{Alpha} = 0.8014$  แสดงว่าแบบทดสอบมีความน่าเชื่อถือ

จากนั้นนำแบบสอบถามมาทำการปรับปรุงตามผลการทดสอบที่ได้ เพื่อที่จะได้ออกทางการสำรวจจริง

### วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษารวบรวมข้อมูล เอกสาร ค้นคว้าข้อมูลที่สำคัญของหนังสือวิชาการ วารสาร นิตยสาร วิทยานิพนธ์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางกำหนดการศึกษา ปัญหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ประเด็นที่สำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัย
2. สร้างแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสม ครอบคลุม ตามข้อมูลและทฤษฎีที่ต้องการ
3. ทดลองนำแบบสอบถามจำนวน 15 ชุด ไปทดลองใช้กับกลุ่มนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเพื่อนำ ข้อมูลมาปรับปรุงให้ดีขึ้น
4. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง
5. นำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

### การวัดตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนและเกณฑ์การวัดค่าตัวแปร ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้ 5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	ให้ 4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ให้ 2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน

เมื่อศึกษาปริมาณความมากน้อยของแต่ละคำตอบจากผลรวมของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยมาเป็นเกณฑ์ในการบรรยายลักษณะของค่าตัวแปรตามมาตราของลิเคิร์ต (Likert, 1961 : 97) โดยกำหนดแนวคำตอบเป็น 5 ระดับเพื่อคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น (class interval) ของความกว้างในแต่ละอันตรภาคชั้นตามสูตร ดังนี้

$$\text{พิสัยเท่ากับ } \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{แทนค่า เท่ากับ } \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของการให้ระดับคะแนนในแต่ละอันตรภาคชั้นจะมีลักษณะ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 คะแนน	หมายถึง	ระดับเห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 คะแนน	หมายถึง	ระดับเห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 คะแนน	หมายถึง	ระดับเห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 คะแนน	หมายถึง	ระดับเห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 คะแนน	หมายถึง	ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากประเด็นต่างๆ ได้สำรวจดำเนินวิธีการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมช่วยวิเคราะห์ข้อมูลสถิติทางสังคมศาสตร์ (SPSS for windows) มาช่วยในการคำนวณค่าทางสถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยในการอธิบายข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ค่า T-Test ค่า One way-Anova
2. สถิติเชิงอนุมานใช้ค่า Peason Chi-Square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเป็นการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One-shot descriptive) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงภาพยนตร์ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS จากนั้นทำการสรุปผลการวิจัยในรูปแบบของตารางและการบรรยายประกอบ จากการวิเคราะห์แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด สามารถนำเสนอผลการวิจัย โดยเรียงลำดับผลการวิจัยดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะภูมิหลังทางประชากรศาสตร์
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด
- ตอนที่ 3 ข้อมูลเรื่องความคิดเห็นนักศึกษาต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและวัฒนธรรมอเมริกันในการครอบงำวัฒนธรรม
- ตอนที่ 4 ข้อมูลเรื่องความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด
- ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้
- ตอนที่ 6 ข้อมูลเรื่องสรุปความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด

### ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เพศ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา มหาวิทยาลัยที่ศึกษา สาขาวิชาที่ศึกษา ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายละเอียดดังตารางที่ 3 – 9

ในช่วงหนึ่งเดือนที่ผ่านมาจากนักศึกษามหาวิทยาลัยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า นักศึกษารับชมภาพยนตร์ 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 ไม่รับชมภาพยนตร์ จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด  
ในหนึ่งเดือน

การรับชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
รับชมภาพยนตร์	231	57.8
ไม่รับชมภาพยนตร์	168	42.0
ไม่ตอบ	1	0.3
รวม	400	100.0

**เพศ**

จากนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 เป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	199	49.8
หญิง	201	50.3
รวม	400	100.0

### อายุ

จากนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 20-22 ปี ซึ่งมีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา อายุ 17 – 19 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 ลำดับที่สามอายุ 23 – 25 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และไม่ตอบจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
17 – 19 ปี	135	33.8
20 – 22 ปี	229	57.3
23 – 25 ปี	34	8.5
ไม่ตอบ	2	0.5
รวม	400	100.0

### ชั้นปีที่ศึกษา

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 ซึ่งมีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมากำลังศึกษาอยู่ปี 4 จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ลำดับที่สามศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ลำดับที่ 4 ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และไม่ตอบจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา

ชั้นปี	จำนวน	ร้อยละ
1	69	17.3
2	82	20.5
3	137	34.3
4	108	27.0
ไม่ตอบ	4	1.0
รวม	400	100.0



### มหาวิทยาลัยที่ศึกษา

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ซึ่งมีจำนวน คือ 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 รองลงมา คือ ศึกษาอยู่ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ลำดับที่สามศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ลำดับที่สี่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยมหิดล จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ลำดับที่ห้าศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ลำดับที่หกศึกษาอยู่ที่สถาบันพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ลำดับที่เจ็ดศึกษาอยู่ที่สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมหาวิทยาลัยที่ศึกษา

มหาวิทยาลัย	จำนวน	ร้อยละ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	68	17.0
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	65	16.3
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	81	20.3
มหาวิทยาลัยมหิดล	64	16.0
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร	44	11.0
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	39	9.8
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	38	9.5
รวม	400	100.0

### คณะวิชาที่ศึกษา

จากนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในคณะอื่น ๆ ที่ไม่ได้ระบุลงในแบบสอบถามซึ่งมีจำนวน คือ 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือศึกษาอยู่คณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 อันดับที่สามศึกษาอยู่คณะแพทยศาสตร์และสัตวแพทย์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 อันดับที่สี่ศึกษาอยู่คณะเศรษฐศาสตร์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 อันดับที่ยี่ห้าศึกษาอยู่คณะสังคมศาสตร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 อันดับที่ยี่หก ศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ และคณะมนุษยศาสตร์ คณะละ 9 คน ทุกคณะคิดเป็นร้อยละ 2.3 ต่อคณะ อันดับที่ยี่เจ็ด ศึกษาอยู่คณะบัญชี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 อันดับที่ยี่แปดศึกษาอยู่คณะนิติศาสตร์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับรายละเอียดดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะวิชาที่ศึกษา

คณะวิชาที่ศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
บัญชี	4	1.0
บริหารธุรกิจ	9	2.3
นิติศาสตร์	3	0.8
นิเทศศาสตร์	9	2.3
วิศวกรรมศาสตร์	78	19.5
แพทยศาสตร์ และสัตวแพทย์	27	6.8
เศรษฐศาสตร์	23	5.8
มนุษยศาสตร์	9	2.3
สังคมศาสตร์	20	5.0
อื่น ๆ	212	53.0
รวม	400	100.0

### ระดับรายได้

จากนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001 – 4,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,001 – 5,001 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อันดับที่สามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,001 บาทขึ้นไป จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 อันดับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และไม่ตอบจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	81	20.3
3,001 – 4,000 บาท	140	35.0
4,001 – 5,000 บาท	88	22.0
มากกว่า 5,001 ขึ้นไป	86	21.5
ไม่ตอบ	5	1.3
รวม	400	100.0

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดและความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด รายละเอียดดังตารางที่ 10 – 19

### เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่นักศึกษาใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ในเรื่องเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่นักศึกษาใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมเพื่อความบันเทิงและเป็นสันทนาการยามว่างซึ่งมีจำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 รองลงมา คือ ภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับไปทั่วโลก จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และอันดับที่สามเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของสังคมตะวันตกและอเมริกามีจำนวนน้อยที่สุด คือ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ไม่ตอบ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 แต่ความนิยมในวัฒนธรรมแบบตะวันตกไม่มีผู้เลือกตอบเลย รายละเอียดดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่นักศึกษาใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด

เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่นักศึกษาใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด	จำนวน	ร้อยละ
ความนิยมในวัฒนธรรมแบบตะวันตก	0	0
เรียนรู้วัฒนธรรม และ วิถีชีวิตของสังคมตะวันตกและอเมริกัน	17	4.3
ภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับไปทั่วโลก	31	7.8
เพื่อความบันเทิงและเป็นการสันทนาการยามว่าง	345	86.3
ไม่ตอบ	7	1.8
รวม	400	100.0

### นักศึกษาชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงภาพยนตร์บ่อยครั้งเพียงใด

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ในเรื่องนักศึกษาชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงภาพยนตร์บ่อยแค่ไหน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมน้อยกว่าเดือนละครั้ง ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด คือ 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมา คือ เดือนละครั้ง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 2 – 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และอันดับที่ 3 อาทิตย์ละครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 แต่ก็มีไม่ตอบ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 รายละเอียดดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงภาพยนตร์บ่อยครั้งเพียงใด

นักศึกษาชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงภาพยนตร์บ่อยครั้งเพียงใด	จำนวน	ร้อยละ
อาทิตย์ละครั้ง	9	2.3
2 – 3 ครั้ง / เดือน	77	19.3
เดือนละครั้ง	134	33.5
น้อยกว่า เดือนละครั้ง	178	44.5
ไม่ตอบ	2	0.5
รวม	400	100.0

### นักศึกษาเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมานานเท่าใด

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเรื่องนักศึกษาเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมานานเท่าใด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มชมมากกว่า 4 ปี ซึ่งมีจำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือเริ่มชมมา 2-4 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 อันดับที่สามเริ่มชมมา 1 – 2 ปี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 อันดับที่ตั้งี่เริ่มชม 6 เดือน – 1 ปี มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และชมมาน้อยกว่า 6 เดือน มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 รายละเอียดดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมานานเท่าใด

นักศึกษาเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมานานเท่าใด	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 4 ปี	296	74.0
2 – 4 ปี	60	15.0
1 – 2 ปี	24	6.0
6 เดือน – 1 ปี	11	2.8
น้อยกว่า 6 เดือน	9	2.3
รวม	400	100.0

### นักศึกษาใช้บริการชมภาพยนตร์ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเรื่องนักศึกษาใช้บริการชมภาพยนตร์ในช่วงใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการชมภาพยนตร์เวลาหลังจาก 18.00 น. ไปแล้ว ซึ่งมีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาคือเวลา 14.01 – 16.00 น. จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 อันดับที่สามชมเวลา 16.01 – 18.00 น. จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 อันดับที่สี่ชมเวลา 12.01 – 14.00 น. จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และก่อน 12.00 น. น้อยที่สุดจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 แต่ก็มีไม่ตอบจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 รายละเอียดดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้บริการชมภาพยนตร์ในช่วงเวลาใด

นักศึกษาใช้บริการชมภาพยนตร์ ช่วงเวลาใดมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ก่อน 12.00 น.	6	1.5
12.01 – 14.00 น.	53	13.3
14.01 – 16.00 น.	105	26.4
16.01 – 18.00 น.	104	26.1
หลังจาก 18.00 น. ไปแล้ว	129	32.4
ไม่ตอบ	3	0.8
รวม	400	100.0

### โรงภาพยนตร์ประเภทใดที่นักศึกษาเลือกใช้บริการมากที่สุด

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเรื่องโรงภาพยนตร์ประเภทใดที่นักศึกษาเลือกใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในห้างสรรพสินค้า เช่น EGV ซึ่งมีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมา คือ โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์นอกห้างสรรพสินค้า เช่น เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 อันดับที่สามโรงภาพยนตร์ชั้น 2 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 อันดับที่สุดโรงภาพยนตร์ชั้น 1 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 จำนวนน้อยสุด แต่ก็ไม่มีตอบจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 รายละเอียดดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทโรงภาพยนตร์ที่เลือกใช้บริการ

โรงภาพยนตร์ประเภทใดที่นักศึกษาเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในห้างสรรพสินค้า เช่น EGV	201	50.3
โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์นอกห้างสรรพสินค้า เช่น เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์	174	43.5
โรงภาพยนตร์ ชั้น 1	5	1.3
โรงภาพยนตร์ ชั้น 2	9	2.3
ไม่ตอบ	11	2.8
รวม	400	100.0



### วันที่นักศึกษาชอบไปชมภาพยนตร์มากที่สุด

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเรื่องที่ว่าวันใดที่นักศึกษาชอบไปชมภาพยนตร์มากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีกำหนดแน่นอนในการชมซึ่งมีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ วันเสาร์-อาทิตย์ มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 อันดับที่สาม วันธรรมดามีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 มีจำนวนน้อยที่สุด และมีไม่ตอบ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 รายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวันที่นักศึกษาชอบไปชมภาพยนตร์

วันที่นักศึกษาชอบไปชมภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา	58	14.5
วันเสาร์ – อาทิตย์	165	41.3
วันหยุดนักขัตฤกษ์	2	0.5
ไม่มีกำหนดแน่นอน	174	43.5
ไม่ตอบ	1	0.3
รวม	400	100.0

### นักศึกษาไปใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับใคร

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเรื่องนักศึกษาไปใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับใคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปชมกับเพื่อนสนิทและเพื่อนในกลุ่มซึ่งมีจำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมาคือไปกับครอบครัว มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 อันดับที่สามไปคนเดียว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ในขณะที่จำนวนน้อยที่สุด คือ กับผู้ปกครอง และ ไม่ตอบมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ รายละเอียดตามตารางที่ 16

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการที่ไปชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับใคร

นักศึกษาไปชมภาพยนตร์กับใคร	จำนวน	ร้อยละ
ไปคนเดียว	18	4.5
ไปกับเพื่อนสนิทและเพื่อนในกลุ่ม	348	87.0
ไปกับครอบครัว	28	7.0
ไปกับผู้ปกครองและญาติ	3	0.8
ไม่ตอบ	3	0.8
รวม	400	100.0

### นักศึกษาคิดว่าโรงภาพยนตร์ควรมีทำเลที่ตั้งที่ใด

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเรื่องโรงภาพยนตร์ควรมีทำเลที่ตั้งที่ใด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าโรงภาพยนตร์อยู่ในศูนย์การค้า ซึ่งมีจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือกระจายได้ทั่วกรุงเทพมหานครโดยไม่กำหนด จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 อันดับที่สามคือใกล้ที่ทำงานและสถานศึกษา จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อันดับที่มีห้วมถนนวนในย่านชุมชนและสี่แยกใหญ่ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และไม่ยอมตอบจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ รายละเอียดตามตารางที่ 17

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดว่าโรงภาพยนตร์ควรมีทำเลที่ใด

โรงภาพยนตร์ควรมีทำเลที่ใด	จำนวน	ร้อยละ
ศูนย์การค้า	233	58.3
ห้วมถนนวนในย่านชุมชน สี่แยกใหญ่	18	4.5
ใกล้ที่ทำงาน และสถานศึกษา	59	14.8
กระจายได้ทั่วกรุงเทพฯ โดยไม่กำหนด	84	21.0
ไม่ตอบ	6	1.5
รวม	400	100.0

### นักศึกษาได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากสื่อมวลชนใด

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คน ในเรื่องได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากสื่อมวลชนใด พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจาก วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งมีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมา ภาพยนตร์ตัวอย่าง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 อันดับที่สาม หนังสือพิมพ์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 อันดับที่ยี่โปสเตอร์แนะนำภาพยนตร์จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และได้รับข่าวสารจากทางอื่น ๆ มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากสื่อใด

ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากสื่อมวลชนใดมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ โทรทัศน์	145	36.3
วิทยุกระจายเสียง	5	1.3
หนังสือพิมพ์	51	12.8
นิตยสาร	8	2.0
โปสเตอร์แนะนำภาพยนตร์	26	6.5
ภาพยนตร์ตัวอย่าง	98	24.5
บุคคลอื่นแนะนำ	16	4.0
อื่น ๆ	4	1.0
ไม่ตอบ	47	11.8
รวม	400	100.0

### ภาพยนตร์ประเภทใดที่นักศึกษาชอบชมมากที่สุด

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเรื่องภาพยนตร์ประเภทใดที่นักศึกษาชอบชมมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบชมภาพยนตร์ตลกขบขันซึ่งมีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาคือภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 อันดับที่สามภาพยนตร์โรแมนติก จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 อันดับที่ยี่ภาพยนตร์สงคราม จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และภาพยนตร์การ์ตูน จำนวนน้อยที่สุดคือ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับรายละเอียดดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทภาพยนตร์ที่นักศึกษาชอบดู

ภาพยนตร์ประเภทใดที่นักศึกษาชอบชมมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ภาพยนตร์ชีวิต	24	6.0
ภาพยนตร์โรแมนติก	55	13.8
ภาพยนตร์วิทยาศาสตร์	72	18.0
ภาพยนตร์สยองขวัญ	42	10.5
ภาพยนตร์การ์ตูน	5	1.3
ภาพยนตร์ตลกขบขัน	98	24.5
ภาพยนตร์สงคราม	44	11.0
ภาพยนตร์อื่น ๆ	21	5.3
ไม่ตอบ	39	9.8
รวม	400	100.0

### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและวัฒนธรรมอเมริกันในการครอบงำวัฒนธรรม

จากนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น โดยรวมต่อสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและวัฒนธรรมอเมริกัน ในการครอบงำวัฒนธรรมอยู่ในระดับน้อย ด้วยค่าเฉลี่ยรวม 2.43 สามารถอธิบายได้ว่าถ้าผลคะแนนรวมมีค่าออกมามากขึ้นแสดงว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเห็นด้วยว่า สื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและวัฒนธรรมอเมริกันสามารถครอบงำวัฒนธรรมได้ในทางกลับกัน ถ้าผลของคะแนนรวมมีค่าออกมาน้อยขึ้นนั้นแสดงว่านักศึกษามีความคิดเห็น เห็นด้วยน้อยกว่าสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและวัฒนธรรมอเมริกันสามารถครอบงำวัฒนธรรมได้ หรือสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดไม่สามารถครอบงำวัฒนธรรมได้นั่นเอง ดังนั้น คะแนนค่าเฉลี่ยรวมความคิดเห็น 2.43 จึงสะท้อนให้เห็นว่า ความคิดเห็น โดยรวมของนักศึกษามีความคิดเห็นว่าสื่อภาพยนตร์อเมริกันไม่สามารถครอบงำวัฒนธรรมได้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในทางลบ ในประเด็นความคิดเห็นภาพยนตร์ฮอลลีวูดได้รับความนิยมนจากคนดู เป็นการส่งเสริมการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 2.75 สามารถแสดงให้เห็นว่านักศึกษาเห็นด้วยน้อยกว่า ภาพยนตร์ฮอลลีวูดได้รับความนิยมนจากคนดูและจะเป็นการส่งเสริมการครอบงำวัฒนธรรม รองลงมาคือ ประเด็นความคิดเห็นที่ว่าภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพที่ดีในการเผยแพร่วัฒนธรรม ด้วยค่าเฉลี่ยคือ 2.64 สามารถแสดงให้เห็นว่านักศึกษาเห็นด้วยน้อยกว่า ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่วัฒนธรรมอเมริกัน และประเด็นสื่อภาพยนตร์มีการครอบงำมีผลร้ายและผลดีต่อสังคมไทย ด้วยค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 3 คือ 2.58 สามารถแสดงให้เห็นว่า นักศึกษาเห็นด้วยน้อยกว่าการครอบงำวัฒนธรรมจากสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดไม่มีผลร้ายหรือผลดีใด ๆ ต่อสังคมไทย ส่วนความคิดเห็นที่ว่ากระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมจากตะวันตกสู่ประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้วยค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 2.11 แสดงให้เห็นว่านักศึกษาเห็นด้วยว่า กระแสโลกาภิวัตน์จะมีผลก่อให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมจากตะวันตกสู่ประเทศไทย ตามลำดับรายละเอียดดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นนักศึกษากลุ่มตัวอย่างต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด  
และวัฒนธรรมอเมริกัน

ความคิดเห็น	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	ไม่ ตอบ	จำนวน รวม	ค่า เฉลี่ย $\bar{X}$	S.D.
1. กระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมสร้างวัฒนธรรมใหม่ ๆ มากขึ้นจากโลกตะวันตกสู่ประเทศไทยและเอเชีย	5 (1.3)	7 (1.8)	95 (23.8)	213 (53.3)	78 (19.5)	2 (0.5)	398	2.11 (น้อย)	0.78
2. ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีในการเผยแพร่วัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด	7 (1.8)	18 (4.5)	131 (32.8)	192 (48.0)	51 (12.8)	1 (0.3)	399	2.64 (น้อย)	0.84
3. ภาพยนตร์ฮอลลีวูดได้รับความนิยมจากคนดู การส่งเสริมการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน	24 (6.0)	69 (17.3)	142 (35.5)	113 (28.3)	50 (12.5)	2 (0.5)	398	2.75 (ปานกลาง)	1.07
4. ภาพยนตร์ฮอลลีวูดกำลังครอบงำทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบและยอมรับวัฒนธรรมอเมริกัน วัฒนธรรมอเมริกัน และวัฒนธรรมตะวันตกกำลังครอบงำวัฒนธรรมไทย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง	9 (2.3)	28 (7.0)	121 (30.3)	183 (45.8)	57 (14.3)	2 (0.5)	399	2.38 (น้อย)	0.92

## ตารางที่ 20 (ต่อ)

ความคิดเห็น	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	ไม่ ตอบ	จำนวน รวม	ค่า เฉลี่ย $\bar{X}$	S.D.
5. ภาพยนตร์ฮอลลีวูด ซึ่งมีดารานำแสดงมีชื่อเสียงมีเงินทุนมหาศาล เนื้อเรื่องที่ดี มีการพิถีพิถันในการสร้างสมควรจะได้รับ การยอมรับไปทั่วโลก	11 (2.8)	28 (7.0)	142 (35.5)	154 (38.5)	64 (10.0)	1 (0.3)	399	2.41 (น้อย)	0.93
6. การรับชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นการได้ เรียนรู้วัฒนธรรมอเมริกันและวิถีชีวิตของ ชาวอเมริกัน	6 (1.5)	44 (11.0)	146 (36.5)	160 (40.0)	43 (10.8)	1 (0.3)	399	2.52 (น้อย)	0.88
7. การครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันจาก สื่อภาพยนตร์มีทั้งผลดีและผลร้ายกับ สังคมไทย จึงควรมีนโยบายในการรับมือ กับปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	8 (2.0)	22 (5.5)	105 (26.3)	171 (42.8)	92 (23.0)	2 (0.5)	398	2.20 (น้อย)	0.93
8. ผู้ชมภาพยนตร์มีความชอบวัฒนธรรม อเมริกันที่เผยแพร่ในภาพยนตร์ฮอลลีวูด มากกว่าวัฒนธรรมไทยในภาพยนตร์ไทย ทำให้	18 (4.5)	59 (14.8)	122 (30.5)	138 (34.5)	60 (15.0)	3 (0.8)	397	2.58 (น้อย)	1.06
รวม								2.43 (น้อย)	0.43



#### ตอนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและภาพยนตร์ไทย

นักศึกษาคิดว่าเนื้อหาด้านวัฒนธรรมอเมริกันที่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่กล่าวมาเสนอต่อผู้ชม มีความเหมาะสมหรือไม่

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คน ในเรื่องเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ที่กล่าวมาเสนอต่อผู้ชมเหมาะสมหรือไม่ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันว่าเหมาะสมมีจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 และนักศึกษาไม่เห็นด้วยจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และมีไม่ตอบ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับรายละเอียดดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันที่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเสนอต่อผู้ชม

ความคิดเห็นต่อเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันที่ ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเสนอต่อผู้ชม	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	282	70.5
ไม่เห็นด้วย	104	26.0
ไม่ตอบ	14	3.6
รวม	400	100.0

นักศึกษาเห็นด้วยหรือไม่กับการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกัน ผ่านสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด เป็นสิ่งปกติในสังคมและวัฒนธรรมไทย

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คน ในเรื่องการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันผ่านสื่อ ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสิ่งปกติในสังคมและวัฒนธรรมไทย พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่จะเห็นด้วยว่า การนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันผ่านสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสิ่งปกติในสังคมไทยมีจำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 และนักศึกษาไม่เห็นด้วย จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และไม่ตอบจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 รายละเอียดดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันผ่านสื่อฮอลลีวูดเป็นสิ่งปกติในสังคมไทย

ความคิดเห็นต่อการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันผ่านสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสิ่งปกติในสังคมไทย	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	324	81.0
ไม่เห็นด้วย	72	18.0
ไม่ตอบ	4	1.0
รวม	400	100.0

นักศึกษาเห็นด้วยหรือไม่กับการที่นักศึกษา นักเรียน เยาวชนรุ่นใหม่รับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาผ่านสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและเกิดการเปลี่ยนแปลงประเพณีวัฒนธรรม ค่านิยมต่าง ๆ เข้ามามีผลกระทบต่อสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งศิลปวัฒนธรรมไทยเปลี่ยนแปลงไปเปลี่ยนแบบต่างชาติ

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับการที่เยาวชนรุ่นใหม่ถูกวัฒนธรรมอเมริกันและตะวันตกครอบงำ ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรม ประเพณี และสังคมไทย มีจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และนักศึกษาไม่เห็นด้วยจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ความคิดเห็นต่อการที่เยาวชนรุ่นใหม่ถูกวัฒนธรรมอเมริกันตะวันตกครอบงำ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	150	37.5
ไม่เห็นด้วย	241	60.3
ไม่ตอบ	9	2.3
รวม	400	100.0

นักศึกษาเห็นด้วยหรือไม่ว่าการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูดถูกเสนอผ่านโรงภาพยนตร์มีประโยชน์มีความหมายสำคัญต่อท่านอย่างไร

จากนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกัน มีความหมายและมีประโยชน์มีจำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 88 และนักศึกษาไม่เห็นด้วย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อประโยชน์ ความหมาย ความสำคัญของวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ความคิดเห็นต่อ ประโยชน์ ความหมาย ความสำคัญของวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	346	88.0
ไม่เห็นด้วย	47	12.0
ไม่ตอบ	7	1.8
รวม	400	100.0

## ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้มี 3 ข้อด้วยกัน คือ

1. การเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูด มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อความเหมาะสมของเนื้อหาทางวัฒนธรรมอเมริกันและการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

**การทดสอบสมมติฐานที่ 1** การเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูด มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อความเหมาะสมของเนื้อหาทางวัฒนธรรมอเมริกันและการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันประกอบด้วย 6 สมมติฐานย่อย คือ

- 1.1 ความบ่อยครั้งในการใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงภาพยนตร์โดยเฉลี่ยของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน
- 1.2 ระยะเวลาในการที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน
- 1.3 เหตุผลที่สำคัญที่สุด ในการเลือกบริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน
- 1.4 ประเภทของภาพยนตร์ที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างชอบชมมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน
- 1.5 ความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความสัมพันธ์กับความเหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด
- 1.6 เหตุผลในการเลือกชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความสัมพันธ์กับความเหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

**การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1.1** ความบ่อยครั้งในการใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงภาพยนตร์โดยเฉลี่ยของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ตารางที่ 25 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. อาทิตย์ละครั้ง	9	2.99	0.42	1.172	0.320
2. 2 – 3 ครั้งต่อเดือน	77	2.85	0.37		
3. เดือนละครั้ง	134	2.87	0.43		
4. น้อยกว่าเดือนละครั้ง	178	2.80	0.46		

จากตารางที่ 25 สรุปได้ว่า ความบ่อยครั้งในการใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงภาพยนตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

**การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1.2** ระยะเวลาในการที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอปรังทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ตารางที่ 26 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการที่นักศึกษาเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอปรังทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ระยะเวลาในการเริ่มชม ภาพยนตร์ฮอลลีวูด	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. มากกว่า 4 ปี	296	2.86	0.42	0.876	0.478
2. 2 – 4 ปี	60	2.77	0.50		
3. 1 – 2 ปี	24	2.86	0.42		
4. 6 เดือน – 1 ปี	11	2.69	0.35		
5. น้อยกว่า 6 เดือน	9	2.90	0.35		

จากตารางที่ 26 สรุปได้ว่า ระยะเวลาในการที่นักศึกษาเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอปรังทางวัฒนธรรมอเมริกัน จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1.3 เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกบริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอปรำทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกบริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอปรำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

เหตุผลสำคัญในการเลือกชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. เรียนรู้วัฒนธรรมตะวันตกและอเมริกันและวิถีชีวิต	17	2.76	0.30	1.368	0.256
2. ภาพยนตร์ฮอลลีวูด มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับไปทั่วโลก	31	2.75	0.29		
3. เพื่อความบันเทิงและเป็นการสันทนาการยามว่าง	345	2.86	0.42		

จากตารางที่ 27 สรุปได้ว่า เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกบริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอปรำทางวัฒนธรรมอเมริกัน จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน



การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1.4 ประเภทของภาพยนตร์ที่นักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างชอบชมมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ตารางที่ 28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของภาพยนตร์ที่นักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างชอบชมกับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ประเภทของภาพยนตร์ที่นักศึกษาชอบชม	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	LSD TEST
1. ภาพยนตร์ชีวิต	24	2.86	0.43	2.548	0.014	1 > 5
2. ภาพยนตร์โรแมนติก	55	2.76	0.36			2 > 5
3. ภาพยนตร์วิทยาศาสตร์	72	2.84	0.57			3 > 5
4. ภาพยนตร์สยองขวัญ	42	2.93	0.36			4 > 5
5. ภาพยนตร์การ์ตูน	5	2.35	0.43			
6. ภาพยนตร์ตลกขบขัน	98	2.79	0.39			6 > 5
7. ภาพยนตร์สงคราม	44	2.95	0.37			7 > 5, 7 > 6
8. ภาพยนตร์อื่น ๆ	21	3.00	0.50			8 > 2

จากตารางที่ 28 สรุปได้ว่าประเภทของภาพยนตร์ที่นักศึกษาชอบชมที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และจากการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD ปรากฏว่า นักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์ชีวิตมีความคิดเห็นที่แตกต่างต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมมากกว่านักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์การ์ตูน นักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์โรแมนติกมีความคิดเห็นที่แตกต่างต่อการครอบงำวัฒนธรรมมากกว่านักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์การ์ตูน นักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์วิทยาศาสตร์มีความคิดเห็นที่แตกต่างต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมมากกว่านักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์การ์ตูน นักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์สยองขวัญมีความคิดเห็นที่แตกต่างต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมมากกว่านักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์การ์ตูน นักศึกษาที่ชอบชม ภาพยนตร์ตลกขบขันมีความคิดเห็นที่แตกต่างต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมมากกว่า นักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์การ์ตูน นักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์สงครามมีความคิดเห็นที่แตกต่างต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมมากกว่านักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์การ์ตูนและภาพยนตร์ตลก

ขบขัน นักศึกษา นักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์ประเภทอื่น ๆ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันต่อการ  
ครอบงำทางวัฒนธรรมมากกว่านักศึกษาที่ชอบชมภาพยนตร์โรแมนติก

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.5 ความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดของนักศึกษา  
กลุ่มตัวอย่างกับความเหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ตารางที่ 29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับความ  
เหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ความบ่อยครั้งในการชม ภาพยนตร์ฮอลลีวูด	ความคิดเห็นนักศึกษาคือความเหมาะสมของ เนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด		รวม
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	
1. อาทิตย์ละ 2 – 3 ครั้ง	7 77.8%	2 22.2%	9 100.0%
2. 2 – 3 ครั้งต่อเดือน	54 72.0%	21 28.0%	75 100.0%
3. เดือนละครั้ง	93 72.7%	35 27.3%	128 100.0%
4. น้อยกว่าเดือนละครั้ง	127 73.4%	46 26.6%	173 100.0%
รวม	281 73.0%	104 27.0%	385 100.0%

Chi-Square = 0.165

d.f. = 3

Sig = 0.983

จากตารางที่ 29 จากการทดสอบค่าไคสแควร์ พบว่าความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์  
ฮอลลีวูดไม่มีความสัมพันธ์กับความเหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

**การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.6** เหตุผลในการเลือกชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดของนักศึกษา  
กลุ่มตัวอย่างกับความเหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ตารางที่ 30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับความ  
เหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

เหตุผลในการชม ภาพยนตร์ฮอลลีวูด	ความคิดเห็นนักศึกษาต่อความเหมาะสมของ เนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด		รวม
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	
1. เรียนรู้วัฒนธรรมตะวันตกและ อเมริกัน	11 64.7%	6 35.3%	17 100%
2. ภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีชื่อเสียง ไปทั่วโลก	23 76.7%	7 23.3%	30 100%
3. เพื่อความบันเทิงและ สันทนการขามว่าง	241 72.6%	91 27.4%	332 100%
รวม	275 72.6%	104 27.4%	379 100.0%

Chi-Square = 0.781

d.f. = 2

Sig = 0.677

จากตารางที่ 30 จากการทดสอบค่าไคสแควร์ พบว่าเหตุผลในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด  
ไม่มีความสัมพันธ์กับความเหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

**การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์  
กับความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกัน ประกอบด้วย 5 สมมติฐานย่อย คือ

2.1 เพศ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความ  
คิดเห็นนักศึกษา

2.2 อายุ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความ  
คิดเห็นนักศึกษา

2.3 มหาวิทยาลัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับ  
ความคิดเห็นนักศึกษา

2.4 ชั้นปีที่ศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษา

2.5 ระดับรายได้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษา

**การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2.1 เพศ** ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษา

ตารางที่ 31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักศึกษาที่แตกต่างกันกับความคิดเห็นนักศึกษา

เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
1. ชาย	199	2.87	0.49	1.774	0.036
2. หญิง	201	2.80	0.36		

จากตารางที่ 31 สรุปได้ว่า เพศของนักศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความคิดเห็นของนักศึกษาแตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

**การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2.2 อายุ** ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษา

ตารางที่ 32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักศึกษาที่แตกต่างกันกับความคิดเห็นนักศึกษา

อายุ	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. 17 – 19 ปี	135	2.85	0.43	0.460	0.632
2. 20 – 22 ปี	228	2.85	0.44		
3. 23 – 25 ปี	34	2.77	0.44		

จากตารางที่ 32 สรุปได้ว่า อายุของนักศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นของนักศึกษาแตกต่างกัน จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

**การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2.3** มหาวิทยาลัยของนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษา

ตารางที่ 33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยของนักศึกษาที่แตกต่างกันกับ  
ความคิดเห็นนักศึกษา

มหาวิทยาลัย	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.	LSD TEST
1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	68	2.95	0.42	2.098	0.050	
2. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	65	2.72	0.33			2 > 1
3. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	81	2.89	0.42			
4. มหาวิทยาลัยมหิดล	64	2.85	0.40			
5. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร	44	2.76	0.38			5 > 1, 5 > 4
6. สถาบันพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	39	2.86	0.47			6 > 1
7. สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง	37	2.80	0.63			7 > 1

จากตารางที่ 33 สรุปได้ว่า มหาวิทยาลัยของนักศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความคิดเห็นของนักศึกษาแตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับความเชื่อมั่น 95% และจากการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี LSD ปรากฏว่า มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดมากกว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดมากกว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยมหิดล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดมากกว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดมากกว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2.4 ชั้นปีที่ศึกษาของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษา

ตารางที่ 34 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างชั้นปีที่ศึกษาของนักศึกษาที่แตกต่างกันกับความคิดเห็นนักศึกษา

ชั้นปีที่ศึกษา	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. ชั้นปีที่ 1	69	2.91	0.44	0.944	0.420
2. ชั้นปีที่ 2	82	2.83	0.42		
3. ชั้นปีที่ 3	136	2.82	0.46		
4. ชั้นปีที่ 4	108	2.81	0.40		

จากตารางที่ 34 สรุปได้ว่า ชั้นปีที่ศึกษาของนักศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ ความคิดเห็นนักศึกษาแตกต่างกัน จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

**การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2.5** ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษา

ตารางที่ 35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษาที่แตกต่างกันกับความคิดเห็นนักศึกษา

ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.
1. ต่ำกว่า 3,000 บาท	80	2.85	0.55	0.700	0.552
2. 3,001 – 4,000 บาท	140	2.80	0.38		
3. 4,001 – 5,000 บาท	88	2.85	0.44		
4. มากกว่า 5,001 ขึ้นไป	86	2.88	0.38		

จากตารางที่ 35 สรุปได้ว่า ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นของนักศึกษาแตกต่างกัน จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

## ตอนที่ 6 สรุปความคิดเห็นนักศึกษาที่มีต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ประเด็นที่ 1 นักศึกษามหาวิทยาลัยมีความคิดเห็นต่อเนื้อหาด้านวัฒนธรรมอเมริกันที่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเสนอมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

ตารางที่ 36 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ประเด็นความคิดเห็น	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
1. ได้เรียนรู้วัฒนธรรมอเมริกันและตะวันตกเปิดโลกทัศน์ของชีวิต	55	40	-	-	95
2. เป็นยุคโลกาภิวัตน์สมควรรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ เพื่อความจำเป็นในอนาคต	45	35	-	-	80
3. ภาพยนตร์ฮอลลีวูดสร้างจากอเมริกันจึงไม่แปลกที่จะสะท้อนถึงวัฒนธรรมอเมริกัน	20	35	-	-	55
4. ภาพยนตร์เป็นกิจกรรมนันทนาการสร้างความบันเทิง	38	28	-	-	66
5. วัฒนธรรมอเมริกันและไทยต่างกัน บางครั้งไม่มีการกลั่นกรอง	-	-	25	38	63
6. โรงภาพยนตร์ไม่มีการจำกัดอายุของผู้ชมบางอย่างไม่เหมาะสมกับศิลปะวัฒนธรรมไทย	-	-	15	26	41
รวม	296		104		400

จากตารางที่ 36 พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับประเด็นความคิดเห็นวัฒนธรรมอเมริกันที่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเสนอต่อผู้ชมมีความเหมาะสมจำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 ไม่เห็นด้วยจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0



**เห็นด้วยและเหตุผล** ชาย 158 คน หญิง 138 คน

ได้เรียนรู้วัฒนธรรมอเมริกันและตะวันตกเรียนรู้เปิดโลกทัศน์ของชีวิตเรียนรู้วิธีการดำเนินชีวิตของอเมริกัน เป็นยุคโลกาภิวัตน์ สมควรรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ เพื่อจำเป็นในอนาคตเปิดแนวคิดใหม่ ๆ มุมมองอีกซีกโลก ภาพยนตร์ฮอลลีวูด สร้างจากอเมริกันไม่แปลกจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมอเมริกันถ่ายทอดวัฒนธรรมอเมริกัน ภาพยนตร์เป็นกิจกรรมนันทนาการสร้างความบันเทิงไม่ควรไปซีเรียสมากดูเพื่อผ่อนคลายไม่เสียหาย

**ไม่เห็นด้วยและเหตุผล** ชาย 40 คน หญิง 64 คน

วัฒนธรรมอเมริกันและไทยต่างกัน วัฒนธรรมอเมริกันมักไม่ได้รับการไตร่ตรองกลั่นกรอง โรงภาพยนตร์ไม่มีการจำกัดอายุของผู้ชม เนื้อหาบางอย่างไม่เหมาะสมกับศิลปะวัฒนธรรมไทย

**ประเด็นที่ 2** นักศึกษาคิดเห็นอย่างไรกับการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันผ่านสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสิ่งปกติในสังคมไทย

ตารางที่ 37 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ประเด็นความคิดเห็น	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
1. เราควรเปิดกว้างในการรับวัฒนธรรม	40	40	-	-	80
2. ยุคโลกาภิวัตน์ โลกสื่อสารไร้พรมแดน	40	40	-	-	80
3. วัฒนธรรมตะวันตกและอเมริกันมีทั้งด้านบวกและลบ	36	30	-	-	66
4. ชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงและผ่อนคลาย	45	48	-	-	93
5. ไทยเป็นเอกราชมาตลอด	-	-	25	20	45
6. วัฒนธรรมไทยกำลังถูกรอรับ	-	-	14	22	36
<b>รวม</b>	<b>319</b>		<b>81</b>		<b>400</b>

จากตารางที่ 37 พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับการเสนอวัฒนธรรมอเมริกันผ่านสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสิ่งปกติในสังคมไทยมีจำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 ไม่เห็นด้วย จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0

**เห็นด้วยและเหตุผล** ชาย 161 คน หญิง 158 คน

เราควรเปิดกว้างในการรับวัฒนธรรมจะได้ก้าวทันโลก สิทธิเสรีภาพขึ้นอยู่กับผู้ชมในการเรียนรู้ ยุคโลกาภิวัตน์ โลกสื่อสารไร้พรมแดน รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ อย่างรวดเร็วได้รับข่าวสารจากหลาย ๆ ทาง วัฒนธรรมตะวันตกและอเมริกันมีทั้งด้านบวกและด้านลบต้องมีการวิเคราะห์แยกแยะสิ่งที่ดีและไม่ดี ชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงและผ่อนคลายอารมณ์ก็จะต้องมีการเผยแพร่วัฒนธรรมของแต่ละชาติอยู่แล้ว

**ไม่เห็นด้วยและเหตุผล** ชาย 37 คน หญิง 52 คน

ไทยเป็นเอกราชมาตลอดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ควรอนุรักษ์ ช่วยกันดูแลสังคมไทยควร เสนอวัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมไทยกำลังถูกวัฒนธรรมต่างชาติครอบงำในรูปแบบต่าง ๆ โดยสื่อ ภาพยนตร์ รายละเอียดดังตารางที่ 40

**ประเด็นที่ 3** นักศึกษามีความคิดเห็นอย่างไรต่อการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันใน ภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ตารางที่ 38 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ประเด็นความคิดเห็น	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
1. ทำให้เอกลักษณ์ของชาติลดลง	40	45	-	-	85
2. วัฒนธรรมไทยมีชื่อเสียงมากมา	30	35	-	-	65
3. วัฒนธรรมไทยต้องอนุรักษ์ให้คงอยู่	23	35	-	-	58
4. ระบบบริหารประเทศผิดพลาด	20	19	-	-	39
5. โลกยอมเปลี่ยนแปลงเสมอ	-	-	40	30	70
6. ภาพยนตร์เป็นปัจจัยหลักในการ เปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม	-	-	40	30	70
7. คนไทยโดยเฉพาะวัยรุ่นมีความ บกพร่องด้านต่าง ๆ มากเกินไป	-	-	5	8	13
<b>รวม</b>	<b>247</b>	<b>247</b>	<b>153</b>	<b>153</b>	<b>400</b>

จากตารางที่ 38 พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่จะไม่เห็นด้วยกับการที่ ชาวชนรุ่นใหม่รับเอาวัฒนธรรมอเมริกันและตะวันตกผ่านสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 เห็นด้วยมีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

**ไม่เห็นด้วยและเหตุผล** ชาย 113 คน หญิง 134 คน

ทำให้เอกลักษณ์ของชาติลดลง ความเป็นไทยหายไป คุณค่า วัฒนธรรมไทยสืบทอดไป วัฒนธรรมไทยมีชื่อเสียงมากมา อาจปรับบางอย่างให้เข้ากับยุคสมัยไม่ใช่เลียนแบบไปทุกอย่าง

วัฒนธรรมไทยต้องอนุรักษ์ให้คงอยู่ตลอดไป วัฒนธรรมไทยที่ดีงามจะได้ไม่สูญหาย ระบบบริหารประเทศผิดพลาด ระบบดูแลเยาวชนยังไม่เข้มแข็ง ทำให้เกิดปัญหา

เห็นด้วย ชาย 85 คน หญิง 68 คน

โลกย่อมเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เราไม่มีทางจะรักษาสิ่งเก่า ๆ ให้คงอยู่ตลอด เราควรสร้างสิ่งใหม่ สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงภาพยนตร์จะเป็นปัจจัยหลัก แต่ข้อดีคือจะทำให้กล้าคิดกล้าทำมากขึ้น

ประเด็นที่ 4 นักศึกษามีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูดว่ามี ความหมาย ความสำคัญ และเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาอย่างไร

ตารางที่ 39 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ประเด็นความคิดเห็น	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
1. ทำให้โลกทัศน์กว้างมากขึ้น เปิดกว้างจากสังคมที่เป็นอยู่	60	70	-	-	130
2. ศึกษาต่างชาติในทางอ้อม แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม	40	50	-	-	90
3. เพิ่มพูนความรู้ด้านต่าง ๆ ด้านวัฒนธรรม ภาษา	35	37	-	-	72
4. ได้รับความบันเทิงเป็นหลัก	30	30	-	-	60
5. วัฒนธรรมไทยดูด้อยค่าลง	-	-	20	10	30
6. ไม่มีประโยชน์อื่นใดนอกจากบันเทิง	-	-	13	5	18
รวม	352		48		400

จากตารางที่ 39 พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความหมาย ความสำคัญ และมีประโยชน์ต่อนักศึกษามีจำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ไม่เห็นด้วย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

**เห็นด้วยและเหตุผล** ชาย 165 คน หญิง 187 คน

ทำให้โลกทัศน์กว้างมากขึ้น เปิดกว้างทางสังคมที่เป็นอยู่ได้รับรู้โลกภายนอก ศึกษาต่างชาติในทางอ้อม แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมต่อชาติไม่เสียหายสามารถนำมาคิดแปลงได้ เพิ่มพูนความรู้ในด้านต่าง ๆ ด้านวัฒนธรรมต่างชาติ ความรู้ ภาษาต่างชาติ ให้ความสำคัญกับภาษา ได้รับความบันเทิงเป็นหลักในการชมภาพยนตร์ พักผ่อนหย่อนใจ มีความแปลกใหม่น่าสนใจ

**ไม่เห็นด้วยและเหตุผล** ชาย 33 คน หญิง 15 คน

ทำให้วัฒนธรรมไทยดูด้อยค่าลง เราควรเลือกรับเปิดรับให้เหมาะสม ไม่มีประโยชน์อื่นใดนอกจากความบันเทิง เป็นการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมอเมริกัน

**สรุปทั้ง 4 ประเด็น พบว่า** ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด เห็นด้วย 3 ไม่เห็นด้วย 1 แสดงว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยให้การยอมรับต่อวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด จากการสำรวจความคิดเห็นจะเห็นด้วยมากกว่าไม่เห็นด้วย นักศึกษาเห็นว่าวัฒนธรรมอเมริกันที่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเสนอต่อผู้ชมมีความเหมาะสม นักศึกษาเห็นว่า การนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสิ่งปกติในสังคมไทย นักศึกษาเห็นว่าการเสนอวัฒนธรรมในภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความหมาย ความสำคัญและประโยชน์ต่อนักศึกษา แต่ไม่เห็นด้วยกับการครอบงำทางวัฒนธรรมซึ่งนักศึกษาไม่เห็นด้วยกับการที่ฮอลลีวูดแล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงประเพณี วัฒนธรรม มีผลกระทบต่อวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะศิลปวัฒนธรรมไทยเปลี่ยนแปลงไปเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติ

**มุมมองของนักศึกษาที่ยอมรับวัฒนธรรมอเมริกัน**

- ยุคโลกาภิวัตน์ โลกสื่อสารไร้พรมแดน การรับรู้ข่าวสารรวดเร็วมากขึ้น ทำให้โลกทัศน์กว้างขึ้น เราจะสามารถรู้ข่าวสารแนวคิดจากตะวันตกได้ดี

- ได้เรียนรู้วัฒนธรรมอเมริกันและตะวันตก เราต้องเรียนรู้ความคิดที่ทันสมัย วัฒนธรรมวิธีการดำเนินชีวิต เพื่อประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น ภาษาอังกฤษ

- วัฒนธรรมอเมริกัน และวัฒนธรรมตะวันตกมีด้านดี และด้านไม่ดี ภาพยนตร์ฮอลลีวูดสร้างจากอเมริกาจึงต้องสะท้อนวัฒนธรรมอเมริกัน เราต้องวิเคราะห์แยกแยะสิ่งที่ดีและไม่ดี

- ภาพยนตร์เป็นกิจกรรมนันทนาการสร้างความเป็นบันเทิง ชมเพื่อความผ่อนคลายจากการทำงาน และจากการเรียนปิดกั้นการรับชมไม่ได้ สังคมไทยเป็นสังคมเสรี

### มุมมองของนักศึกษาที่ไม่ยอมรับวัฒนธรรมอเมริกัน

- ทำให้เอกลักษณ์ของชาติไทย ทำให้ความเป็นไทยหายไป คุณค่าวัฒนธรรมถูกทำลาย สังคมไทยเป็นสังคมพุทธ ไม่เหมาะกับวัฒนธรรมตะวันตก
- ประเทศไทยเป็นเอกราชมานาน วัฒนธรรมไทยต้องอนุรักษ์ให้คงอยู่ตลอดไป คนไทยต้องอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย คงความเป็นไทยของเราไว้
- วัฒนธรรมไทยกำลังถูกรอบงำ ในรูปสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ต้องใช้วิจารณญาณในการชมมาก ๆ ถ้าผู้รับไม่สามารถไตร่ตรองจะเกิดปัญหา
- เกิดจากบริหารประเทศที่ผิดพลาดในระดับมหภาค ระบบการดูแลเยาวชนไทยยังไม่เข้มแข็งพอ คนไทยมักมองชาวตะวันตกอย่างพระเจ้า ภาพยนตร์ไทยเองก็ยังไม่ได้รับการส่งเสริมเท่าที่ควร สื่อไทยก็ไม่เสนอวัฒนธรรมไทย

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด” เพื่อศึกษาความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยกับวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด เพื่อให้ความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมสามารถนำมาสรุปผลตามแนวทางวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้วางไว้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง และพฤติกรรมการเปิดรับวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด และเพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของนักศึกษาต่อเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด และความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับความคิดเห็นนักศึกษากับการครอบงำทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังศึกษาวิเคราะห์การครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับการครอบงำทางวัฒนธรรม และการวิเคราะห์ความคิดเห็นนักศึกษาในประเด็นการครอบงำวัฒนธรรมอีกด้วย

ระเบียบการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระยะเวลา 1 เดือน ตั้งแต่วันที่ 15 มิถุนายน – 31 กรกฎาคม 2545

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครทั้งชายและหญิง โดยกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จะใช้การสุ่มแบบบังเอิญ ที่บริเวณมหาวิทยาลัยของนักศึกษา สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้ค่าร้อยละในการพรรณนาลักษณะข้อมูลและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยค่า T-Test, One-Way Anova และค่าสถิติเชิงอนุมานใช้ค่า Peason Chi-Square โดยประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS/PC<sup>+</sup> จากนั้นทำการสรุปผลการวิจัยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบตารางและการบรรยายประกอบ

## สรุปผลการวิจัย

จากการประมวลผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยโดยแบ่งเป็น 6 ส่วนได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะภูมิหลังประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดและความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นนักศึกษาต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและวัฒนธรรมอเมริกันในการครอบงำทางวัฒนธรรม

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นนักศึกษาที่มีต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ตอนที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลของความคิดเห็นนักศึกษาที่มีต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด

### ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะภูมิหลังประชากร

พบว่าในช่วงหนึ่งเดือนที่ผ่านมา นักศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงภาพยนตร์เป็นนักศึกษาเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 22 ปี ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 มากที่สุด สาขาวิชาที่ศึกษามากที่สุด คือ สาขาวิชาอื่น ๆ ที่ไม่ได้ระบุลงในแบบสอบถาม และศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จำนวนมากที่สุด มีระดับรายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 3,001 – 4,000 บาทต่อเดือน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับวัฒนธรรมอเมริกัน จากภาพยนตร์ฮอลลีวูดและความพึงพอใจในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด

เมื่อพิจารณาเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดเพื่อความบันเทิงและการสันทนาการยามว่าง มีจำนวนถึงร้อยละ 86.3 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างชมเพราะชอบรับว่าภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับไปทั่วโลก ในขณะที่ชมเพราะเหตุผลความนิยมในวัฒนธรรมคกไม่มีผู้ใดตอบเลย

เมื่อพิจารณาความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในโรงภาพยนตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการชมภาพยนตร์น้อยกว่าเดือนละครั้ง รองลงมาใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดเดือนละครั้ง ชม 2 – 3 ครั้งต่อเดือนตามลำดับ ส่วนรับชมอาทิตย์ละ 1 ครั้งมีน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาเรื่องระยะเวลาในการเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมานานมากกว่า 4 ปี มีจำนวนถึงร้อยละ 74.0 รองลงมา คือ เริ่มชมมานาน



2 – 4 ปี เริ่มชมมา 1 – 2 ปี เริ่มชมมา 6 เดือน – 1 ปี ตามลำดับ สำหรับการเริ่มชมมาน้อยกว่า 6 เดือน มีน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาช่วงเวลาในการใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการชมภาพยนตร์ หลังจากเวลา 18.00 น. ไปแล้ว ซึ่งเป็นช่วงที่นักศึกษาเลิกจากการเรียนที่มหาวิทยาลัย รองลงมาชมช่วงเวลา 14.01 – 16.00 น. ชมช่วงเวลา 16.01 – 18.00 น. และช่วงเวลา 12.01 – 14.00 น. ตามลำดับ ส่วนช่วงก่อนเวลา 12.00 น. มีน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาประเภทของโรงภาพยนตร์ที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในห้างสรรพสินค้า เช่น EGV คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมา ใช้บริการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ที่อยู่นอกห้างสรรพสินค้า เช่น เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ คิดเป็นร้อยละ 43.5 ตามลำดับ ส่วนโรงภาพยนตร์ชั้น 1 มีน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาวันที่นักศึกษาชอบชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างไม่มีกำหนดวันที่แน่นอนในการชม คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาชมวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 41.3 และ ชมวันธรรมดาตามลำดับ ส่วนชมวันหยุดคนักขัตฤกษ์มีน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาบุคคลที่นักศึกษาชอบไปชมภาพยนตร์ด้วยมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างไปกับเพื่อนสนิทและเพื่อนในกลุ่ม มีจำนวนถึงร้อยละ 87.0 รองลงมาไปกับครอบครัวไปคนเดียว ตามลำดับ สำหรับการชมโดยไปกับญาติและผู้ปกครองมีจำนวนน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาทำเลที่ตั้งของโรงภาพยนตร์ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าโรงภาพยนตร์ควรตั้งอยู่ในศูนย์การค้า มีจำนวนถึงร้อยละ 58.3 รองลงมา คือกระจายได้ทั่วกรุงเทพมหานครโดยไม่กำหนด ทำเลใกล้ที่ทำงานและสถานศึกษาตามลำดับ ส่วนในทำเลในย่านชุมชนและสี่แยกใหญ่ มีจำนวนน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากสื่อมวลชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารมาจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาได้รับข้อมูลข่าวสารจากภาพยนตร์ตัวอย่างและได้รับข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ตามลำดับ ส่วนการได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ มีจำนวนน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาประเภทของภาพยนตร์ที่ชอบชมมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบชมภาพยนตร์ตลกขบขัน รองลงมาชอบชมภาพยนตร์แนววิทยาศาสตร์ ชอบชมภาพยนตร์โรแมนติก และชอบชมภาพยนตร์สงครามตามลำดับ ส่วนชอบชมภาพยนตร์การ์ตูนมีน้อยที่สุด

### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นนักศึกษาต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ความคิดเห็นนักศึกษาคือภาพยนตร์ฮอลลีวูดประกอบด้วย ประเด็นความคิดเห็นที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นต้องการที่จะวัดความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่าง ในประเด็นการครอบงำทางวัฒนธรรมซึ่งต้องอาศัยการวิเคราะห์เป็นประเด็นไปดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อประเด็นกระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมโลก พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.11 ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยน้อย คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 23.8 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 19.5 ตามลำดับ ส่วนเห็นด้วยน้อยมากที่สุด มีน้อยที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อประเด็นภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่วัฒนธรรมอเมริกัน พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.64 ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยน้อย คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 32.8 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ ส่วนเห็นด้วยมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อประเด็นภาพยนตร์ฮอลลีวูดได้รับความนิยมจากผู้ชม ทำให้ภาพยนตร์ไทยไม่มีผู้ชม พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.75 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือเห็นด้วยน้อย คิดเป็นร้อยละ 28.3 และเห็นด้วยมาก คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ ส่วนเห็นด้วยมากที่สุดมีน้อยที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อประเด็นภาพยนตร์ฮอลลีวูดกำลังครอบงำวัฒนธรรมไทย ทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.38 ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยน้อย คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 30.3 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ ส่วนเห็นด้วยมากที่สุดมีน้อยที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อประเด็นภาพยนตร์อเมริกันมีดารานำแสดงที่มีชื่อเสียง มีเงินทุนมหาศาลสมควรได้รับการยอมรับไปทั่วโลก พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.41 ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยน้อย คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 35.5 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ ส่วนเห็นด้วยมากที่สุดมีน้อยที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อประเด็นภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นการได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมอเมริกัน พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับน้อย

มีค่าเฉลี่ย 2.52 ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 36.5 และเห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ ส่วนเห็นด้วยมากที่สุดมีน้อยที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อประเด็นการรอกำทางวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์มีผลดีผลร้ายกับสังคมไทย ควรมีนโยบายรับมือปัญหา พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.58 ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยน้อย คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือเห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 26.3 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 22.3 ตามลำดับ ส่วนเห็นด้วยมากที่สุดมีน้อยที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นต่อประเด็นผู้ชมภาพยนตร์มีความชอบวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์มากกว่าวัฒนธรรมไทยในภาพยนตร์ไทย พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.43 ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยน้อยคิดเป็น ร้อยละ 34.5 รองลงมาเห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 30.5 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ ส่วนเห็นด้วยมากที่สุดมีน้อยที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง

#### ตอนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด

สำหรับความคิดเห็นต่อประเด็นความเหมาะสมของเนื้อหาวัฒนธรรมอเมริกันที่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเสนอต่อผู้ชม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 70.5

สำหรับความคิดเห็นนักศึกษาต่อประเด็นการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันผ่านสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสิ่งปกติในสังคมไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 81.0

สำหรับความคิดเห็นนักศึกษาต่อประเด็นเยาวชนรุ่นใหม่รับเอาวัฒนธรรมตะวันตกผ่านสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม มีผลกระทบต่อสังคมวัฒนธรรมไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 60.3

สำหรับความคิดเห็นนักศึกษาต่อประเด็นการมีประโยชน์มีความหมายและความสำคัญของการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยคิดเป็นร้อยละ 88.0

### ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยในครั้งมี 3 ข้อด้วยกัน คือ

1. การเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูด มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อเนื้อหาความเหมาะสมทางวัฒนธรรมอเมริกันและการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

**ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1** การเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรม พบว่า ความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดระยะเวลาที่เริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด เหตุผลสำคัญที่สุดในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดและมีเพียงประเภทของภาพยนตร์ที่นักศึกษาชอบชมเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการครอบงำทางวัฒนธรรม

**ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษา พบว่า เพศของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษา และมหาวิทยาลัยของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษา แต่อายุของนักศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษา และชั้นปีที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษา รวมทั้งระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษา

### ตอนที่ 6 สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหา ความคิดเห็นนักศึกษาที่มีต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด

จากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจำนวน 400 คน วิเคราะห์ได้ว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยให้การยอมรับต่อวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยมากกว่าไม่เห็นด้วย นักศึกษาเห็นว่าวัฒนธรรมอเมริกันที่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเสนอต่อผู้ชมมีความเหมาะสมการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกัน ในภาพยนตร์ฮอลลีวูดควรเป็นสิ่งเกิดขึ้นได้อย่างปกติในสังคมไทยและยังเห็นความสำคัญความหมาย ความมีประโยชน์ของวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด แต่ไม่เห็นด้วยกับการ รับเอาวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด จนส่งผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรมไทยไปเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติ

มุมมองของนักศึกษาที่ยอมรับวัฒนธรรมอเมริกัน ส่วนใหญ่มองว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์โลกสื่อสารไร้พรมแดน รับรู้ข่าวสารได้มากและรวดเร็วขึ้น ได้ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมอเมริกันและตะวันตก วัฒนธรรม การดำเนินชีวิตและภาษา ต้องมีการแยกแยะว่าสิ่งไหนดีและสิ่งไหนไม่ดี และ

ที่สำคัญคือภาพยนตร์เป็นกิจกรรมนันทนาการ สร้างความบันเทิง ชมเพื่อความผ่อนคลายจากการทำงาน ไม่สามารถปิดกั้นการรับชมได้ สังคมไทยเป็นสังคมเสรี

มุมมองของนักศึกษาที่ไม่ยอมรับวัฒนธรรมอเมริกันมองว่า ทำให้เอกลักษณ์ของชาติไทยหายไป คุณค่าวัฒนธรรมถูกทำลาย สังคมไทย สังคมพุทธไม่เหมาะกับวัฒนธรรมตะวันตก ไทยเป็นเอกราชมานานต้องอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมไทยถูกรอบงำมากในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สื่อภาพยนตร์ และการบริหารประเทศที่ผิดพลาด ระบบการดูแลยังไม่เข้มแข็งพอ

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง “ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด” โดยผู้วิจัยต้องการศึกษาว่าภาพยนตร์ในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนเป็นเครื่องมือครอบงำทางวัฒนธรรมสร้างความบันเทิง ถ่ายทอดความคิดและเผยแพร่วัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ในการสื่อสารกับผู้รับสารมากน้อยเพียงใด โดยศึกษาจาก

1. พฤติกรรมการเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูด มีความแตกต่างหรือไม่อย่างไร โดยวิเคราะห์ตามพฤติกรรมการเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูด โดยทำการศึกษาภายใต้สมมติฐานดังต่อไปนี้

- การเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาคือการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

2. ความคิดเห็นนักศึกษาคือเนื้อหาทางวัฒนธรรมอเมริกันและการครอบงำทางวัฒนธรรมในภาพยนตร์ฮอลลีวูด มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร โดยวิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยทำการศึกษาภายใต้สมมติฐานดังต่อไปนี้

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาคือการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1** การเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูด มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาคือการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ผลการวิจัย พบว่า เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมเพื่อความบันเทิงและเป็นการสันทนาการยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 86.3 ซึ่งสอดคล้องกับความคิดนักศึกษาคือภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่ว่าเป็นกิจกรรมสร้างความบันเทิง ชมเพื่อผ่อนคลายจากการทำงานและการเรียนสังคมไทยเป็นสังคมเสรีไม่ควรปิดกั้นการรับชมและแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กับทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร แคปเปอร์ (Klapper, 1960 : 15) ซึ่งมีความคิดว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารและข่าวสารที่ตนชื่นชอบและพึงพอใจ โดยอาศัยความอยากรู้อยากเห็นซึ่งจะเป็น

พื้นฐานของมนุษย์และความเหงา คนเราจะไม่ชอบอยู่ลำพัง สิ่งที่ดีที่สุดคือการพักผ่อนอยู่กับการอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลซึ่งให้แก่เหงา ไม่สร้างแรงกดดันทางสังคมแก่ตน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความบ่อยครั้งในการใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด ในโรงภาพยนตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำวัฒนธรรม ระยะเวลาในการเริ่มชมภาพยนตร์ของนักศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำวัฒนธรรม เหตุผลในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาต่อการครอบงำวัฒนธรรม

ความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมภาพยนตร์น้อยกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.5 และชมภาพยนตร์เดือนละครั้งคิดเป็นคิดเป็นร้อยละ 33.5 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงพอสมควร คิดเป็นร้อยละ 78.0 ที่เดียว แสดงว่านักศึกษารับชมภาพยนตร์บ่อยมากจะเห็นด้วยกับการครอบงำวัฒนธรรมมากกว่า นักศึกษาที่ชมน้อยกว่าเดือนละครั้ง ซึ่งแสดงว่าการเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูดบ่อยครั้งจะทำให้เกิดการครอบงำวัฒนธรรมมากกว่า คนที่มีการเปิดรับภาพยนตร์ฮอลลีวูดน้อยครั้งกว่า

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมและโลกาภิวัตน์ เฮิร์ท เบิร์ต ไอ. ซิลเลอร์ (1991 : 60-80) ที่ว่าข้อมูลข่าวสารและวัฒนธรรมถูกทำให้กลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรมภายใต้ระบบเศรษฐกิจโลก และมีค่านิยมแบบอเมริกันแฝงอยู่ในเนื้อหาภาพยนตร์ สร้างความนิยมให้ผู้ชมบริโภคไม่รู้จบ ซึ่งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ภายใต้ระบบทุนนิยมโลก ที่อ้างอิงกับกระแสโลกาภิวัตน์ ที่ประชาชนจากทุกมุมโลกสามารถรับรู้ข่าวสารจากทุกมุมโลกได้ด้วยความสะดวกรวดเร็ว และชัดเจน ทำหน้าที่ศูนย์โฆษณาชวนเชื่อผลิตความเป็นค่านิยม ความเชื่อ ใช้สื่อไร้พรมแดน โดยมีภาพยนตร์ฮอลลีวูดครอบงำความคิดเห็นของนักศึกษา

ในส่วนของการเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เริ่มชมภาพยนตร์มากกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 74.0 ทั้งสองประเด็นนี้แสดงให้เห็นถึงการเปิดรับและความสนใจของนักศึกษาที่มีภาพยนตร์ฮอลลีวูดอยู่ในระดับสูง ระยะเวลาในการเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดไม่มีความสัมพันธ์กับการครอบงำวัฒนธรรมนั้นแสดงถึงเวลาที่นักศึกษาเริ่มชมภาพยนตร์ไม่ว่าจะเริ่มชมมาบ้างหรือเพิ่งจะเริ่มชมภาพยนตร์มาก็เดือนก็ไม่ส่งผลให้เกิดการครอบงำวัฒนธรรมมากขึ้น ชมมากชมน้อยก็ถูกครอบงำซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของสื่อภาพยนตร์ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการครอบงำวัฒนธรรมสอดคล้องกับแนวคิดโลกาภิวัตน์และจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม เฮิร์ท เบิร์ต ไอ. ซิลเลอร์ (1990 : 81-90) ที่สื่อภาพยนตร์เป็นเครื่องมือของสื่อไร้พรมแดน นำหัวใจในการบริโภคนิยมมาสู่ไทยและทั่วโลกครอบงำวัฒนธรรมไปทั่วโลกในทุก ๆ ด้าน เรื่องนี้สอดคล้องกับแนวคิดการครอบงำทางวัฒนธรรมที่นักศึกษาเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมานานกว่า 4 ปี และส่วนใหญ่เปิดรับชมภาพยนตร์เดือนละ 1 ครั้ง ศาสตราจารย์เฮิร์ท เบิร์ต ไอ. ซิลเลอร์ (Herbert I. Sechiller, 1991 : 55-26)

กล่าวว่า การแพร่หลายเข้ามาของภาพยนตร์ฮอลลีวูดสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารและกรอบจำ  
 วัฒนธรรมซึ่งสินค้าทางวัฒนธรรมและข่าวสารจะกลายเป็นเครื่องหมายทางอุดมการณ์ระบบทุนนิยม  
 ภาพยนตร์จึงมีโอกาสรอบรับความคิดคนทั่วโลก สอดคล้องกับแนวคิดโลกาภิวัตน์ ยุค ศรีอาริยะ  
 (2537 : 6-8) ยิ่งนักศึกษากลุ่มตัวอย่างเปิดรับมานานกว่า 4 ปี และรับชมเดือนละครั้ง ก็เป็นการเปิดรับ  
 ที่มาก เปิดโอกาสให้สื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ทักษะคิด ของนักศึกษาต่อการ  
 ครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ประเด็นเรื่องช่วงเวลาในการชมภาพยนตร์ของนักศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชม  
 หลังเวลา 18.00 น. ไปแล้ว เนื่องจากเป็นเวลาว่างหลังจากเลิกการเรียนแล้ว จึงใช้เวลาว่างไปชม  
 ภาพยนตร์เพื่อพักผ่อนคลายจากความเครียด อีกทั้งเป็นการได้ร่วมสังสรรค์รวมกลุ่มกับเพื่อน ๆ และ  
 ก็รองลงมาคือ เวลา 16.01 – 18.00 น. ซึ่งก็เป็นเวลาที่นักศึกษางานส่วนเล็กจากการเรียนแล้ว วันที่  
 นิยมไปชมภาพยนตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมไปชมโดยไม่กำหนดแน่นอนและคิดเป็น  
 ร้อยละ 43.3 และวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 41.3 นักศึกษาส่วนใหญ่จะดูภาพยนตร์ในวันที่  
 ว่างจากภารกิจต่าง ๆ โรงภาพยนตร์ที่ศึกษานิยมใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยม  
 โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในห้างสรรพสินค้า เช่น EGV คิดเป็นร้อยละ 50.3 และรองลงมานิยม  
 โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์นอกห้างสรรพสินค้า เช่น เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ คิดเป็นร้อยละ 43.7 จาก  
 ลักษณะดังกล่าวเราจะเห็นว่าส่วนใหญ่ในปัจจุบัน โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ทั้งสองแบบได้รับความนิยม  
 นิยมจากผู้ชมกลุ่มตัวอย่างอย่างมากว่าโรงภาพยนตร์แบบอื่นซึ่งแทบจะไม่เห็นอีกแล้วในปัจจุบัน

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดโลกาภิวัตน์ ยุค ศรีอาริยะ (2537 : 20-25) เพราะระบบ  
 โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์สมัยใหม่เกิดจากโลกตะวันตกพัฒนาขึ้น เราประเทศไทย เราเอาเทคโนโลยี  
 และเสียค่าลิขสิทธิ์ในการนำมาใช้เห็นได้จากยุคโลกาภิวัตน์ สร้างลงทุน เต็มใหญ่ขยายไปทั่วโลก  
 รายย่อย ๆ ไม่มีกำลังก็จะถูกเปลี่ยนไปบางส่วนได้รับพัฒนาการใหม่ ๆ จากการขยายตัวมากขึ้นของ  
 เทคโนโลยีได้คุณภาพสะดวกสบายและสามารถเอาชนะคู่แข่งกันได้ ระบบสารสนเทศไร้พรมแดน  
 นำเสนอวัฒนธรรมโลกใหม่ โดยมีภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นหัวใจของวัฒนธรรมโลกขยายไปทั่วโลก  
 จนส่งผลให้เกิดการครอบงำและทำลายวัฒนธรรมระดับชาติและท้องถิ่น

โรงภาพยนตร์ควรมีทำเลที่ใด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าควรตั้งอยู่ในศูนย์  
 การค้า คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมากระจายได้ทั่วกรุงเทพมหานครนักศึกษาไปใช้บริการชมภาพยนตร์กับใคร  
 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่าไปใช้บริการกับเพื่อนสนิทและเพื่อนในกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 87.0

ประเด็นที่สอดคล้องกับแนวคิดจิตวิทยาวัยรุ่นในเรื่องความต้องการพิเศษของวัยรุ่น คือ  
 ต้องการให้มีการทำกิจกรรมเป็นกลุ่มตลอดจนงานที่มีส่วนรับผิดชอบกลุ่ม ดังนั้น การที่กลุ่มตัวอย่าง  
 นิยมไปชมภาพยนตร์กับเพื่อนและคนสนิทเป็นไปตามทฤษฎีจิตวิทยาวัยรุ่น

สำหรับภาพยนตร์ประเภทที่นักศึกษาชอบชมมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบชมภาพยนตร์ดลกขบขัน รองลงมาชอบชมภาพยนตร์แนววิทยาศาสตร์แสดงให้เห็นว่านอกจากนักศึกษาจะชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงเป็นหลักแล้ว จะเลือกประเภทของภาพยนตร์ที่ชมเป็นประเภทดลกขบขันมากที่สุดก็สอดคล้องกันกับความคิดเห็นนักศึกษา จึงสามารถสรุปได้ว่านักศึกษาต้องการความบันเทิง กลายเครียดเป็นหลักในการชมภาพยนตร์ ส่วนรองลงมาชอบชมภาพยนตร์แนววิทยาศาสตร์ก็สอดคล้องกับแนวคิดโลกาภิวัตน์ที่นักศึกษาต้องการข้อมูลข่าวสารให้ทันโลกทันยุคสมัยตลอดเวลาและเปิดรับภาพยนตร์มากขึ้น ยิ่งทำให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

สื่อมวลชนใดที่นักศึกษาได้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์มากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือภาพยนตร์ตัวอย่าง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์มีประสิทธิภาพและความนิยมในการใช้เป็นแหล่งข้อมูล มีแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการครอบงำของสื่อมวลชนที่ว่า สื่อได้สร้างสารและอุดมการณ์ก่อให้เกิดกลุ่มบุคคลในสังคมยอมรับ เชื่อถือ ปฏิบัติตาม การครอบงำเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งของสื่อสารมวลชน

**สมมติฐานที่ 2** ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกัน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรับชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในช่วงหนึ่งเดือนที่ผ่านมาอยู่ในอัตราที่สูงคิดเป็นร้อยละ 57.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง อายุกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 20 – 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.3 ส่วนใหญ่จะศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในคณะอื่น ๆ ที่ไม่ได้ระบุในแบบสอบถามถึงร้อยละ 53.0 ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 3,001 – 4,000 บาทต่อเดือน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษาและมหาวิทยาลัยของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นนักศึกษา แต่อายุของนักศึกษาและชั้นปีของนักศึกษา รวมทั้งระดับรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักศึกษา สามารถอภิปรายได้ว่า

ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดในช่วงหนึ่งเดือนที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าสื่อภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลกับความคิดเห็นนักศึกษามาก นักศึกษามักจะเลือกเปิดรับสื่อภาพยนตร์และนิยมใช้เวลาว่างจากการเรียน ไปชมภาพยนตร์ที่ตนชื่นชอบ เพื่อคลายความเครียดจากการเรียน และได้รับรู้ประสบการณ์แปลกใหม่จากภาพยนตร์

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดภาพยนตร์ที่ว่าภาพยนตร์คือผลงานสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ชมสัมผัสสิ่งแปลกใหม่เป็นเครื่องมือถ่ายทอดศิลปะระหว่างศิลปินการถ่ายภาพ การแสดง ดนตรี และศิลปะ



อื่น ๆ ถ่ายทอดความรู้ ทักษะ ทักษะ แนวคิดและบันเทิงสู่ผู้ชม จึงทำให้นักศึกษามีความต้องการไปชมภาพยนตร์

จากแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ ประมะ สตะเวทิน (2533 : 112-118) ซึ่งบุคคลมีปัจจัยด้านอายุ เพศ การศึกษา รายได้ต่างกันก็ควรจะมีความคิดเห็นและพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งประกอบด้วย

1. เพศ ความแตกต่างด้านเพศ ทำให้แต่ละคนมีพฤติกรรมแตกต่างกัน คือ เพศชายมีความต้องการจะสร้างสัมพันธ์อันดีจากการรับข่าวสารด้วย ในขณะที่เพศหญิงต้องการจะส่งและรับข่าวสารมากกว่าชาย

2. อายุ เป็นปัจจัยหลัก ให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรมและความคิดบุคคลที่มีอายุน้อย จะมีพฤติกรรมการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีอายุมากขึ้น

3. การศึกษา เป็นตัวแปรสำคัญต่อการสื่อสาร การศึกษาในระดับต่างกัน ยุคสมัยต่างกัน ระบบระเบียบต่างกันจะมีความคิด อุดมการณ์ และความต้องการต่างกัน

4. ฐานะเศรษฐกิจและสังคม คือ อาชีพ รายได้ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสพการณ์ ทักษะ ค่านิยมต่างกัน

การวิจัยพบว่าตัวแปร เพศ และ มหาวิทยาลัยของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นแตกต่างกัน แต่อายุ และ ชั้นปี รวมทั้งระดับรายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นแตกต่างกัน จึงเป็นการสอดคล้องกับแนวคิดทางประชากรศาสตร์ สามารถอภิปรายได้ว่า เพศชายและเพศหญิงของนักศึกษามีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นการเลี้ยงดูของแต่ละครอบครัวและสังคมไทยจะมีการเลี้ยงดูเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน ส่งผลให้ความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างชัดเจน ปัจจัยมหาวิทยาลัยที่ศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความคิดเห็นแตกต่างกันก็ชัดเจนอยู่แล้วว่าประเพณี วัฒนธรรม ของแต่ละมหาวิทยาลัยที่นักศึกษาศึกษาอยู่ จะแตกต่างกัน แต่ละมหาวิทยาลัยจะมีค่านิยม การกระทำ พฤติกรรมในมหาวิทยาลัยต่างกัน ส่งผลให้นักศึกษาแต่ละมหาวิทยาลัยย่อมจะมีความคิดเห็นแตกต่างกันไปมากเป็นการสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์

ในทางตรงกันข้ามตัวแปรด้านอายุ ชั้นปี และระดับรายได้ ก็ใช้หลักทางประชากรศาสตร์ มาอธิบายได้อย่างชัดเจน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาจากระดับมหาวิทยาลัยมีความแตกต่าง ประมะ สตะเวทิน (2539 : 50-60) ของอายุน้อยจึงไม่แตกต่างกันมาก ทำให้ไม่มีผลที่แตกต่างกันในแง่ของความคิดเห็น เพราะช่วงอายุจะอยู่ในช่วง 17-25 ปี ซึ่งไม่แตกต่างมากกับกลุ่มตัวอย่างอายุแตกต่างกันมาก ๆ จึงจะมีความคิดเห็นแตกต่างกันสอดคล้องกับแนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์ และ ชั้นปีของนักศึกษาก็เช่นเดียวกันกับอายุ ซึ่งเราจะเห็นว่ามีความแตกต่างกันระหว่างปี 1 - ปี 4 มีน้อยมาก จึงส่งผลให้ความคิดเห็นนักศึกษาไม่แตกต่างกัน อีกทั้งตัวแปรระดับรายได้ของนักศึกษา

ก็ไม่แตกต่างกันมากมีระดับตั้งแต่ 3,000-5,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ จึงไม่ส่งผลให้ความคิดเห็นต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าทั้งหมดเป็นตามแนวคิดทางประชากรศาสตร์

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและการเรียนรู้เข้ามาเกี่ยวข้อง นักศึกษาจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ที่ตนสนใจซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเดิมของผู้ส่งสาร ซึ่งเมื่อนักศึกษาจะเลือกรับรู้หรือตีความเข้ากับทัศนคติ ประสบการณ์ แล้วสุดท้ายก็จะมีแนวโน้มในการจดจำ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐาน คือ ความเหงา และความอยากรู้อยากเห็นรวมทั้งประโยชน์ใช้สอย ซึ่งจะมีอิทธิพลตอบสนองความพอใจและต้องการความคิดเห็นของนักศึกษาให้แตกต่างกันออกเหนือจากแนวคิดทางประชากรศาสตร์

สำหรับผลการวิจัยในเรื่องความคิดเห็นนักศึกษาต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและวัฒนธรรมอเมริกันในการครอบงำวัฒนธรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดและวัฒนธรรมอเมริกันในการครอบงำวัฒนธรรมในระดับน้อย ด้วยค่าเฉลี่ยรวม 2.43 สรุปได้ 2 ประเด็นใหญ่ ๆ คือ

1. ในเรื่องกระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการครอบงำวัฒนธรรม การครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันมีทั้งผลดีและผลร้ายกับสังคมไทย ความคิดเห็นส่วนใหญ่ออกมาว่าเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย แสดงว่านักศึกษามีความคิดเห็นในทางลบ กับการครอบงำทั้งนี้เนื่องจากกระแสการเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติในประเทศไทย เรามีการเปิดเสรีกันมานานโดยปราศจากการควบคุมที่ดีและมีระบบ นักศึกษาซึมซับกระแสวัฒนธรรมโลกตะวันตก และอเมริกันและชาติอื่น ๆ มานานจนเกิดความเคยชิน จึงมองว่าเป็นสิ่งปกติและเรื่องปกติชาชินโดยปราศจากการตระหนักถึงผลดีผลเสียที่มีต่อประเทศชาติและวัฒนธรรมไทย

2. ในเรื่องการวิเคราะห์ภาพยนตร์ฮอลลีวูดว่ามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเผยแพร่วัฒนธรรมอเมริกันมาสู่สังคมไทย อีกทั้งยังได้รับความนิยมจากผู้ชมคนดู กำลังครอบงำวัฒนธรรมไทย ทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ ส่งเสริมการครอบงำมากยิ่งขึ้นภาพยนตร์อเมริกันใช้องค์ประกอบในการสร้างที่ดี ทั้งเรื่องดารา เนื้อเรื่อง แปลกใหม่ และการได้รับชมภาพยนตร์เป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมอเมริกันและวิถีชีวิตของคนอเมริกันแสดงว่าส่วนใหญ่ นักศึกษาก็มีความคิดเห็นในทางบวกเช่นเดียวกันการครอบงำวัฒนธรรมความคิดเห็นส่วนใหญ่จนถึงปานกลางเป็นส่วนใหญ่ แสดงให้เห็นการยอมรับในวัฒนธรรมอเมริกันในด้านต่าง ๆ

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาในเรื่องความคิดเห็นนักศึกษาจะสอดคล้องกับทฤษฎีการเลือกเปิดรับสื่อและการเรียนรู้ พีระ จิร โสภณ (2532 : 50-60) และแนวคิดจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม เฮอร์ เบิร์ต ไอ. ซิลเลอร์ (1991 : 70-80) และโลกาภิวัตน์ ยุค ศรีอาริยะ (2537 : 12-14) ในทฤษฎีการเลือกเปิดรับสื่อและการเรียนรู้จะเห็นว่านักศึกษาจะมีความคิดเห็นกับสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด จะต้องมีการบวนการเลือกเปิดรับข่าวสารและสนใจก็คือภาพยนตร์ฮอลลีวูด ซึ่งจากการ

ศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็มีการรับชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด หลังจากนั้นก็เป็น การเลือกรับรู้เป็นใน ลักษณะของการเลือกลักษณะและประเภทของภาพยนตร์ที่ต้องการจะรับชม สุดท้ายก็เป็นกระบวนการ ในการเลือกจดจำที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างจะเลือกในการจดจำภาพยนตร์ที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และจะไม่จำในส่วนที่ตนไม่สนใจ ซึ่งเราจะเห็นว่านักศึกษา ส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจดจำภาพยนตร์ฮอลลีวูดอยู่ในระดับสูงและมีความพึงพอใจอย่างมาก

ส่วนแนวคิดจักรวรรดินิยมและโลกาภิวัตน์ เฮอร์ เบิร์ต ไอ. ซิลเลอร์ (1991 : 80-85) สามารถอธิบายได้ว่าข้อมูลข่าวสารและวัฒนธรรมถูกทำให้กลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรมภายใต้ระบบ เศรษฐกิจของโลก คือการนำเอาภาพยนตร์ฮอลลีวูด ซึ่งมีทั้งวัฒนธรรมแนวความคิด ศิลปะของ อเมริกันมาสู่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกและไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรมไทย

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าเป็น ความคิดเห็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีแนวโน้มจะแสดงถึงหรือมีปฏิกิริยาในเชิงบวกต่อการครอบงำวัฒนธรรม ในภาพยนตร์อเมริกัน สามารถสรุปได้ว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยอมรับต่อวัฒนธรรมอเมริกัน ในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ซึ่งพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าวัฒนธรรมอเมริกันมีความเหมาะสม การนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันผ่านสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสิ่งปกติในสังคมไทย และการเสนอ วัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความหมายสำคัญและประโยชน์ต่อนักศึกษา แต่ส่วนใหญ่ จะไม่เห็นด้วยกับการที่เขาวชนรุ่นใหมรับเอาวัฒนธรรมอเมริกันแล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงประเพณี วัฒนธรรมไทย สรุปผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าวัฒนธรรม อเมริกัน ในภาพยนตร์ฮอลลีวูดกำลังครอบงำวัฒนธรรมไทย ศิลปะ ประเพณี และความเชื่อด้านต่าง ๆ ของสังคมไทย

### ข้อจำกัดการวิจัย

การวัดความคิดเห็นนักศึกษาคือการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูดใน ส่วนของความคิดเห็นในตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ยังไม่สามารถวัดได้ในเชิงลึกพอ ผู้วิจัยเพียงแต่ให้กลุ่ม ตัวอย่างตอบในแบบสอบถามว่าเห็นด้วยระดับใดตั้งแต่มากที่สุดถึงระดับน้อยที่สุดในตอนที่ 3 และ เห็นด้วยกับไม่เห็นด้วย ตอนที่ 4 กลุ่มเป้าหมายทำเครื่องหมาย ✓ ด้วยตัวเองในข้อที่ตรงกับ ความคิดเห็นที่จำกัดในแบบสอบถามเท่านั้น

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. นักศึกษามหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างรับชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงและสันตนาการ ยามว่างเป็นอันดับที่ 1 ปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจตกต่ำที่นักศึกษาส่วนใหญ่จะเปิดโอกาสให้กระแสโลกาภิวัตน์และสื่อสารไร้พรมแดน นำพาวัฒนธรรมตะวันตกวัฒนธรรมอเมริกันที่แพร่เข้ามากับสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดเข้ามามากขึ้น ทั้งนี้ทางสถาบันครอบครัวควรส่งเสริมให้ความเข้าใจกับผลกระทบที่จะตามมาของการที่นักศึกษาซึมซับวัฒนธรรมอเมริกันส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมไทยอย่างไม่รู้ตัว

2. สถาบันทางการศึกษาควรส่งเสริมให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ การได้ใช้ประโยชน์จากสื่อภาพยนตร์มากขึ้น อาจารย์ผู้สอนควรส่งเสริมให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น เพื่อให้มีการใช้ประโยชน์ในด้านต่างของสื่อภาพยนตร์ไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสมกับวัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยมของไทย ดังนั้นสถาบันการศึกษาทำให้นักศึกษามีการใช้ประโยชน์จากภาพยนตร์มากขึ้น

3. สื่อมวลชน ควรมีบทบาทในด้านการทำหน้าที่ในด้านการถ่วงดุลข่าวสารเพื่อพิจารณาตรวจสอบความเหมาะสมของภาพยนตร์ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสารและความเข้าใจอันดี ให้เกิดขึ้นระหว่างภาพยนตร์กับกลุ่มผู้รับสาร และผู้ผลิตภาพยนตร์ควรจะผลิตเนื้อหาข่าวสาร ความบันเทิงให้ตรงกับความต้องการของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ สังคม วัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิม ของชาติที่ผู้ผลิตจะนำภาพยนตร์ไปฉายให้เหมาะสมให้เกิดความพึงพอใจจะได้ไปในทิศทางเดียวกัน

## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็น พฤติกรรมเปิดรับ และลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษาถึงผู้รับสารคือนักศึกษามหาวิทยาลัย เท่านั้น ในอนาคตก็ควรมีการศึกษาที่ครอบคลุมมากขึ้น ถึงการวิเคราะห์จากตัวบทและลักษณะเนื้อหาของภาพยนตร์ทั้งความเหมาะสมของเนื้อหา องค์ประกอบต่าง ๆ ของเนื้อหาภาพยนตร์ฮอลลีวูดเพื่อเป็นการศึกษาที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงอิทธิพลของสื่อภาพยนตร์อเมริกันในการเปลี่ยนแปลงสังคมให้มากขึ้น และสามารถนำไปใช้ในอนาคต

2. ในการศึกษาใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครเท่านั้นซึ่งเป็นตัวแทนของวัยรุ่นได้ในส่วนหนึ่งเท่านั้น แต่ถ้ามีการวิจัยในอนาคตควรศึกษาวิจัยให้มากขึ้น ครอบคลุมประชาชนทั่วไปที่เป็นวัยรุ่นให้มากขึ้น เป็นระดับภาคต่าง ๆ หรือครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ ไทย อาจจะมีข้อแตกต่างที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ในการศึกษามากที่สุด และควรมีการเก็บ

รวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group Interview) จากผู้ใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลลึกที่สุด

3. ผู้วิจัย เห็นว่าควรมีการศึกษาผลกระทบในการนำเสนอวัฒนธรรมในภาพยนตร์จากประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดด้วย เช่น ภาพยนตร์จากประเทศฮ่องกง, ประเทศญี่ปุ่น, ประเทศเกาหลีใต้, ประเทศฝรั่งเศส และอื่น ๆ ที่เข้ามาฉายในประเทศไทยเพราะสถานการณ์ปัจจุบันภาพยนตร์จากประเทศต่าง ๆ เหล่านี้ได้หลั่งไหลเข้ามาฉายทั้งทางโรงภาพยนตร์ และทางโทรทัศน์ ล้วนแล้วแต่ได้รับความนิยมจากผู้ชมมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งน่าสนใจว่าภาพยนตร์ใหม่ ๆ เหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรมประเพณีไทยและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างอย่างไร ในประเด็นที่กว้างและลึกซึ้งมากขึ้นในอนาคต

Draft

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสองวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : อมรินทร์ พรินต์ติ้ง, 2539.

\_\_\_\_\_ . จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : อมรินทร์ พรินต์ติ้ง, 2544.

กฤษดา เกิดดี. ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ การศึกษาว่าด้วย 10 ตระกูลสำคัญ. กรุงเทพฯ : ห้องภาพ  
สุวรรณ, 2541.

จำเนียร ช่วงโชติ. จิตวิทยาความแตกต่าง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2527.

ชัยอนันต์ สมุทวานิช. การเปลี่ยนแปลงกับความรู้ในยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ :

โรงพิมพ์ตะวันออก, 2537.

ซิลเลอร์ เซอร์ เบิร์ต ไอ. การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรมไทย. แปลโดย อุบลรัตน์  
ศิริชูศักดิ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

โดม สุขวงศ์. ประวัติภาพยนตร์ไทย. กรุงเทพฯ : องค์การค้าของคุรุสภา, 2533.

ธงชัย สันติวงษ์. การตลาดโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2539.

บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา. ศิลปะแขนงที่เจ็ดเพื่อวัฒนธรรมแห่งการวิจารณ์ภาพยนตร์.

กรุงเทพฯ : อมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2538.

/ปรมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2541.

\_\_\_\_\_ . หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

\_\_\_\_\_ . การสื่อสารมวลชน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์,  
2539.

พัชนี เชยจรรยา. แนวคิดนักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : เบลโล่การพิมพ์, 2541.

พิสมัย วิบูลสวัสดิ์. จิตวิทยาสังคมร่วมสมัย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2528.

เมตตา วิวัฒนานุกูล. โลกของสื่อจักรวรรดินิยมวัฒนธรรม. ปีที่ 1 ลำดับที่ 2 มิถุนายน. กรุงเทพฯ :

ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

- ยุค ศรีอาริยะ. มายาโลกาภิวัดณ์. กรุงเทพฯ : มูลนิธิภูมิปัญญา, 2541.
- วิจิตพานี วัฒนสินธุ์. จิตวิทยาความแตกต่างระหว่างบุคคล. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2519.
- สมควร กวียะ. บทบาทหน้าที่ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ. กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า, 2539.
- เสน่ห์ จามริก. ฐานคิดทางเลือกใหม่ของสังคมไทย. กรุงเทพฯ : โครงการวิดิทรรศน์, 2541.
- สุเมธ วงศ์พาณิชย์เลิศ. โลกของสื่อลำดับที่ 4 ยกเครื่องสื่อไทย. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- เสถียร เชยประทับ. การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศด้อยพัฒนา. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทวิสิทธ์พัฒนา จำกัด, 2540.
- สุโขทัยธรรมมาราช, มหาวิทยาลัย. การผลิตภาพยนตร์ชั้นสูง. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาราช, 2532.
- อรรวรรณ ปิถันน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2542.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

#### วารสารและเอกสารอื่น ๆ

- กาญจนา แก้วเทพ. “เทคโนโลยีการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม” ในไทยยุควัฒนธรรมทาส. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2541.
- โคม สุขวงศ์. “85 ปีภาพยนตร์ในประเทศไทย”. ศิลปวัฒนธรรม, มิถุนายน 2525.
- \_\_\_\_\_. “ภาพยนตร์ไทย”. วิวัฒนาการสื่อมวลชนไทย. กรุงเทพฯ : พุทธบูชาการพิมพ์, 2526.
- พีระ จิระโสภณ. “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร”. ในเอกสารการสอนชุดหลักและทฤษฎีและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 11. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาราช, 2537.
- วิภา อุดมจันทร์. “จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม หลากมุมมองของการสื่อสารระหว่างประเทศ”. โลกของสื่อ. ลำดับที่ 2. กรุงเทพฯ : เค.ซี.พริ้นท์ แอนด์ แอค, 2541.



- ลักษณะ สตะเวทิน. เอกสารคำสอนชุดวิชาสัมมนาการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2542.
- อนุสรณ์ ศรีแก้ว. “จักรวรรดินิยมสมัยใหม่ : การครอบงำการสื่อสารและวัฒนธรรมไทย ศึกษากรณีประเทศไทย”. เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง สื่อมวลชนกับวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพมหานคร : พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสาร. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หน่วยที่ 1-8 และหน่วยที่ 9 – 15. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532.
- “100 ปี ภาพยนตร์ในประเทศไทย”. สารคดี. ฉบับที่ 150, ปีที่ 13 สิงหาคม, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์กรุงเทพ, 2540.

### วิทยานิพนธ์

- จินตริย์ เกษมสุข. “ทัศนคติของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์โฆษณา” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- จุฑามาศ สุกิจจานนท์. “จริยธรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์การ์ตูนของ วอลต์ ดิสนีย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชูศรี งามประเสริฐ. “การแอบมองและจ้องดูที่ปรากฏในภาพยนตร์”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- อนุสรณ์ ศรีแก้ว. “ปัญหาสังคมในภาพยนตร์ของ ม.จ. ชาตรี เฉลิมยุคผล”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- อังสนา ชิตรัตน์. “ภาพความเป็นชายยุคใหม่ที่สะท้อนในภาพยนตร์อเมริกัน ช่วงปี พ.ศ. 2539 – 2541”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2543.

**ภาษาต่างประเทศ****Books**

Berlo, K, David. **The Process of Communication**. New York : Michigan State University, 1960.

De Fleur, Me luin L. **Theories of Masscommunication**. New York : David Makay Company, 1976.

Klapper, J.T. and Meyen. **The Effect of Mass Communication**. Illinois : The Free, 1960.

Schramm Wilbur. **Channels And Audience in Handbook of Communication**. Eds : Ithiel De Sola Pool. Et. AL. Chicago : Rand Mc Publishing Company, 1973.

Smith, Lew. **The American Dream**. Illinois : Scatt, Foresman and Company Glonview, 1980.

Willbur Schramm. **Channel and Audience in Handbook of Communication**. Chicago : Rand Menelly College Publishing Company, 1973.

Yamene, Taro. **Statistics : An Introduction Analysis**. Tokyo : Harper International, 1973.

ภาพผนวก

D  
P  
U

## แบบสอบถาม

### เรื่อง

ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด

คำชี้แจง กรุณา ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ

ในช่วงหนึ่งเดือนกับที่ผ่านมา ท่าน ได้ชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด ใ้หรือไม่

1. ใช่  2. ไม่ใช่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

2. อายุ

1. 17 - 19 ปี  2. 20 - 22 ปี  3. 23 - 25 ปี

3. ศึกษาอยู่ชั้นปีใด

1. ชั้นปีที่ 1  3. ชั้นปีที่ 3  
 2. ชั้นปีที่ 2  4. ชั้นปีที่ 4

4. ท่านกำลังศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัย

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  4. มหาวิทยาลัยมหิดล  
 2. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  5. มศว. ประสานมิตร  
 3. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  6. สถาบันพระจอมเกล้าพระนครเหนือ  
 7. สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระ

5. สาขาวิชาที่ศึกษา

1. บัญชี  6. แพทย์ศาสตร์ และ สัตวแพทย์  
 2. บริหารธุรกิจ  7. เศรษฐศาสตร์  
 3. นิติศาสตร์  8. มนุษย์ศาสตร์  
 4. นิเทศศาสตร์  9. สังคมศาสตร์  
 5. วิศวกรรมศาสตร์  10. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. ระบุว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1. ต่ำกว่า 3,000
- 2. 3,001 - 4,000
- 3. 4,001 - 5,000
- 4. มากกว่า 5,001 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับวัฒนธรรมอเมริกันจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด และความพึงพอใจ

ในการชมภาพยนตร์ ฮอลลีวูด

7. เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ท่านใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด

- 1. ความนิยมในวัฒนธรรมแบบตะวันตก
- 2. เรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสังคมตะวันตก และอเมริกัน
- 3. ภาพยนตร์ ฮอลลีวูด มีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับไปทั่วโลก
- 4. เพื่อความบันเทิงและเป็นการสันทนาการยามว่าง

8. ท่านชมภาพยนตร์ฮอลลีวูด ใน โรงภาพยนตร์ บ่อยแค่ไหน โดยเฉลี่ย

- 1. อาทิตย์ละ 2 – 3 ครั้ง
- 2. อาทิตย์ละครั้ง
- 3. 2 – 3 ครั้ง/เดือน
- 4. เดือนละครั้ง
- 5. น้อยกว่าเดือนละครั้ง

9. ท่านเริ่มชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดมานานเท่าใด

- 1. มากกว่า 4 ปี
- 2. 2 – 4 ปี
- 3. 1 – 2 ปี
- 4. 6 เดือน – 1 ปี
- 5. น้อยกว่า 6 เดือน

10. ท่านใช้บริการชมภาพยนตร์ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- 1. ก่อน 12.00 น.
- 2. 12.01 - 14.00 น.
- 3. 14.01 - 16.00 น.
- 4. 16.01 - 18.00 น.
- 5. หลังจาก 18.00 ไปแล้ว

11. โรงภาพยนตร์ประเภทใดที่ท่านเลือกไปเป็นระบบใหม่

- 1. โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ ในห้างสรรพสินค้า เช่น EGV
- 2. โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ นอกห้างสรรพสินค้า เช่น เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์, เมเจอร์ฮอลล์
- 3. โรงภาพยนตร์ ชั้น 1
- 4. โรงภาพยนตร์ ชั้น 2

12. วันใดที่ท่านชอบไปชมภาพยนตร์มากที่สุด

- 1. วันธรรมดา
- 2. วันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดราชการ
- 3. วันหยุดนักขัตฤกษ์
- 4. ไม่กำหนดวันแน่นอน

13. ท่านไปใช้บริการชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดกับผู้อื่นมากที่สุด

- 1. ไปคนเดียว
- 2. ไปกับเพื่อนสนิท และเพื่อนในกลุ่ม
- 3. ไปกับครอบครัว
- 4. ไปกับผู้ปกครอง / ญาติ

14. ท่านคิดว่าโรงภาพยนตร์ที่ฉายภาพยนตร์ควรจะมีทำเลที่ตั้งอยู่ที่ใด

- 1. ศูนย์การค้า
- 2. ห้างมอลล์ในย่านชุมชนและตามสี่แยกถนนใหญ่
- 3. ใกล้สถานที่ทำงาน และใกล้สถานศึกษา
- 4. กระจายได้โดยทั่วไปในกรุงเทพฯ โดยไม่มีการกำหนด

15. ปกติท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์จากสื่อมวลชนใดมากที่สุด

- 1. วิทยุโทรทัศน์
- 2. วิทยุกระจายเสียง
- 3. หนังสือพิมพ์
- 4. นิตยสาร
- 5. โปสเตอร์ แนะนำภาพยนตร์
- 6. ภาพยนตร์ตัวอย่าง
- 7. บุคคลอื่นแนะนำ
- 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

16. ภาพยนตร์ประเภทใดที่ท่านชอบชมมากที่สุด

- 1. ภาพยนตร์ชีวิต
- 2. ภาพยนตร์โรแมนติก
- 3. ภาพยนตร์วิทยาศาสตร์
- 4. ภาพยนตร์สยองขวัญ
- 5. ภาพยนตร์การ์ตูน
- 6. ภาพยนตร์ตลกขบขัน
- 7. ภาพยนตร์สงคราม
- 8. ภาพยนตร์อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นนักศึกษา ต่อภาพยนตร์ฮอลลีวูด และวัฒนธรรมอเมริกัน ในการครอบงำทางวัฒนธรรมตัวอย่างเช่นภาพยนตร์ จำนวน 10 เรื่อง SPIDER-MAN, MONSTER. INC, AMERICAN PIE 2, WE ARE SOLDIERS, OCEAN'S ELEVEN, BEHIND ENEMY LINES, SPY GAME, SHALLOW HALL, THE ONE, CAPTAIN CORE LLIS' MANDOLIN (ท่านมีความคิดเห็น ต่อประเด็นต่างๆ เหล่านี้อย่างไร)

ประเด็นความคิดเห็น	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	ปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
17. กระแสโลกาภิวัตน์ ก่อให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมสร้างวัฒนธรรมใหม่ๆ มากขึ้นจากโลกตะวันตกสู่ประเทศไทย					
18. ภาพยนตร์ฮอลลีวูด เป็นสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีในการเผยแพร่วัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด					
19. ภาพยนตร์ฮอลลีวูด ได้รับความนิยมนจากคนดู เป็นการส่งเสริมการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันมากยิ่งขึ้น					
20. ภาพยนตร์ฮอลลีวูดกำลังครอบงำทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ และยอมรับวัฒนธรรมอเมริกันวัฒนธรรมอเมริกันกำลังครอบงำวัฒนธรรมไทยก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง					
21. ภาพยนตร์ฮอลลีวูด ซึ่งมีดารานำแสดงมีชื่อเสียงมีเงินทุนมหาศาลเนื้อเรื่องที่ดี เป็นภาพยนตร์ที่มีการพิถีพิถันในการสร้างสมควรได้รับการยอมรับไปทั่วโลก					

ประเด็นความคิดเห็น	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	ปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
22. การรับชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นการได้เรียนรู้วัฒนธรรมอเมริกันและวิถีชีวิตของชาวอเมริกันไม่ว่าวัฒนธรรมนั้นสมควรจะได้รับการถ่ายทอดสู่วัฒนธรรมไทยหรือไม่					
23. การครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันจากสื่อภาพยนตร์มีทั้งผลดีและผลร้ายกับสังคมไทยจึงควรมีนโยบายในการรับมือกับปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต					
24. ผู้ชมภาพยนตร์ทั่วไปไม่มีความชอบวัฒนธรรมอเมริกันที่เผยแพร่ในภาพยนตร์ฮอลลีวูดมากกว่าวัฒนธรรมไทยในภาพยนตร์ไทย					

#### ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีภาพยนตร์ฮอลลีวูด

25. ท่านคิดว่าเนื้อหาด้าน วัฒนธรรมอเมริกันที่ภาพยนตร์ฮอลลีวูด ที่กล่าวมาเสนอให้ผู้ชมมีความเหมาะสมหรือไม่

เหมาะสม เพราะ.....

ไม่เหมาะสม เพราะ.....



26. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกัน ผ่านทางสื่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็น  
สิ่งที่ปกติในสังคมวัฒนธรรมไทย

เห็นด้วย เพราะ .....

ไม่เห็นด้วย เพราะ .....

27. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับการที่นักศึกษา นักเรียน ชาวชนรุ่นใหม่ที่ได้รับเอาวัฒนธรรมตะวันตก  
เข้ามา โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ฮอลลีวูด และเกิดการเปลี่ยนแปลงประเพณี วัฒนธรรม  
ค่านิยมต่าง ๆ เข้ามามีผลกระทบต่อสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระทบต่อศิลปวัฒนธรรม  
ไทยที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเลียนแบบวัฒนธรรมต่างชาติ

เห็นด้วย เพราะ .....

ไม่เห็นด้วย เพราะ .....

28. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าการนำเสนอวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูดในปัจจุบันที่ถูก  
นำเสนอผ่านโรงภาพยนตร์ มีความหมาย ความสำคัญ และเป็นประโยชน์ต่อท่านอย่างไร  
(โปรดแสดง ความคิดเห็น)

เห็นด้วย เพราะ .....

ไม่เห็นด้วย เพราะ .....

## ประวัติผู้เขียน

นายเสริมสุข วงศ์วิวัฒน์ เกิดเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ. 2517 ที่จังหวัดอุดรธานี

ศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนพรหมานุสรณ์ จังหวัดเพชรบุรี

ศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนอำนวยการศิลป์พระนคร กรุงเทพมหานคร

ศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ สาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ มหาวิทยาลัยรังสิต  
ปี พ.ศ. 2541

ต่อมาเข้าศึกษาปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในปี พ.ศ. 2542